



# ETIQUETA EMPRESARIAL

## **SUMÁRIO**

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| INTRODUÇÃO                               | 3  |
| 1- CONCEITOS FUNDAMENTAIS PARA O SUCESSO | 4  |
| 2- ABC DA ETIQUETA EMPRESARIAL           | 8  |
| 3- MARKETING PESSOAL                     | 11 |
| 4- ETIQUETA AO TELEFONE                  | 19 |
| 5- O VESTUÁRIO NO AMBIENTE DE TRABALHO   | 22 |
| 6- REGRAS PARA O DIA A DIA NA EMPRESA    | 30 |
| 7- ALMOÇO E JANTAR DE NEGÓCIOS           | 32 |
| 8- ETIQUETA NA INTERNET                  | 40 |
| 9- ETIQUETA NA VIDA PROFISSIONAL         | 44 |
| REFERÊNCIAS                              |    |

## **INTRODUÇÃO**

Entende-se por etiqueta um conjunto de normas de conduta para determinadas ocasiões, como etiqueta à mesa, em solenidades ou, mesmo, para conversar com uma autoridade. Já a etiqueta empresarial, como o próprio nome sugere, são as regras de **comportamento** para serem usadas no ambiente de trabalho, a fim de promover o bom convívio entre todos e evitar situações negativas e constrangedoras. De forma resumida, podemos dizer que etiqueta é sinônimo de boa educação.

Dentro do conjunto de regras que compõem a etiqueta empresarial são contemplados os seguintes aspectos: vestimentas, pontualidade, trato pessoal, comunicação verbal, decoro, discricção, entre outros. Em outras palavras são atitudes que ajudam a construir uma boa imagem de forma geral. Por isso mesmo a ausência delas pode gerar, inclusive, situações que podem levar à demissão de funcionários. Para evitar isso, é importante que realize uma autoanálise em seu comportamento e verifique se está se portando de acordo com as regras da sua organização.

## **1- CONCEITOS FUNDAMENTAIS PARA O SUCESSO**

Apesar do que muitos pensam, o sucesso não está ligado ao dinheiro ou à uma posição social. Ser bem sucedido é estar satisfeito com os resultados obtidos nas diversas áreas da vida, sem haver limites para ampliar esse sentimento, sempre superando as expectativas. Sendo assim, tanto um diretor de uma multinacional, como o proprietário de um carrinho de cachorro-quente podem ser consideradas pessoas de sucesso se forem as melhores naquilo que se propuseram a fazer.

Tendo este conceito em mente, seguem três dicas da coach Cibeles Nardi que irão lhe aproximar do sucesso:

### **1 – Esteja rodeado de pessoas bem sucedidas**

Segundo Jack Canfield, autor do livro “Os princípios do sucesso”, nós somos o resultado das cinco pessoas com quem mais convivemos, seja pessoalmente ou através de literatura ou outro tipo de contato. Desta forma, é importante defini-las, pois serão elas que determinarão o seu sucesso. Procure estar rodeado de pessoas bem sucedidas, que irão lhe motivar a chegar lá também.

### **2 – Estabeleça um critério razoável de sucesso**

Um dos grandes problemas ao se denominar como uma pessoa de sucesso ou não está relacionado à forma de mensurar os resultados e classificá-los. Muitos pecam pelo excesso e estabelecem um critério que nunca poderá ser alcançado mesmo que o resultado obtido seja satisfatório. Seja realista, estipule metas possíveis e o sucesso chegará com mais facilidade.

### **3 – Não entre em uma zona de conforto**

O sucesso não tem limites para ser ampliado. Caso as metas estabelecidas em um primeiro momento já tenham sido alcançadas, não hesite em almejar voos mais altos.

Seguindo esses conceitos o sucesso estará mais próximo do que você pensava.

São muitos os fatores envolvidos no destino de uma empresa e no quão bem sucedida ela será em suas operações. Dependendo do tamanho, ramo, momento de mercado e outras características da companhia, estes fatores diferem muito.

Porém, os principais pilares sobre os quais os outros serão construídos são apenas os três seguintes: **pessoas, processos e tecnologia**. Estes três fatores formam as bases para os outros conceitos envolvidos nas companhias e nos seus complexos sistemas.



Pilares de um negócio de sucesso

Vamos verificar neste artigo o que são estes três pilares e quais questões são fundamentais para que o empresário/ empreendedor preocupe-se na hora de planejar o início ou a guinada de seu negócio.

## A importância de cada um dos três pilares do sucesso

Conforme já dissemos, os três conceitos fundamentais sobre os quais os outros fatores da empresa devem ser constituídos são:

**Pessoas:** são os chamados recursos humanos da empresa. A qualidade do serviço prestado pelas pessoas, seu grau de entrosamento com o time e clientes, além do seu engajamento com a empresa em si, são fatores preponderantes para o sucesso dos negócios.

Não importa qual seja a função da pessoa: se ela está trabalhando nesta empresa é porque seu trabalho é necessário (afinal, por que ela seria contratada?) e a qualidade com que desempenha seu papel afetará o resultado final e a percepção do cliente.

*Fazendo uma analogia simplista com o corpo humano, podemos dizer que as pessoas são os órgãos vitais da empresa. Sem os órgãos, não há vida, ou seja, sem as pessoas, não há empresa.*

**Processos:** são os sistemas procedimentais da empresa. Este fator é o responsável pelo funcionamento das atividades em si. Os processos são conjuntos de atividades ordenadas por pessoas ou departamentos que, no fim, devem atingir a um objetivo ou meta.

Diz-se que um processo tem mais qualidade quando está mais claro para as partes envolvidas e traz o máximo de agilidade para os executores. Não é fácil deixar os processos de uma empresa ágeis, claros e enxutos, visto que, quanto maior a empresa, mais complexo é seu funcionamento e mais processos existem entre seus principais sistemas. Mas, este fator é realmente fundamental para o sucesso nos negócios e para o maior envolvimento e satisfação dos funcionários.

*Continuando a analogia com o corpo humano, podemos dizer que os processos são as funções corporais: a digestão, as sínteses metabólicas, as ligações neurais etc.*

**Tecnologia:** não são apenas os recursos de informática. Entendemos por tecnologia dentro deste conceito de pilares da empresa, tudo aquilo que é ferramenta para que as pessoas executem os processos. Sendo assim, o terceiro pilar seria: equipamentos, ferramentas, estruturas, veículos e recursos tecnológicos envolvidos na operação.

Quanto mais qualidade e inovação a empresa apresenta em sua tecnologia, mais chances de ser bem sucedida e competitiva nos negócios. Mas, mais qualidade não significa apenas recursos mais avançados e caros. A empresa deve ter as ferramentas necessárias e que agregam valor a seu produto, serviço ou processos internos (de modo a agilizar o trabalho). Além disso, deve saber utilizar estas ferramentas da melhor maneira possível.

Esta tecnologia deve ajudar a companhia a organizar seus dados críticos, trazendo segurança para os funcionários e para suas informações estratégicas, além da confiabilidade em seus produtos e serviços.

*Se formos continuar a analogia com o corpo humano, a tecnologia será os ossos e músculos. Ou seja, tudo aquilo que suporta o restante.*

## Alinhando os três pilares do sucesso

Finalmente, para alinhar estes três pilares, é necessária muita dedicação do corpo diretivo da empresa. Um dos caminhos mais assertivos é o constante diálogo com as pessoas. É preciso provocar os funcionários no bom sentido em prol da mudança, não apenas cobrando, mas tentando entender o que a gestão da empresa pode fazer para ajudá-los a melhorar os processos e a utilizar melhor a tecnologia disponível.

E lembre-se de que, por natureza, estes três pilares já estão ligados um ao outro. Quanto mais treinadas e envolvidas as pessoas, mais elas acertarão os processos rumo a uma melhor qualidade e utilizarão de maneira mais inteligente as ferramentas que a empresa dispõe.

Quanto melhor a tecnologia disponível, mais chances de que os processos sejam mais inteligentes e as pessoas estejam mais satisfeitas com o resultado de seu trabalho.

## 2- ABC DA ETIQUETA EMPRESARIAL

É comum as pessoas tratarem desprezo o tema etiqueta empresarial, não tendo a real noção da importância que os profissionais de uma empresa possuam esse tipo de etiqueta. Assim, o impacto da implantação desse tipo de ação é fundamental para a manutenção e o crescimento de uma empresa.

Contudo, é ele que, muitas vezes, explica porque pessoas altamente profissionais e competentes no que fazem acabam sendo demitidas de suas empresas e outras – nem tão competentes assim – permanecem, atingindo promoções e melhores oportunidades de carreira.

A competência técnica não é tudo e que aquelas pessoas que não têm uma boa habilidade para criar relacionamentos, ou seja, etiqueta no convívio, acabam tendo menores chances de sucesso.

### Definição

Etiqueta Empresarial é um conjunto de cerimônias usadas no trato entre pessoas e empresas, regidas pela boa educação, bom comportamento, convenções sociais, ética profissional e prescrições oficiais.

Aqui vão algumas dicas para ajudá-lo a ter etiqueta.

**1. A vestimenta diz muito para as outras pessoas.** Assim é recomendável roupas discretas, sem modismos. Decotes e cores berrantes, dentre outros erros devem ser evitados, sob pena de perder com a seriedade. Tome cuidados com higiene pessoal.

**2. O ditado a primeira impressão é a que fica deve ser levado a sério.** Seja sempre cordial e prestativo já em um primeiro contato, saiba ouvir e falar na hora certa e tenha sempre cartões profissionais disponíveis. Ao entrar em um local peça licença, busque cumprimentar todas as pessoas que estiverem no local, mas só estenda a mão se o interlocutor o fizer primeiro, e só se sente se for convidado por ele.

**3. Se comunique corretamente com as pessoas.** Busque olhar nos olhos, demonstre atenção no que estão falando, não se distraia durante a conversa e busque estabelecer um diálogo.

**4. Mantenha uma postura correta.** Não cruze os braços, evite se sentar de qualquer jeito, jogando o corpo na cadeira, como também não se sente na beirada da cadeira. É importante uma boa acomodação, porém ereto e de forma adequada.

**5. Seja organizado e demonstre isso.** Planeje adequadamente seu tempo e sua mesa, mantenha os papéis e arquivos de computador nos devidos lugares, onde não só você, mas qualquer membro da empresa consiga localizar quando necessário.

**6. Respeite os colegas e o espaço de trabalho.** Não precisa ficar mudo durante o expediente, mas evite ao máximo assuntos que exponham o seu lado pessoal ou o de alguma outra pessoa. Fofocas nunca combinaram com o ambiente profissional. Além disso, adeque a altura da sua voz ao ambiente.



**7. Cuidado com a utilização de celulares no trabalho.** Evite ligações pessoais e caso estas ocorram, busque ir para um local privado. Não fale demasiadamente alto e muito menos utilize termos de baixo calão. Também é necessário cuidado com outras ferramentas tecnológicas.

8. **Bom humor é uma necessidade nas empresas.** Quando estiver tendo um dia difícil, reflita se alguém do trabalho tem a obrigação de compartilhar as dificuldades com você. Contudo, cuidado com as brincadeiras. Um ambiente de trabalho descontraído é positivo desde que sejam feitas apenas brincadeiras saudáveis, que promovam um ambiente alegre e equilibrado.

9. **Busque ter “jogo de cintura” na hora de imprevistos e ouça a opinião dos outros.** Muitas vezes, ouvindo de opiniões divergentes se chega a um ponto em comum correto. É preciso saber argumentar e também, ceder.

### 3- MARKETING PESSOAL

O mercado de trabalho está cada vez mais competitivo e já não basta ter habilidades técnicas para conseguir se destacar profissionalmente. É preciso ir além e vender seu peixe! Nesse sentido, se você quer sair na frente, está na hora de melhorar seu marketing pessoal.

Mas você sabe o que é isso?

O marketing pessoal é formado por um conjunto de estratégias que visam realçar suas características profissionais e pessoais.

Não se trata de inventar um perfil mentiroso, mas sim de deixar em evidência os aspectos mais relevantes sobre você e o trabalho que você desenvolve. Por meio de estratégias corretas de promoção pessoal, você será capaz de se destacar, independentemente de sua área de atuação.

Se você ainda não sabe como fazer marketing pessoal e se beneficiar dessa estratégia, confira nossas dicas para começar agora!

#### **O que é marketing pessoal?**

Marketing pessoal é uma estratégia que serve para fortalecer a imagem e a reputação de um profissional no mercado de trabalho. Quando aplicado de maneira correta, ajuda a gerar autoridade, transformando esse profissional em referência em seu nicho de atuação.

Não adianta você ser um excelente profissional, competente, pontual e eficiente, se ninguém souber disso. É preciso que seus colegas, gestores, fornecedores, clientes e outras empresas conheçam e valorizem suas capacidades.

E é aí que entra o marketing pessoal!

Por meio de diversas técnicas, como a produção de conteúdo, participação em eventos e o desenvolvimento de um bom networking, você consegue criar uma imagem diferenciada e influente no mundo corporativo.

É o famoso “vender o peixe”.

E ao contrário do que o senso comum pensa, essa estratégia não se limita apenas a profissionais freelancers, autônomos ou a procura de emprego. Qualquer profissional, mesmo aquele que já está empregado, podem se beneficiar do marketing pessoal.

Porém, não estamos falando de cultuar o ego ou estimular a vaidade pessoal. O marketing pessoal trabalha com características reais, de modo a destacar positivamente os valores e potenciais das pessoas.

Por que investir em marketing pessoal?

Imagine a seguinte situação: Cecília é uma empreendedora com vasta experiência técnica.

Durante vários anos, ela procurou se qualificar para atingir melhores resultados em seu negócio e desenvolveu habilidades importantes para sua atuação no mercado. Mas mesmo assim, ela não conseguiu se destacar profissionalmente em meio a tantos profissionais em sua área.

Com o tempo, ela percebeu que haviam outros profissionais com o mesmo nível de seu currículo ou até mesmo com habilidades inferiores as suas que conseguiam despertar maior atenção. Tudo isso graças ao investimento que eles faziam em suas imagens pessoais.

A Cecília que acabamos de apresentar é apenas um personagem fictício, mas ela representa muitas pessoas reais.

Nós usamos essa história apenas para mostrar que, além da qualificação técnica, é importante saber vender a própria imagem.

O mercado está repleto de ótimos *players* em todos os segmentos e, para sair na frente, é preciso mostrar porque você se destaca de seus concorrentes.

Com o marketing pessoal, o profissional é capaz de desenvolver sua imagem pública, tornando-a cada vez mais atrativa para futuros empregadores.

E para empreendedores, o investimento na promoção pessoal deve estar ainda mais presente. O ditado “a primeira impressão é a que fica” se aplica muito bem aqui!

Quanto mais bem trabalhada for sua imagem, maiores as chances de seu empreendimento ser notado não só pelo mercado, como também por quem mais interessa, seus clientes em potencial.

Para que serve o marketing pessoal?

Se você ainda duvida do poder que o marketing pessoal pode ter em sua vida profissional, separamos os principais resultados que você pode alcançar com ele. Veja só:

Chamar atenção para seu trabalho

Conquistar uma promoção ou o cargo dos sonhos fica mais fácil quando você consegue atrair mais atenção para seu trabalho. Se ninguém souber o que você faz e quais os resultados que você alcança, dificilmente será valorizado por seus esforços.

Com uma estratégia de marketing pessoal, você consegue destacar com mais facilidade aquilo que faz e conquista, seja por meio de um blog pessoal, redes sociais ou um portfólio.

### Mostrar suas competências

Falando em portfólios, eles são uma das melhores maneiras de mostrar para as outras pessoas quais são suas competências e como você as aplica em seu trabalho.

Além de mostrar os resultados, um portfólio também pode documentar todo o processo de criação de um projeto, do nascimento da ideia até a execução final.

Assim, outros profissionais, clientes e empresas passam a conhecer seu estilo de trabalho e suas conquistas profissionais.

### Gerar autoridade e conquistar confiança

Quando você chama mais atenção em seu nicho de mercado e consegue demonstrar suas habilidades, conquista mais autoridade e confiança de colegas, empresas e clientes.

O marketing pessoal permite que você mostre suas habilidades e fortaleça o relacionamento com o consumidor. Dessa maneira, ele terá mais segurança ao contratar seus serviços.

### Como fazer marketing pessoal?

Antes de mais nada, é importante destacar que o marketing pessoal não se resume a uma única ação, mas sim está relacionado a um conjunto de hábitos do profissional.

É por isso que o trabalho deve ser contínuo, com coerência e integridade, de forma a transmitir confiança para o mercado.

Profissionais de sucesso sabem muito bem a importância de passar uma imagem bem construída para que eles sejam lembrados e respeitados como autoridade dentro de suas áreas de atuação.

É claro que existem algumas dicas que podem te ajudar a melhorar a maneira como você se autopromove, e é sobre elas que vamos falar. Confira, a seguir, as melhores estratégias que você pode começar a aplicar agora mesmo:

### 1. Tenha um objetivo claro

Se você já leu alguma coisa sobre marketing sabe que antes de colocar uma estratégia em prática é preciso definir com clareza os objetivos e metas que você espera alcançar.

O mesmo se aplica ao marketing pessoal. Sem saber aonde você quer chegar, fica praticamente difícil de traçar o caminho que será seguido.

Portanto, defina um objetivo claro e alcançável para sua marca pessoal. Pode ser expandir sua rede de contatos profissionais, conquistar uma promoção ou um cargo na empresa dos sonhos.

A partir disso, você consegue traçar um planejamento com as ações que precisam ser feitas para chegar até esse objetivo.

### 2. Defina seu público-alvo

Com o objetivo definido, o próximo passo é saber para quem direcionar todas suas ações de marketing pessoal. É para profissionais de sua área? Ou para fornecedores e outras empresas?

Dependendo do público-alvo de sua mensagem, toda sua comunicação poderá mudar. Destacar suas habilidades profissionais exige esforços diferentes quando você conversa com clientes e com gestores, por exemplo.

Depois de definir seu público, pesquise um pouco mais sobre ele, os canais que mais utiliza, como ele se porta, o que compartilha, quem segue etc. Dessa maneira, você terá mais segurança ao abordar essas pessoas.

### 3. Participe de eventos em sua área

Uma das formas mais eficientes de promoção pessoal é a participação constante em eventos relacionados a sua área de atuação. Isso deve ser feito porque esses são espaços propícios para o desenvolvimento do *networking*, de uma rede de contatos e conexões profissionais que podem te endossar no futuro.

Exemplo de evento imperdível para quem empreende na internet ou mesmo para quem está em busca de mais conhecimentos é o FIRE, promovido pela Hotmart todos os anos.

No caso do mercado de moda, o Minas Trend Preview, que acontece em Belo Horizonte, e o São Paulo Fashion Week, na capital paulista, são opções interessantes para lojistas e estilistas que querem ter contato com a imprensa especializada no assunto.

Seja qual for seu segmento, fique de olho em eventos e oportunidades que as marcas que você segue participam ou divulgam nas redes sociais.

Essa pode ser uma oportunidade de se conectar à profissionais que você considera referência e, quem sabe, deixar uma porta aberta para futuras parcerias.

### 4. Mantenha sua página no LinkedIn sempre atualizada

No cenário das redes sociais, o LinkedIn é a que mais se destaca quando o assunto é promoção pessoal e, ao contrário do que muita gente pensa, não serve apenas para profissionais em busca de recolocação no mercado.

Dentro do LinkedIn é possível estabelecer conexões com outros profissionais, o que faz da plataforma um excelente espaço para atrair parceiros de negócio.

Para conseguir se destacar nessa plataforma, é importante manter seu perfil sempre atualizado. Mais do que simplesmente criar uma conta, é preciso gastar algum tempo construindo um perfil com as informações mais relevantes sobre você e seu trabalho.

Se você é um blogueiro, por exemplo, pode compartilhar os posts de seu blog por lá e, se possível, escrever conteúdos específicos para esse canal.

#### 5. Mantenha um blog para construir sua autoridade

Os blogs são ótimas ferramentas para vender sua imagem.

Crie um blog que represente sua atuação no mercado, produzindo informações relevantes, que realmente inspirem e ajudem seu público-alvo.

Quanto mais valor você gerar para seus leitores, seja por meio de textos ou de materiais ricos, melhor será sua imagem em sua área de atuação.

#### 6. Vá além de seu escopo de trabalho

Muitos profissionais com ótima qualificação perdem espaço no mercado por estarem limitados a seu próprio campo de atuação.

Para que você consiga desenvolver bem seu marketing pessoal, é preciso ir além de seu escopo de trabalho.

Ofereça-se para ajudar pessoas de outras áreas, mostre interesse pelas tarefas que outros profissionais desempenhem e tente absorver todo tipo de conhecimento que possa ser útil para a realização de seu próprio trabalho.

## 7. Assuma o crédito por aquilo que você faz

Um dos erros mais cometidos por profissionais, principalmente quando são iniciantes, é não tomar para si os créditos por seu trabalho.

Marketing pessoal depende da forma como você se posiciona no mercado. Sempre que atingir um resultado positivo, faça questão de assumir os créditos, comemorar a vitória e destacar seu sucesso.

Tenha apenas cuidado para fazer isso de uma maneira natural e sem ofuscar ninguém de sua equipe, pois existe uma linha muito tênue entre ser confiante e arrogante.

## 8. Tenha projetos extracurriculares

Para passar uma boa imagem, é interessante que você invista na realização de projetos extracurriculares que vão além de seu campo de atuação.

Seja aprofundando um conhecimento que você já possui, descobrindo novas tendências ou interagindo com outros profissionais, as atividades e projetos extracurriculares permitem que você agregue novas experiência a seu currículo como profissional ou empreendedor.

## 9. Busque especialização

Você pode ser o melhor em sua área de atuação, mas sempre terá algo novo para aprender.

Buscar especialização de forma constante é ideal para não ficar para trás, principalmente em mercados em constante transformação, como é o caso do mercado digital.

#### **4- ETIQUETA AO TELEFONE**

Você está pronto para atender suas chamadas telefônicas da melhor maneira possível?

Gerir um *call center* é um dos aspectos mais desafiadores da gestão de um negócio. Mas a maneira como você lida com essas situações pode significar a diferença entre a criação de clientes leais e a perda de negócios.

Em uma pequena empresa, as coisas podem ser ainda mais delicadas. Você precisa se certificar de que todos que falam com os clientes ao telefone, ou respondem qualquer dúvida de seus clientes, sejam treinados.

Para começar, que tal algumas dicas de etiqueta no telefone? Aqui estão algumas dicas para as pequenas empresas garantirem a etiqueta durante as ligações.

##### **#1. Seja consistente**

Treine os funcionários para mencionar o nome da sua empresa, em seguida seus nomes, e logo depois, um sonoro “como posso ajudar?”.

Isso basta na hora de atender as chamadas que a sua empresa recebe. Qualquer coisa além disso pode soar exagerada.

A sua saudação deve parecer com essa: “Prestus, Alexandre Borin, bom dia! Como posso ajudar?”.

##### **#2. Nunca interrompa**

Não interrompa o cliente. Esteja ele reclamando ou elogiando, perguntando, ou respondendo.

Na prática, pode ser muito difícil fazer isso, mas toda equipe deve ser treinada para ouvir, independentemente do tempo que levar para ouvir todo o problema.

Mesmo que alguém tenha que transferir a chamada para outro profissional, ouvir toda a história é muito importante para que o cliente se sinta bem atendido.

### #3. Conheça o botão *mute*

Será que todos os funcionários sabem como usar o telefone de maneira adequada? O botão *mute* (ou hold) é seu amigo.

Nunca coloque o telefone junto ao peito para abafar o bocal para que você possa falar com alguém. Os clientes podem ouvir comentários desnecessários das tratativas internas.

### #4. Mantenha os clientes informados

É muito importante treinar a sua equipe sobre isso. Eles precisam dar ao cliente uma lista do que estão fazendo, em seguida, um prazo mais longo do que o necessário.

Por que? Porque quando você corrigir o problema em menos tempo do que você disse, as pessoas se sentirão agradecidas pelo que a sua empresa fez por eles, e você terá um cliente leal.

Agora, se caso contrário, as coisas levarem mais tempo do que o prometido, você terá problemas.

### #5. Sorria enquanto fala com os clientes

Todos nós sabemos que podemos ouvir um sorriso, e nada melhor do que um sorriso para expressar o nosso atendimento com os clientes.

Se os membros de sua equipe soarem severos, no telefone tudo fica ainda pior, uma vez que os seus clientes não conseguem perceber a linguagem corporal.

Palavras e inflexão em um telefone são mais importante do que em um encontro cara-a-cara.

### #6. Saiba como lidar com pessoas irritadas e abusivas

Em primeiro lugar, não diga a uma pessoa estressada para se acalmar.

Por mais incrível que pareça, nesses casos você deve começar com um voz um pouco mais alta, inicialmente, se o seu cliente começa com a voz alterada, e aos poucos você vai reduzindo seu tom.

Uma vez que o seu cliente estiver mais tranquilo, você pode usar a técnica número 4 para descrever como vai resolver o problema.

## 5- O VESTUÁRIO NO AMBIENTE DE TRABALHO

*Dress Code*, ou código de vestimenta, é um termo em inglês usado para designar a maneira correta de se vestir em diferentes ambientes. Muitas empresas têm um código rígido de vestuário, adotando uniformes ou traje social completo. Outras são mais flexíveis e permitem trajes mais esportivos, com o uso de calças jeans e camisetas. Há ainda empresas que adotam estilo formal, mas permitem usos mais descontraídos na sexta-feira, conhecida como *casual friday*.

O código de vestimenta surgiu como uma forma de facilitar a escolha de roupas mais adequadas, tanto no ambiente corporativo, quanto em festas e eventos. A maneira como a empresa encara o vestuário deve ser observada desde o momento da entrevista do candidato até as confraternizações, que permitem um estilo mais casual, mas que não deve fugir muito daquilo que é bem visto e esperado no cotidiano da profissão e da corporação.

A apresentação pessoal é a primeira imagem que recrutadores e colegas têm do profissional. Portanto, é preciso cautela para ousar nos looks. “A imagem pessoal, dentro do ambiente corporativo reflete a marca da organização em que a pessoa trabalha. O código de vestimenta deve ser respeitado e deve-se considerar o grau de formalidade da instituição”, diz Rúbia Guimarães, professora de Design de Moda do UniDrummond.

Todos os funcionários devem ter o mesmo cuidado com a apresentação, mas os cargos de gerência precisam ter atenção redobrada, já que servem de exemplo para os demais membros da equipe. Para não errar, Rúbia recomenda o uso de cores neutras – preto, cinza e marrom – e tecidos sociais. Se a empresa adotar tom mais formal, as calças devem ter corte reto e o comprimento das saias deve estar abaixo dos joelhos.

A especialista em moda diz que o *dress code* não impede que o funcionário siga seu estilo, apenas que se adapte às exigências da empresa, que podem ser mais rígidas

ou mais flexíveis. “Se optar por calça jeans, por exemplo, que tenho corte reto e lavagem escura”, sugere a professora. A roupa pode passar a impressão de seriedade ou descontração e, por isso, as combinações devem ser pensadas estrategicamente.

Cada segmento tem sua própria maneira de conduzir a questão da vestimenta. Muitas corporações, inclusive, adotam códigos tão flexíveis que permitem o uso de bermudas, peças de moletom e chinelos. É o caso de algumas gigantes de tecnologia e até de multinacionais. Mas essa ainda não é a realidade na maioria das empresas brasileiras. Na dúvida, é melhor pecar pelo excesso de zelo: “Escolha calças e saias de tecido estruturado. As mulheres devem usar maquiagem leve e acessórios que não comprometam a comunicação do rosto”, recomenda a docente do UniDrummond.

A adequação do traje de trabalho tem a ver com a atividade, com o local e o horário em que será usado. Se não for um uniforme obrigatório, segue o que se recomenda para o traje em geral: considerar a idade e o físico da pessoa, combinar com a cor dos seus cabelos e da sua pele. Mas neste caso a roupa de trabalho, sofre ainda mais alguns controles: deve guardar uma certa harmonia de nível entre os empregados no sentido de que algum deles não exceda em luxo aos colegas, e sobretudo ao chefe. Porém, não há medidas para o bom gosto. Este não depende de luxo nem precisa respeitar hierarquias.

O funcionário irá vestir-se com o cuidado de não exceder em luxo, e também não usar um padrão de roupas inferior ao da média do que usam os colegas. Não esnobar, nem ficar por baixo. Porém, não há limites para o bom gosto. Este não depende de luxo nem precisa respeitar hierarquias. É uma boa idéia manter-se a roupa para uso no trabalho sempre separada das que se usará para outros fins, em casa e na rua.

***Roupa-de-trabalho, mulher.*** No trabalho, são consideradas inadequadas para a mulher roupas que são coladas ao corpo, curtas e sem mangas, com decotes grandes ou em tecidos transparentes ou brilhantes; a blusa deve ser opaca o

bastante para esconder as costuras e alças do sutiã. Tecidos grossos demais, certos conjuntos de *jeans*, roupa de couro ou veludo, dão aparência de ineficiência e pouco dinamismo.

São mais próprias roupas fartas, dentro do seu figurino, evitando cores baratas (preto, marrom, ou coloridos ralos, de pouca tinta), como também estamparia de desenho muito graúdo (grandes retângulos, grandes círculos, grandes folhas, etc.).

Roupa, sapatos e bolsa de cor branca devem ser evitados nos meses frios ou nos dias chuvosos.

Salvo quando a natureza do trabalho recomendar o contrário, é mais conservador e clássico o uso de saias, em vez de calças compridas. Os caprichos da última moda sempre parecem, inicialmente, extravagantes, e chocam as pessoas que não lêem revistas francesas e italianas. Por isso não é uma boa idéia para a mulher, ser muito vanguardeira em seus trajes de trabalho.

As meias compridas são um acessório importante para a elegância, desde que não sejam espessas e chamem atenção como se fossem meias ortopédicas.

Quanto a jóias e bijuterias, no trabalho é conveniente usar o mínimo em tamanho e quantidade. Brincos discretos e pequenos, cintos não muito largos, principalmente se forem de couro cru ou cadeia de metais.

Certa vez fui atendido em uma livraria pela própria dona da loja. Usava em uma das mãos um anel com uma grande pedra, e na outra um *chuveiro* com cinco brilhantes de meio quilate cada um. Elogiei a beleza da ametista, mas ela respondeu secamente: "É um rubi." Abstei-me de comentários sobre os brilhantes, mas pensei no quanto ela parecia ter vindo de uma grande noitada diretamente para sua livraria.

Os sapatos nunca são de plataforma alta, ou de salto muito alto; melhor que sejam delicados e de salto médio, e estejam sempre limpos, assim como a bolsa. Se a mulher tem que caminhar muito entre o local onde estaciona seu carro ou desembarca do transporte coletivo, e o local do trabalho, não precisa estragar pelas calçadas os sapatos de sua toilette. Pode utilizar um calçado robusto, adequado para

a caminhada, que não prejudique muito a sua elegância, e levar em uma pequena sacola o par que usará no trabalho. Porém, usar para esse trajeto um tenis e meias brancas e curtas – um costume das americanas que chama a atenção em Nova York –, é um contraste muito desagradável de se ver.

Não é uma boa idéia para a mulher, ser muito vanguardeira em seus trajes de trabalho, e surpreender os colegas com as extravagâncias da última moda. Porém; usar roupas velhas e muito fora de moda, e sapatos deformados e sujos, é igualmente ruim.

**Roupa-de-trabalho, homem.** Para o homem valem recomendações bem parecidas. O uso de paletó e gravata é praticamente obrigatório como paramento da autoridade, tanto pública como privada. O modo de vestir-se de uma autoridade é sempre conservador. Os ternos são em cores escuras, listados ou não, a camisa branca, raramente azul claro, com punhos simples ou duplos, sapatos clássicos, de laço ou de fivelas, meias escuras e gravatas conservadoras. Tanto no governo quanto em empresas privadas os funcionários do alto escalão de chefia, podem usar blazer, mantendo a gravata. Em qualquer dos casos, a camisa a ser usada com o paletó é sempre de mangas compridas. O punho deve ultrapassar a ponta da manga do paletó cerca de 1 a 1,5 cm, ficando cobertas as abotoaduras ou o botão do punho da camisa. Esta, ao nível das assessorias, pode variar a cor, mantendo-se o bom gosto da combinação; os sapatos podem ser mocassins com borlas.

Fora do escalão das autoridades, públicas ou privadas, e das suas assessorias, os homens comumente usam, no máximo, paletó esporte de cor e padrão discretos, com gravata ,até apenas camisas de mangas curtas ou compridas com gravata, sem paletó.. As camisas sociais coloridas, com colarinho e punhos brancos, são um tanto pretensiosas e por isso o seu uso resvala para os limites do mau gosto, e as camisetas de barras coloridas e tenis também não são recomendáveis..

**Jalecos e acessórios.** Os homens usam o jaleco sobre a camisa de gola com ou sem gravata, as mulheres usam diretamente sobre o vestido ou blusa preferencialmente que tenham gola . Ao sair do ambiente de trabalho, o jaleco ou o guarda-pó deve ser despido, porque não é parte do traje social e sua função é

restrita ao local da atividade. Jalecos usados em consultórios, hospitais, laboratórios e oficinas não interferem na vestimenta, exceto por dispensarem o paletó ou o *blazer*.

Os suspensórios são pouco usados atualmente, e as calças vêm com alças para os cintos. Se o homem prefere manter as calças em posição com o uso de suspensórios, deve usar um cinto folgado para ocupar as alças, ou então mandar removê-las, ou encomendar calças a um alfaiate, sem esse detalhe

Os *jeans* nunca deixam de trair suas origens; ficam melhor para o trabalho no campo, no quintal, ou no jardim e nas oficinas. Sequer para o trabalho em um atelier de arte, um estúdio de fotografia, balcão de loja, ficam lá muito bem.

Não se usam meias claras ou brancas com sapatos escuros. As meias nunca devem ser de cano curto, pois deixam parte das pernas à vista quando o homem se senta. Sapatos engraxados – não se deve dar chance a alguém de saber de onde o outro vem, pelo barro nos seus sapatos –, roupas limpas e passadas, sem manchas, rasgos ou falta de botões, é um mandamento básico.

### **Comportamento no ambiente de trabalho**

#### **BOAS MANEIRAS NO ESCRITÓRIO**

Todos os aspectos do comportamento humano têm importância para a etiqueta. As normas da polidez não foram feitas para consumo exclusivo dos amigos, ou do relacionamento social em festas e reuniões. Por isso existem regras de boas maneiras regendo todo o ciclo de nossas vidas. Se costumamos ser sempre bem-educados, por que os esforços nesse sentido cessariam nos escritórios? Apenas porque os homens estão entre os seus iguais? Ou porque a linha de conduta no trabalho faz parte de um sistema imutável e automatizado? Um sistema no qual homens e mulheres são apenas funcionários-máquinas, contratados para cumprir determinado tipo de

trabalho, sem tempo para perder com corte-sia e amabilidades? Mas este é o tipo do conceito falso. Atualmente, o trabalho passou a ser fator essencial não só de sobrevivência, como de realização para homens e mulheres. Nessas circunstâncias, o comportamento nos setores profissionais tornou-se fundamental. O próprio sucesso chega a depender dele.

**NORMAS PARA OS FUNCIONÁRIOS**

- O cumprimento é obrigatório tanto ao chegar quanto ao sair do seu local de trabalho. Cumprimentar não quer dizer iniciar uma conversa-ção. Um bom-dia dito num tom agradável e atencioso é mais do que suficiente para começar o seu dia de trabalho. Peça aos colegas notícias de suas famílias, mas evite as questões indiscretas.

- Evite falar dos seus problemas pessoais no escritório. Quando preci-sar faltar, ou tiver faltado, não invente doenças ou lutos, nem muito menos entre em confidências e detalhes sobre os seus planos para tal ou tal dia. Explique-se corretamente com o seu superior. Ele entenderá. Uma regra sobre toda: vida no escritório e a vida privada de cada um

217

nada têm em comum. São inteiramente distintas e assim devem conti-nuar.

- Prestar um serviço ou trocar amabilidades não nos torna íntimos, mas bem-educados. Pode-se ser polido e cordial sem perder a noção da distância entre superiores, inferiores e até entre iguais. Aliás, a posição ideal é de respeito mútuo. Uma atitude clara e franca entre os colegas dos dois sexos evita equívocos futuros.

- Procure ser pontual, atencioso e cordial. Não deixe passar as oca-siões de prestar pequenos serviços. A reciprocidade será uma conse-qüência.

- Vista-se com discreta elegância. Sem exagero, mas sem desleixo. Se a apresentação pessoal é importante para você, o é muito mais para a organização onde trabalha.

- A discrição é a palavra de ordem, quer nas conversas surpreendidas involuntariamente, quer na correspondência de que é obrigado a to-mar conhecimento, ou nos diálogos telefônicos, assuntos confiden-ciais etc.

- Não impeça os outros de trabalhar sob o pretexto de contar o filme visto na noite anterior, ou os seus projetos para o fim de semana.

- Não precisa levantar-se para os diversos chefes de seção que passam por sua mesa, a menos que se trate de um chefe na pessoa de uma senhora mais velha. Mas se é o diretor que se aproxima de sua mesa para transmitir-lhe uma ordem ou uma recomendação, não fique sentado como se fosse o seu superior. Levante-se e permaneça de pé, desde que não tenha uma cadeira para oferecer-lhe.
  - Estando em desacordo com o seu superior, se a razão estiver do seu lado, não ceda por comodismo, ou por medo. Mantenha a sua posição, embora procurando não forçar a situação.
  - Não adquira o hábito detestável de reclamar por tudo e por nada, nem muito menos faça comentários desagradáveis sobre a firma na qual trabalha e sobre o seu chefe, nem discuta as ordens recebidas. E não se irrite, nem se chateie por um simples não, ou por uma exigência a mais de trabalho. Não seja mal-humorado e procure tratar bem a todos para se tornar simpático e, em consequência, receber igual tratamento. É da tolerância e das boas maneiras que depende, além dos seus contatos com os colegas, a boa impressão que causará aos seus superiores, clientes e visitantes.
  - Ao telefone, trate todos com igual cortesia, prestando as informações pedidas com clareza, sem demora e com entonação de voz agradável. Não faça os clientes esperarem sem um bom motivo e sem fornecer-lhes uma explicação razoável para a demora. E não remeta o cli-
- 218

ente de uma seção para outra só porque decidiu que ele é um chato. E, sobretudo, quando o cliente se apresentar no escritório; no banco, ou na loja, por favor, abandone por um momento suas atividades ou o seu bate-papo com os colegas e dê prioridade ao atendimento do cliente. O papo ou o pequeno serviço de que se ocupava podem esperar um pouco.

#### OBSERVAÇÃO

Seria aconselhável que o(a) funcionário(a) desistisse, de uma vez por todas, de se colocar em oposição sistemática ao seu superior. Se permanecer nessa

atitude negativa, tanto um como o outro estarão condenados a um fracasso que atingirá ambos. As boas maneiras, que não são outra coisa senão o respeito entre superiores e inferiores, são também o reconhecimento das funções de ambos. É um acordo para uma participação comum num trabalho coletivo do qual depende o sucesso de todos.

SE VOCÊ É O CHEFE

Ao chegar ao seu escritório não atravesse as salas, nem entre na sua própria sem cumprimentar a todos que for encontrando. E, por favor, não obrigue os funcionários a sentirem as diferenças de hierarquia, de situação material, ou de posição social. Há dificuldades suficientes na rotina das horas de trabalho em comum. Aceite cada um com as suas peculiaridades de comportamento, desde que os trabalhos corram satisfatoriamente. Não reclame o tempo todo e não conteste por hábito. Não demonstre o seu descontentamento com o andamento dos serviços usando como arma a ironia. Se houver necessidade de chamar a atenção, faça-o com respeito pela dignidade humana. Será uma chance a seu favor para resolver os desacertos e conquistar a estima de todos. A indecisão, as insinuações e a arrogância corroem a autoridade e projetam uma imagem medíocre e desfavorável de sua pessoa. Por outro lado, nem a sua pressa, nem o seu cansaço, ou a sua posição superior devem impedi-lo de concluir o seu dia com uma palavra de estímulo para aqueles que o ajudaram a executar o seu trabalho. Concluindo, qualquer que seja o seu lugar na administração pública, ou privada, não force suas atitudes. Mantenha uma posição firme e coerente, porém compreensiva e calma (se possível). E, ao dar suas ordens, procure ser objetivo e claro sem impor suas determinações, ou os seus pontos de vista exclusivamente pessoais. Reconhecer os próprios enganos e aceitar sugestões é uma prova de inteligência. E que Deus ajude!

## 6- REGRAS PARA O DIA A DIA NA EMPRESA

Embora muitas empresas apostem em um ambiente mais descontraído como forma de tornar seus funcionários mais confortáveis e até produtivos, ter em mente noções da etiqueta no trabalho é essencial para fugir de gafes e desconfortos na vida profissional – tendo em vista que, não importa o quão ‘relax’ é o seu ambiente de trabalho, quem ignora por completo as regras da etiqueta corporativa acaba se destacando pelos motivos errados.

Para ajudar os profissionais dos dias de hoje a manter a **etiqueta no trabalho** e fugir de constrangimentos ao longo da carreira, confira a lista a seguir, e fique por dentro das ‘regras’ de bom senso que não podem faltar entre as qualificações de qualquer profissional:

1. **Mantenha** **o** **respeito**  
O bom e velho ‘trate os outros como gostaria de ser tratado’ já resolve o problema.
2. **Respeite** **a** **privacidade** **alheia**  
Não invada ou force sua entrada na privacidade de colegas de trabalho.
3. **Seja** **pontual**  
Evite atrasos grandes demais ou muito frequentes no dia-a-dia de trabalho.
4. **Cuidado** **ao** **dar** **apelidos** **aos** **colegas**  
Nem todos encaram bem esse tipo de brincadeira. Portanto, se a própria pessoa não se dá um apelido, você também não deve inventar um.
5. **Brincadeiras** **devem** **ter** **limites**  
Palavrões e piadas obscenas podem agredir aos colegas, e brincadeiras desse tipo devem ficar da porta do escritório para fora.
6. **Tenha** **bom** **senso** **ao** **se** **vestir**  
Roupas discretas e mais sérias são melhores para o ambiente de trabalho. Há empresas que permitem vestimentas mais descontraídas, mas não se deve abusar, e manter o bom senso é sempre a melhor pedida.

7. **Tenha** **boa** **vontade**  
Ser solícito e ajudar seus colegas de trabalho pode render muitos pontos para a sua imagem profissional.
8. **Cumpra** **suas** **obrigações**  
Respeite prazos e cumpra as suas obrigações no dia-a-dia de trabalho, evitando perder tempo com o que não faz parte do seu cargo ou com assuntos pessoais.
9. **Cuidado** **com** **o** **tom** **de** **voz**  
Falar alto demais ou o tempo inteiro são atitudes bastante mal-vistas no ambiente corporativo.
10. **Respeite** **a** **pausa** **para** **o** **almoço**  
Use esse horário para se alimentar e cuidar de assuntos pessoais, e deixe o trabalho de lado durante a pausa.
11. **Atenção** **com** **o** **olfato** **alheio**  
Cuidado com o estilo e a quantidade de perfume usada.
12. **Seja** **bem-educado** **com** **clientes** **e** **colegas**  
Ser simpático e bem-educado – pedindo licença ao entrar na sala de colegas e superiores, por exemplo – é fundamental.
13. **Respeite** **hierarquias**  
É preciso estar bem informado em relação às hierarquias da empresa e respeitá-las, mesmo que não concorde.

## **7- ALMOÇO E JANTAR DE NEGÓCIOS**

Como evitar gafes no almoço ou jantar de negócios



Almoços e jantares com clientes e parceiros de negócio fazem parte da rotina de muitos profissionais. Só que, apesar de serem considerados mais informais que as reuniões tradicionais no escritório, esses encontros também têm uma etiqueta corporativa a ser seguida. Veja algumas dicas para evitar gafes:

### **O restaurante**

Quem convida normalmente dá algumas sugestões e pede para o convidado escolher entre elas. Se ele disser “tanto faz”, então você decide. Mas fique atento às preferências de quem for almoçar com você. Levar um vegetariano a uma churrascaria, por exemplo, vai ficar chato. Os locais mais indicados são aqueles mais tranquilos e sem muito barulho. Lembre-se de fazer reserva, assim vocês não correm o risco de enfrentar fila.

**O prato**

Evite pedir comidas “complicadas”, como pata de caranguejo, ostras, peixes com espinha, costelinha de porco. Quando é necessário usar as mãos diretamente na comida, lembre-se que isso pode causar constrangimento e fazer alguma bagunça na mesa.

**A conversa**

Não existe um momento certo para começar a falar de negócios, mas levando em conta o jeito do brasileiro, vale iniciar o encontro com um assunto mais ameno. Após o pedido dos pratos, aí sim é mais adequado dar início ao tema que levou vocês a se encontrarem.

**Os excessos**

Lembre-se de que você está representando a empresa, então pode não pegar bem escolher bebidas alcoólicas e pedir o prato mais caro do cardápio. De qualquer forma, deixe seu convidado livre para fazer as escolhas dele.

**O celular**

Desligue seu smartphone ou pelo menos o coloque no silencioso – e só atenda se for realmente necessário. Apesar de ter se tornado comum falar ao telefone em qualquer lugar, ainda é deselegante deixar a outra pessoa esperando enquanto você resolve seus problemas pelo celular.

**A conta**

Apesar de ser um pouco mais flexível hoje em dia, a regra continua valendo: quem convida, paga a conta.

Um cartaz de uma manifestante na Câmara dos Deputados chamou a atenção da imprensa em outubro: “Cuide de seu decoro que eu cuido do meu decote”, em resposta às medidas da mesa diretora para regular a adequação das vestimentas dos funcionários. As convenções sociais, como o conhecido “dress code” (código de vestimenta) fazem parte do nosso convívio social e mudam de acordo com a cultura

e a evolução dos tempos – afetados por aspectos morais do que se julga certo ou errado, logo não são uma unanimidade. Logo definir regras absolutas para problemas relativos geralmente resulta em conflitos interpessoais.

A comparação proposta pela manifestante citada entre decote e decoro é um lado interessante desta questão. Nos dias que vivemos uma crise moral e ética patrocinada pelos personagens ligados ao governo que, sob o tapete do dito “legal”, esconde sujeiras éticas e morais, questionar se a profundidade do decote, o tamanho da saia, o tipo de calçado ou de camisa são os mais apropriados, realmente beira o ridículo. Ainda assim, regras e convenções sociais mínimas servem para harmonizar o convívio social entre pessoas de valores e personalidades distintas.

Assim como encontramos livros e sites sobre como harmonizar vinhos e comidas, podemos pensar em regras para harmonizar os almoços, jantares, cafés da manhã ou “happy-hours” com negócios, já que conhecer algumas convenções sociais a este respeito pode ajudar a não darmos de frente com um cartaz de repulsa de um cliente ou fornecedor, chefe ou subordinado, ou qualquer outro personagem com quem tenhamos um encontro aparentemente “informal” de negócios. Assim como no comentário do parágrafo acima, prefiro desqualificar a validade de qualquer “regra” das propostas aqui quando a motivação do encontro é escusa, ilícita, antiética ou suja, como algumas que soubemos pelas investigações e delações — para estas, uma refeição em um chiqueiro seria mais apropriada.

Entretanto, felizmente, [vivemos em um mundo em que a maioria ainda é honesta e marca encontros visando realizar negócios](#), fazer entrevistas, estudar parcerias, e para esses encontros, cabem reflexões sobre alguns elementos básicos de convenções sociais e de educação.

### ***Quem convida e quem paga?***

A refeição de negócios pretende ser um encontro informal com um objetivo formal, expresso ou implícito: vender um produto ou serviço, contratar um empregado,

conseguir apoio para uma causa, obter informações de uma fonte, por exemplo. Apesar da aparente informalidade de uma refeição, a escolha desse formato de reunião já determina algumas regras.

Uma das regras mais importantes é o agendamento da reunião; aquele que convida propõe alternativas de data, horário e local checando o que é mais favorável ao convidado. Ao fazer isso, o anfitrião deve estar preparado para a escolha do outro, sendo coerente com seu orçamento e seu calendário. Tremer na base e demonstrar ansiedade quando olha o cardápio ou dizer que só quer uma “entradinha” para economizar na conta ou ficar de olho no relógio o tempo inteiro porque agendou um outro compromisso crítico depois de 60’ do início, geram o risco de se colocar a perder o objetivo da reunião. Como a grande maioria desses encontros se dá em almoços, contar com o trânsito livre para ambas partes, é uma aposta arriscada nas grandes cidades. A regra mais segura é chegar mais cedo do que o combinado, mesmo que tenha que abrir o restaurante com os garçons.

Ainda relacionado ao agendamento, a etiqueta ou a velha “educação que se aprende em casa” recomenda respeitar o que se compromete. O fato de ser um almoço ou jantar não diminui a importância do compromisso. Esquecer que agendou um almoço ou cancelar menos de um dia antes (a menos que seja motivo de força maior – como doença ou acidente e não que o chefe pediu um relatório) é, no mínimo, falta de respeito com quem quer que seja. Geralmente, a parte que tem menos “poder” é o interessado pelo fechamento de uma venda, mas isso não dá o direito ao cliente potencial, de ser mal-educado, sem chameuscar sua reputação. No caso de uma entrevista de emprego, este “poder” é mais distribuído mas está mais nas mãos de quem precisa mais do emprego ou do candidato de alto potencial que está muito bem empregado, mas mesmo nestes casos, a educação sempre é regra para ambos.

Outra regra não escrita é o pagamento da conta. Nos dias atuais é aceito que parceiros de negócio que já resvalam em amizade, onde o interesse pela reunião é bem dividido, “rachem a conta”. Porém, quando um fornecedor convida um potencial cliente para falar sobre seu produto ou serviço ou um executivo convida um

candidato potencial está implícito que quem convida paga, mesmo que o convidado faça aquela famosa encenação de ameaçar tirar a carteira ou perguntar retoricamente “vamos dividir?” – não caia nessa! Faz parte do teatro corporativo.

### ***Quem fala quando e o quê?***

Outro aspecto desses encontros informais com objetivos formais que pode gerar dúvidas ou saias justas é quando deve-se entrar no assunto que originou o convite. O “rapport” inicial da etiqueta – falar sobre o tempo, sobre o resultado do jogo, o trânsito e outras amenidades — faz parte do “teatro”, tomando-se o cuidado para não adentrar temas controversos como política, pois como isso pode se tornar o prato principal nos dias atuais, ele pode ser indigesto, dependendo se os interlocutores estão em lados opostos. Tirar do cardápio temas de religião, política e mesmo futebol (se for um almoço em Buenos Aires) é sempre mais aconselhável.

Às vezes, por educação demais estica-se o “rapport” e quando se resolve entrar no tema principal, o convidado anuncia que precisa ir embora. Então, uma regra básica: logo depois dos cumprimentos, perguntando sobre o tempo disponível para a reunião, coloca-se no “couvert” a objetividade pressuposta para ambas as partes, junto com a escolha dos pratos. Para os mais numéricos, considerar cerca de 20% do tempo para amenidades é um parâmetro razoável.

Falar é muito importante, mas ouvir é indispensável. Os americanos têm a expressão de “elevator speech” ou discurso de elevador, para caracterizar uma apresentação do “peixe” a ser vendido com a objetividade necessária para um discurso durante o trajeto de um elevador, digamos de 15 andares. Tendo na cabeça um resumo objetivo do que eu quero falar, de cerca de 3 minutos, já de cara consigo saber a opinião e o interesse de meu interlocutor. Esta abordagem permite-nos avaliar o quanto podemos detalhar nossa proposta ou se já podemos pedir o cafezinho pois nosso convidado revela total desinteresse e muda de assunto.

O outro ingrediente indispensável é a escuta presente, ativa, genuína, e todos adjetivos que se atribui à demonstração de real interesse no que a outra pessoa está

falando. Trata-se de ouvir realmente e não parecer ouvir enquanto está preparando a próxima fala. O negócio está parcialmente fadado ao fracasso se a outra pessoa se sente desrespeitada por não ser escutada. Como um amigo, candidato a uma posição executiva, comentou que o Diretor de RH, falou 90% do tempo da entrevista de emprego, revelando que queria apenas falar de si e não saber do candidato – acabou virando parte do folclore do diretor.

### ***Pecados capitais***

Nos dias de hoje, parece cada vez mais comum, observarmos reuniões em mesas de restaurante em que 50 a 100% deles estão entretidos com seus “smartphones” (ou telefones espertos). O abuso deste costume, mesmo quando se está com amigos ou familiares, decreta a categoria dos “dumbphoners” (usuários de phones idiotas) que se anunciam em toques expressivos, como o hino do timão em alto e bom som. Lembremos que existe um comando que emudece o telefone para se minimizar o pecado nos encontros sociais.

A tendência de se estender este vício para as refeições de negócios é como querer harmonizar vinho com hambúrguer ou caipirinha com macarronada, não rola... principalmente se você é o interessado no negócio e anfitrião. Claro que ao convidado educado também não cabe perdão por esse pecado, exceto se anuncia, logo no início, que está aguardando uma mensagem ou ligação que requererá interromper a conversa. Superar a crise de abstinência pela duração da refeição é um esforço que ambos, convidado e anfitrião, devem fazer – e para ajudar já existem clínicas de reabilitação para este fim.

Outro pecado capital que pode virar mortal para o objetivo que tínhamos é o uso da bebida alcoólica para descontrair. Almoços de negócios são mais seguros porque é mais raro a **inclusão** de etílicos no cardápio, mas em jantares, mesmo em tempos de lei seca, isso é mais comum e em “happy hours” é quase inevitável. Como o dito popular “in vino veritas” previne, dependendo da resistência alcoólica dos convivas, estas bebidas podem abrir espaço para se falar verdades ou fazer graças que acabam em arrependimentos tardios. Portanto, prefira almoços sóbrios ou se

prepare para muito comedimento nas doses ou taças para não transformar a reunião numa “sad hour” de ambas as partes.

### ***Antes e depois do encontro***

Como nos apresentamos e interagimos antes e depois da refeição de negócios, seja almoço ou jantar, também é importante. Se você vai falar sobre um serviço, **mandar algum material interessante antes do almoço** desperta o interesse por mais informações para entrarem no cardápio do encontro. E, ao final da refeição, combinar próximos passos e tentar agendar uma reunião em uma das empresas, serve para avaliar o potencial do negócio ou da busca do novo emprego.

Porém, o antes e depois também se refere à reputação que construímos em nossa **rede de relacionamentos**. Independentemente da **tecnologia**, faz-se necessário pensar sobre a etiqueta das redes de relacionamento e seu impacto sobre as amizades e as carreiras. Como nos comportamos com o estabelecimento de novos contatos e manutenção dos anteriores, é um elemento essencial para a gestão de nossa **carreira** e de nossa reputação pessoal e profissional. Não se consegue mais sair impunemente de um pequeno escândalo na web pois os Twitters e Facebooks ou melhor, as pessoas que os ativam são implacáveis.

Existem pessoas que desgastam sua conta corrente emocional pois aparecem do éter, como que por mágica, quando estão num momento de “transição de **carreira**” para pedirem para avaliar e encaminhar seu CV, e depois, desaparecem tão rapidamente quanto surgiram. Já “transicionados” para um novo emprego, seu canal de networking sai do ar e, provavelmente, será acionado novamente na próxima transição.

Mesmo antes de se recolocarem, alguns colegas comentam sobre contatos corporativos que na “rua da amargura” ou a caminho dela, pedem um “cafezinho” para conversarem e **pedir um conselho ou dica**. Mesmo recebendo um aceite e com uma oferta de data e horário, somem do mapa, até que a próxima crise apareça.

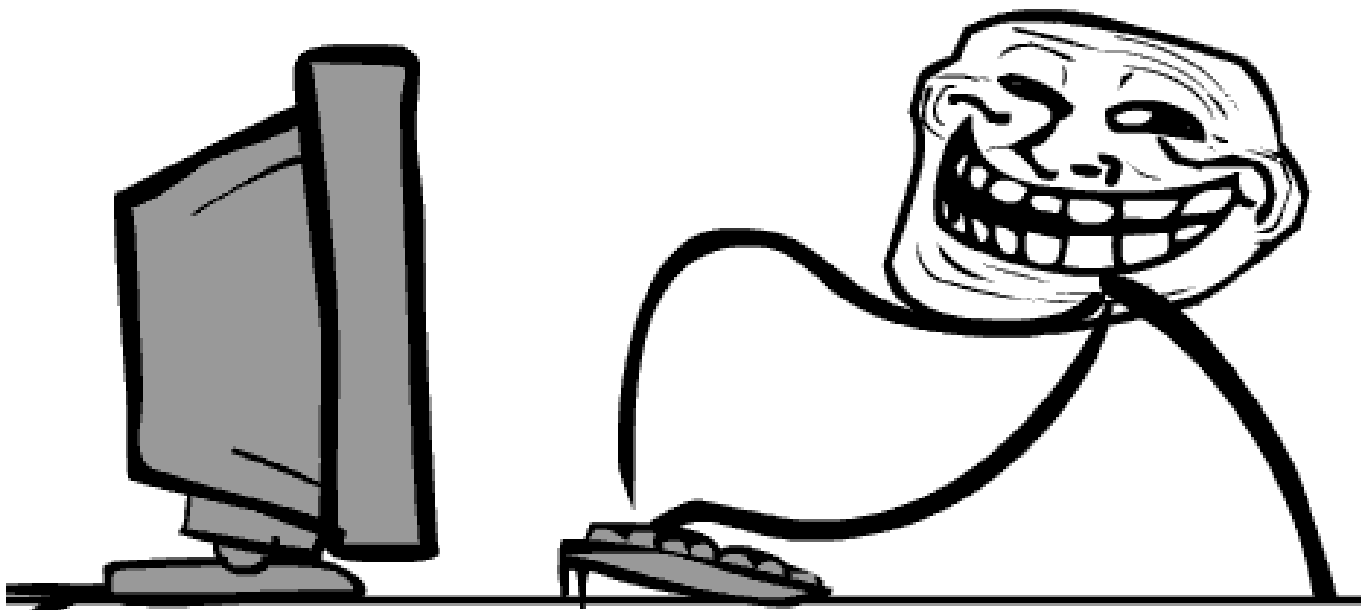
Estas pessoas, aos poucos, vão encontrar portas fechadas para suas redes — falimentares que estarão por inanição de respeito e trocas de atenção.

Voltando ao tema inicial do decote ou decoro, convenções sociais servem para regular o convívio social em que meu direito vai até onde começa o do outro. Seja o tamanho do decote ou a pontualidade nos almoços de negócios, os limites dessas regras dependem, antes de mais nada, do respeito a nós mesmos e aos outros e este depende de nossos valores e da educação e ética básicas que esperamos uns dos outros, ingredientes fundamentais para uma reputação sustentável na vida pessoal e profissional.

## 8- ETIQUETA NA INTERNET

A etiqueta net, ou “[netiqueta](#)”, é um termo relativamente novo, mas extremamente necessário. A questão é que muitas pessoas não estão cientes de que as regras de uma conversa educada não se aplicam apenas em um diálogo regular, mas também nas redes sociais.

O **Incrível.club** decidiu divulgar as regras básicas da netiqueta. Naturalmente, elas não são rigidamente estabelecidas, mas são precisamente estas que expõem o ignorante virtual.



- Se alguém lhe enviar uma foto, vídeo ou texto que você viu há muito tempo, mesmo em várias ocasiões, não vale a pena declarar arrogantemente que isso é algo antigo. Faça expressão de surpresa: não lhe custa nada e para seu interlocutor será agradável.
- **Não ative o alto-falante de uma conversa em locais públicos. Não estamos mais em 2005, quando isso significava que você era uma pessoa importante.**
- Antes de compartilhar material sobre um pequeno gatinho que está à procura de uma casa ou será sacrificado, reserve um minuto para verificar as informações. Em 90% dos casos, trata-se de notícias falsas.

- Não há mal nenhum em ligar pelo Skype ou FaceTime, contanto que diga ao seu interlocutor que irá fazê-lo. Nunca se sabe o que seu conhecido pode estar fazendo quando você inesperadamente decidiu fazer uma videochamada.



© [Hostelworld / youtube](#)

- Mensagens que exigem feedback devem ser respondidas ao longo do dia. Esperar muito tempo será considerado rude.
- As mensagens com letras de substituição como \$ímbolos, letras MAIÚSCULAS ou dEsTa FoRmA é melhor que fiquem em 2005.
- Se você inesperadamente se tornou participante de um debate turbulento, no qual o tema principal foi deixado de lado, a coisa se tornou algo pessoal e ninguém consegue pará-lo de nenhuma maneira, saiba que está sendo vítima de “*flaming*” — chama. Frequentemente, os flamings surgem espontaneamente, desenvolvem-se rapidamente e terminam em nada: os participantes não mudam de ideia, exceto quando dúvidas são geradas entre os observadores da batalha. A melhor decisão que uma pessoa pode tomar é **expressar sua posição de uma maneira muito construtiva e evitar cair na discussão mais uma vez.**



© X-Men Origins: Wolverine / Twentieth Century Fox

- Todas as redes sociais e de mensagens instantâneas têm grupos dedicados a um determinado tópico. Por exemplo, grupo de trabalho, grupo dos vizinhos, discussão sobre a escolha do presente de um amigo, entre outros. Com essas discussões por todos os lados, ocorre um problema conhecido como **“mensagens off topic”**, (mensagens fora do tópico), que consistem em enviar mensagens que não têm nada a ver com o assunto para o qual o grupo foi criado, ou do qual se tratava a publicação. Considerando quantas conversas semelhantes existem hoje em dia nos serviços de mensagens de todas as pessoas, isso é completamente irritante e oficialmente proibido em alguns grupos.
- **As regras de comunicação nas redes sociais com amigos e conhecidos são muito importantes: se você viu uma publicação, comente algo positivo ou simplesmente ignore-a.** Uma pessoa posta seus pensamentos e fotografias por prazer de comunicação, não para críticas.
- O mesmo se aplica a figuras públicas ou revistas. Se foi publicado algo ou a foto de alguém de quem você não gosta, pare de seguir ou ler. Comunicar ao autor que você não está mais interessado nele ou qualquer comentário negativo, não faz sentido. O autor não cria publicações para agradar você especificamente.

Ele provavelmente tem um plano para seus posts que não gira em torno de suas preferências.

- Em geral, a publicação de comentários negativos é interessante de ser analisada. Muitos frequentadores de fóruns e redes sociais perdem sua imagem humana: eles não hesitam em ser rudes, ofendem e trazem à luz seu sabe-tudo interior. Começam a criticar, por exemplo, a cinematografia independente ou os processos termodinâmicos de um compressor de múltiplos estágios. **Lamentavelmente, isso acontece porque, para a maioria deles, a internet é o único lugar onde podem manter algum tipo de conversa.**



© Unusual Mind / youtube

- Não publique muita informação sobre si mesmo. Em primeiro lugar, isso soa intrusivo e, segundo, lembre-se sempre que o [Facebook já sabe muito sobre você](#).
- Não vale a pena postar em sua timeline solicitações para derrubar o sistema.
- **Não poste nada na timeline alheia**, nem felicitações de aniversário. Todo mundo tem um “inbox”, um número particular. Além disso, hoje em dia, a timeline é como o rosto virtual de uma pessoa, portanto, um estranho não deve fazer parte de seu conteúdo.
- E finalmente: se você encontrar um problema de comunicação virtual, **imagine como reagiria na vida real**. As regras são as mesmas e você encontrará facilmente a solução.

## 9- ETIQUETA NA VIDA PROFISSIONAL

Confira 10 excelentes dicas de etiqueta profissional para começar a colocar em prática desde já:

### **1 – Pontualidade** – Seja pontual em seus compromissos e respeite os horários.

Organize-se para chegar sempre cedo no trabalho e em reuniões. Se precisar sair antes do fim de uma reunião, procure avisar com antecedência a quem está presidindo o encontro e saia discretamente.

Esteja atento aos prazos de entrega de trabalhos e relatórios e cumpra-os à risca. Se não for possível atender o prazo combinado, avise as pessoas envolvidas com o máximo de antecedência, explique as razões do atraso e, se possível, combine novo horário ou data.

### **2 – Apresentação pessoal** – Mantenha uma boa imagem pessoal

A primeira leitura que alguém fará de você será baseada em sua aparência: suas roupas; cabelo e higiene pessoal. Cuidar desses aspectos mostra respeito e comprometimento com a empresa.

Vista-se de forma discreta, evite modismos, decotes reveladores e excesso de acessórios. Evite “mostrar pele” demais, use blusas com mangas ao invés de regatas, cuide com o comprimento de saias e prefira calças à bermudas. Cada ambiente de trabalho exigirá um tipo de vestimenta, fique atento ao grau de formalidade de sua empresa.

Esteja sempre alinhado, com as roupas limpas e bem passadas e sapatos engraxados.

A higiene pessoal é outro fator importante. Procure sempre manter seus cabelos limpos, penteados e bem cortados, a barba bem feita ou cortada, unhas limpas e sem esmalte descascando, dentes escovados e bom hálito.

A pele também deve ser bem cuidada. Use produtos adequados para reduzir a oleosidade, disfarce espinhas ou manchas e use maquiagem discreta.

### **3 – Postura – Use a linguagem corporal a seu favor**

Com postura e movimentos corretos você pode influenciar positivamente as pessoas ao seu redor.

Mantenha a postura ereta ao ficar de pé: ombros para trás e cabeça erguida demonstram confiança.

Ao conversar com as pessoas, mantenha sempre contato visual. Evite cruzar os braços ou apoiá-los na cintura, pois isso pode transmitir passividade e desinteresse na conversa.

Gesticular um pouco ao falar pode dar mais confiabilidade ao que está sendo dito, além de ajudar a formar pensamentos mais claros.

Quando estiver sentado, procure manter a coluna ereta.

### **4 – Tom de voz –Controle o tom e o volume de sua voz**

Procure manter um tom de voz neutro, controlando suas emoções para não demonstrar sentimentos negativos como agressividade, deboche e irritabilidade, entre outros.

Se estiver descontente com algo, evite falar naquele momento. Respire fundo, tente se acalmar e colocar os pensamentos em ordem. É mais difícil controlar o tom de voz quando dizemos a primeira coisa que nos vem a cabeça, portanto reflita sempre antes de falar.

O volume de sua voz também é importante, evite falar alto demais. Em certos ambientes é necessário falar um pouco baixo, mas certifique-se de que a outra pessoa possa ouvi-lo. Cuidado com as risadas também, gargalhadas altas são inadequadas.

## **5 – Bom humor sem exageros – Evite Piadas e Brincadeiras**

Todos desejam trabalhar em um ambiente com atmosfera agradável, alegre e descontraído, mas há limite para o humor.

Expresse seu bom humor sendo simpático, sorrindo e fazendo comentários leves e agradáveis.

Lembre-se da diversidade existente em um ambiente de trabalho, com pessoas de diferentes culturas e crenças convivendo juntas. Portanto, evite as brincadeiras e piadas, pois elas podem facilmente deixar alguém desconfortável, ou até mesmo ofender.

Cuide também de como trata as pessoas. Não é recomendável criar apelidos, ou chamar os outros por uma versão mais curta de seu nome, sobretudo em ambientes mais formais. Para evitar deslizos, procure chamar as pessoas pelo nome com que elas se apresentam.

## **6 – Ao entrar – Peça licença ao entrar e cumprimente a todos**

Sempre peça licença ao entrar em um ambiente, mesmo que a porta esteja aberta. Cumprimente todas as pessoas que estão ali. Bastam um sorriso e um “bom dia” ou “boa tarde”, não é preciso chegar dando beijinhos nos integrantes da reunião.

Ao entrar na sala ou escritório de alguém, espere receber um convite para depois sentar.

## **7 – Caixa postal em dia – Não deixe nenhum e-mail sem resposta.**

Procure acessar com frequência o e-mail corporativo e enviar respostas rápidas de forma clara e objetiva. Quem envia um e-mail espera por uma resposta. Caso você não consiga responder a uma solicitação no mesmo dia, mande uma mensagem curta dizendo que recebeu o e-mail e irá tratar da resposta o mais rápido possível.

Não utilize o e-mail da empresa para assuntos pessoais ou para enviar mensagens com assuntos não profissionais. Para isso, use sua conta de e-mail pessoal e preferivelmente fora do horário de expediente.

**8 – Respeite o horário de intervalo** – Não coma em sua mesa de trabalho ou fique conversando com colegas que estão trabalhando

O intervalo de trabalho é o momento em que você pode resolver questões pessoais, dar telefonemas e conversar sobre amenidades com seus colegas.

Evite falar sobre questões de trabalho, ou tentar resolver pendências durante um almoço informal com os colegas. Se almoçou rapidamente e voltou à sua mesa antes da hora, evite interromper os que estão em horário de expediente.

Não coma lanches em sua mesa de trabalho. Além de ser deselegante, você corre o risco de derramar alguma coisa no computador ou em algum documento importante.

**9 – Conversas de corredor** – Fique longe das fofocas

Embora as pessoas geralmente passem mais tempo no trabalho do que em casa, isso não as dá o direito de serem invasivas. Evite fazer perguntas pessoais aos seus colegas, ouça mais do que fale e espere a outra pessoa ter a iniciativa de contar algo pessoal.

Evite expor sua vida privada e não participe de fofocas. Existe uma linha tênue entre comentários e fofocas. Na dúvida, evite expor sua opinião sobre alguém. O ideal é que esta pessoa esteja presente ao se falar dela ou de seu trabalho. É aquela velha e sempre importante regrinha de ouro: elogie em público, critique em privado.

**10 – Imagem Profissional** – Não fale mal da empresa em que trabalha

Além de antiético, falar mal da empresa onde se trabalha pode denegrir sua imagem profissional.

Preste atenção ao tipo de comentário que você fará sobre a empresa, outros colegas e chefe para as pessoas de fora do trabalho e, principalmente para seus clientes e colegas.

Isto também vale para a empresa em que você não trabalha mais.

## REFERÊNCIAS

<https://www.jrmcoaching.com.br/blog/o-que-e-etiqueta-empresarial/>>acesso em 21/05/2020

<https://opiniaorh.com/2015/03/30/3-fatores-fundamentais-para-alcancar-o-sucesso/>>acesso em 21/05/2020

<https://www.moltrio.com.br/os-tres-pilares-do-negocio-de-sucesso/>>acesso em 21/05/2020

<https://cio.com.br/9-orientacoes-sobre-etiqueta-empresarial/>>acesso em 21/05/2020

<https://blog.hotmart.com/pt-br/marketing-pessoal/>>acesso em 21/05/2020

<https://www.prestus.com.br/atendimento-ao-cliente-101-etiqueta-ao-telefone-para-pequenas-empresas/>>acesso em 21/05/2020

<https://drummond.com.br/blog/2018/08/07/dress-code-a-importancia-do-codigo-de-vestimenta-no-ambiente-de-trabalho/>>acesso em 21/05/2020

<https://www.cobra.pages.nom.br/bmp-vesttrab.html>>acesso em 21/05/2020

<https://blog.convenia.com.br/etiqueta-trabalho/>>acesso em 21/05/2020

<https://www.roberthalf.com.br/blog/dicas/como-evitar-gafes-no-almoco-ou-jantar-de-negocios>>acesso em 21/05/2020

<https://revistadorh.com.br/como-harmonizar-refeicoes-e-negocios/>>acesso em 21/05/2020

<https://incrivel.club/admiracao-curiosidades/15-regras-de-etiqueta-na-internet-para-nunca-esquecer-677560/>>acesso em 21/05/2020

<https://www.guiadacarreira.com.br/carreira/10-otimas-dicas-de-etiqueta-profissional/>>acesso em 21/05/2020