



## Férias coletivas: liberdade do empregado ou poder do empregador?

Giovanna Tawada (\*)

Com a aproximação do final do ano, cresce o movimento de empresas que optam por conceder férias coletivas, seja por questões de organização interna, sazonalidade, redução de demanda ou simples recesso programado

Apesar de ser uma prática comum, muitos trabalhadores ainda desconhecem como esse mecanismo funciona e, principalmente, quais são seus direitos e deveres diante dessa determinação empresarial.

As férias coletivas estão previstas nos artigos 139 a 141 da CLT. A lei permite que a empresa conceda férias coletivas a todos os funcionários ou apenas a determinados setores, desde que cada período tenha, no mínimo, dez dias corridos e que haja a comunicação formal aos envolvidos. Para que o procedimento seja válido, o empregador deve informar com antecedência mínima de quinze dias o órgão local do Ministério do Trabalho, o sindicato da categoria e os próprios empregados, mediante aviso afixado em local visível. O pagamento segue a mesma lógica das férias individuais: deve ser efetuado até dois dias antes do início do descanso, assegurando previsibilidade financeira ao trabalhador.

Apesar da clareza da legislação, há um ponto que costuma gerar grande debate: o empregado pode se recusar a tirar férias coletivas? A resposta é não. As férias coletivas configuram ato unilateral do empregador, respaldado pelo seu poder diretivo, previsto no artigo 2º da CLT. Em outras palavras, tratam-se de férias concedidas no interesse da empresa, e não por escolha do empregado. Além disso, não é raro que as atividades sejam interrompidas integralmente durante esse período, o que torna inviável manter um empregado trabalhando

sozinho. Assim, a recusa não encontra amparo jurídico e pode até gerar consequências disciplinares, a depender do caso concreto.

Outro ponto de dúvida frequente envolve empregados contratados por prazo determinado. É comum imaginar que, por terem vínculo curto, estariam excluídos das férias coletivas — mas isso não procede. O artigo 140 da CLT determina que esses trabalhadores também devem participar das férias coletivas, usufruindo férias proporcionais ao período trabalhado. Ao retornarem, inicia-se automaticamente um novo período aquisitivo. Caso o período de descanso concedido seja superior ao que o empregado tem direito, os dias excedentes são considerados licença remunerada, e não podem ser descontados futuramente, nem mesmo em eventual rescisão.

As férias coletivas, portanto, configuram uma ferramenta legítima e importante de gestão empresarial, ao mesmo tempo em que preservam os direitos dos trabalhadores. Ao contrário do que muitos imaginam, não se trata de mera conveniência patronal, mas de um mecanismo equilibrado que busca compatibilizar necessidades empresariais com proteção ao trabalhador. A decisão unilateral é permitida justamente porque a interrupção temporária das atividades pode ser essencial para a saúde econômica da empresa — e, por consequência, para a preservação dos próprios empregos.

Em um cenário econômico dinâmico e muitas vezes incerto, compreender o funcionamento das férias coletivas é fundamental para evitar conflitos e assegurar relações de trabalho mais harmônicas. Informação e clareza são, como sempre, os melhores instrumentos para garantir segurança jurídica a todos os envolvidos.

(\*) Advogada trabalhista e sócia no Feltrin Brasil Tawada Advogados.

# WhatsApp: como escalar as vendas em 2026?

Estar online, hoje em dia, não é mais suficiente para que uma empresa prospere e se destaque

Luiz Correia (\*)

O consumidor moderno exige de suas marcas um atendimento rápido e personalizado, sem muita burocracia ou dificuldade em finalizar suas compras — algo que pode ser proporcionado com grande eficácia pelo WhatsApp.

Além de ser um dos canais mais utilizados para fins pessoais no Brasil, também se tornou uma ferramenta poderosa na comunicação entre as empresas e seus clientes, dispondo de uma série de recursos que otimizam e enriquecem a jornada de cada cliente, mantendo a máxima segurança quanto aos dados que ali são compartilhados.

Sua versão WhatsApp Business API foi, justamente, desenvolvida para organizações que precisam de escalabilidade, integração com sistemas internos e governança sobre o fluxo de mensagens, na qual é possível centralizar os atendimentos, controlar quem manda mensagens e de que forma são enviadas, configurar camadas de autenticação e permissões por usuário, além de integrar CRMs, automação e chatbots com criptografia ponta a ponta, por exemplo.

Dessa forma, ao invés de depender de contas pessoais ou celulares físicos para conduzir essa comunicação, as marcas passam a operar em um ambiente estrutura-



Diego Cerco, CANVA

do, seguro e auditável, algo fundamental para privacidade, compliance e LGPD. Processos estruturados levam a uma operação mais confiável e previsível, o que reduz retrabalhos, evita perda de dados e aumenta a eficiência da equipe comercial, diminuindo o tempo de resposta e facilitando a personalização em grande escala, mantendo a consistência da marca e do discurso empregado.

Os resultados desses cuidados vão muito além do que um maior lucro. A pesquisa deste ano da Opinion Box revelou que 82% dos brasileiros já utilizam o WhatsApp para se comunicar com empresas, além de 60% que já realizaram compras diretamente pelo aplicativo. Esses dados mostram como a eficiência operacional na plataforma não contribui apenas para uma maior otimização do atendimento, mas, acima de tudo, para uma maior satisfação do cliente pela clareza, rapidez e continuidade da jornada dentro do mesmo ambiente.

O que acontece, por outro lado, quando esses cuidados são deixados de lado? Ao invés de atuar como um canal estratégico para um relacionamento próximo entre as partes, seu uso inadequado o torna uma vulnerabilidade à prosperidade do negócio, abrindo margem para riscos de vazamento de dados, clonagem ou roubo da conta, perda do histórico de atendimento, dentre muitos outros que impactarão sua confiança com o mercado, bloqueio do número comercial e, no pior dos casos, término das operações.

Evitar esses riscos não depende só da tecnologia em si, envolvendo também um conjunto de atenção aos processos estruturados nesse canal, a criação de uma cultura voltada a esse olhar, além, é claro, da aplicação de treinamentos contínuos que mantenham as equipes capacitadas a conduzir as estratégias com máxima eficácia no canal.

A segurança e escalabilidade sempre caminharão juntas. Sem a primeira, a operação

vira gargalo. Porém, quando assegurada, vira motor de crescimento contínuo. Nesse sentido, algumas das melhores práticas a serem prezas por todas as empresas incluem a utilização de sua versão Business API ao invés de contas pessoais, gerenciar as permissões de acesso por trabalhador, e criação de políticas internas claras de comunicação e manipulação de dados.

Quanto à segurança de seu uso, é imprescindível adotar a autenticação em múltiplos fatores (MFA) para todas as contas de acesso, além da integração com CRMs para evitar dados soltos ou exportações manuais, e desenvolvimento de chatbots e fluxos guiados para padronizar a primeira etapa do atendimento. Monitore, continuamente, cada etapa conduzida pelos consumidores, e realize auditorias contínuas do histórico de conversas, acompanhando essas interações e identificando como podem ser aperfeiçoadas.

As empresas que tratam o WhatsApp como um canal estratégico, e não apenas como um aplicativo de mensagens, criam uma vantagem competitiva real diante de um mercado altamente conectado. No final, sempre serão os detalhes e cuidados na personalização do atendimento que farão a diferença na fidelização dos consumidores.

(\*) Head Comercial da Pontaltech.

## Fechamento de ciclo: 26% dos profissionais ainda ficam sem feedback

Sondagem da Robert Half mostra que trabalhadores valorizam avaliações formais, porém sentem falta de métodos mais estruturados.

A proximidade do fim do ano, período tradicionalmente dedicado a balanços profissionais e avaliações de desempenho, reacende a importância de processos esquematizados de feedback nas empresas. Duas sondagens conduzidas em novembro pela Robert Half mostram que trabalhadores apresentam disposição para evoluir, mas revelam lacunas significativas que afetam tanto o engajamento quanto a retenção de talentos. No total, a consultoria recebeu 300 interações aos questionamentos realizados.

No primeiro levantamento, 45% dos participantes afirmaram enxergar o feedback anual como uma oportunidade de crescimento, enquanto 11% relataram sentir ansiedade, mesmo que reconheçam o valor dessas conversas. O dado mais sensível, no entanto, está no fato de que 19% consideram que as ações atuais poderiam ser melhor estruturadas, e 26% afirmam não receber nenhuma avaliação formal,

o que evidencia um gap relevante de gestão e comunicação.

A segunda enquete, por sua vez, reforça a relevância desse momento. À pergunta sobre o que move os talentos no fechamento do ciclo anual, 40% destacaram o reconhecimento pelo desempenho, seguido por metas para o próximo ano (27%). Outros 17% valorizam feedbacks claros para evoluir e 16% indicam oportunidades de promoção como principal motivador.

Esses achados corroboram tendências identificadas no Guia Salarial 2026 da Robert Half, que sinaliza gestão de desempenho e gestão de clima organizacional entre as habilidades técnicas mais demandadas para profissionais de Recursos Humanos.

“A sondagem reforça que ainda há um gap a ser trabalhado em relação à avaliação dos profissionais, pelas empresas. Vemos que muitas companhias já avançam em maturidade de gestão de pessoas, sobretudo no fim do ano, quando essas conversas se tornam ainda mais estratégicas. Mesmo assim, a ausência de avaliações formais é um alerta importante para

líderes e times de RH”, afirma Laís Vasconcelos, gerente da Robert Half.

Além de contribuir para o crescimento individual, feedbacks bem conduzidos influenciam diretamente a competitividade corporativa. Organizações que oferecem reconhecimento transparente, alinhamento de expectativas e metas claras tendem a reter profissionais-chave por mais tempo e a criar ciclos de desenvolvimento mais sustentáveis.

Porém, para que esse processo gere impacto real, as companhias devem analisar o amadurecimento de seus departamentos de Recursos Humanos. Contar com equipes de RH capazes de conectar desempenho, cultura e objetivos de negócio, ou buscar no mercado profissionais com esse perfil, é um fator importante.

“Estamos em um momento estratégico para que as empresas revisitem seus métodos de avaliação. Esta é uma demanda crescente do mercado, principalmente entre trabalhadores com qualificação, que valorizam o diálogo aberto e as oportunidades reais de evolução”, completa Laís.