

4ª Edição do Conselho da Mulher Empresária de Belém 14/11/2020



Liderança Colaborativa



A Importância do Preço de Venda para a Estratégia do Negócio



O Empreendedorismo Feminino e seus Desafios



Marketing Pessoal: Você está sendo Observado



Com o IGP-M nas alturas e as vendas baixas, há direito de negociação do aluguel do ponto comercial?



5 Dicas para Elevar sua Auto Estima

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.

 (91) 98326-0050

 @cme.para

 cme@acp.com.br

 conselho da mulher empresária-cme

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

Atualidade

“O QUE O SEU MARIDO ACHA DISSO?” - UM CONVITE A MUDAR A SUA RELAÇÃO COM O VOTO

Este tipo de comentário é apenas um exemplo de questionamentos que apenas candidatas do sexo feminino enfrentam no processo eleitoral, e que demonstram o machismo estrutural refletido também nas estruturas políticas do país.

O contexto político atual revela baixos índices de representatividade feminina na política em todos os cargos eletivos de todos os níveis da federação - e esse contexto se reflete também na distribuição dos espaços de poder na iniciativa privada.

A história nos conta que apesar do voto ter surgido no Brasil junto com o processo de colonização, precisamente em 1532, as mulheres foram excluídas do processo eleitoral até 1932 quando adquiriram o direito ao voto.

Começamos bem, elegendo a primeira mulher ainda em 1934 (a deputada federal Carlota Queiroz, pelo Estado de São Paulo), mas de lá pra cá, decorrido mais de oito décadas, evoluímos pouco. A regulamentação do voto feminino não fez com que aumentassem os índices de representatividade da mulher na política brasileira.

A histórica exclusão das mulheres na política mostra cicatrizes até os dias atuais, visto que ainda há dificuldades em ocuparem cargos de poder, serem eleitas ou terem voz ativa na tomada de decisão.

As cotas para candidaturas femininas foram os primeiros passos, elas garantiram a reserva de 30% da candidatura por mulheres nas eleições proporcionais (método usado para determinar os representantes das casas legislativas), e depois asseguraram 30% do fundo partidário para financiar suas campanhas.

Apesar de decorridos onze anos da criação dessa cota de gênero, as candidaturas femininas têm se limitado a essa média, resultando, por consequência, em um número ainda menor de mulheres eleitas. Menos de 15% dos cargos do Legislativo são ocupados por mulheres, e no Executivo a proporção despencou para menos de 10%.



Mas como esses números se conectam conosco, cidadãs, empresárias, mães, eleitoras?

Sociedade e política não se separam. Os números comprovam a sub-representação das mulheres na política, muito embora sejamos mais da metade do eleitorado brasileiro, mais precisamente 52,8%. Reconhecendo esse dado, percebemos que nós mesmas somos responsáveis por colocar no poder muito mais homens que mulheres.

Não estamos enxergando umas às outras. Metade do eleitorado é feminino e, ainda assim, prevalece a invisibilidade da mulher como obstáculo para a sua atuação na política. Com um cenário de predominância masculina dentro da arena política, os projetos e diretrizes em torno das demandas femininas, em sua maioria, são desenhados e dirigidos por homens.

O Brasil é um país de ideias conservadoras e patriarcais que estabelecem de maneira arcaica o papel da mulher na sociedade, rotulando quais espaços lhes são permitidos ocupar. Por muito tempo nossa imagem foi direcionada aos cuidados domésticos, propagando o imaginário de fragilidade e delicadeza feminina.

Ainda é comum vermos mulheres que se destacam em papéis de liderança serem alvo de comentários ofensivos, de cunho misógino, em vez de serem reconhecidas por seu profissionalismo e dedicação.

A luta das mulheres teve início com demandas pontuais e hoje se faz presente em inúmeros seguimentos sociais relacionados não só ao papel da mulher na sociedade, mas também aos direitos das minorias, acesso a moradia digna, à proteção da criança, ao desenvolvimento e acesso à educação, à necessidade de creches públicas, dentre outras tantas políticas públicas que impactam diretamente no cotidiano das mulheres.

Com isso, o feminismo entrou, para ficar, na agenda pública. Temas como assédio, maternidade e carreira vêm ganhando espaço e adentrando na agenda eleitoral, porém, ainda não conseguiram garantir a relevância adequada dentro da agenda de governo, traçada majoritariamente por homens. Mulheres na política representam transformação social, impactando, não só na tomada de decisões e na formulação e implementação de políticas públicas, mas também na maneira como recursos são alocados e nas dinâmicas informais da política. Apoiar essas candidatas, não é apenas cumprir com os números, é fortalecer a democracia.

Eleger candidatas comprometidas com demandas das mulheres é uma forma de superar os gargalos e labirintos que ainda marcam a jovem democracia brasileira. Somente votando em mulheres, conseguiremos aumentar e naturalizar nossa presença nos espaços de poder e decisão.

Trazendo essa pauta para debate promovemos o efeito de contágio cultural, capaz de influenciar comportamentos e promover a mudança das estruturas sociais. Dessa forma ajudamos a aprimorar a qualidade da democracia brasileira no quesito representatividade, para que seja mais abrangente, completa e plena.



Brenda Araújo
Advogada especialista de Direito Administrativo e
Sócia Administradora do Clodomir Araújo Advogados

RH CONECTADO

LIDERANÇA COLABORATIVA



Liderança colaborativa, um conceito que tem se tornado cada vez mais forte nas organizações, principalmente nos últimos meses com tantos desafios impostos pela pandemia do COVID 19.

Ela requer um olhar dinâmico e ativo para a equipe. Onde a figura do líder vai além de uma autoridade superior, mas sim, de alguém que entende as necessidades de sua equipe e sabe trabalhar conjunto. Isso é trabalhar com a pluralidade das pessoas, afinal somos diferentes uns dos outros, temos sentimentos, crenças, valores e experiências

de vida completamente diferentes, mas que se bem combinadas podemos ser mais produtivos e assertivos em nossas escolhas.

O primeiro desafio do líder colaborativo, é identificar e entender os diferentes perfis e competências de sua equipe para combiná-los na medida certa e assim alcançar resultados excepcionais. Essa conexão de valores direcionados a um objetivo ocorre se realmente houver um interesse genuíno do líder em trabalhar com pessoas e suas diferenças. Essa não é uma tarefa fácil, pois o cérebro humano entende que é melhor buscar conexões com pessoas semelhantes, assim permanecendo no que se denomina “zona segura do relacionamento”. Dessa forma naturalmente o ser humano tende a se afastar do diferente.

O segundo desafio é a releitura dos perfis e estilos de liderança. Aqui aquele chefe “herói”, que não houve ninguém, que grita, ameaça e não assume responsabilidades procurando culpados, sai do jogo, e entra em cena o líder/gestor que empodera através do incentivo a inovação, faz pergunta e aprende, assume responsabilidades e entende que o erro faz parte de um processo de aprendizado muito maior. Este acredita genuinamente no poder da adversidade, possui empatia, não vê suas vulnerabilidades como algo ruim e sim como oportunidades de crescimento e promove condições de segurança psicológica no ambiente de trabalho.

Outra competência relevante do líder colaborativo é buscar descentralizar e compartilhar o trabalho, dando destaque e mérito às conquistas da equipe.

Eu acredito que a liderança colaborativa é uma ferramenta importantíssima para diminuirmos as diferenças entre gerações no ambiente organizacional, afinal as novas gerações já nasceram em um ambiente de rede onde participar, cocriar, se sentir parte e ser reconhecido são os principais fatores tanto para atrair como para reter novos talentos nas organizações e instituições.



Denise Araújo
Mentora de Líderes e
Especialista em Gestão de Pessoas



**DENISE ARAÚJO**

@denisearaujo | Denise Araújo | 91 98353 9850
Ed. Village Office - Rua Antônio Barreto, 130 - Sala 1502

MENTORA DE LÍDERES | **ESPECIALISTA EM GESTÃO DE PESSOAS** | **TREINADORA COMPORTAMENTAL**

SEJA UM LÍDER DE SUCESSO!

SAÚDE FINANCEIRA



A IMPORTÂNCIA DO PREÇO DE VENDA COMO ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO.

Para a formação adequada do preço de venda, você precisa primeiramente conhecer o que influenciará a decisão dos potenciais clientes para comprar o produto ou serviços que você vende. A decisão de compra, não é tão racional como se imagina e está diretamente relacionado com a percepção de valor pelo consumidor.

De forma simples, pode se dizer que a diferença entre preço e valor é: O preço é o que o cliente paga e o valor é o que a empresa "entrega". A comparação entre preços influencia a decisão de compra pelo consumidor.

O preço de venda deve ser suficiente para cobrir todos os custos dos esforços necessários para produzir e vender e assegurar a obtenção de lucro.

Qual o custo dos esforços necessários para produzir e vender?

Custos (fixos e variáveis) Os custos fixos são aqueles que acontecem independentemente da quantidade de produtos fabricados ou vendidos. Custos variáveis são aqueles que variam diretamente com a quantidade de produtos fabricados ou vendidos. Como por exemplo: Fabricação de produto que necessite de aquisição de matéria prima, quanto mais produtos a serem fabricados, mais matéria prima a comprar. Neste caso, o custo acontecerá, ou terá sua variação, conforme a quantidade fabricada ou vendida de produtos. **Despesas (fixas e variáveis)** Despesas variáveis estão relacionadas à produção e venda, enquanto despesas fixas independem do quanto a empresa produz ou vende.

Muitos gestores empresariais, especialmente os de pequena e média empresa, não atribuem a importância necessária a adequada formação de preço de venda e precipita errado o seu produto ou serviço. Em muitos casos o preço de vendas não é suficiente para arcar com os custos variáveis e custos fixos, visto que, são estabelecidos de forma aleatória o que conduz a empresa para operar na zona de prejuízo, ou operar na zona de baixa competitividade.

Determinação de Preço de Venda e Competitividade

Existe diversas técnicas de formação de preço, na maioria é indispensável o conhecimento da estrutura de custos da sua empresa. Uma vez definido adequadamente o preço de venda, faça a comparação com o preço cobrado pelos concorrentes. Avalie se seu negócio está dentro da competição de Mercado, considerando a estratégia de preço adotada: Preço baixo ou Diferenciação. A estratégia a ser adotada, dependerá, do público que você quer definir como potencial cliente e de como você deseja posicionar sua marca. Nenhuma das estratégias dispensa a correta apuração dos custos.

No cenário atual, de crise econômica, é preciso estudar o mercado antes de tomar a decisão de alterar o preço, - seja para aumentar ou diminuir. O atual momento exige entregar mais valor com maior eficiência em custos. Fazer mais com menos.

Regina Vilanova
Dir. de Negócios da Vilanova Ass. e
Consultoria Empresarial



MERCADO



O EMPREENDEDORISMO FEMININO E SEUS DESAFIOS

Empreendedorismo feminino é o movimento que reúne negócios idealizados e comandados por uma ou mais mulheres, mas empreender não é tarefa fácil, principalmente em um país com altas taxas de tributos e muita burocracia. Mesmo assim, com a mistura de sonho e coragem em meio ao desemprego e à crise econômica, foram iniciadas alguma atividade empreendedora, cada vez mais investidas por mulheres.

E para fortalecer o protagonismo feminino para o impacto econômico e social transmitido por elas, com equidade de gênero para participarem de todas as atividades de empreendedorismo, foi instituído pela Organização das Nações Unidas, em 2014, a data de 19 de novembro, como Dia Mundial do Empreendedorismo Feminino com as crescentes variáveis que descrevem as razões das mulheres empreenderem através da economia, da renda, de influências externas como a maternidade e muitas vezes por gerirem sozinhas suas famílias, comprovando assim, de forma coesa, os motivos do crescimento empreendedor, com negócios consciente e ecologicamente correto como os brechós que ganham lojas virtuais e estratégia comercial com o uso da internet como canal principal de vendas on line. (MPE,2020).

Daí a mulher à frente dos negócios fortalece a economia, ajuda a impulsionar novos negócios, contribui para o desenvolvimento econômico e sustentável, mais qualidade de vida e uma sociedade mais justa e próspera, gerando oportunidades de liderança, embora elas representem 52% da população brasileira (Sebrae).

Para Ana Fontes da Rede de Mulher Empreendedora, o Brasil precisa de políticas de inovação que inclua mulheres. Penso que, lugar de Mulher é onde ela quiser. Podemos empreender, realizar o sonho do outro e fazer coisas maravilhosas a qualquer nível. Isso vai além de ter somente o seu negócio. Para isso, não precisa mudar o mundo, apenas tornando-o melhor e impactar Pessoas ao nosso redor. Isso é realmente incrível e extraordinário. Empodera e Inspira!

Suely Margalho
Administradora e
Master Coach Business



**Suely
Margalho**

MASTER COACH BUSINESS DA FEBRACIS
(SISTEMA DE COACHING INTEGRAL SISTÊMICO)

 **SCIS**
SISTEMA DE COACHING INTEGRAL SISTÊMICO

 @SUELYMARGALHO

 91 98288 8364

 SUELYMARGALHO@GMAIL.COM

MARKETING



MARKETING PESSOAL: VOCÊ ESTÁ SENDO OBSERVADO

Marketing pessoal é uma estratégia composta por ações cujo objetivo é qualificar a imagem de um profissional e seus serviços no mercado de trabalho. Não se resume apenas a preocupar-se com a aparência, mas também com a sua postura, comportamentos e networking.

Precisamos nos fazer Notar!

Saber se vender não é, de maneira alguma, sinônimo de culto ao ego ou simples vaidade pessoal.

Você pratica o marketing pessoal todas as vezes que você consegue utilizar suas habilidades e qualificações para se diferenciar e alavancar sua carreira, deixando a sua própria marca entregando valor às pessoas e fazendo com que elas tenham uma excelente impressão sobre você e sobre aquilo que oferece.

Independente de sua área de atuação ou do seu cargo saiba que você está o tempo todo gerando valor e também sendo observado. Não temos como fugir disso! Observamos e somos observados. Para os Líderes em geral, os mesmos devem servir de inspiração para seus colaboradores e os colaboradores serem destacados por suas habilidades e competências com que desempenham seus processos. Afinal, temos um grande compromisso com as pessoas o qual lideramos.

E nessa era digital, é preciso ficar atento ao fato de que com a internet todos ficam sabendo da vida de todos, seja uma promoção no trabalho, passando pelas festas, comemorações e postagens de gosto duvidoso. Querendo ou não, as redes sociais revelam traços de personalidade e postura pessoal, e, de repente, a forma a qual uma pessoa é vista em seu ambiente de trabalho pode ser prejudicada por causa da sua presença mal aproveitada nas redes sociais, - afinal, ali não existe privacidade e pode ser chocante ver um funcionário ou colega envolvido em alguma postagem de cunho preconceituoso, por exemplo. Sempre tenha em mente a tríade: responsabilidade, competência e ética, isto é: se comporte de forma responsável dentro e fora do ambiente de trabalho; esbanje sua competência ao desenvolver suas atividades profissionais e, independente da situação, seja ético.

Sabiam que alguns caçadores de talento, analisam perfil de candidatos, que podem ser eliminados dependendo do que publicam? As empresas estão atentas ao que funcionários fazem nas redes por preocupações com a reputação e a segurança da informação. Lembre-se: Redes Sociais é Vitrine! Tudo isso impacta diretamente em sua vida e seus negócios. E cá pra nós, estamos o tempo todo observando e sendo observados.

Renata Sade
Publicitária e
Consultora em Imagem e Estilo



JUNTOS SOMOS MAIS FORTES!



DE OLHO NA LEI



COM O IGP-M NAS ALTURAS E AS VENDAS BAIXAS, HÁ DIREITO DE NEGOCIAÇÃO DO ALUGUEL DO PONTO COMERCIAL?

O Fundação Getúlio Vargas, através do seu Instituto Brasileiro de Economia, publicou o último dia 03/11/2020 alta no Índice Geral de Preços, que registrou apuração de 20,93%, do acumulado nos últimos 12 meses, observa-se assim, considerável alta, em comparação com o ano passado, quando o acumulado havia registrado somente 3,15%, para os últimos 12 meses.

Neste cenário, há grande preocupação por parte dos inquilinos, haja vista que o IGP-M é um dos principais indicadores de reajuste de contratos de aluguel. Assim, no que se refere a existência ou não de um direito, objetivo ou pré-constituído, do inquilino de que não quer observar o índice contratualmente estipulado, decorrente da “baixa” nas vendas, que culminou com o fechamento do comércio, não existe de forma automática na lei.

Sendo assim, a nossa abordagem e orientação é no sentido do bom senso e espírito de negociação para ambas as partes, com base no artigo 18 da Lei 8245 de 18/10/91 a qual prevê que às partes é lícito estipular, de comum acordo, novo valor para o aluguel, bem como inserir ou modificar cláusula de reajuste.

Por outro lado, entendemos que – em caso de não negociação e impossibilidade completa de reajuste do valor por parte do inquilino – é possível sim o questionamento judicial do contrato, pois o artigo 317 do código civil aponta que “quando, por motivos imprevisíveis, sobrevier desproporção manifesta entre o valor da prestação devida e o do momento de sua execução, poderá o juiz corrigi-lo, a pedido da parte, de modo que assegure, quanto possível, o valor real da prestação”.

Por fim, entendemos ser possível argumentar que está se pleiteando apenas a manutenção do valor ou, até mesmo, um reajuste menor que o acumulado. Especialmente quando – dependendo da situação concreta – um reajuste contratual 20,93% poderia até mesmo superestimar o valor do imóvel, trazendo desequilíbrio contratual.



Izabela Araujo

Advogada e sócia fundadora
do ODCA Advogados

SEGURO DE VIDA E UM SÉRIE DE BENEFÍCIOS:

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



30 ANOS

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

OBSERVAÇÕES

1) OS CONVÊNIOS DE SAÚDE E ODONTOLÓGICOS SÃO OFERTADOS 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 INVIABILIZEM SUA MANUTENÇÃO. 3) O SERVIÇO DE ASSISTÊNCIA FUNERAL É VÁLIDO PARA SEGURADO, CÔNJUGE E FILHOS DE ATÉ 21 ANOS.

SAÚDE E BEM-ESTAR



5 DICAS PARA ELEVAR SUA AUTO ESTIMA

Começo perguntando a vocês mulheres quando foi a última vez que você se colocou no primeiro lugar da sua lista?

Se já faz muito tempo ou você não lembra está na hora de nós mudarmos essa lista de prioridade. Entenda-me que não estou sugerindo que você deixe de ajudar o próximo como a família ou amigos, mas preciso lhe dizer que antes de cuidar de alguém você precisa cuidar de si.

Às vezes, estamos tão ocupados que nos esquecemos de cuidar de nós mesmos. Mas, um dos investimentos mais importantes que você pode fazer é ter esse autocuidado.

Então, separei cinco dicas valiosas para você por em prática na sua rotina:

1. Escute suas necessidades: temos as nossas responsabilidades pessoais, afetivas, familiares, financeiras entre outras, mas esquecemos de ser responsáveis conosco. Não deixe isso acontecer! Apesar de justificarmos na maioria das vezes a falta de tempo, tratando de si próprio devemos estar incluídas como primeiro lugar. Então se você gosta de ir ao salão de beleza, separe esse tempo para você ou talvez um café com as amigas?

2. Cuide do seu interior: sabemos da importância da saúde do nosso corpo e isso inclui também o cuidado da nossa mente. Faça uma higienização diária dos seus pensamentos tornando-os mais positivos. Torne a vida mais leve evitando absorver alguns pensamentos negativos.

3. Seja ativa: todos nós sabemos dos inúmeros benefícios dos exercícios físicos, tantos estéticos como preventivo para o desenvolvimento de doenças crônicas. Infelizmente, muitos ainda são sedentários. Não deixe de praticar atividade física: o seu corpo e mente agradece.

4. Nutra seu corpo: o nosso corpo é a nossa casa! E você não gostaria de ver diariamente sua casa bagunçada. É justamente o que você faz não o nutrindo e optando por alimentos calóricos e sem nutrientes. Opte na maioria das vezes por alimentos naturais, inclua diariamente verduras, legumes, frutas nas suas refeições. Diminua o consumo de açúcares e industrializados.

5. Seja você: num mundo onde somos constantemente julgados, ser autêntico é quase um desafio. Mas, não perca a sua essência: seja sempre você!

Natasha Vilanova
Endocrinologista



Av. Alm. Barroso, 750 - Belém
(91) 3202-1344 | (91) 98300-9977 - Whatsapp

BR 316 KM 08, 834 - Ananindeua
(91) 3282-4599 | (91) 99373-4505 - Whatsapp

www.shoppingdasaude.belem.br

@shopping_da_saude @shoppingdasaudeldta

VENHA CONHECER NOSSAS LOJAS!

