



CRQ - 4ª REGIÃO
SÃO PAULO

LEI Nº 2.800 DE 18 DE JUNHO DE 1956

E-BOOK

LinkedIn para Estudantes e Profissionais da Química

MÓDULO EXTRA

Empreendedores da área Química

1ª Edição ■ Setembro de 2026

REALIZAÇÃO

Comissão Técnica de Divulgação do CRQ-SP



É proibida a reprodução e comercialização desta obra. Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610 de 19/02/1998).

CONSELHO REGIONAL DE QUÍMICA

Rua Oscar Freire, 2039, Pinheiros

CEP: 05409-011

São Paulo/SP

www.crqsp.org.br

comissoes@crqsp.org.br

Apresentação

A Comissão Técnica de Divulgação do CRQ-SP tem a satisfação de disponibilizar a primeira edição do e-book LinkedIn para Estudantes e Profissionais da Química. O material reúne orientações práticas sobre marca pessoal, construção de perfil, pesquisa de palavras-chave, produção de conteúdo técnico e presença institucional de empresas do setor químico na plataforma.

O conteúdo foi organizado de forma didática, com exercícios ao final de cada tema, para auxiliar dois públicos: estudantes que estão construindo os primeiros registros de sua trajetória e profissionais da química habilitados que já atuam no mercado e querem tornar a própria competência mais visível.

O texto acompanha mudanças recentes da plataforma, entre elas o crescimento dos formatos de vídeo, o fortalecimento das newsletters, a menor distribuição de publicações com links externos e o uso de recursos de inteligência artificial na escrita de perfis e publicações. Um capítulo é dedicado à LinkedIn Page, voltado a laboratórios, indústrias e consultorias que precisam comunicar competência técnica sem transformar o canal em vitrine publicitária.

Embora apresente uma visão abrangente, o guia não pretende esgotar o assunto. Métricas e recursos das redes sociais mudam com frequência, e cada trajetória profissional exige escolhas próprias. A intenção é oferecer uma base de consulta e de estudo, com exercícios que possam ser repetidos ao longo da carreira.

Espera-se que esta publicação sirva de instrumento de apoio ao aprendizado, à prática profissional e ao fortalecimento da imagem da química brasileira.

Autora

Ingrid Ferreira Costa

CRQ-IV nº 04271834

Bacharel em Química com Atribuições Tecnológicas. Possui formação em Química, Ciências Farmacêuticas, Gestão da Qualidade e Cosmetologia. É Especialista em Gestão de Projetos de Inovação e Sustentabilidade, Inteligência Artificial, Análises Clínicas e Microbiológicas, Desenvolvimento de Inteligência Artificial para Análise Preditiva, Auditoria, Perícia e Licenciamento Ambiental. Auditora em normas do Sistema de Gestão da Qualidade. Membro da Comissão Técnica de Divulgação do CRQ-IV/SP e de comitês nacionais da ABNT. Reconhecida como LinkedIn Top Voice 2024 e LinkedIn Creator 2022.

Membros da Comissão

Catarina Sandor de Castro
Costa Moraes

Marcelo Alexandre Tirelli

Ingrid Ferreira Costa

Márcia Guekezian

Jefferson Guilherme
Nascimento Santos

Marco Canto Machado

Klauss Engelmann

Raquel Cardoso Machado

GERÊNCIA DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS DO CRQ-SP

Aislan Renato Balza
Gerente

Luciana Bragil Mamede
Coordenadora

Mari Menda
Jornalista

Sumário

1. CONSTRUÇÃO DA MARCA PESSOAL	6
1.1 Autoconhecimento	7
1.2 Hard, soft, real e mad skills	8
1.3 Identidade visual e capa do perfil	11
1.4 Psicologia das cores e paleta	12
2. CRIANDO UM PERFIL CAMPEÃO	15
2.1 Os quatro pilares do SSI	16
2.2 Foto do perfil	19
2.3 Título estratégico	22
2.4 Seção Sobre	23
2.5 Formação, experiências, voluntariado e idioma	25
3. PALAVRAS-CHAVE E PESQUISA DE MERCADO	28
3.1 Palavras-chave dos concorrentes	29
3.2 Palavras-chave dos recrutadores	30
3.3 Palavras-chave dos anúncios de vagas	31
3.4 Radar de competências	32
4. CONTEÚDO, VÍDEO E NEWSLETTER	33
4.1 O que mudou na plataforma	34
4.2 Formatos que funcionam na química	35
4.3 Inteligência artificial com responsabilidade técnica	36
5. LINKEDIN PAGE PARA EMPRESAS DA QUÍMICA	37
5.1 Estrutura da página institucional	38
5.2 Linhas editoriais para laboratórios e indústrias	39
5.3 Calendário, aprovações e compliance	40
5.4 Colaboradores como porta-vozes e métricas	41
6. PLANO DE AÇÃO	42
6.1 Mais de 100 ações pelos quatro pilares e rotina semanal	43
7. MÓDULO EXTRA: EMPREENDEDORES DA ÁREA QUÍMICA	48
7.1 Posicionamento do negócio	49
7.2 Dez dicas para a LinkedIn Page	50
7.3 Prospecção sem parecer vendedor	51
REFERÊNCIAS	52

01

Construção da marca peçoal

Antes de escrever qualquer linha do perfil é preciso saber o que se quer comunicar. Marca pessoal não é invenção: é a tradução organizada do que você já é e do que entrega.

Autoconhecimento

Autoconhecimento é a capacidade de reconhecer suas próprias emoções, competências, limitações, motivações e comportamentos. Sem esse olhar interno é difícil identificar quais habilidades você já domina, quais precisa desenvolver e como comunicá-las de forma coerente para criar impacto no LinkedIn.

Para estudantes, o exercício substitui a falta de experiência formal: projetos, iniciação científica, monitoria e trabalhos voluntários são competências reais e contam. Para quem já atua, ele evita o erro mais comum, que é descrever cargos em vez de descrever entregas. O autoconhecimento é o primeiro passo para entender e equilibrar três forças.

Competências

O que você faz bem, com prova: técnicas dominadas, normas aplicadas, resultados entregues.

Interesses

O que você gosta de fazer e sustentaria por anos, mesmo em dias difíceis.

Oportunidades

O que o mercado valoriza e paga, verificado em anúncios de vagas e faixas salariais.

SEJA ESTRATÉGICO AO CONSTRUIR SUA MARCA

Escolha um posicionamento que caiba nas três forças ao mesmo tempo. Uma marca construída só no que o mercado pede vira discurso vazio. Construída só no que você gosta, não gera oportunidade. O encontro das três é o que torna um perfil convincente.

Hard, soft, real e mad skills

A leitura completa de um profissional combina quatro camadas de habilidade. Elas se sustentam entre si: técnica sem comportamento não sobrevive a uma auditoria tensa, e comportamento sem técnica não aprova um lote.

COMPETÊNCIAS TÉCNICAS

Hard skills

São as competências técnicas e específicas, geralmente adquiridas por meio de cursos, formações, certificações e experiências práticas.

Exemplos: domínio de análises físico-químicas, aplicação de normas técnicas, atuação em gestão da qualidade, validação de métodos, operação de HPLC, FTIR e UV-Vis.

Autoconhecimento: saber quais habilidades técnicas você realmente domina, reconhecer as lacunas que precisam ser preenchidas e verificar se essas competências estão alinhadas aos seus objetivos profissionais.

Reflexão: quais são minhas competências técnicas essenciais? Quais delas eu domino a ponto de ensinar?

COMPETÊNCIAS COMPORTAMENTAIS

Soft skills

São habilidades interpessoais, comportamentais e socioemocionais, muitas vezes mais difíceis de mensurar, e fundamentais para o sucesso no ambiente de trabalho.

Exemplos: comunicação assertiva, inteligência emocional, colaboração, resolução de conflitos, escuta ativa.

Autoconhecimento: ter clareza sobre como você reage a pressões, desafios e interações, identificar pontos fortes e pontos de melhoria nas relações e ajustar comportamentos para liderar, inspirar ou se adaptar melhor.

Reflexão: como eu me comunico? Como lido com críticas ou conflitos?

HABILIDADES ATEMPORAIS

Real skills

Conceito popularizado por Seth Godin. São as habilidades reais e atemporais, que vão além das técnicas ou habilidades comportamentais e garantem a sua capacidade de gerar valor no mundo. Misturam visão sistêmica, ética, criatividade e capacidade de fazer acontecer.

Exemplos: tomar decisões com responsabilidade, resolver problemas complexos, criar e inovar de forma prática, liderar mudanças.

Autoconhecimento: compreender como você se posiciona diante de desafios grandes e incertos, perceber sua capacidade de agir com autonomia e impacto e refletir sobre como suas decisões afetam o ambiente ao redor.

Reflexão: quais são os valores que orientam minhas decisões?

HABILIDADES INUSITADAS

Mad skills

São as habilidades loucas, ou seja, talentos inusitados, hobbies, paixões ou interesses que, apesar de não parecerem diretamente ligados ao trabalho, podem fazer a diferença na sua carreira.

Exemplos: viajar sozinho, investir no mercado financeiro, fazer trilhas, trabalho voluntário, praticar esportes, cozinhar, corte e costura.

Autoconhecimento: identificar o que essas experiências desenvolveram em você, como disciplina, tolerância ao risco e criatividade, e onde isso aparece no trabalho.

Reflexão: o que eu faço fora do trabalho que explica como eu trabalho?

As quatro camadas aparecem juntas na seção Sobre do perfil, tratada no capítulo 2. Guarde as respostas destas reflexões: elas serão a matéria-prima daquele texto.

Quem sou eu?

Escreva um texto livre respondendo: quem é você? Para ajudar, reflita e descreva cada uma das quatro categorias, hard skills, soft skills, real skills e mad skills, conectando-as com sua trajetória e sua personalidade.

EXEMPLO

Ingrid é química, domina técnicas analíticas (hard), comunica-se muito bem e lidera equipes (soft), empreende e inova em suas áreas de atuação (real), adora viajar sozinha e fazer trilhas (mad). Esse conjunto molda a marca pessoal da Ingrid e a torna única no mercado.

ESPAÇO DE RESPOSTA

Identidade visual e capa do perfil

Identidade visual é a tradução visual de quem você é e do que quer comunicar para o mundo. O autoconhecimento é essencial nesse processo, porque garante que a identidade não seja apenas estética, mas autêntica e alinhada à sua essência.

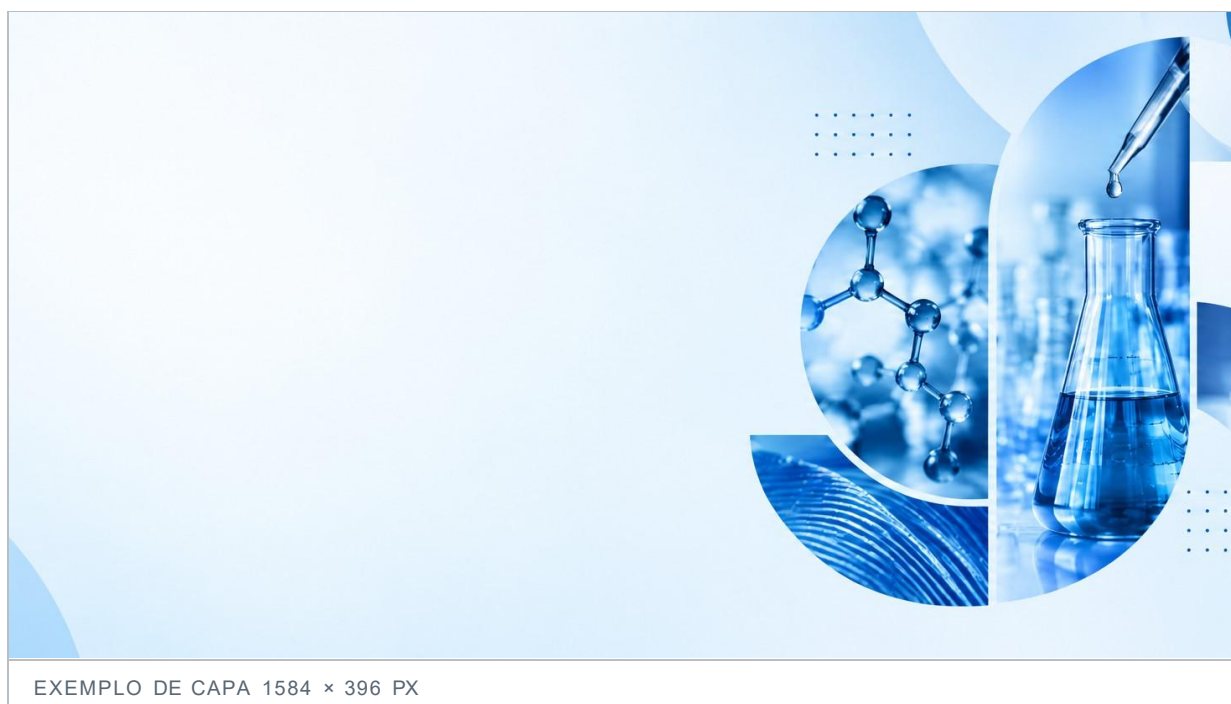
A capa do LinkedIn

A capa, ou imagem de fundo, é o banner que aparece na parte superior do perfil, atrás da sua foto. É um elemento essencial da identidade visual, porque comunica rapidamente sua área de atuação, seus valores e seus diferenciais.

TAMANHO	PROPORÇÃO	ARQUIVO	FORMATOS
1584 × 396 px	4:1	até 8 MB	JPG ou PNG

Atenção ao enquadramento. No aplicativo, a foto de perfil e o cabeçalho cobrem parte da faixa inferior esquerda da capa: mantenha as informações importantes no terço direito ou na metade superior da imagem.

Newsletters e artigos publicados na plataforma também aceitam capa em vídeo. Se você produz conteúdo com regularidade, vale testar, porque o vídeo é reproduzido no feed e aparece como miniatura no e-mail enviado aos assinantes. A recomendação oficial é usar formato horizontal 16:9 com cerca de 30 segundos.



Psicologia das cores

A psicologia das cores estuda como as cores influenciam emoções, percepções e comportamentos. Cada cor desperta reações inconscientes que podem transmitir segurança, criatividade, confiança ou dinamismo, e é muito usada em marketing, branding, design e marca pessoal, porque comunica valores sem depender de palavras. Use a tabela para escolher a cor dominante da sua capa a partir da mensagem que você quer transmitir.

COR	COMUNICA	QUANDO FAZ SENTIDO USAR
 Azul	Confiança, profissionalismo, serenidade	Excelente escolha na rede: reforça credibilidade e passa imagem estável e segura, ideal para quem quer se posicionar como referência técnica ou liderança confiável.
 Verde	Equilíbrio, crescimento, sustentabilidade	Perfis que desejam demonstrar conexão com inovação, responsabilidade socioambiental e bem-estar.
 Amarelo	Alegria, criatividade, energia	Quem quer se destacar de maneira vibrante e mostrar entusiasmo e abordagem inovadora para resolver problemas.
 Vermelho	Força, ação, liderança	Cria impacto imediato. Para profissionais que reforçam presença com dinamismo e assumem desafios com confiança.
 Roxo	Sofisticação, sabedoria, criatividade	Quem constrói imagem estratégica e inovadora, com visão de futuro e soluções criativas.
 Laranja	Entusiasmo, proximidade, ousadia	Perfis que irradiam dinamismo e acessibilidade e querem ser vistos como comunicativos e abertos a conexões.
 Branco	Clareza, simplicidade, transparência	Reforça imagem limpa e objetiva, para destacar organização, foco e comunicação direta.
 Preto	Elegância, autoridade, sofisticação	Cria presença forte e exclusiva, para quem deseja reforçar seriedade, segurança e excelência.
 Cinza	Equilíbrio, maturidade, neutralidade	Transmite discrição e profissionalismo, para um perfil sóbrio, focado na seriedade das competências.
 Rosa	Sensibilidade, empatia, modernidade	Quem deseja transmitir acolhimento e humanização, reforçando criatividade e abertura para conexões autênticas.

Paleta de cores

Se você quiser construir uma paleta, ou seja, usar mais de uma cor na sua marca pessoal, na capa do LinkedIn ou em qualquer material profissional, pode e deve. Criar uma paleta é uma forma estratégica de garantir coerência, profissionalismo e autenticidade.

Escolher as cores certas reforça a mensagem e a emoção que você quer passar, além de criar uma estética agradável e memorável. Não é preciso ser designer: há ferramentas gratuitas que conduzem o processo.

Coolors

coolors.co

Um dos geradores mais populares e intuitivos. Cria paletas automáticas, ajusta tons manualmente, verifica contraste e exporta em vários formatos.

Adobe Color

color.adobe.com

Ferramenta profissional e gratuita. Permite criar paletas por harmonias, como análoga, complementar e monocromática, e explorar tendências.

Colormind

colormind.io

Gerador que usa inteligência artificial para criar combinações harmoniosas, com foco em design digital e em branding.

CHECKLIST DA CAPA

Faça

- ♦ Inclua seu e-mail profissional. Muitos recrutadores desistem de um candidato simplesmente porque não encontraram um meio de contato direto.
- ♦ Mantenha o design limpo, com fontes legíveis, cores coerentes e pouca informação.
- ♦ Inclua elementos que reforcem sua identidade profissional, como uma frase de impacto, sua área de atuação ou um ícone discreto do setor.

Evite

- ♦ Telefone pessoal. Por segurança e privacidade, a rede não é o melhor espaço para esse dado, e o e-mail é suficiente.
- ♦ Imagens de banco genéricas, sem relação com a sua área.
- ♦ Texto pequeno ou posicionado atrás da foto de perfil, onde ninguém consegue ler.

Faça sua capa do LinkedIn

Para produzir a capa, ferramentas como o Canva oferecem modelos personalizáveis e fáceis de adaptar. Há também recursos de inteligência artificial que ajudam a gerar composições alinhadas à sua proposta. Lembre-se de que a capa é a primeira impressão visual que as pessoas terão de você, e precisa ser coerente com quem você é e com seus objetivos.

1. Defina a cor dominante a partir da tabela da página 12.
2. Escreva em uma linha o posicionamento que a capa precisa comunicar.
3. Monte a arte em 1584 × 396 px e inclua o e-mail profissional.
4. Confira no celular e no computador antes de publicar.

MINHA FRASE DE POSICIONAMENTO

MINHA CAPA



02

Criando um perfil campeão

Um perfil completo não é um currículo copiado. Cada campo tem uma função de busca e uma função de convencimento, e este capítulo trata das duas.

Os quatro pilares do SSI

O Social Selling Index, conhecido como SSI, foi um indicador criado pelo LinkedIn para medir o potencial de vendas de um perfil, ou seja, a capacidade de gerar negócios e influência na rede. A pontuação ia de 0 a 100 pontos, distribuída em quatro pilares de 25 pontos cada, e a consulta era gratuita para qualquer pessoa.

Hoje a consulta deixou de ser gratuita: o painel do SSI passou a ficar restrito a quem tem assinatura paga da ferramenta comercial da plataforma. Ou seja, o número em si não está mais ao alcance de todos, e não faz sentido persegui-lo.

O que continua valendo, e é isso que este e-book aproveita, é a lógica dos quatro pilares. Eles descrevem com precisão o que a plataforma reconhece como presença profissional relevante e servem como roteiro de autodiagnóstico, sem depender de assinatura. Cada pilar abaixo virou um bloco de ações no capítulo 6.

PILAR 1, ATÉ 25 PONTOS

Estabeleça sua marca profissional

Criar uma presença forte, clara e profissional na rede.

- ♦ Foto de perfil profissional.
- ♦ Título que destaque suas competências.
- ♦ Seção Sobre atrativa e estratégica.
- ♦ Publicações relevantes com frequência.
- ♦ Palavras-chave da sua área.

Constrói autoridade e faz o perfil se destacar quando recrutadores buscam especialistas do setor.

PILAR 2, ATÉ 25 PONTOS

Encontre as pessoas certas

Expandir a rede de forma estratégica, conectando-se com profissionais e empresas relevantes.

- ♦ Pesquise e siga empresas e líderes do setor.
- ♦ Faça conexões qualificadas, evitando adicionar pessoas aleatoriamente.
- ♦ Use os filtros de busca para encontrar profissionais estratégicos.

Uma rede coerente melhora a qualidade do seu feed e de quem vê o seu conteúdo.

Os dois últimos pilares

Os dois primeiros pilares dependem do que está escrito no perfil. Os dois seguintes dependem do que você faz na plataforma toda semana, e é onde a maioria dos perfis técnicos perde pontos.

PILAR 3, ATÉ 25 PONTOS

Interaja oferecendo insights

Ser ativo na plataforma, compartilhando conhecimento e agregando valor às discussões.

- ♦ Publique posts, artigos e comentários que gerem reflexão.
- ♦ Compartilhe casos, tendências e análises do setor.
- ♦ Participe de discussões em grupos e em publicações de outras pessoas.

Conteúdo técnico bem explicado diferencia um perfil de química de um currículo on-line.

PILAR 4, ATÉ 25 PONTOS

Cultive relacionamentos

Manter relações consistentes e construtivas com a sua rede.

- ♦ Responda mensagens e comentários com agilidade e cordialidade.
- ♦ Mantenha contato com conexões estratégicas.
- ♦ Apoie e reconheça conquistas de outros profissionais.

É o pilar que transforma visibilidade em oportunidade real.

Uma publicação técnica por semana e três comentários qualificados por dia movem os pilares III e IV mais do que qualquer ajuste de texto no perfil. O capítulo 6 traz a rotina completa.

Autodiagnóstico dos quatro pilares

Como a pontuação automática não está mais disponível de forma gratuita, faça a avaliação você mesmo. Atribua de 0 a 25 pontos a cada pilar, com honestidade, usando os critérios das duas páginas anteriores. Registre a nota de hoje, aplique o plano do capítulo 6 e repita a avaliação em trinta dias: a comparação entre as duas colunas vale mais do que qualquer número fornecido pela plataforma.

PILAR	HOJE	EM 30 DIAS	AÇÃO PRIORITÁRIA
Marca profissional			
Pessoas certas			
Insights			
Relacionamentos			
Total			

COMO INTERPRETAR

Olhe o pilar mais baixo e escolha duas ações do capítulo 6 para ele. Em geral, quem trabalha em laboratório se avalia bem em marca profissional e mal em compartilhar insights, porque publica pouco. Corrigir o pilar mais fraco muda o resultado mais rápido do que reforçar o mais forte.

Foto do perfil

A foto de perfil é um dos elementos mais importantes da rede. É o primeiro contato visual que as pessoas terão com você e impacta diretamente a percepção de profissionalismo, credibilidade e confiança.

Segundo dados publicados pelo próprio LinkedIn, membros com foto de perfil recebem cerca de **21 vezes mais visualizações** e **9 vezes mais convites de conexão** do que membros sem foto. Análises da mesma base citam até 36 vezes mais mensagens recebidas.

LinkedIn Business, Picture perfect: make a great first impression with your LinkedIn profile photo. Referência completa na página 52.

Mas não basta ter uma imagem: ela precisa ser adequada, clara e coerente com a sua marca pessoal.

Qualidade da imagem

- Foto nítida e bem iluminada.
- Alta resolução, no mínimo 400 × 400 px.
- Fundo limpo, neutro ou desfocado.

Expressão e postura

- Sorriso leve ou expressão confiante e simpática.
- Postura ereta, que transmita profissionalismo.
- Corpo levemente inclinado para frente, o que passa mais receptividade.

Enquadramento e posição

- Rosto centralizado, ocupando cerca de 60% da imagem.
- Ombros e parte superior do tronco visíveis.
- Olhar para a câmera, com expressão amigável.

Roupa e aparência

- Traje condizente com a sua área, como casual elegante, jaleco ou blazer.
- Cores sólidas e neutras, sem estampas chamativas.
- Aparência bem cuidada.

Fundo, vestuário e erros comuns

Fundo e cores

- Fundo neutro ou que complemente a sua identidade visual.
- Contraste suficiente entre você e o fundo.
- Sem objetos visíveis que disputem atenção.

Evite

- Selfies ou fotos no espelho.
- Óculos escuros ou boné.
- Filtros, emojis, molduras ou outras pessoas na foto.
- Fotos de festas, praia ou ambientes pessoais.

NOTA SOBRE RETRATOS GERADOS POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Ferramentas de retrato por IA se popularizaram e podem melhorar iluminação e enquadramento. O limite é a fidelidade: a plataforma exige que a imagem represente a sua aparência real, e uma foto que não se parece com você quebra a confiança no primeiro encontro presencial. Se usar IA, trate o recurso como retoque, nunca como personagem.

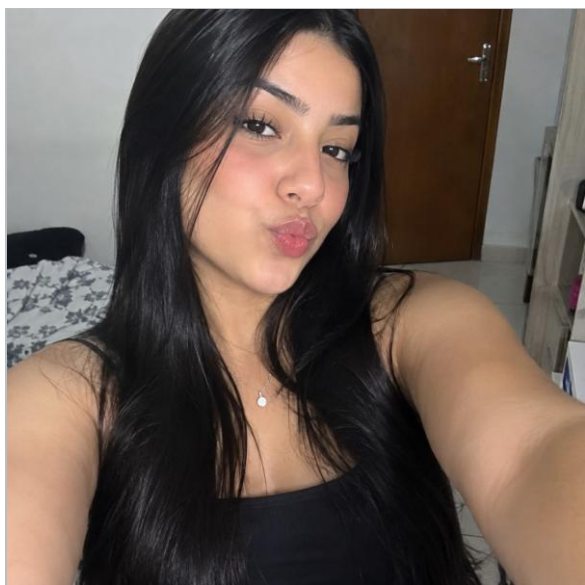
EXERCÍCIO 4

Avalie sua foto do LinkedIn

Acesse snappr.com/photo-analyzer. A ferramenta usa inteligência artificial para analisar a foto com base em três pilares: expressão facial, composição, que considera regra dos terços, zoom e fundo, e qualidade técnica, que considera brilho, contraste e nitidez.

Você pode conectar a sua conta ou enviar a imagem manualmente. O resultado é uma nota de 0 a 100 com sugestões práticas de melhoria.

FOTO ATUAL



Nota _____ / 100

FOTO AJUSTADA



Nota _____ / 100

Título estratégico

O título é a frase logo abaixo do seu nome e um dos principais fatores que definem se alguém vai clicar no seu perfil. Por padrão, a plataforma preenche com o cargo atual, mas você pode e deve personalizá-lo para atrair oportunidades e reforçar a sua marca pessoal. Use as dez estruturas abaixo como ponto de partida.

Nº	ESTRUTURA	EXEMPLO
01	Profissão, área de especialidade e setor	Química Cromatografia líquida (HPLC) Indústria cosmética
02	Função, norma técnica e palavra-chave de valor	Analista de Qualidade ISO/IEC 17025 Validação de métodos
03	Cargo atual, equipamentos que domina e segmento	Coordenadora de Laboratório FTIR, GC-FID e UV-Vis Alimentos e bebidas
04	Área de atuação, o que entrega e diferencial	Controle de Qualidade Redução de desvios Auditorias RDC 512/2021
05	Cargo, tema técnico e aplicação real	Cientista de Dados apaixonada por IA e Química Ambiental
06	Profissional em transição, nova área e habilidade-chave	Química em transição para Ciência de Dados Python Modelagem molecular
07	Especialista em norma ou técnica, área e setor	Especialista em BPF Garantia da Qualidade Farmacêutica
08	Formação em curso, área técnica e objetivo	Mestranda em Biotecnologia Cultivo celular Soluções sustentáveis
09	Solução que oferece, público e palavra de impacto	Consultoria em ISO/IEC 17025 para laboratórios Conformidade e eficiência
10	Função atual, tema técnico e term relevante da área	Analista de P&D Desenvolvimento de formulações Cosmetologia

Para estudantes, funciona bem declarar o momento e a direção, por exemplo: Graduada em Química | Iniciação científica em eletroquímica | Interesse em controle de qualidade.

MEU TÍTULO

Seção Sobre

No campo Sobre, integre os quatro tipos de habilidades para mostrar quem você é de forma completa. As *hard skills* são as competências técnicas mensuráveis, como domínio de normas, equipamentos ou softwares. As *soft skills* representam capacidades comportamentais e interpessoais, como comunicação, resiliência e trabalho em equipe. As *mad skills* são talentos criativos ou não convencionais que diferenciam, como ensinar ciência nas redes ou conectar temas técnicos com narrativa. As *real skills* são habilidades práticas e aplicáveis no dia a dia, como resolver problemas com método, adaptar-se rápido e gerar impacto com ética. Juntas, essas quatro dimensões tornam o perfil mais humano, estratégico e alinhado ao que o mercado busca.

EXEMPLO 1, ANALISTA DE CONTROLE DE QUALIDADE EM COSMÉTICOS

Sempre fui apaixonada por transformar fórmulas em soluções que realmente funcionam. Quando era criança, meu brinquedo favorito era um mini laboratório de química. Hoje, minha bancada de verdade é onde aplico técnicas como HPLC, FTIR e UV-Vis para garantir a segurança e a eficácia de cosméticos que chegam ao mercado.

Trabalho com validação de métodos, investigação de desvios e conformidade com a RDC 512/2021, combinando conhecimento técnico com organização, senso crítico e diálogo com áreas como produção e regulatórios.

Mas o que realmente me move são as conexões humanas e o propósito de entregar qualidade com responsabilidade. Adoro ensinar, seja treinando colegas no laboratório, seja compartilhando conteúdo técnico nas redes sociais.

Sou uma química que enxerga além dos dados: vejo cada resultado como parte de um processo que envolve pessoas, saúde e inovação.

Vamos conversar? seu@email.com.br, linkedin.com/in/seu-linkedin

EXEMPLO 2, COORDENADORA DE LABORATÓRIO NA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA

Meu primeiro contato com a ciência foi ao acompanhar minha avó tomando um medicamento prescrito com muito cuidado. Eu não entendia nada da fórmula, mas sabia que aquilo salvava vidas. Anos depois, coordeno um laboratório farmacêutico onde o controle de qualidade é mais do que um processo: é uma responsabilidade com o bem-estar coletivo.

Atuo com planejamento de equipes técnicas, gestão de rotinas analíticas, auditorias e implantação de sistemas segundo a ISO/IEC 17025 e as BPF. Minhas decisões precisam equilibrar conhecimento técnico, liderança empática e visão estratégica.

Desenvolvi habilidades que vão além da química: escuta ativa, gestão de conflitos, inteligência emocional e um olhar treinado para não conformidades. Também acredito no poder da educação contínua, por isso incentivo a capacitação da minha equipe e aplico treinamentos que conectam teoria e prática.

Cada lote aprovado é uma história de compromisso que começa muito antes de o produto chegar ao paciente, e é isso que me inspira todos os dias.

Vamos conversar? seu@email.com.br, [linkedin.com/in/seu-linkedin](https://www.linkedin.com/in/seu-linkedin)

EXEMPLO 3, CIENTISTA DE DADOS COM FORMAÇÃO EM QUÍMICA

Minha trajetória começou em um laboratório molhado, manipulando amostras e soluções. Hoje, atuo em outro tipo de bancada: a do Python, dos algoritmos e da análise preditiva. Mas o propósito continua o mesmo, que é resolver problemas reais com base em dados sólidos.

Sou formada em Química e migrei para Ciência de Dados com foco em aplicações para as indústrias farmacêutica, de alimentos e de biotecnologia. Atuo com validação estatística, análise multivariada, construção de dashboards e integração de dados regulatórios com performance laboratorial.

Meu diferencial é a ponte que criei entre o mundo técnico experimental e o universo dos dados: falo a linguagem do laboratório e a da ciência computacional. Desenvolvi hard skills em modelagem, visualização e aprendizado de máquina, e cultivo soft skills como empatia, escuta e criatividade.

Acredito que dados só têm valor quando contam uma história que alguém consegue entender e usar. Essa é a minha missão: transformar informação complexa em ação com propósito.

Vamos conversar? seu@email.com.br, [linkedin.com/in/seu-linkedin](https://www.linkedin.com/in/seu-linkedin)

Formação acadêmica

Campos obrigatórios: nome da instituição, curso e grau acadêmico e período de realização. Para estudantes, esta é a seção mais importante do perfil, porque concentra as provas de competência que ainda não vieram do mercado.

No campo de descrição, que é opcional e estratégico, registre o que te destaca desde a formação:

- Título e tema do TCC, quando relevante para a área.
- Projetos de pesquisa, iniciação científica e monitoria.
- Participação em eventos, congressos ou feiras.
- Intercâmbio ou mobilidade acadêmica.
- Premiações e bolsas, como PIBIC, FAPESP e CNPq.
- Atividades extracurriculares e grupos estudantis.
- Palavras-chave técnicas relacionadas à sua atuação.

EXEMPLO ESTRATÉGICO 1

Universidade de São Paulo (USP)

Bacharelado em Química, jan. de 2015
a dez. de 2019

Iniciação científica voltada à caracterização de surfactantes por espectroscopia UV-Vis e FTIR, com bolsa FAPESP. TCC sobre validação de métodos analíticos para formulações cosméticas com foco na RDC 512/2021. Participação na organização do Simpósio de Química Aplicada à Indústria em 2018, representante de turma e monitora de Química Orgânica II.

EXEMPLO ESTRATÉGICO 2

SENAI CETIQT

Pós-graduação em Desenvolvimento de Produtos Cosméticos, mar. de 2022
a dez. de 2023

Especialização em inovação cosmética com foco em testes de estabilidade, segurança e eficácia. Projetos práticos de validação de métodos físico-químicos e microbiológicos, com uso de LabSolutions, Empower e análise de dados em Excel e Python.

Experiências profissionais

1. **Título do cargo.** Use nomes claros e reconhecidos no mercado e evite termos internos da empresa. Prefira Analista de Controle de Qualidade Pleno a Analista PQP Nível 2.
2. **Nome da empresa.** Sempre que possível, marque a página oficial e adicione a localidade.
3. **Período de atuação.** Mês e ano de início e de fim, ou a marcação de atualmente.
4. **Descrição estratégica.** A parte mais importante. Siga a estrutura: resumo do cargo e responsabilidades gerais, palavras-chave técnicas e normativas aplicadas, resultados mensuráveis ou impactos concretos, soft e real skills demonstradas e, se houver, projetos relevantes, auditorias, premiações ou melhorias.

DICAS FINAIS

- ♦ Comece sempre com verbos de ação, como conduzi, implementei, participei e padronizei.
- ♦ Use marcadores para facilitar a leitura visual.
- ♦ Evite frases genéricas como realizava atividades diversas. Mostre como e por que você agregou valor.
- ♦ Sempre que possível, quantifique resultados: percentual de redução, tempo economizado, número de amostras analisadas.

EXEMPLO, ANALISTA DE CONTROLE DE QUALIDADE PLENO EM INDÚSTRIA COSMÉTICA

Dermatech Cosméticos XYZ, abr. de 2021 até atualmente, São Paulo, SP

- ♦ Controle de qualidade físico-químico e instrumental em conformidade com a RDC 512/2021, a ISO 22716 e as BPL.
- ♦ Validação e verificação de métodos analíticos, com HPLC, UV-Vis, pH, viscosidade e densidade, além da elaboração de POPs, especificações e relatórios técnicos.
- ♦ Participação ativa em auditorias da Anvisa e certificações Halal, com 100% de conformidade documental e ausência de não conformidades críticas.
- ♦ Implantação de protocolo de revisão de desvios e OOS com análise de causa raiz, reduzindo em 42% o tempo de resposta às não conformidades.
- ♦ Otimização do processo de amostragem, reduzindo o tempo médio de liberação de lotes de 72 h para 48 h sem prejuízo à robustez analítica.

Resultados: 30% de aumento na eficiência de liberação de produtos, 95% de aprovação em auditorias externas e 5 novos métodos validados e implementados no setor.

Soft e real skills: liderança técnica, padronização de processos, comunicação com as áreas produtiva e regulatória e gestão sob pressão.

Experiência de voluntariado

Preencha cinco elementos: nome da organização, marcando a página oficial quando existir; cargo desempenhado, de forma clara e descritiva, como educadora voluntária, mentora de jovens cientistas ou divulgadora científica; causa associada, entre as opções oferecidas pela plataforma; período de atuação; e descrição estratégica, com resumo do projeto, suas atividades específicas, habilidades aplicadas, resultados e conexão com a sua área profissional.

EXEMPLO, MENTORA VOLUNTÁRIA NO PROJETO CIENTISTAS DO AMANHÃ

Organização voltada à inclusão de jovens de escolas públicas em projetos de iniciação científica. Atuei como mentora de três alunas do ensino médio em projetos de química experimental e sustentabilidade, conduzindo orientação teórica e prática em laboratório com foco em segurança, metodologia e comunicação científica. Desenvolvi didática, escuta ativa e construção de autonomia em ambientes com poucos recursos. O projeto foi apresentado na Feira Brasileira de Ciências e Engenharia, FEBRACE 2023.

Qual idioma escolher para o perfil

Foco no mercado brasileiro

Mantenha o idioma principal em português, o que facilita o ranqueamento do perfil nas buscas feitas por recrutadores e parceiros no Brasil.

Foco em oportunidades internacionais

Crie uma versão em inglês. A plataforma permite manter o português como idioma principal e adicionar uma segunda versão do perfil.

Como adicionar outro idioma:

1. Acesse o seu perfil.
2. No topo direito, clique em Mais.
3. Selecione Criar perfil em outro idioma.
4. Escolha o idioma desejado.
5. Preencha as seções traduzidas: nome, título, sobre, experiências e formação.
6. Salve. A plataforma exibirá automaticamente a versão que melhor se adapta ao idioma do visitante.

03

Palavras-chave e pesquisa de mercado

Recrutadores não leem perfis, eles filtram. Este capítulo mostra como descobrir os termos exatos que colocam você na lista de resultados.

Palavras-chave dos concorrentes

As palavras-chave vêm de três fontes que se complementam: a estrutura de carreira do seu cargo, o vocabulário de quem já ocupa a posição que você quer e os anúncios de vagas. Faça os três exercícios na ordem e termine com uma lista única.

Comece pelo Mapa de Carreiras, em vagas.com.br/mapa-de-carreiras.

1. **Digite o cargo** que deseja pesquisar, como químico, analista de qualidade, coordenador de laboratório ou cientista de dados. O sistema sugere nomes padronizados: escolha o mais próximo da sua função atual ou desejada.
2. **Análise a estrutura da carreira** e as faixas de progressão, de júnior a pleno, sênior, especialista e coordenação, para visualizar onde você está e para onde pode ir.
3. **Compare descrições de cargos semelhantes**, com atenção a softwares e normas mais exigidos, como ISO 9001, HPLC e SAP, ao nível de exigência acadêmica, aos idiomas e às certificações.
4. **Consulte a faixa salarial** estimada por nível e compare com a sua remuneração atual ou com o seu objetivo para se posicionar em processos seletivos e em negociações.
5. **Identifique concorrentes indiretos**, ou seja, cargos vizinhos ao seu em outros setores, como alimentos, cosméticos e farmacêutica. Veja o que essas pessoas colocam como título, resumo e palavras-chave e avalie como se diferenciar.

DEZ TERMOS QUE EU ENCONTREI

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Palavras-chave dos recrutadores

Use o guia de profissões e salários, em catho.com.br/profissoes-e-salarios, para ver a função pelos olhos de quem contrata.

1. **Pesquise pelo nome do cargo.** O sistema mostra definição da função, principais atividades, salário médio por região, competências mais valorizadas, experiência exigida e grau de escolaridade.
2. **Analise os critérios buscados.** Observe as hard skills exigidas, como normas ISO, técnicas analíticas e softwares do tipo SAP, Empower e Chromeleon; as soft skills mais valorizadas, como organização, visão analítica, liderança e comunicação; as certificações recomendadas e os idiomas. Anote tudo que aparece com frequência.
3. **Compare cargos similares** e níveis superiores para entender a progressão: anos de experiência, complexidade técnica, liderança de equipe ou de projetos, tomada de decisão e domínio de legislação.
4. **Cruze com outras fontes salariais** para reduzir distorções regionais: Vagas.com, Glassdoor, Salario.com.br, que usa as bases RAIS e Caged, e guias salariais publicados por consultorias de recrutamento.
5. **Use os dados** para atualizar título, seção Sobre, experiências e habilidades. Se a maior parte das vagas valoriza validação de métodos, esse termo precisa estar no seu perfil.

FAIXA SALARIAL PESQUISADA

NÍVEL	FAIXA	FONTE E DATA
Júnior		
Pleno		
Sênior		
Especialista		

Palavras-chave dos anúncios

1. **Use operadores de busca.** Pesquise expressões exatas combinadas, como "analista de qualidade" AND química, ou "validação de métodos" AND RDC. Isso filtra resultados de sites de vagas com esses termos e pode ser adaptado ao seu interesse, como controle de qualidade, HPLC ou coordenador de laboratório.
2. **Leia de cinco a dez anúncios** dos cargos que você almeja ou de cargos similares e copie as descrições completas para um documento de texto.
3. **Gere uma nuvem de palavras** para identificar os termos mais frequentes, em wordclouds.com, wordart.com ou tagcrowd.com. Também é possível usar a busca do próprio editor de texto para contar quantas vezes cada termo aparece.
4. **Verifique tendências** em trends.google.com, pesquisando termos como RDC 512, validação de métodos, química analítica e indústria cosmética. Os termos em crescimento devem estar no seu perfil e nos seus conteúdos.
5. **Distribua as palavras** no título, na seção Sobre, nas experiências e nas habilidades, porque é isso que aumenta suas chances de aparecer nos filtros de busca de recrutadores.

MINHA LISTA FINAL, ORGANIZADA POR CATEGORIA

Técnicas e normas

Equipamentos e softwares

Comportamentais

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Radar de competências

Consolide as três pesquisas nesta tabela. Ela mostra, em uma página, o que você já domina e o que falta para o próximo nível, e vira o seu plano de desenvolvimento do ano.

COMPETÊNCIA EXIGIDA	FREQUÊNCIA	EU DOMINO?	COMO DESENVOLVER E ATÉ QUANDO

04

Conteúdo, vídeo e newsletter

O perfil pronto atrai quem procura por você. O conteúdo atrai quem ainda não sabe que precisa de você.

O que mudou na plataforma

A dinâmica de distribuição mudou nos últimos ciclos. Quatro movimentos importam para quem publica conteúdo técnico.

Vídeo cresceu e ganhou espaço próprio

A plataforma reportou crescimento de cerca de 36% ao ano na audiência de vídeo e criou um feed vertical dedicado, com recomendações personalizadas. Para a química, isso significa que um vídeo curto explicando um ensaio, um preparo de amostra ou uma dúvida recorrente tende a alcançar mais gente do que o mesmo conteúdo em texto.

Newsletters ficaram mais fortes

Cada edição dispara notificação e e-mail para os assinantes, o que reduz a dependência do feed. A plataforma passou a oferecer métricas de envio e de taxa de abertura, capa em vídeo para artigos e newsletters e, mais recentemente, impulsionamento pago. Uma newsletter mensal sobre um tema estreito é hoje o formato mais estável para construir autoridade.

Conteúdo nativo tem preferência

Publicações cujo corpo contém links externos alcançam menos pessoas do que formatos nativos. Se você quer divulgar um artigo ou um site, escreva o conteúdo no próprio post, ou publique como documento e deixe o link no primeiro comentário.

Artigos colaborativos: o selo saiu, a vitrine ficou

Contribuir com artigos colaborativos continua expondo o seu perfil a quem lê aquele conteúdo, mas o selo dourado Community Top Voice foi descontinuado. Trate a contribuição como amostra pública de competência técnica, não como caça a insígnias.

Antes de citar qualquer métrica de plataforma em uma publicação sua, confirme a fonte primária e a data. Números de redes sociais envelhecem em meses.

Fontes desta seção: atualizações oficiais de produto compiladas por SocialPilot, SocialBee e HeyOrca, e indicadores de audiência de vídeo divulgados nos resultados trimestrais da Microsoft. Referências completas na página 52.

Formatos que funcionam na química

FORMATO	COMO USAR NO SEU TEMA	FREQUÊNCIA
Documento ou carrossel	Checklists de auditoria, passo a passo de um ensaio, comparativo entre normas. Formato nativo, com boa retenção e fácil de salvar.	1 vez por semana
Vídeo curto	Bancada, preparo de amostra, explicação de um erro comum. Até 60 segundos, com legenda e boa iluminação.	1 vez por semana
Texto com caso real	Um desvio investigado, o que a causa raiz revelou e o que mudou no procedimento, sempre sem dados confidenciais.	1 a 2 vezes por semana
Artigo ou newsletter	Aprofundamento de um tema técnico, com referências. É o conteúdo que sobrevive ao feed e é indexado por buscadores.	1 vez por mês
Comentário qualificado	Resposta técnica em publicações de referências do setor. O conteúdo mais barato de produzir e o mais subestimado.	3 vezes por dia

TRÊS REGRAS DE CONTEÚDO TÉCNICO

- ♦ Nunca publique dados de clientes, lotes, formulações, resultados analíticos ou imagens de documentos internos sem autorização formal.
- ♦ Cite a norma pela designação completa e pelo ano de vigência, porque versões diferentes exigem requisitos diferentes.
- ♦ Quando explicar um método, diga o que ele não resolve. É o que distingue conteúdo técnico de propaganda.

Inteligência artificial com responsabilidade técnica

A IA acelera rascunhos, revisões e traduções, e a própria plataforma oferece recursos assistidos para escrever seções do perfil e sugerir textos. Três limites valem para quem responde tecnicamente pelo que publica.

- ♦ Verifique cada dado técnico, norma citada e número antes de publicar. A responsabilidade profissional é sua, não do modelo.
- ♦ Mantenha a sua voz. Texto genérico é o que mais rapidamente apaga um perfil técnico no meio de milhares.
- ♦ Sinalize conteúdo gerado ou fortemente assistido por IA quando isso for relevante para o leitor e revise, nas configurações da conta, o uso dos seus dados para treinamento de modelos.

Nunca use IA com informações confidenciais de clientes, lotes, formulações ou resultados analíticos não divulgados.

EXERCÍCIO 8

Seu calendário editorial de quatro semanas

Escolha três temas em que você tem experiência real e distribua-os nas quatro semanas, alternando formatos. Um tema por semana é suficiente.

SEMANA	TEMA	FORMATO	PALAVRA-CHAVE
1			
2			
3			
4			

05

LinkedIn Page para empresas da química

Laboratórios, indústrias e consultorias têm um problema diferente do profissional: precisam comunicar competência técnica sem transformar o canal em vitrine publicitária. Este capítulo trata da página institucional.

Estrutura da página institucional

Uma página completa é encontrada em buscas por serviço, não apenas por nome. Preencha todos os campos abaixo antes de pensar em publicar.

CAMPO	ESPECIFICAÇÃO	O QUE COLOCAR
Logotipo	300 × 300 px	Marca legível em miniatura, fundo sólido, sem texto secundário.
Imagem de capa	1128 × 191 px	Planta, laboratório ou aplicação real, com equipe usando EPI correto.
Slogan	até 120 caracteres	O que a empresa faz e para quem, sem adjetivos vazios.
Sobre	até 2.000 caracteres	Escopo técnico, setores atendidos, normas e creditações, capacidade instalada e diferenciais verificáveis.
Setor e especialidades	até 20 termos	Termos que os clientes pesquisam: ensaios físico-químicos, validação de métodos, tratamento de superfície, consultoria em BPF.
Localizações	uma por unidade	Endereço de cada planta ou laboratório, o que melhora a busca regional.
Botão de ação	um por página	Solicitar orçamento ou falar com especialista, apontando para uma página que responda rápido.
Páginas de vitrine	opcional	Uma por linha de serviço, quando o portfólio atende setores muito distintos.
Administradores	mínimo dois	Evita perda de acesso em desligamentos e distribui a responsabilidade de resposta.

ESPECÍFICO DO SETOR QUÍMICO

- Informe o registro da empresa no Conselho Regional de Química e mantenha o nome do responsável técnico atualizado nos materiais institucionais.
- Cite creditações e escopos com a designação completa, por exemplo ABNT NBR ISO/IEC 17025, e indique se o escopo é acreditado ou não acreditado.
- Em fotos de bancada, confira EPI, rotulagem de frascos e organização. Uma imagem com prática insegura destrói autoridade técnica mais rápido do que qualquer texto constrói.

Linhas editoriais para laboratórios e indústrias

Defina cinco linhas e uma proporção entre elas. A proporção é o que impede a página de virar catálogo. Uma distribuição que funciona bem no setor é 40% de conteúdo técnico, 25% de pessoas, 20% de casos e resultados, 10% institucional e 5% de vagas.

LINHA	PESO	EXEMPLO DE PUBLICAÇÃO
Educação técnica	40%	Por que a curva de calibração falha, três causas comuns de resultado fora de especificação, como escolher entre GC e HPLC para um analito.
Gente e cultura	25%	Apresentação de analistas e responsáveis técnicos, trilhas de capacitação, rotina de treinamento e segurança.
Casos e resultados	20%	Redução de prazo de laudo, implantação de método, aprovação em auditoria, sempre com autorização do cliente e sem dados sigilosos.
Institucional	10%	Investimento em equipamento, ampliação de escopo, participação em congressos, indicadores ambientais e de segurança.
Vagas	5%	Oportunidades abertas com descrição técnica clara, faixa de senioridade e localidade.

O que aproxima clientes técnicos

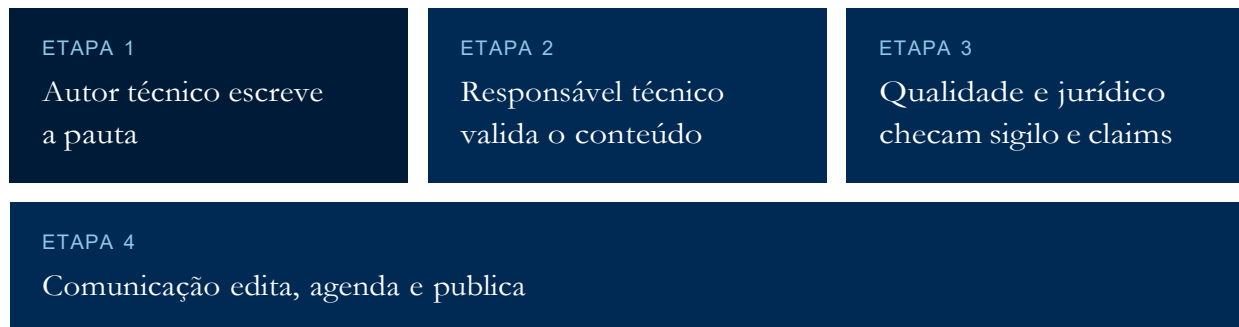
- ♦ Explicar limitação de método, não só vantagem.
- ♦ Publicar o prazo médio real de entrega de laudo.
- ♦ Mostrar o parque analítico com nome e modelo dos equipamentos.
- ♦ Responder dúvida técnica nos comentários, com o responsável técnico assinando.

O que afasta

- ♦ Frases de efeito sem dado que as sustente.
- ♦ Datas comemorativas sem relação com o negócio.
- ♦ Claims de eficácia sem ensaio que os comprove.
- ♦ Publicar só quando há algo para vender.

Calendário, aprovações e compliance

Conteúdo técnico exige fluxo de aprovação. Sem ele, a área comercial publica promessa que a área técnica não sustenta. Um fluxo enxuto, com prazo definido em cada etapa, resolve.



Checklist antes de publicar

Há autorização formal do cliente para citar o caso, o produto ou a imagem?

Os dados pessoais e as imagens de pessoas atendem à LGPD, com consentimento registrado?

Os claims técnicos têm ensaio, laudo ou norma que os sustente?

Produtos regulados seguem as regras de publicidade do órgão competente?

As imagens mostram EPI, rotulagem e boas práticas corretas?

Nenhum documento interno, resultado ou formulação aparece de forma legível?

CALENDÁRIO DO MÊS

SEMANA	PAUTA	LINHA	APROVADOR
1			
2			
3			
4			

Colaboradores como porta-vozes e métricas

Páginas institucionais alcançam menos que pessoas. A saída não é publicar mais, é ativar quem já tem credibilidade técnica: o responsável técnico, os analistas seniores, a equipe de P&D. Três práticas sustentam isso.

- Peça que a equipe vincule a empresa no perfil, no campo de experiência, o que conecta cada perfil à página e amplia a vitrine.
- Ofereça pauta pronta e liberdade de escrita. Texto ditado pela empresa soa institucional e não engaja.
- Deixe claro, por escrito, o que pode e o que não pode ser dito. A política de conteúdo protege o colaborador e a empresa.

Métricas que importam

INDICADOR	O QUE REVELA	META
Taxa de engajamento	Se o conteúdo interessa a quem é do setor, e não apenas a quem já conhece a empresa.	
Seguidores por setor e cargo	Se a audiência é composta por decisores técnicos ou por público sem relação com o negócio.	
Cliques no botão de ação	Intenção real de contato, o indicador mais próximo de oportunidade comercial.	
Candidaturas por vaga	Força da marca empregadora junto a profissionais qualificados.	
Menções e comentários técnicos	Reputação. Comentário de especialista vale mais que volume de reações.	

EXERCÍCIO 9, DIAGNÓSTICO DA PÁGINA

Abra a página da sua empresa e responda: quais campos da página 38 estão vazios, quantas publicações dos últimos trinta dias são de educação técnica e quem, hoje, assina tecnicamente o conteúdo?

06

Plano de ação

Mais de cem ações organizadas pelos quatro pilares, com a rotina diária e semanal que sustenta o resultado.

Estabelecer sua marca profissional

Em vez de depender do selo Open to Work, adote uma abordagem ativa e intencional, baseada em marca pessoal, engajamento estratégico e posicionamento de autoridade. A construção de presença digital, aliada a conteúdo relevante, conexões qualificadas e demonstrações práticas de competência, é a forma mais eficaz de atrair oportunidades alinhadas ao seu propósito. Marque cada ação concluída.

PILAR I, 0 A 25 PONTOS NO AUTODIAGNÓSTICO

- Foto de perfil profissional.
- Imagem de capa personalizada.
- Título estratégico com palavras-chave.
- Seção Sobre com narrativa e as quatro habilidades.
- Versão do perfil em inglês, se atuar globalmente.
- URL personalizada do perfil.
- Destaques com certificações relevantes.
- Lista de dez ou mais habilidades, técnicas e comportamentais.
- Pedir confirmações de habilidades com regularidade.
- Adicionar seções de projetos e publicações.
- Atualizar experiências com resultados e números.
- Completar formação acadêmica com bolsas e TCC.
- Adicionar trabalhos voluntários com impacto.
- Incluir idiomas com níveis de fluência.
- Registrar interesses que revelem soft e mad skills.
- Publicar posts próprios pelo menos duas vezes por semana.
- Fazer postagens multimídia de oficinas e laboratórios.
- Escrever de um a dois artigos por mês.
- Usar narrativa em todas as publicações.
- Inserir termos relevantes do seu nicho.
- Marcar pessoas relevantes com critério.
- Atualizar o título quando um novo feito for alcançado.
- Deixar informações de contato visíveis.
- Manter a seção de certificações com datas e credenciais.
- Escrever recomendações para colegas e solicitar em retorno.
- Ativar a verificação de identidade disponível na plataforma.
- Revisar as configurações de privacidade e de uso de dados.
- Registrar o número de inscrição no CRQ quando isso for diferencial na sua área.

Encontrar as pessoas certas

PILAR II, 0 A 25 PONTOS NO AUTODIAGNÓSTICO

- Pesquisar vagas na sua área.
- Salvar vagas de interesse imediato.
- Seguir empresas-alvo.
- Seguir recrutadores do seu setor.
- Buscar vagas com operadores de pesquisa na web.
- Acompanhar perfis de quem ocupa o seu cargo-alvo.
- Usar filtros por setor, localização e senioridade.
- Enviar cinco convites por semana com mensagem personalizada.
- Participar de três grupos da sua área.
- Interagir nos grupos com comentários qualificados.
- Curtir e comentar publicações de recrutadores.
- Salvar referências de perfis com estratégias fortes.
- Criar uma lista de vinte pessoas influentes para acompanhar.
- Reconectar com ex-colegas, supervisores e contatos antigos.
- Registrar as novas conexões da semana.
- Solicitar mentorias informais.
- Seguir empresas e startups com vagas interessantes.
- Assinar newsletters de referências da sua indústria.
- Analisar quem viu o seu perfil e abordar quem interessa.
- Acompanhar contratações e mudanças nas empresas-alvo.
- Participar de comissões técnicas e grupos de conselho profissional.

MODELO DE CONVITE DE CONEXÃO

Olá, [nome]. Acompanho o seu trabalho em [tema técnico] e vi a sua publicação sobre [assunto]. Atuo com [sua área] e gostaria de acompanhar o que você compartilha. Obrigada pela conexão.

Compartilhar insights

PILAR III, 0 A 25 PONTOS NO AUTODIAGNÓSTICO

- Publicar análises sobre tendências do setor.
- Compartilhar casos de sucesso próprios.
- Publicar aprendizados de eventos e cursos.
- Fazer pesquisas rápidas de opinião com a rede.
- Compartilhar estatísticas do nicho, sempre com a fonte.
- Repostar artigos acrescentando a sua leitura.
- Publicar documentos e carrosséis técnicos.
- Integrar imagens e gráficos às publicações.
- Produzir vídeos curtos com legenda.
- Postar bastidores do dia a dia no laboratório.
- Criar séries de publicações sobre um mesmo tema.
- Compartilhar vagas de parceiros e colegas.
- Convidar especialistas para conversas ao vivo.
- Escrever um artigo aprofundado por mês.
- Compartilhar ferramentas e softwares que você usa.
- Comemorar resultados e marcos profissionais.
- Destacar erros e lições aprendidas.
- Fazer comentários técnicos em publicações de referência.
- Contribuir com artigos colaborativos da sua especialidade.
- Lançar uma newsletter sobre um tema estreito e constante.
- Explicar norma técnica em linguagem acessível, sem perder precisão.

ESTRUTURA DE PUBLICAÇÃO QUE FUNCIONA

Primeira linha com o problema real, segunda linha com o contexto, três a cinco linhas com o que você fez ou observou, uma linha com o que isso ensina e uma pergunta final que convide a resposta técnica. Sem link no corpo do texto.

Construir relacionamento

PILAR IV, 0 A 25 PONTOS NO AUTODIAGNÓSTICO

- Agradecer cada novo contato com uma mensagem.
- Enviar retorno após entrevistas ou conversas.
- Parabenizar conquistas da sua rede.
- Agendar uma conversa virtual por semana.
- Oferecer ajuda ou indicação quando possível.
- Fazer contato mensal com cinco pessoas da rede.
- Participar de webinars e interagir ao vivo.
- Compartilhar feedbacks sinceros por mensagem.
- Reagir a aniversários de trabalho.
- Escrever a quem compartilhou o seu conteúdo.
- Criar convites para debates e conversas ao vivo.
- Oferecer revisão de currículo ou de perfil sem custo.
- Acompanhar a carreira de ex-colegas.
- Publicar depoimentos sobre experiências profissionais.
- Produzir conteúdo colaborativo com conexões.
- Organizar encontros on-line ou presenciais.
- Informar contatos sobre novas oportunidades.
- Pedir opinião sobre o seu conteúdo para melhorá-lo.
- Agradecer publicamente as recomendações recebidas.
- Fortalecer relações com apresentações mútuas.
- Manter contato com professores e orientadores.

Relacionamento não é volume de mensagens. É lembrar o que a pessoa faz e aparecer quando você tem algo útil para ela, não apenas quando você precisa de algo.

Rotina diária e semanal

- Curtir cinco publicações da sua rede toda manhã.
- Comentar em três publicações relevantes por dia.
- Enviar três convites com mensagem personalizada.
- Publicar duas atualizações por semana.
- Fazer uma postagem multimídia ou um artigo por semana.
- Comentar em um grupo da área.
- Verificar quem visitou o seu perfil.
- Atualizar alguma seção do perfil.
- Pesquisar duas vagas e salvá-las.
- Interagir com recrutadores.
- Agendar uma conversa digital por semana.
- Acompanhar tendências e compartilhar leituras.
- Revisar as métricas do perfil semanalmente.
- Atualizar título ou resumo diante de uma conquista.
- Celebrar pequenas vitórias e ajustar as ações da semana seguinte.

PARA FECHAR

Um perfil bem construído não substitui competência técnica: ele torna a sua competência encontrável. Faça os nove exercícios, mantenha a rotina desta página por três meses e repita o autodiagnóstico dos quatro pilares. A diferença aparece em convites de conexão qualificados, em convites para falar sobre o que você faz e em oportunidades que chegam antes de serem anunciadas.

Boa jornada, e conte com o CRQ-SP.

07

MÓDULO EXTRA: EMPREENDEDORES DA ÁREA QUÍMICA

LinkedIn para empreendedores da área química

Quem abre laboratório, consultoria, distribuidora ou empresa de treinamento tem dois ativos na rede: o perfil, que vende confiança técnica, e a página, que dá existência institucional ao negócio.

Posicionamento do negócio

No mercado técnico, a decisão de compra passa por pessoas. O cliente contrata um laboratório porque confia em quem responde pelo laudo. Por isso o perfil do empreendedor costuma gerar mais oportunidade do que a página, e os dois precisam contar a mesma história.

O perfil pessoal

Carrega a autoridade técnica: formação, registro profissional, experiência, casos resolvidos. É onde você explica problemas do setor e responde dúvidas. Alcança mais que a página e humaniza a empresa.

A página da empresa

Dá existência institucional: escopo de serviços, unidades, vagas, contato comercial. É o endereço que o comprador manda para o setor de compras e para o jurídico avaliarem.

Defina a oferta em uma frase

Antes de publicar qualquer coisa, complete esta estrutura: eu ajudo [tipo de empresa] a [resultado técnico ou regulatório] por meio de [serviço], com [prova de competência].

Exemplo: ajudo indústrias cosméticas de pequeno porte a manter conformidade com a RDC 512/2021 por meio de consultoria em boas práticas e validação de métodos, com dez anos de bancada e escopo acreditado em ensaios físico-químicos.

Frase genérica atrai curioso. Frase específica atrai comprador.

PROVA QUE O COMPRADOR TÉCNICO PROCURA

Registro da empresa e do responsável técnico no CRQ.

Acreditações e certificações, com escopo e validade.

Casos publicados com autorização do cliente.

Escopo de serviços descrito com técnica e norma.

Prazo médio real de entrega e forma de atendimento.

Equipe técnica visível, com perfis vinculados à página.

Dez dicas para a LinkedIn Page do seu negócio

O capítulo 5 traz a estrutura completa da página. Aqui estão as dicas que mais importam para quem está começando, com equipe pequena e sem área de marketing.

1. Crie a página mesmo sendo pequeno

Empresa sem página parece informal. Bastam CNPJ, e-mail corporativo, logotipo e a descrição do serviço.

2. Vincule a empresa ao seu perfil

Cadastre a experiência atual apontando para a página. Isso conecta a sua autoridade ao negócio e traz os primeiros seguidores.

3. Escreva o Sobre para quem compra

Comece pelo problema que você resolve, depois liste serviços, normas atendidas, setores e capacidade de atendimento.

4. Use as especialidades como palavras-chave

Preencha os termos que o cliente pesquisa: ensaios físico-químicos, validação de métodos, consultoria em BPF, treinamento in company.

5. Configure o botão de ação

Aponte para um canal com resposta rápida. Botão que leva a formulário esquecido custa cliente.

6. Convide os primeiros seguidores

Peça à equipe, aos parceiros e aos clientes que sigam a página. Página com poucos seguidores reduz a credibilidade da proposta.

7. Publique antes de vender

Mantenha a proporção do capítulo 5: conteúdo técnico em primeiro lugar, oferta comercial como exceção.

8. Depoimento só com autorização

Peça por escrito o uso do nome, da marca e do caso. Sem isso, descreva o problema e o resultado sem identificar o cliente.

9. Responda em até 24 horas

Mensagem e comentário sem resposta valem menos que página inexistente. Defina quem responde e em que prazo.

10. Meça o que gera contato

Acompanhe cliques no botão, mensagens recebidas e origem das propostas. Curtida não paga ensaio.

Cuidado com automação de mensagens em massa. No setor técnico, a abordagem genérica queima o nome do negócio com o público que mais interessa, que é pequeno e se conhece.

Prospecção sem parecer vendedor

A rotina que funciona para serviço técnico é curta e constante: uma lista de contas-alvo, conteúdo que prova competência e conversa individual sem proposta na primeira mensagem.

Semana 1

Monte a lista de vinte empresas-alvo e identifique quem decide: qualidade, regulatórios, P&D ou suprimentos.

Semana 2

Siga essas pessoas, comente com conteúdo técnico e publique dois materiais sobre o problema que elas enfrentam.

Semana 3

Envie mensagem individual, sem anexo e sem preço, propondo uma conversa de vinte minutos sobre o cenário delas.

MODELO DE PRIMEIRA MENSAGEM

Olá, [nome]. Vi que a [empresa] atua com [segmento]. Trabalho com [serviço] e tenho acompanhado as exigências de [norma ou tema] nesse tipo de operação. Se fizer sentido, posso compartilhar como outras empresas do setor organizaram essa rotina. Fico à disposição.

Nada de anexo, apresentação institucional ou tabela de preços na primeira mensagem. O objetivo é conversa, não proposta.

EXERCÍCIO 10, SUA OFERTA E SUAS CONTAS-ALVO

Escreva a oferta em uma frase, conforme a estrutura da página anterior, e liste as dez primeiras empresas que você quer atender.

Referências

Referências elaboradas conforme a ABNT NBR 6023:2018. Endereços eletrônicos verificados em 17 de setembro de 2026.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR ISO/IEC 17025**: requisitos gerais para a competência de laboratórios de ensaio e calibração. Rio de Janeiro: ABNT, 2017.

ADOBE. **Adobe Color**. San Jose, 2026. Disponível em: <https://color.adobe.com>. Acesso em: 17 set. 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução da Diretoria Colegiada RDC nº 512, de 27 de maio de 2021**. Dispõe sobre as boas práticas de fabricação de produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 2021.

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 20 fev. 1998.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 15 ago. 2018.

CATHO. **Guia de profissões e salários**. São Paulo, 2026. Disponível em: <https://www.catho.com.br/profissoes-e-salarios>. Acesso em: 17 set. 2026.

COLORMIND. **Colormind**: gerador de paletas de cores. 2026. Disponível em: <http://colormind.io>. Acesso em: 17 set. 2026.

COOLORS. **Coolors**: the super fast color palettes generator. 2026. Disponível em: <https://coolors.co>. Acesso em: 17 set. 2026.

GODIN, Seth. **The practice**: shipping creative work. New York: Portfolio, 2020.

GOOGLE. **Google Trends**. Mountain View, 2026. Disponível em: <https://trends.google.com>. Acesso em: 17 set. 2026.

HEYORCA. **What is happening on LinkedIn in 2026**: the latest LinkedIn news and platform updates. 2026. Disponível em: <https://www.heyorca.com/blog/linkedin-social-news>. Acesso em: 17 set. 2026.

LINKEDIN. **Central de ajuda do LinkedIn**. Sunnyvale, 2026. Disponível em: <https://www.linkedin.com/help/linkedin>. Acesso em: 17 set. 2026.

- LINKEDIN. **Picture perfect:** make a great first impression with your LinkedIn profile photo. Sunnyvale, 2026. Disponível em: <https://www.linkedin.com/business/sales/blog/b2b-sales>. Acesso em: 17 set. 2026.
- LINKEDIN. **Social Selling Index.** Sunnyvale, 2026. Disponível em: <https://www.linkedin.com/sales/ssi>. Acesso em: 17 set. 2026.
- MICROSOFT. **Investor relations:** earnings releases. Redmond, 2026. Disponível em: <https://www.microsoft.com/en-us/investor>. Acesso em: 17 set. 2026.
- OPENAI. **ChatGPT:** ferramenta de inteligência artificial generativa. 2026. Disponível em: <https://chatgpt.com/>. Acesso em: 18 set. 2026.
- SNAPPR. **Photo analyzer.** São Francisco, 2026. Disponível em: <https://www.snappr.com/photo-analyzer>. Acesso em: 17 set. 2026.
- SOCIALBEE. **2026 LinkedIn updates, news, and features.** 2026. Disponível em: <https://socialbee.com/blog/linkedin-updates>. Acesso em: 17 set. 2026.
- SOCIALPILOT. **New LinkedIn features and updates for 2026.** 2026. Disponível em: <https://www.socialpilot.co/blog/new-linkedin-features-and-updates>. Acesso em: 17 set. 2026.
- TAGCROWD. **TagCrowd:** word cloud generator. 2026. Disponível em: <https://tagcrowd.com>. Acesso em: 17 set. 2026.
- VAGAS.COM.BR. **Mapa de carreiras.** São Paulo, 2026. Disponível em: <https://www.vagas.com.br/mapa-de-carreiras>. Acesso em: 17 set. 2026.
- WILLIS, Janine; TODOROV, Alexander. First impressions: making up your mind after a 100-ms exposure to a face. **Psychological Science**, v. 17, n. 7, p. 592-598, 2006.
- WORDCLOUDS.COM. **Wordclouds:** free online word cloud generator. 2026. Disponível em: <https://www.wordclouds.com>. Acesso em: 17 set. 2026.

NOTA SOBRE OS DADOS DE PLATAFORMA

Os números de audiência, alcance e comportamento de formatos citados no capítulo 4 foram publicados pela própria plataforma ou compilados de anúncios oficiais de produto. Métricas de redes sociais mudam com frequência: antes de reproduzir qualquer dado em publicação própria, confirme a fonte primária e registre a data de acesso.

CRÉDITOS E USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

As imagens apresentadas neste e-book foram produzidas com o auxílio de inteligência artificial generativa, utilizando o ChatGPT (OpenAI). As imagens foram geradas a partir de prompts desenvolvidos pela autora especificamente para este material.

Referência geral: OPENAI. **ChatGPT:** ferramenta de inteligência artificial generativa. 2026. Disponível em: <https://chatgpt.com/>. Acesso em: 18 set. 2026.



LinkedIn para Estudantes e Profissionais da Química

1ª Edição, setembro de 2026

Comissão Técnica de Divulgação do CRQ-SP