

## A nova força do empreendedorismo brasileiro

Rolse de Paula (\*)

Muitos de nós crescemos ouvindo que as mulheres compunham o sexo feminino, durante muito tempo chamado de “sexo frágil”

Mas, na década de 1980, Rita Lee compôs uma música bem criativa, que começava dando um recado bem forte: “Sexo frágil... não foge à luta”. E a cantora paulista estava (e está) muito correta e bem realista. As mulheres são fortes e não fogem a nenhum tipo de luta. Além disso, nunca se deve duvidar da capacidade de quem tem o dom de gerar a vida. Muitas das inovações até hoje são creditadas ao sexo masculino.

Mas... é possível parar e olhar todo esse panorama com um pouco mais de atenção. Sim, as mulheres também deixaram legados importantes para a História da Humanidade. Como esquecer das contribuições de Marie Curie para as ciências físicas e químicas? Como ignorar os esforços literários de Raquel de Queiróz, primeira mulher a integrar a Academia Brasileira de Letras (ABL), apenas no decorrer da década de 1970? Como não parabenizar a firmeza de mulheres respeitáveis, que procuraram ajudar seus compatriotas, como Golda Meir, Margaret Thatcher e Indira Gandhi?

E, de igual forma, como não se emocionar com as performances de Marta Vieira da Silva, Simone Biles e Katie Ledecky, grandes ba-luartes em suas respectivas modalidades desportivas? Sejamos francos. Lugar de mulher é onde ela quiser. E as mulheres são tão fortes, que não precisam dos homens para [praticamente] nada. O empreendedorismo feminino, além de ser uma nova forma de subsistência, também se traduziu em um novo modo de gerar empregos. Nem é preciso chegar muito a fundo para se chegar a essa constatação.

A grande maioria das micro e pequenas empresas é conduzida por mulheres. E o que isso significa, além da geração de uma nova gama de oportunidades? Incremento no recolhimento de impostos para o Poder Público. É a força feminina que está fazendo a roda da economia brasileira girar e produzir resultados inovadores. Essa força do empreendedorismo feminino começou de maneira bem simples. Com a venda de vários produtos de porta em porta. E isso gera muita prosperidade. Um grande exemplo desse êxito? Basta olhar a história da fundadora da famosa multinacional de cosméticos, a Mary Kay.

Não “tapemos o sol com a peneira”. As mulheres vão conquistar cada vez mais espaços. E não apenas no mundo dos negócios. E é

fácil chegar-se a essa conclusão. O dever de cuidar da família e de prover o bem-estar, por exemplo, dos filhos, do companheiro, dos netos. O sexo feminino é dotado de sensibilidade, o que faz com que as mulheres tenham um olhar mais humano sobre a vida. Isso é muito bem visto nas pessoas que exercem a função de mãe (por vezes, até mesmo de pai) em suas famílias.

A mãe foi a primeira, a desbravadora, a pioneira, em muitas funções. Foi a primeira professora, a primeira treinadora, a primeira médica, a primeira enfermeira, a primeira conselheira... para muita gente (para muitos homens, inclusive!). Se o mundo atravessa mudanças? Sim, atravessa. Mas as mulheres estão lutando para que essa mudança seja para melhor. Quanto ao empreendedorismo, nota-se que as mulheres têm uma disposição maior para a materialização de novas tendências, novos estilos.

Usando uma linguagem mais popular, é possível dizer que as mulheres não têm medo de inovar. Seja no lançamento de uma nova refeição, de um novo perfume, ou até mesmo de uma nova tecnologia (Hedy Lamarr conseguiu isso, quando cedeu aos militares estadunidenses o sistema que serviu de base para a atual telefonia celular), as mulheres provam que são mais destemidas e que não têm medo algum em tentar algo de novo (mais um exemplo da força feminina... serão as mulheres as primeiras astronautas que explorarão o lado escuro - ou oculto - da Lua)!

O empreendedorismo é uma das maneiras das mulheres demonstrarem que são capazes de realizar qualquer atividade. Num mundo em crise, em que a empatia e a compreensão devem se fazer cada vez mais presentes, não existe mais lógica para que se permita qualquer iniciativa misógina. Mesmo, infelizmente, não sendo tão escolarizadas quanto os homens, as mulheres, dentro de sua capacidade de realização, provam, cada vez mais, que conseguem ser produtivas em qualquer tipo de atividade.

Qualquer tipo de atividade mesmo. E o fato das mulheres serem pessoas de muito valor as torna capazes de conseguir as mais variadas façanhas no mundo dos negócios (até, como diz a sabedoria popular, “tirar leite de pedra”). O recado é esse. Permitam que as mulheres continuem com seu papel de protagonismo. Façam com que elas continuem atingindo postos de relevância na sociedade (no Brasil e no mundo).

A humanidade, como um todo, sairá ganhando. E o planeta Terra, com certeza, tornar-se-á um lugar melhor para todos.

(\*) - É advogada e fundadora do COCAJU (www.rcpjuridico.adv.br)

## E-commerce: como impulsionar vendas pelo celular?

Desde os primórdios de smartphones, tecnologias mais avançadas e com a significativa melhora dos sinais de internet ao longo dos anos, vender via mobile não é apenas obrigação, mas sim, essencial

Esse movimento ficou ainda mais claro a partir do ano passado, quando surgiu a pandemia. Enquanto pequenos e médios lojistas engatinhavam na tentativa de aprender como vender de forma online pelo e-commerce, vários outros negócios aprimoraram e expandiram o seu canal de relacionamento com o consumidor para o celular.

São exemplos de situações que acontecem de tempos em tempos e que diferem os bons empreendedores do mercado. De acordo com a pesquisa divulgada pelo IBGE, o percentual de pessoas de 10 anos ou mais que acessaram a internet pelo celular passou de 97% para 98,1%. Os aparelhos são utilizados tanto na área rural (97,9%), quanto nas cidades (98,1%).

“Hoje em dia o mecanismo que as pessoas mais têm em mãos para fazer suas compras é o smartphone. Por isso, é quase impos-



O mecanismo que as pessoas mais têm em mãos para fazerem suas compras é o smartphone.

sível pensar em manter suas vendas online apenas através de um site feito para desktop. Mas isso exige certa perspicácia e detalhes primordiais”, afirma Lucas Buffo, CIO da Flores Online, primeiro e-commerce de presentes especiais do país, que já nasceu 100% na internet.

Para ele, o primeiro passo é ter um site responsivo, ou seja, o cliente não pode

acessar pelo celular e ver uma loja toda desconfigurada, com imagens pesadas que demoram para abrir. É preciso ser simples, simples, porém objetivo. “Existe uma pequena diferença na visualização dos produtos pelo desktop e pelo celular, por isso é necessário investir em tecnologia - o que não significa “gastar dinheiro”, mas sim pensar na melhor maneira de atrair o olhar do

consumidor para o produto que está sendo vendido”, explica.

Mas ele vai além: “a experiência do cliente tem que ser boa do início ao fim do processo, do momento em que ele acessa o site até a entrega da compra em casa”. Por isso que também é preciso contar com um sistema de logística inteligente e bem organizado, oferecendo sempre as melhores condições para o consumidor, mas sempre pensando no processo de atendê-lo, até a entrega.

Uma dica do CIO é estreitar relacionamento com parceiros e fornecedores. “Estar próximo dos seus parceiros é primordial, principalmente quando vivemos momentos de crise. Não é pensar apenas no seu negócio, mas também saber estender a mão quando o negócio do seu parceiro não vai bem. Se cada um se auxiliar no seu ponto fraco, todos podem crescer e se aprimorar”, finaliza. Fonte: (www.floresonline.com.br).

### Concorrência ataca o Clubhouse

Vivaldo José Breternitz (\*)

O Clubhouse, uma rede social de voz criada em 2020, vem chamando a atenção dos gigantes da internet: do Twitter ao Spotify, do LinkedIn ao Telegram, todos estão copiando o Clubhouse, que atingiu o pico de popularidade entre fevereiro e março e agora corre riscos diante do avanço desses gigantes.

As mais recentes cópias do modelo Clubhouse foram feitas pelo LinkedIn, ligado à Microsoft, e pelo Discord, um aplicativo projetado inicialmente para comunidades de jogos. Twitter, Telegram e Spotify já haviam desenvolvido funções similares às do Clubhouse. Só falta um dos gigantes da internet entrar no jogo para apertar ainda mais o Clubhouse.

Mark Zuckerberg, chefe do Facebook entrou na rede e participou do programa The Good Time Show, que foi ao ar em 4 de fevereiro, e levou o Clubhouse ao topo da lista de aplicativos mais baixados nos Estados Unidos naquele momento. Segundo rumores, o Facebook está trabalhando na criação de um produto semelhante, que seria testado inicialmente em sua ferramenta de chat, o Messenger.

Com a concorrência crescendo, vem a pergunta: qual será o destino do Clubhouse? Será adquirido por um desses gigantes, como o WhatsApp que foi comprado pelo Facebook por US\$ 22 bilhões? Essas funcionalidades similares, desenvolvidas pelos gigantes da Internet irão fazer com que ele morra lentamente, como o Orkut? Ou a morte será rápida? A hipótese menos provável é que venha a se tornar um gigante autônomo, como seus concorrentes.

(\*) - Doutor em Ciências pela USP, é professor da Faculdade de Computação e Informática da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

### Seguro de crédito - uma alternativa pouco conhecida pelas empresas

Além das muitas dificuldades para funcionamento e venda que as empresas estão enfrentando, um novo risco deve se tornar real no decorrer dos meses, o crescimento da inadimplência. O Coronavírus já fechou comércios, levou empresas à falência e a projeção é se vai aumentar a inadimplência.

Diante do atual cenário de pandemia, os principais setores produtivos do Brasil estão sendo impactados pelo aumento considerável dos riscos de inadimplência, sendo projeto para 2020 um crescimento superior a 20% das insolvências empresariais. Diante deste cenário as empresas devem proteger seu caixa e uma alternativa ainda pouco utilizada pelas empresas é o Seguro de Crédito.

Mas, muito além de proteger o fluxo de caixa de uma empresa, o seguro de crédito também pode ajudar a reduzir custos operacionais e expandir os negócios com maior segurança. O Superintendente da Euler Hermes no Brasil, Daniel Luján, explica que essa é também uma maneira de aumentar as vendas, ampliando a carteira de clientes, tendo a possibilidade de escolher os melhores mercados para cada tipo de negócio.

“O seguro de crédito permite que a empresa adquira maior confiança para negociar com novos clientes e isso consequentemente faz com que exista crescimento com segurança e saúde financeira, além da possibilidade de acompanhar de perto a estabilidade financeira desses clientes para monitorar possíveis riscos”, afirma. Além disso, é muito comum que o mercado associe ou compreenda mais o valor dessa ferramenta financeira em um cenário de crise como o que estamos vivendo.



O seguro de crédito também pode ajudar a reduzir custos operacionais e expandir os negócios com maior segurança.

Mas na realidade essa ferramenta é um parceiro do seu negócio não apenas no cenário de crise mas também no cenário de retomada para que o crescimento seja sustentável. Cristina Camillo, diretora da Camillo Seguros, consultora em seguro de crédito destaca abaixo os seis principais benefícios que o seguro de crédito pode trazer para a expansão dos negócios:

#### 1) Market Share

**Maior:** o seguro de crédito é uma proteção dos recebíveis entre empresas B2B, portanto, é possível oferecer limites e prazos para os clientes, garantindo maior fôlego e afastando o medo de não receber. Inevitavelmente, essas ações podem proporcionar aumento nas vendas.

**2) Expansão:** o seguro de crédito atua como uma ferramenta que avalia e qualifica as contrapartes com quem a empresa faz negócio, permitindo conhecimento maior em relação às empresas que antes eram desconhecidas, assim também é possível trabalhar com novas contrapartes.

**3) Atuação em países estrangeiros:** atuando com uma empresa com know-how global, conhecer clientes

ao redor do mundo aumenta as chances de fechar negócios de forma segura, mostrando onde há ou não há riscos de investimento.

**4) Crescimento diversificado:** não existe mais a necessidade de negociar só com quem você conhece e confia, pois uma empresa te ajuda a expandir e descentralizar suas oportunidades de negócio.

**5) Garantia:** quando a empresa trabalha com seguro de crédito, ela adquire uma garantia de saúde financeira, que é muito bem vista por bancos e financiadoras, abrindo assim novas alternativas de financiamento.

**6) Apoio à sua análise de crédito interna:** quando o seguro é contratado, ele se torna parceiro da área de crédito, ou seja, é adicionado valor ao processo de análise de crédito existente na empresa. Esse suporte proporciona maior segurança, uma vez que em casos de perdas inesperadas é possível ter garantia de recebimento, sem impacto ao fluxo de caixa. Fonte: AI/ Editora DSOP.

### Custo da construção sobe 1,45% em março

O Índice Nacional da Construção Civil (Sinapi) registrou inflação de 1,45% em março deste ano, taxa acima da observada em fevereiro (1,33%). O dado foi divulgado na sexta-feira (9) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O Sinapi acumula taxas de inflação de 4,84% no ano e de 14,46% em 12 meses.

Com isso, o custo médio para se fazer uma obra de construção ou reforma no país chegou a R\$ 1.338,35 por metro quadrado. Em março, o preço dos materiais subiu 2,20% no mês, passando a custar R\$ 765,07 por metro quadrado. Já o metro quadrado da mão de obra ficou 0,47% mais caro no mês e passou a custar R\$ 573,28 (ABr).