

Turnover brasileiro aumenta: quais os impactos para as empresas?

Ricardo Haag (*)

A insatisfação no trabalho vem atingindo níveis preocupantes no nosso país, elevando os índices de turnover e, conseqüentemente, ocasionando um efeito cascata de prejuízos ao desempenho corporativo

Desencadeado, principalmente, por uma postura mais ativa dos profissionais frente a oportunidades mais aderentes a seus planos de carreira e outras metas, as empresas precisam compreender a fundo estes motivos para que consigam reter estes talentos e assegurar que estejam felizes no ambiente corporativo. O cenário foi identificado com base em dados recentes divulgados em uma pesquisa do LinkedIn, a qual relatou que 75% dos profissionais brasileiros estão considerando mudar de emprego este ano.

A nível global, ficamos atrás apenas dos Estados Unidos (85%), mas em linha com o Reino Unido (75%), e seguido pela Irlanda (73%) e Alemanha (71%). Dentre as justificativas para essas mudanças, o estudo destacou a necessidade de salários mais altos (44%), o desejo de um melhor equilíbrio entre a vida profissional e pessoal (29%), e a confiança em suas habilidades (21%).

Todos, desencadeados pela quebra da expectativa de possibilidades de crescimento na empresa atual frente à maior rigorosidade dos profissionais em suas ambições no mercado.

Seja por melhores oportunidades de crescimento, salários maiores, novos desafios ou melhores benefícios, a busca por outras vagas acaba sendo entendida como a melhor solução para conquistarem estes sonhos, ao invés de tentarem adquirir isso no cargo atual.

E, apesar desta dificuldade de evolução em um empreendimento ser, de fato, algo comum de ser visto, nem sempre tenderá a ser solucionado em uma outra vaga. Existe uma armadilha bastante frequente no mercado que acaba capturando muitos profissionais neste sentido, fazendo com que continuem frustrados em seu crescimento profissional mesmo após mudar de CNPJ. Na prática, essa ilusão acontece, dentre tantos fatores, pela falta de autoconhecimento sobre seus pontos fortes e fracos.

A ambição e a terceirização das próprias frustrações são dois movimentos perigosos que podem indu-

zir a mudanças profissionais de forma equivocada, o que não apenas dificultará ainda mais que entrem em um empreendimento no qual se sintam aderentes e satisfeitos, como também elevará as chances de danificar sua imagem no mercado.

Afinal, talentos com uma alta rotatividade e que permanecem em um empregador por ciclos curtos, muito provavelmente, não será bem-visto pelos recrutadores. Toda carreira tem um timing mais adequado para acontecer, e possui sua janela a ser aproveitada. Isso faz com que, apesar de não existir um tempo regrado para que cada profissional permaneça em uma empresa, há uma premissa ideal de três anos em função.

Ou seja, se um trabalhador permanece em uma companhia por menos tempo do que isso e, ainda, tende a repetir este padrão em outras contratantes, sua reputação, certamente, será cada vez mais prejudicada. Isso será ainda mais prejudicial em posições de alta gerência, como os C-Levels, onde essa rotatividade piora a imagem dos profissionais em seu segmento.

E, para evitar esses prejuízos, a melhor opção sempre será priorizar uma dose elevada de autoconhecimento, compreendendo onde cada profissional deseja chegar em sua carreira e o que espera das contratantes neste sentido.

Quando compreendemos com clareza nossas aspirações profissionais, fica mais fácil identificar qual empresa poderá contribuir com essas metas e fornecer o espaço apropriado para que possamos crescer e nos destacar. Com isso, além de ficarmos mais satisfeitos em nossas responsabilidades, tenderemos a permanecer por mais tempo naquele local, motivados a conquistar resultados cada vez melhores que beneficiem todos os envolvidos.

Hoje em dia, dificilmente, um profissional construirá uma carreira em apenas uma empresa, como era usual de ser visto antigamente. Estamos em uma outra realidade corporativa, muito mais dinâmica e pautada pelo poder de negociação dos talentos. Todos estão abertos a avaliar uma oportunidade de emprego e conversar sobre suas expectativas – então, cabe a cada um de nós ter claro em mente quais as nossas metas, e buscar pelo negócio onde possamos evoluir juntos.

(*) - É sócio da Wide, consultoria boutique de recrutamento e seleção (<https://wide.works/>).

Como maximizar as chances de sucesso na venda de uma empresa

A venda de uma empresa não é um processo simples, pois cada negócio possui suas próprias nuances e particularidades

Por isso, quando um potencial comprador decide adquirir ou investir em uma empresa, é necessário que ele tenha clareza em relação aos números financeiros e operacionais, além de realizar uma análise de risco aprofundada.

De acordo com Felipe Argemi, especialista que atua com Fusões e Aquisições há 15 anos, para iniciar um processo de venda é preciso, em primeiro lugar, apresentar a empresa adequadamente. “É essencial apresentar a empresa, seus diferenciais, seus produtos, a sua relevância no mercado e seus diferenciais competitivos, além de destacar sua performance financeira e operacional.

Saber como se apresentar adequadamente, falando a linguagem do comprador e chamando a atenção para os pontos de destaque da empresa, é fundamental para engajar potenciais interessados”, aponta, ao ressaltar que a maior parte das informações de uma empresa não são públicas, mas sim confidenciais. Por isso, informações sensíveis não devem ser reveladas a qualquer potencial comprador.

“A seleção dos possíveis interessados deve ser



criterosa e as informações divulgadas aos poucos, conforme o processo evolui. Mas a dúvida que sempre surge é: ‘Quais informações abrir e em que momento?’. E esse é um ponto crucial no processo”, destaca. Vale lembrar que muitos ignoram o Acordo de Confidencialidade, documento que deve ser firmado com todo e qualquer potencial interessado para minimizar as chances de vazamentos de dados sensíveis.

Após análise preliminar, caso o potencial comprador se interesse pela oportunidade, ele irá apresentar uma proposta indicativa, conhecida como Proposta Não Vinculante. “Caso o vendedor aceite essa proposta, deverá disponibilizar

uma série de informações sensíveis durante a fase conhecida como Due Diligence, que é a etapa onde o comprador irá auditar a empresa vendedora verificando riscos legais, trabalhistas, fiscais, tributários e contábeis”, revela.

É justamente nessa fase que muitos negócios morrem. Afinal, se os riscos identificados durante a Due Diligence forem elevados ou, se devido a falta de organização, seja impossível realizar uma verificação adequada, a probabilidade da transação não ocorrer ou ocorrer por um valor muito inferior ao justo é muito alta.

Por isso, antes de iniciar um processo de venda, existe uma das fases mais importantes, que é a de

preparação. Segundo Felipe, é justamente nesse momento que muitos vendedores falham e minimizam a chance de sucesso de uma transação. “Dependendo da desorganização e dos riscos que a empresa apresenta, a etapa de preparação pode levar alguns anos. Portanto, quanto antes o preparo começar, melhor”, explica.

Para todo empresário que está construindo uma empresa de sucesso, a oportunidade de venda irá surgir ao longo da sua jornada. “Por essa razão, é melhor estar preparado desde já para não desperdiçar a oportunidade quando ela surgir. A preparação adequada da empresa não só facilitará esse processo, como também minimizará possíveis riscos pós-venda”, declara.

Argemi ressalta que, com um planejamento bem executado, enquanto a oportunidade de venda não surge, os sócios se beneficiam de uma empresa mais saudável, com riscos reduzidos e uma melhor geração de dividendos. “Ou seja, os sócios enriquecerão mais ao longo dessa jornada”, finaliza. - Fonte e outras informações: (<https://felipeargemi.com.br/mentoria/>).

Consórcios: como funciona a contemplação com o crédito

O número de consorciados bateu um novo recorde neste início de ano, ultrapassando os 10,4 milhões de usuários, de acordo com o último levantamento da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC). Nos últimos 10 anos, o volume de negócios cresceu mais de 43%.

Neste ano, a modalidade já contemplou mais de 438 mil pessoas com o crédito só no primeiro trimestre de 2024, o que representa 10% a mais que em 2023. Porém, esse tipo de negócio ainda gera diversas questões na população.

De acordo com Eduardo Rocha, CEO do Klubi, a única fintech autorizada pelo Banco Central a operar com consórcios, existem algumas dúvidas sobre o momento da contemplação na modalidade.

“Nos consórcios o usuário pode escolher o valor do crédito, o prazo e o investimento das mensalidades que deseja pagar, o que facilita o planejamento financeiro e o pagamento de parcelas que cabem no bolso. A conquista acontece por meio da entrega do Crédito, que é feita pela administradora”, explica o executivo.

• **O que pode ser adquirido com um consórcio?** - Essa modalidade

pode ser usada para comprar imóveis (como uma casa, apartamento ou terreno), veículos (carros, motos, caminhões, ônibus), equipamentos (máquinas, computadores e eletrodomésticos) e serviços (casamentos, viagens, procedimentos médicos e outros), dependendo do que é oferecido em cada administradora.

De acordo com Rocha, o consorciado precisa escolher a categoria, mas não especificamente o imóvel, o modelo do carro ou o tipo de eletrodoméstico que deseja ter: “no momento da conquista, o membro recebe o valor integral do crédito. Com isso, ele pode adquirir o que quiser dentro da categoria que escolheu”, aponta.

• **Posso receber a carta de crédito antes de pagar todas as parcelas?** - Geralmente o consórcio é acompanhado por duas ferramentas de antecipação da contemplação: o Sorteio e o Lance. Na primeira, os membros com as mensalidades em dia concorrem todos os meses para receber o investimento contratado antes do final do prazo daquele grupo. Já o lance funciona como uma antecipação de valores.

Nele, o participante interessado faz uma oferta e, caso seja o vencedor,

recebe o crédito, sendo a quantia descontada do seu saldo. Mas existem, atualmente, outras formas de antecipar a contemplação. Rocha descreve um novo formato, criado recentemente no Klubi:

“Para apoiar a compra de celulares de alto valor, nós oferecemos um formato inédito de consórcio, chamado ‘Compra Planejada’, onde o membro paga o celular em 24 vezes, mas o recebe na décima segunda parcela. É uma ótima forma de planejar a troca de celular a cada 1-2 anos com previsibilidade”, destaca.

• **Por que optar pelo consórcio?** - Segundo um levantamento da Kantar feito em parceria com a ABAC neste ano, a principal percepção é que “consórcio é para quem planeja a longo prazo”. Já para o CEO do Klubi, “o consórcio está entre as alternativas mais viáveis para adquirir um bem por conta da facilidade de comprovação de renda, além de não precisar de entrada e não ter juros.

Essa operação garante ao consumidor um custo final cerca de 40% menor e contribui para o planejamento financeiro e a conquista do carro, imóvel, celular ou serviço dos sonhos”, finaliza Rocha. - Fonte e outras informações: (<https://www.klubi.com.br/>).