

1ª Edição do Conselho da Mulher Empresária de Belém 06/08/2020



NESTA EDIÇÃO



O desafio da mulher moderna – trabalhar sem culpa tendo marido, casa e filhos



**A importância da elaboração do Orçamento Familiar!
Onde está o meu dinheiro ?**



Impactos, Adversidades e Novas Demandas do Mercado



Tudo mudou! Comportamento de consumo e posicionamento das marcas



O Novo mercado de trabalho



Obesidade na Mulher

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. É só mandar um whatsapp pra gente!!

Outra coisa, se você tiver interesse, pode divulgar sua marca no rodapé das páginas. Pode 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

Atualidade

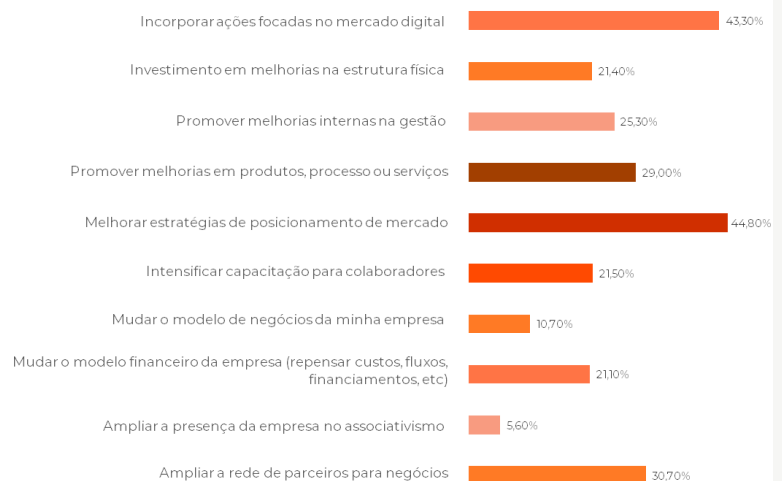
O Conselho Nacional da Mulher Empresária ouviu 1.135 empreendedoras das cinco regiões do país e traçou o perfil da mulher empresária brasileira no associativismo. A pesquisa teve como objetivo central conhecer características e desafios das donas dos pequenos negócios na participação e ascensão em cargos de lideranças em Instituições de classe.

Nossa Presidente Denise Araújo, a frente da Diretoria de Estatística do Conselho Nacional teve importante papel nesta pesquisa ao lado da Presidente do CNME, Tania Rezende. Segundo ela além de representar nosso Estado nesta ação fundamental para o movimento Associativista brasileiro, contou com o profissionalismo e excelente trabalho da SIMETRIA Consultoria e Pesquisa Ltda, empresa Paraense responsável por toda a operação de coleta das informações em todo o Brasil conjuntamente com a R10 Consulting Ltda de Brasília.

Traçando um paralelo com o momento que vivemos, a pesquisa realizada antes pandemia já mostrou que entre os desafios das donas de pequenos negócios a questão do mercado digital já ocupava o 2º lugar no ranking como mostra o gráfico abaixo:

DESAFIOS

Quais são os principais **desafios que a empresa terá que enfrentar, nos próximos 2 anos, para se manter competitiva?**



Te convidamos a conhecer mais sobre a pesquisa em www.empreender.org.br, temos a certeza que você extrairá muitas informações para traçar estratégias no seu negócio.

RH CONECTADO



O DESAFIO DA MULHER MODERNA – TRABALHAR SEM CULPA TENDO MARIDO, CASA E FILHOS

Como o próprio tema diz desafio, mas, que pode muito bem ser vencido e cumprido brilhantemente, desde que essa mulher moderna entenda o que é prioridade e quais são os fatores mais relevantes em sua vida atual. Pois, se quiser fazer tudo ao mesmo tempo e ser 100%, esqueça, infelizmente não conseguirá.

Alguns pontos são relevantes para que esta mulher possa administrar melhor o seu tempo

e reverter ele a seu favor. Se forem casadas, com casa para administrar, filhos para educar, trabalho para executar e mil tarefas para coordenar e além de tudo claro cuidar da relação conjugal, precisará incluir seu marido para dividir com o mesmo algumas responsabilidades domésticas, sabemos que isso as vezes não é tão fácil para alguns homens por vivermos ainda numa sociedade machista, porém se o casal trabalhar junto, conseguirão mudar este pensamento e redirecionar a relação e a divisão de tarefas.

Um dos reflexos dessa nova geração de mulheres é a maternidade tardia, que costuma ser adiada para que os planos profissionais possam ser colocados em prática. Já estabilizadas, as mulheres acreditam ter melhores condições de assumir uma família e ter filhos, até mesmo porque se já estiver bem-sucedida profissionalmente, poderá contar com a ajuda de babá e funcionários. Não conseguir tempo para os filhos é, geralmente, o que mais gera culpa. Mas é preciso compreender que qualidade, nos dias de hoje, acaba sendo mais importante que quantidade de tempo. Estar junto precisa significar fazer realmente algo junto, pintar, plantar, construir, fazer cócegas, não vale contar o tempo em que a família passa em frente à TV em silêncio. Para eliminar a culpa, tenha hora marcada para fazer algo que seja divertido e interativo e que te faça estar 100% presente na atividade com seus filhos.

Mas será que é possível dar conta de tudo? Sim acredito ser humanamente possível dar conta de tudo e penso que é preciso abrir mão de algumas coisas para poder ser feliz. Reservar um tempinho até mesmo para não fazer nada é importante para podermos dar conta daquilo que nós, mulheres, escolhemos para cada fase da vida e daquilo que consideramos importantes para nosso crescimento pessoal e profissional. Racionalizar a vida dessa forma ajuda, inclusive, a minimizar o estresse.

Rebeca Barbosa Lucas
Psicóloga

✓ **Fazer Terapia, um ato de amor
e coragem consigo mesmo**





A IMPORTÂNCIA DA ELABORAÇÃO DO ORÇAMENTO FAMILIAR! ONDE ESTÁ O MEU DINHEIRO ?

Todos lidamos diariamente com dinheiro, entretanto, poucos se dedicam a buscar informações que auxiliem a gerir melhor seus recursos financeiros. Na maior parte das famílias não há o hábito de reunir seus membros para discutir e elaborar um orçamento doméstico.

O Orçamento doméstico pode ser utilizado como ferramenta de planejamento e controle financeiro pessoal ou familiar.

SAÚDE FINANCEIRA

É importante que toda movimentação de recursos financeiros, incluindo todas as receitas (rendas), todas as despesas (gastos) e todos os investimentos, esteja anotada e organizada. O orçamento familiar contribui para : 1) Conhecer a sua realidade financeira; 2) fazer o seu planejamento financeiro; 3) definir suas prioridades; 4) identificar e entender seus hábitos de consumo; 5) organizar sua vida financeira e patrimonial; 6) administrar imprevistos.

O seu planejamento e controle financeiro poderá evidenciar uma situação superavitária (as receitas superam as despesas), neutra (quando as despesas são iguais às receitas) ou deficitária (as despesas superam as receitas). A meta básica, entretanto, deve ser alcançar e manter um orçamento superavitário. A ausência do planejamento e controle financeiro está intimamente ligada a problemas como os níveis de endividamento e de inadimplência. Ter a consciência de que se encontra em uma condição de endividamento excessivo e de que é preciso resolver essa situação é um passo fundamental para a saída do endividamento.

Vamos Cuidar da Saúde Financeira?

Etapas: 1) Tomar consciência da situação 2) Mapear as dívidas 3) Não fazer novas dívidas 4) Renegociar as dívidas 5) Reduzir gastos 6) Gerar renda extra.

O impacto econômico das medidas adotadas para combater a pandemia do Corona vírus, atingiu, de diversas maneiras, a saúde financeira das famílias e dos negócios, sem que seja possível determinar por quanto tempo esse período durará. O Planejamento e controle financeiro pessoal/familiar oferece uma oportunidade para você avaliar sua vida financeira e definir prioridades.

Dika 1 Leia a cartilha no link abaixo e coloque em prática

https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/Cuidando_do_seu_dinheiro_Gestao_de_Financas_Pessoais/caderno_cidadania_financeira.pdf

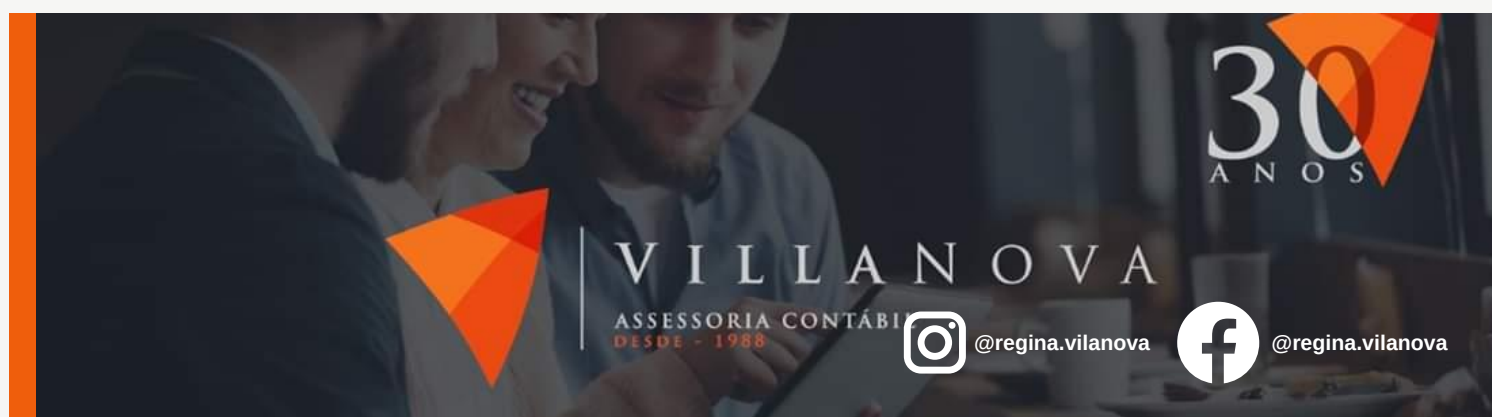
Dika 2 Assista o vídeo e aplique no ambiente familiar

https://www.youtube.com/watch?v=X1UZuQ8h30o&list=PLhqfgkxuHXh7DCFzdNt3htR_0nJr8QAlj&index=9

[v=X1UZuQ8h30o&list=PLhqfgkxuHXh7DCFzdNt3htR_0nJr8QAlj&index=9](https://www.youtube.com/watch?v=X1UZuQ8h30o&list=PLhqfgkxuHXh7DCFzdNt3htR_0nJr8QAlj&index=9)

Regina Villa Nova

Diretora de Negócios da Villanova Ass. e
Consultoria Empresarial



The banner features a background image of a smiling woman and a man looking at a laptop. On the right, there is a large '30 ANOS' logo. At the bottom, the text 'VILLANOVA' is written in large letters, with 'ASSESSORIA CONTÁBIL' and 'DESDE 1988' below it. Social media icons for Instagram and Facebook are also present, with the handles '@regina.vilanova'.



MERCADO

IMPACTOS, ADVERSIDADES E NOVAS DEMANDAS DO MERCADO

Toda crise gera mudanças e também oportunidades. Falências são comuns quando uma crise se instala, mas, na verdade, apenas retrata a fragilidade de negócios ou empresas que não conseguem avançar diante das adversidades instaladas no mercado.

Exemplo notório é a crise causada pela pandemia da COVID-19, que acarretou na necessidade de isolamento social da população, levando o Estado do Pará a um quadro de desocupação, em que cerca de 54,5% da população, com capacidade de produzir, está sem acesso ao emprego, contrariando os números oficiais e afetando diretamente empresas no fornecimento de produtos e serviços aos seus clientes, conforme dados da PNAD COVID-19 do IBGE.

Por outro lado, a crise tem colocado a sociedade em confronto com uma realidade totalmente adversa para empreendedores buscarem novas formas de negócios, pois conforme relatos de pesquisa feita pelo SEBRAE (Maio, 2020), empresas que realizam entregas aos clientes em suas casas, pelo sistema delivery, cresceram 55% em um ano, no entanto, tais mudanças empresariais demandam a adaptação dos profissionais e negócios como reestruturação e requalificação para as novas demandas e normas.

Outra medida de medida de readaptação é o conhecido “Home Office”, tendência que deve permanecer depois da pandemia, muito praticada nos países desenvolvidos, mudando a realidade de muitas empresas no mundo todo, inclusive aqui no nosso Estado do Pará, conforme pesquisa realizada pela “Opinião Box” (site especializado em pesquisa de dados reais), mostrando que 46% dos profissionais continuarão trabalhando em casa após a crise.

Logo, para manter o negócio, empresas terão que se reinventar e investir em infraestrutura tecnológica com novos meios de comunicações e mídias e plataformas digitais; prestação de relatórios; acesso remoto de dados; entre outras, pela via on-line, utilizando estratégias para que o produto continue em expansão.

Suely Margalho
Administradora



Suely Margalho
Master Coach Integral Sistêmico pela FEBRACIS, com atuação em Business, Carreiras e Análise de Perfil Comportamental; Administradora de Empresas e 1ª Vice Presidente do Conselho da Mulher Empresária da ACP.



@suelymargalho



@suelymargalho



<https://www.oseucoach.com/suelymargalho>.
392



MARKETING

TUDO MUDOU! - COMPORTAMENTO DE CONSUMO E POSICIONAMENTO DAS MARCAS

Os impactos da Pandemia do Coronavírus no comportamento do consumidor alteraram radicalmente a forma de se relacionar com o próximo, a comunicação, os hábitos diários, a forma de entretenimento, inclusive nas relações de consumo e posicionamento das grandes marcas.

O consumo de produtos e serviços em geral, forçou as empresas e os prestadores de serviços a se reinventarem, em especial na forma de se comunicar com os novos hábitos dos consumidores. As pesquisas só comprovam o que estamos vivendo. O consumidor está saindo de sua casa somente para ir a bancos, supermercados etc. Deixou de ir aos shoppings, restaurantes e está tentando consumir produtos mais saudáveis. Com o trabalho em casa, se consome alimentos e outros produtos com entrega delivery. E, diante de toda essa mudança de comportamento a expectativa que o consumidor tem em relação às marcas é de que elas atendam ao “Novo Normal”.

Com expectativas para mudanças também das empresas para um mundo melhor, impulsionando a praticidade necessária no dia a dia. As marcas precisam ser fomentadoras de conhecimento, explicando e orientando a população e entendendo as preocupações dos consumidores.

O Mercado Livre que alterou sua logomarca e comunicação, inclusive aplicando sinais e slogans que tiveram por finalidade fortalecer o otimismo e a esperança da sociedade nesse caótico momento da história. Identificou ainda no começo da propagação do Coronavírus, que o simples gesto do aperto de mãos, utilizado em seu logo, o qual simboliza a conclusão de um negócio, não condizia com o comportamento ideal ao combate do vírus.

Atendendo recomendações de higiene divulgadas pela Organização Mundial de Saúde (“OMS”), o Mercado Livre alterou temporariamente o tradicional aperto de mão por um toque de cotovelos. Além disso, o Mercado Livre também entrou em um novo segmento, o de supermercados online, o qual teve como propósito ajudar a população na compra de alimentos, bem como de produtos de higiene e limpeza. Que tiveram pico de vendas maior do que comparado com a Black Friday.

Mas, o que temos que ter em mente enquanto marca, é que a solidariedade instaurada pelo vírus é prova de como um episódio dessa magnitude altera essencialmente a sociedade e, conseqüentemente, as relações comerciais e de consumo e que em breve o mundo esteja bem e todos juntos novamente, com empresas focadas na reciprocidade e atuando de forma mais solidária para com todos.

Renata Sade
Publicitária



SADE

IMAGEM.ESTILO

Renata Sade

Publicitária

Especialista em Marketing e

Consultoria de Imagem



www.renatasade.com.br



CONVERSA COM O ESPECIALISTA

HOME OFFICE: VILÃO OU MOCINHO?

Contratos de teletrabalho ou home office – em que pese não sejam algo exatamente novo – se multiplicaram no Brasil, quase que por uma questão de sobrevivência nesses tempos de pandemia. Observa-se, todavia, que desde novembro de 2017 a CLT dedica o seu Capítulo II-A somente para esse tipo de contrato de trabalho.

Assim, há mais de 2 meses de isolamento social o que se percebe é uma relação de “amor e ódio” com essa forma de trabalhar. Todavia, algumas pesquisas apontam aumento de produtividade com o teletrabalho, em alguns setores e nichos de profissionais. Por isso, um professor de economia de Stanford, Nicholas Bloom, pesquisou a empresa Chinesa CTrip, em ambiente controlado, e o resultado foi que o desempenho dos trabalhadores melhorou 13% e o lucro da empresa cresceu 22%.

No aspecto das relações de trabalho, observado o caso concreto, é possível, através de métodos de governança e compliance trabalhista, identificar o perfil dos setores e profissionais que podem testar o teletrabalho, propondo soluções jurídicas para cada caso.

O que muitos não sabem, é que a lei autoriza o comparecimento às dependências do empregador sem necessariamente descaracterizar o regime adotado (veja art.75-B da CLT), além de outras inúmeras possibilidades personalizadas, observando a faixa salarial e tipo de labor.

Diante disso, analisando o novo mercado de trabalho, apontamos um cenário favorável ao teletrabalho, como um mecanismo legal para o aumento da felicidade e segurança psicológica no trabalho, passível de resultar, quando bem implementado, redução de custo, aumento da produtividade e do lucro.

Izabela Araújo
Advogada



Izabela Araújo

EXPERTISE JURÍDICA PARA SOLUCIONAR

OBESIDADE NA MULHER



“Estou me sentindo exausta , indisposta, acima do peso e sem ânimo para nada !”

Você se identificou com esta frase ? Caso sim , você está junto com a maioria das mulheres que atendo no consultório. Não é de hoje que a mulher busca sua independência, porém acaba se exigindo além da conta. E quem sofre as consequências é o seu corpo, já que ele é

reflexo dos seus hábitos! Segundo dados do IBGE, a obesidade no Brasil é mais prevalente no grupo feminino.

Essa doença (sim, obesidade é doença) , é complexa e multifatorial , ou seja , decorrente de fatores genéticos e ambientais , sendo este reflexo de hábitos alimentares incorretos associado ao sedentarismo e estresse .

A médio e longo prazo, a obesidade pode levar ao desenvolvimento de diabetes mellitus , dislipidemia (alteração dos níveis de colesterol) , hipertensão , doenças osteoarticulares , câncer , entre outras doenças. Além dessas alterações , muitos sintomas são decorrentes do paciente obeso , como fadiga , alteração da qualidade do sono , mudança de humor , libido baixo e dores crônicas.

A dúvida de muitas mulheres é se aquele excesso de peso adquirido é secundário a algum problema hormonal , porém na realidade , uma minoria irá apresentar alteração dos exames hormonais. A grande maioria é decorrente dos hábitos de vida.

Você sabe se está acima do peso ? A OMS , Organização Mundial de Saúde , ainda leva em consideração os parâmetros através do cálculo do IMC . Basta você dividir o seu peso pela altura ao quadrado. Se estiver acima de 25, está com sobrepeso. Caso esteja acima de 30 , já é diagnóstico de Obesidade. Nas duas situações você deve procurar ajuda.

O tratamento consiste na reeducação alimentar , prática regular de exercícios físicos e , quando indicado , medicamentos . Lembre-se: o segredo está na constância! Todas essas mudanças exigem paciência e disciplina para alcançar os resultados desejados.

Natasha Vilanova
Endocrinologista



Dra. Natasha Vilanova
Endocrinologia e Medicina Integrativa

📍 Instituto Corporal
Rua Bernado Couto 338 , Umarizal.
☎ (91) 98940-6384 📞 (91) 3351-9649

📧 dranatashavilanova
📘 dranatashavilanova
✉ dranatashavilanova@gmail.com