

11ª Edição do Conselho da Mulher Empresária de Belém 15/06/2021



## Edição Especial Festas Juninas



**Empresária e seus  
Diversos Pápeis**



**Novas tecnologias são  
mercadorias ou serviços?**



**Como a Pandemia Afeta as  
Festas Juninas**



**Para vender mais e atender  
melhor, escute.**



**A Importância da Assessoria  
Jurídica**



**Como manter a calma!**

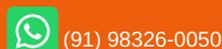
## QUEM SOMOS NÓS

O **Conselho da Mulher Empresária de Belém**, faz parte da estrutura associativista da Associação Comercial do Pará, a segunda associação mais antiga do Brasil. Temos como objetivo o associativismo com foco em resultados que beneficiem e fortaleçam a classe empresarial feminina, por isso nossas ações são direcionadas para o desenvolvimento pessoal e empresarial de nossas associadas.

Ficaremos muito felizes de receber sugestões de temas para artigos das próximas edições.

Outra coisa, se você tiver interesse, pode divulgar sua marca no rodapé das páginas. É só mandar um whatsapp para o número abaixo.

Há! Não esqueça, **SIGA ESTE CONSELHO** nas redes sociais.



## Atual Diretoria

Denise Araújo – Presidente

Suely Margalho – 1ª Vice Presidente

Kátia regina Abou – 2ª Vice Presidente

Nayana Cunha Lima – Secretária

Elizabeth Couto – Secretária Adjunta

Regina Villanova – Diretora Financeira

Nazaré Silva Pinon – Diretora Financeira

Adjunta

Myrian Guimarães – Diretora de Planejamento e Estratégia

Ivanete Ferreira da Silva – Diretora Adjunta de Planejamento e Estratégia

Maria José Rodrigues Dias – Diretora Eventos Sociais e Empresariais

Rita de Cassia de Oliveira – Diretora Adjunta de Eventos Sociais e Empresariais

Renata Gean Sade – Diretora de Marketing

Vania Maria A. Moreira Oliveira – Diretora Adjunta de Marketing

Rebeca Barbosa Lucas – Diretora de Capacitação e Desenvolvimento Empresarial

Roseli Lopes Dias – Diretora Adjunta de Capacitação e Desenvolvimento Empresarial

Ana Rosa Moreira Ferreira – Diretora de Responsabilidade Social e Ações Culturais

Flavia Fonseca Leal Rayol – Diretora Adjunta de Responsabilidade Social e Ações Culturais

Francisca Monteiro Uchôa – Diretora de Relações Institucionais

Izabela Araújo – Diretora Adjunta de Relações Institucionais

Mayanna Beckman – Diretora de Negócios

Walda Cardoso – Diretora Adjunta de Negócios

## AGENDA:



**Coquetel de lançamento do impostômetro**



**Café com a presidente**

No mês de maio nosso conselho esteve presente no coquetel de lançamento do impostômetro, movimento liderado por nosso CONJOVE-Conselho do Jovem Empresário, nossa diretora Mayanna Oliveira nos representou divinamente.

Demos continuidade com o "Café com a Presidente" no qual nossa Presidente- Denise Araújo, 1ª Vice-Presidente- Suely Margalho e a Diretora de Negócios- Mayana Oliveira receberam virtualmente associadas para um bate-papo. Receberam Fernanda Cabral, Marcia Athaide, Nazaré Pinon e Myrle Braun.

## ATUALIDADE



### AS OPORTUNIDADES E BENEFÍCIOS DE PROJETOS CULTURAIS

O setor cultural é um dos que mais geram empregos diretos e indiretos no Brasil. Só em 2019 (período pré pandêmico) eram cadastrados 7.137.912 profissionais na classe de empregos diretos, sem contar os inúmeros indiretos. São mais de sete milhões de trabalhadores que pagam impostos e sustentam suas famílias, representando economicamente entre 1% a 4% do PIB nacional.

Esse sistema, em grande parte, é economicamente fomentado de diversas formas. Existem projetos culturais que possuem boa capacidade de atração de clientes/público, onde o capital circula dentro do próprio projeto e a relação investimento/lucro se dá de forma harmoniosa. Também existem projetos culturais onde o investimento inicial se dá através da iniciativa privada, que utiliza o conteúdo do projeto para suas atividades de marketing e financiam o mesmo através de cotas de patrocínio, seja ele patrocínio direto (sem intervenção de mecanismos de leis de incentivo à cultura) ou projetos incentivados (onde a empresa recebe de volta parte ou a totalidade do que investiu no projeto cultural). Existe ainda outra modalidade que são os incentivos diretos de editais culturais das esferas públicas, onde o produtor cultural não precisa entrar em parceria com nenhuma empresa privada para conseguir o capital em troca de abatimento no imposto. Os projetos selecionados recebem o capital diretamente da esfera que promoveu o edital.

Cada vez mais as empresas privadas estão se interessando em fazer aportes de patrocínio à projetos culturais, pois já ficou evidente o retorno que eles trazem a quem investiu. Prova disso é que as empresas que costumam patrocinar são patrocinadoras recorrentes de muitos anos. Mesmo já havendo uma quantidade significativa de empresas que patrocinam, este é um mercado que ainda tem muito para crescer, pois as empresas que patrocinam são poucas se comparadas às que poderiam patrocinar e não patrocinam, quase sempre, por desconhecimento dos mecanismos de incentivo fiscal em benefício da cultura.

Na lei de incentivo do Pará (Lei Semear) por exemplo, dos 430 projetos aptos pelo estado a captar recursos junto às empresas em 2020, apenas 35 projetos conseguiram captar. Isso se dá porque muitas empresas ainda não vislumbraram o retorno e não se abriram para este mercado.

## ATUALIDADE

As empresas patrocinadoras de projetos culturais são recorrentes porque já avaliaram positivamente o retorno que existe, tanto institucionalmente quanto em vendas. Em se tratando de leis de incentivo então nem se fala, pois, as empresas têm todos os benefícios do retorno que a exposição do projeto propicia a custo zero ou, dependendo da lei enquadrada, um custo baixíssimo.

Do ponto de vista publicitário é mais efetivo uma empresa abordar temas que agradem o seu público-alvo estando relacionada como provedora de um projeto que de alguma forma trate do tema em questão, assim como causa, de forma efetiva na mente das pessoas em geral, um olhar mais valoroso às empresas que patrocinam projetos que elas gostam ou tem alguma conexão. Do ponto de vista do marketing é um golaço, principalmente quando a empresa incorpora o seu nome ao nome do projeto patrocinado, ou simplesmente aparece como uma das marcas que possibilitaram aquelas pessoas viverem determinada experiência. Isso é algo que tem valor intangível na mente do público e ele dificilmente esquece. Isso é tão ou mais valioso do que o marketing tradicional.

Um bom exemplo é o período de festas juninas, onde para esse tema existem vários projetos culturais disponíveis para patrocínio. A quantidade de público que gosta e se envolve com o movimento cultural desse período do ano é muito grande e as empresas que propiciam às pessoas participarem de alguma atividade cultural relacionada ao tema junino acabam criando conexão e vínculo com o público dos projetos patrocinados e podem perceber os benefícios e resultados do patrocínio nos demais períodos do ano. Patrocinar projetos culturais vai além de uma oportunidade de marketing, mas também uma importante missão social, educacional, de formação de valores e cultura para a geração de uma sociedade cada vez mais civilizada.

**Mariana Espíndola**  
Co Founder da Oriente MultiProduções



## RH CONECTADO

### EMPRESÁRIA E SEUS DIVERSOS PAPÉIS



Tenho visto que muitas mulheres querem ser uma boa mãe

Ser uma boa esposa

Uma boa amiga

Mas será que você é boa para você?

Você é sua melhor amiga?

Talvez você trabalhe 24 horas para os outros e parece que não sobra nada pra você.

Assim, não consegue dar conta de tudo e se sente frustrada, cansada, esgotada e sem energia.

Essas coisas acontecem porque talvez faz um tempo que você não presta mais atenção em si mesma.

Será que você não precisa pensar um pouco sobre suas prioridades?

Pois, quanto menos você cuidar de si, mais cansada vai ficar.

Quero deixar algumas orientações importantes:

1 - LIMITES: Identifique seus limites e seja gentil consigo mesma;

2 - ORGANIZAÇÃO: procure identificar o que mais lhe rouba tempo e energia. Insista em organizar melhor esses pontos e ganhar tempo;

3 - PRIORIDADES: Estabeleça sua prioridade e seja a primeira da lista;

4 - CONVERSA: Converse com a família e fale que você precisa de um tempo só para você.

Aprenda a falar aos outros sobre suas necessidades;

5 - FLEXIBILIDADE: Não trabalhe como um relógio, permita-se mais e seja flexível com seus horários;

6 - ATITUDE: Não espere ninguém tomar atitude por você. Peça e aceite ajuda.

Lembre-se, que se você não se priorizar, ninguém vai fazer isso por você.

Se você não se cuidar, sua família não terá a melhor versão de você.

Se você já conseguiu separar tempo pra você, então se cuide!

O importante acima de tudo é reconhecer aonde você está e dar o primeiro passo

**Silvia Vasconcelos**  
Psicóloga Clínica



**XÔ,  
CORONGA!**

Mantenha você e sua família protegida.  
Respeite os protocolos de segurança.



## SAÚDE FINANCEIRA

### NOVAS TECNOLOGIAS SÃO MERCADORIAS OU SERVIÇOS?



Novas tecnologias: o que são, o que comem, onde vivem, mercadorias ou serviços? Eis a questão.

Em primeiro lugar, é preciso ter em mente que a cobrança de um imposto só pode ocorrer quando existe a devida previsão legal. Por exemplo, na venda de uma mercadoria, você deve pagar o ICMS (imposto estadual cobrado na circulação de mercadorias) e na prestação de um serviço, você deve pagar o ISS (imposto municipal cobrado na prestação de serviços). Tudo isso está devidamente previsto em lei.

Mas a dúvida sobre a tributação reside na seguinte pergunta: novas tecnologias são classificadas como mercadorias ou serviços?

Temos de um lado da discussão os Estados que entendem que algumas tecnologias devem ser compreendidas como mercadorias ou serviços de comunicação (ambos tributados pelo ICMS, imposto de competência estadual).

Do outro lado, temos os Municípios que defendem a classificação na categoria de serviços (e consequentemente tributados pelo ISS, imposto de competência municipal).

Com esse contexto, é de se esperar que você, empreendedor e contribuinte que quer manter seu negócio em dia sem perder os cabelos antes da hora, fique sem saber qual caminho seguir nessa guerra fiscal entre Estados e Municípios.

A discussão já foi um pouco mais simples. Na época em que os softwares eram disponibilizados através de suportes físicos (como CDs), a jurisprudência decidiu que os softwares materializados eram classificados como mercadoria, devendo incidir ICMS sobre essa operação de venda.

Por exemplo, você vai até uma livraria e pede para um vendedor buscar na prateleira um Windows 10. Ele vai entregar uma embalagem física (capa, cd e manual de instruções). No caixa, será emitida uma Nota Fiscal Eletrônica e será tributado o ICMS.

Mas quando o sistema for produzido sob encomenda, atendendo as particularidades de um cliente, ele é considerado um serviço, devendo incidir ISS sobre essa prestação.

Imagine que um cliente precisa de uma tecnologia que atenda suas necessidades específicas e solicita esse trabalho a uma empresa que vai desenvolvê-la por encomenda e, ao final do serviço, vai emitir uma Nota Fiscal de Serviço e tributar o ISS.

Essas duas classificações continuam sendo utilizadas, mas ainda não há uma definição sobre as novas tecnologias que transcendem os conceitos de “software materializado em suporte físico” ou “software por encomenda”. Por isso, os aplicativos, os programas disponibilizados mediante download, o streaming e qualquer nova tecnologia que está por vir não possuem uma tributação certa.

**Maria de Nazaré Silva**  
Empresária Contábil na  
MN Consultoria Contábil e Perita



## MERCADO

### COMO A PANDEMIA AFETA AS FESTAS JUNINAS.



Uma das épocas do ano mais animadas e mais esperadas é, sem dúvida a junina. O colorido das roupas e da decoração, as comidas típicas, as danças e as músicas, envolvem o trabalho de milhares de profissionais do setor de eventos. Esse ano, mais uma vez, devido a pandemia, as festas de São João, São Pedro e Santo Antônio vão precisar passar por uma reformulação para que possam acontecer de forma segura, rendendo algum faturamento para o setor. Só para entendermos, o setor de eventos, de uma forma em geral, foi dos mais afetados pelas restrições impostas pela pandemia. Casamentos, festas de 15 anos, bodas e toda e qualquer celebração, precisou se adaptar, mas muitos cancelamentos aconteceram também.

No ano de 2019, por exemplo, quando ainda não havia pandemia, o Ministério do Turismo confirmou investimentos de cerca de R\$4 milhões. Em Campina Grande, na Paraíba, que promove uma das maiores festas do país, um público de cerca de 3 milhões de visitantes compareceu. Antes da pandemia cerca de 3 mil empregos diretos e indiretos foram gerados. São milhares de trabalhadores desde costureiras, músicos, dançarinos, cozinheiros, montadores, decoradores envolvidos em um evento como esse.

Porém especificamente quanto as festas juninas, elas precisaram se adaptar e estão acontecendo de diversas formas, desde comemorações em casa e também pelas lives, chamadas de vídeo. Um setor que movimenta milhares de profissionais, enfrenta uma queda de cerca de 80% nas vendas e conseqüentemente um grande número de profissionais sem garantia de trabalho e renda, alguns deles que garantem seu sustento em boa parte do ano graças as festas juninas.

Certamente que, as pequenas comemorações em casa são um alento para quem não tinha nenhuma expectativa de faturamento, mas não resolve o problema.

Grupos de quadrilhas que estavam na expectativa de retorno tiveram que cancelar seus planos e fazer apresentações virtuais. Imagine que algumas quadrilhas gastam até R\$60 mil para participar de competições.

É realmente dolorido não poder manter essa tradição, símbolo de nossa cultura popular, mas todos tem a esperança de no próximo ano ver de volta a alegria das festas juninas.

**Ana Celeste Franco**  
Ana Franco Consultoria e  
Coordenadora da CSE da ACP



**FELIZ  
SÃO JOÃO**

## MARKETING

### PARA VENDER MAIS E ATENDER MELHOR, ESCUTE.



“A comunicação de hoje é a escuta”.

A frase da Fe Baffa, sócia-diretora da Unidade de Comunicação, Linguagem e Expressão da Perestroika é válida para as reflexões sociais, mas também permite um questionamento pertinente para marcas e empresas: você tem escutado os seus clientes?

As pessoas querem e gostam de serem ouvidas (ainda mais na era da expressão e do protagonismo na internet), já as marcas, por sua vez, podem e devem estar atentas ao que está sendo dito.

Trazendo para o cenário atual de aceleração dos negócios no ambiente digital e das redes sociais como canais de venda, se a sua empresa é atuante no Facebook, no Instagram, no Twitter e em outras redes, é importante que você saiba que as redes sociais não são sobre propaganda e, sim, sobre relacionamento.

Sendo assim, é possível utilizá-las como ferramentas poderosas para o desenvolvimento e sucesso do seu empreendimento, estabelecendo conversas e estando disponível para o que é dito pela sua audiência. Assim, além de possibilitar medir a satisfação, entender as necessidades dos clientes, aperfeiçoar o produto ou serviço, permite que você entregue mais valor e produza conteúdos e formatos cada vez mais relevantes que se conectem com o universo de interesse dos consumidores da sua marca.

Para colocar em prática, três ações podem ajudar:

1. Não faça apenas posts de venda direta. Faça uma lista de temáticas que se relacionam com os propósitos, valores e posicionamento da sua empresa, produza conteúdo sobre elas e leve em consideração as reações e os retornos dos clientes.
2. Faça um post perguntando aos seguidores as principais dúvidas deles sobre o seu negócio.
3. Valorize cada comentário, direct e menção. Interaja, se relacione!

Após isso, muito provavelmente surgirão feedbacks e importantes insights para o seu mercado, ideias para ações de vendas e, claro, posts alinhados ao que os seus clientes precisam e desejam.

E por que isso é tão importante? Porque conexão gera aproximação, aproximação gera confiança. E as pessoas preferem comprar de marcas que conhecem e confiam.

**Raissa Palheta**  
Publicitária e Especialista em  
branding e conteúdo digital



# JUNTOS SOMOS MAIS FORTES!



## DE OLHO NA LEI

### A IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA JURÍDICA



Geralmente, as ideias iniciais de negócios são interessantes, porém a maioria dos empreendedores não contrata uma assessoria jurídica prévia à abertura. A realidade é que costumam contratar tão somente quando os primeiros problemas começam a surgir e, infelizmente, estes problemas podem comprometer a alavancagem do negócio ou até mesmo levar ao encerramento precoce da empresa.

Inclusive, engana-se aquele que pensa que deve possuir um suporte jurídico apenas para grandes empresas. Não! A assessoria jurídica é muito importante, principalmente, para os microempresários e empresas de pequeno porte, pois são os que mais sentem os impactos financeiros causados por passivos jurídicos.

Situações aparentemente simples, como as escolhas do nome da marca, do tipo de empresa e regime tributário ideais para o empreendimento, contrato social, licenças para funcionamento, admissão de empregados, contratos com fornecedores e clientes... enfim, tudo isso e muito mais, se não for bem estruturado e organizado, observando as especificidades da empresa e acompanhando a agilidade das alterações legais do mercado, resulta negativamente no seu negócio.

Até mesmo pequenas parcerias – sem constituição ou interesse de sociedade – são iniciadas sem qualquer documento mínimo que possa regular os acordos pactuados entre as partes. Nestes casos, é muito comum de se ver grandes amizades terminarem por desacordos comerciais, tudo falta de um simples acordo de intenções ou termo de parceria.

Assim, ao iniciar um negócio, atue preventivamente (para minimizar o risco de demandas judiciais) e estrategicamente (para o crescimento da empresa) invista em uma assessoria jurídica. Garanto que você não irá se arrepender! Observe que soluções jurídicas pontuais e assertivas podem ser a chave para o seu crescimento.

**Izabela Araujo**  
Advogada e Sócia Fundadora do  
ODCA Advogados

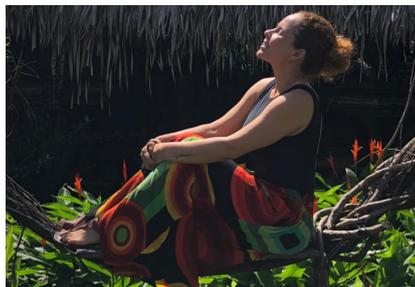


**A VACINA CHEGOU,  
MAS A PANDEMIA  
NÃO ACABOU!**

  
Conselho da Mulher Empresária  
da Associação Comercial do Pará

## SAÚDE E BEM-ESTAR

### COMO MANTER A CALMA!



Experimentar sentimentos de ansiedade e incerteza durante este período é perfeitamente comum. Mas é importante saber que é possível mudar a mentalidade e passar, do medo e da preocupação, para um lugar mais calmo e fundamentado. E essa mudança mental, geralmente, começa com as pequenas ações que compõem nosso dia a dia.

Afinal você pode ser a pessoa mais calma do mundo, mas ninguém está livre do estresse do dia a dia, da ansiedade e das preocupações.

E quando essas situações acontecem, é preciso parar e encontrar soluções para acalmar a mente. Respirar fundo, fazer uma caminhada, sair para conversar com os amigos... O que você faz para se manter tranquilo?

Em primeiro lugar, é preciso reduzir a marcha, desacelerar e refletir. Às vezes, a turbulência do dia a dia nos impede de enxergar as situações como elas são. Se está muito estressado, com os pensamentos a mil, precisa parar e analisar o que está gerando esse estresse.

Problemas no trabalho? Na família? Relacionamentos difíceis? Dificuldade financeira? Notícias sobre a Covid19?

A partir daí você poderá analisar melhor a situação e buscar algumas soluções.

Algumas dicas são:

Ouçã uma boa música para relaxar;

Tenha um bichinho de estimação;

Faça exercícios de respirações;

Pratique Yoga;

Medite todos os dias;

Tenha tempo para você;

Alimente-se bem;

Tenha um diário de emoções;

Estimule sua espiritualidade;

E procure viver o presente!

Paz e bem

**Silvia Dorian**

Professora de Yoga, meditação e eneagrama  
membro da equipe do Instituto Zeptep Belém/PA



## SEGURO DE VIDA E UM SÉRIE DE BENEFÍCIOS:

- DESCONTO DE ATÉ 50% EM CONSULTAS E EXAMES MÉDICOS; <sup>(1)</sup>
- 09 CONSULTAS MÉDICAS/ODONTOLÓGICAS PAGAS PELA ASPEB; <sup>(1)</sup>
- CRÉDITO EM SUPERMERCADOS, FARMÁCIAS E DEPÓSITOS DE GÁS; <sup>(2)</sup>
- ASSISTÊNCIA FUNERAL E MUITO MAIS. <sup>(3)</sup>



30  
ANOS

(91) 4009-7600 (91) 4009-7602

OBSERVAÇÕES

1) OS CONVÊNIOS DE SAÚDE E ODONTOLÓGICOS SÃO OPERADOS SOB LIMITES E CONDIÇÕES PRÉ-ESTABELECIDAS E NÃO SE VINCULAM A OPERADORAS E/OU PLANOS DE SAÚDE, EXCLUINDO-SE ATENDIMENTOS MÉDICO-HOSPITALARES SOB A RESPONSABILIDADE DA ASPEB MESMO QUE DELES DECORRENTES. 2) SERVIÇOS PRESTADOS POR EMPRESAS E/OU PROFISSIONAIS AUTÔNOMOS POR FORÇA DE CONVÊNIO COM A ASPEB, PODENDO SER SUSPENSOS OU SUBSTITUÍDOS POR CIRCUNSTÂNCIAS COMERCIAIS QUE INVABILIZEM SUA MANUTENÇÃO. 3) O SERVIÇO DE ASSISTÊNCIA FUNERAL É VÁLIDO PARA SEGURADO, CÔNJUGE E FILHOS DE ATÉ 21 ANOS.