

## Como ser uma mãe empreendedora de sucesso?

Regina Fernandes (\*)

*O empreendedorismo materno é um modelo de trabalho que vem ganhando destaque considerável nos últimos anos*

Mas infelizmente, impulsionado por um motivo desanimador: a necessidade de sobrevivência como reflexo a um mercado de trabalho hostil em relação à maternidade. Um estudo feito pela FGV trouxe dados preocupantes que comprovam essa teoria. Segundo os dados divulgados, cerca de 50% das mulheres são demitidas em até dois anos após retornarem da licença maternidade.

Para piorar, muitas profissionais optam pela demissão devido às severas dificuldades em conciliar a rotina de trabalho com os cuidados com o novo membro da família. Por mais que o nascimento de um filho traga uma alegria imensa a toda família, não há como negar que sua chegada também traz uma nova dinâmica para a vida da mulher e sua rotina dentro de casa.

Dessa forma, empresas que não permitem uma flexibilidade no dia a dia ou que ainda não possuem preparo para tal, dificultam o desempenho e eficiência das profissionais após o parto. Em meio a esse cenário, o empreendedorismo se torna a melhor opção para que essas mulheres consigam continuar ativas no mercado de trabalho sem que tenham que deixar de lado o cuidado e carinho com os pequenos.

Ser um empreendedor não é uma tarefa fácil e exige grande persistência e preparação. Então, a grande pergunta que muitas se fazem é: como se tornar uma mãe empreendedora de sucesso? O primeiro passo é ter em mente o segmento que deseja atuar. O empreendedor nato precisa estar constantemente antenado e atualizado sobre o que está acontecendo em seu mercado de atuação. Para as mães empreendedoras, isso se torna ainda mais importante.

Isso porque alguns segmentos que não necessitam um contato direto com clientes ou parceiros e, tampouco estar de portas abertas para funcionar, permitem com maior facilidade a tão desejada flexibilidade e possibilidade de conciliar a agenda com as crianças. Como exemplo, estão atividades que permitem um tempo livre de fim de semana, empresas de produção de conteúdo, consultorias, e até mesmo empresas do segmento de vendas online.

Além disso, essa análise minuciosa do mercado também é importante para

a prevenção de possíveis riscos e preparação para crises. Ao estudar o mercado e a economia mundial, é possível entender quais as melhores áreas para se aventurar, se antecipar a possíveis problemas que podem afetá-lo e até elaborar um bom planejamento financeiro, evitando gastos desnecessários.

O mercado sempre dá sinais e é preciso estar sempre atento – seja por meio de jornais, televisão ou plataformas online. A partir desse mapeamento, a segunda dica fundamental para ter sucesso ao empreender é ter uma alta organização e disciplina. Trabalhar em casa requer muita concentração, principalmente com crianças ao redor que adoram se divertir e brincar o dia todo.

Uma ótima forma de conseguir isso é distraindo os pequenos com brinquedos que os mantenham ocupados, sempre se preocupando em protegê-lo de objetos que possam oferecer algum tipo de perigo, como pontas de mesa e tomadas abertas, por exemplo. Para aquelas que tiverem condições, optem por colocar os filhos em escolas – mesmo as de meio período – ou ainda, contrate alguém que possa cuidá-los durante parte do dia.

Dessa forma, você terá segurança de que ele estará em boas mãos e maior tranquilidade para se concentrar no trabalho. Por fim, as empreendedoras devem buscar o auxílio de um contador para ajudá-las em todo processo de abertura da empresa e durante toda sua operação.

Esse profissional deve ser uma pessoa de extrema confiança e boa formação, com a qual você possa falar sobre seu sonho, dores, necessidades e pedir orientações técnicas para tirar o projeto do papel, além de ajudá-lo nas dúvidas operacionais que com certeza surgirão. Um bom contador fornecerá o melhor direcionamento para o sucesso do seu negócio, com orientações e dicas para que tome a melhor decisão, seja na abertura da empresa ou no desenvolvimento do dia a dia.

Ser uma mãe empreendedora de sucesso não precisa ser uma tarefa difícil. Com disciplina, organização, preparação e, principalmente, o auxílio de um contador experiente, seu negócio tem tudo o que precisa para dar certo. Sem falar que não precisará ficar preocupada e dividida entre cumprir com suas responsabilidades no trabalho e cuidar do tão amado filho.

(\*) - É perita contábil, trainer em gestão, mentora e responsável técnica da Capital Social, escritório de contabilidade que atende PMEs por meio de uma metodologia de contabilidade consultiva (<https://capitalsocial.cnt.br/>).

# Os cinco erros mais comuns de empreendedores iniciantes

Com a crise econômica ocasionada pela pandemia, o empreendedorismo tornou-se o principal meio para fugir dessa realidade

Conforme os dados do Portal do Empreendedor, o registro de novos microempreendedores individuais (MEIs) cresceu na quarentena, com isso, o Brasil chegou a 10 milhões ao longo da pandemia.

Mas tirar a ideia do papel não é fácil. Por isso, Wesley Lucena, gestor da jornada Criação de Negócios do Programa Corredores Digitais, apontou os cinco erros mais cometidos por quem está começando a empreender.

“Empreender é uma jornada árdua, mas bastante gratificante. A falta de planejamento, seja ele financeiro ou de mercado, é o principal erro cometido por empreendedores iniciantes. Antes de colocar em prática, é preciso muito estudo e preparo”.

Confira abaixo os cinco erros mais comuns:

**1) Não realizar um planejamento financeiro** - Não basta apenas calcular o valor



A falta de planejamento, seja ele financeiro ou de mercado, é o principal erro cometido por empreendedores iniciantes.

necessário para a sua empresa abrir as portas. É preciso projetar receitas, despesas e investimentos a curto, médio e longo prazo. Ter isso em mente ajudará na tomada de decisão sobre novos gastos e eventuais cortes de custos.

**2) Não traçar objetivos e métricas** - Ter objetivos bem defini-

dos é essencial para nortejar as suas ações e jornada evolutiva. Além disso, as métricas servem para que a empresa saiba se está no caminho certo ou não.

**3) Não investir em comunicação e marketing** - Como você quer conquistar novos clientes, se eles não sabem da sua existên-

tência? É para isso que serve um plano de comunicação e marketing: para fazer do seu negócio a vitrine.

**4) Não atuar de forma regularizada** - É importante atuar formalmente para não comprometer o crescimento do seu negócio. Pode até ser tentador fugir dos impostos no começo, mas regularize a sua empresa o quanto antes, seja com a abertura de um MEI ou CNPJ.

**5) Falta de conhecimentos sobre gestão** - A má administração é um dos principais motivos para o fechamento dos negócios. Estude e pesquise sobre gestão. Além disso, conte com o auxílio de especialistas da área também. - Fonte e outras informações: (<https://corredoresdigitais.info/>).

## Produção na Bacia de Santos ultrapassa 70% do total nacional

A produção da Bacia de Santos ultrapassou, pela primeira vez, 70% da produção nacional de petróleo, registrando a maior participação relativa na série histórica e a sexta maior, até hoje, em valores absolutos. No total, foram produzidos 2,56 milhões de barris de óleo equivalente por dia, (MMboe/d), sendo aproximadamente 1,993 MMbbl/d (milhão de barris por dia) de petróleo e 90 MMm3/d (milhões de metros cúbicos por dia) de gás natural.

O resultado consta do Boletim Mensal da Produção de Petróleo e Gás Natural do mês de março de 2021 e foi divulgado pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP). A produção nacional foi de cerca de 2,844 MMbbl/d de petróleo e 126 MMm3/d de gás natural, totalizando 3,637 MMboe/d. Na comparação com o mês anterior, houve aumento de 0,9% na produção de petróleo e redução de 3,9% na de gás natural. Já na comparação com março de 2020, houve redução de 4,3% no petróleo e aumento de 3,6% no gás natural.

Em março, os campos marítimos produziram 96,7% do petróleo e 86,5% do gás natural. Os campos operados pela Petrobras responderam por 94,5% do petróleo e do gás natural produzidos no Brasil. O campo de Tupi, no pré-sal da Bacia de Santos, foi o maior produtor de petróleo e gás natural em março, registrando 862 MMbbl/d de petróleo e 40,2 MMm3/d de gás natural. A plataforma Petrobras 75, produzindo no campo de Búzios por meio de quatro poços a ela interligados, foi responsável por 154,372 Mbbbl/d de petróleo e a instalação com maior produção (ABr).

## Confira três tendências de marketing direcionado

Damian Brown (\*)

Se você acompanha ciência e tecnologia por trás do mercado publicitário, é bem provável que se divirta com as infinitas possibilidades de marketing direcionado por coleta de dados... ao mesmo tempo que pede para sua mãe instalar um bloqueador de publicidade e não usar tanto o Facebook.

Encontrar equilíbrio entre criar experiências personalizadas para o consumidor e proteger a privacidade dos dados é complicado. A opinião pública sobre a publicidade direcionada está em ascensão, pressionando marcas a transmitir mensagens relevantes de formas menos invasivas.

Em resumo, profissionais de marketing já não podem mais rastrear pessoas e segui-las na internet, devem trabalhar de maneira mais inteligente. Neste ponto o marketing precisa ser mais tático, com marcas alavancando dados de formas nunca antes feitas. Mergulhar a fundo nessa visão demandará esforços, mas provará novas dimensões para abastecer o conteúdo direcionado. Confira abaixo algumas tendências:

**• Analisar o Intuito do Consumidor** - Adicione o “por quê”, “o quê”, “onde” e “quando” à interface do consumidor. Mais importante do que o “branco no preto” dos dados ao redor da interação do consumidor em sua jornada, é o intuito mostrado na



A privacidade dos dados tem sido designada como imperativo no marketing tecnológico.

interatividade. Analisar comportamentos exibidos pelas pessoas, inclusive quando realizam uma compra. Os tipos de interações podem parecer os mesmos, mas são muito diferentes. Um profissional de marketing que entra em detalhes pode encontrar inúmeros pontos de dados relacionados entre si.

**• Inteligência Artificial (IA)** - Quando se trata de coletar e analisar multitudes de dados efetivamente, a IA pode acelerar massivamente o processo de obter mais performance de uma campanha. A partir dessa perspectiva, eu diria que o verdadeiro valor da IA vem da sua habilidade em permitir análises avançadas de forma altamente escalável

**• Compliance na Privacidade** - As marcas devem permanecer vigilantes no protocolo de privacidade, uma diretiva bem mais de-

safiadora num cenário global onde a governança pode variar entre mercados. Na indústria de tecnologia para publicidade, tendemos a pensar que todos entendem a ciência dos dados por trás do comportamento online. Mas quando uma pessoa comum navega na web, pode entrar no Facebook, agendar um voo e comprar algo na Amazon sem perceber que é rastreada durante todas essas ações.

A privacidade dos dados tem sido designada como imperativo no marketing tecnológico. Como resultado, creio que veremos cada vez mais marcas encontrando novos e melhores meios para entregar uma experiência de usuário personalizada, ao mesmo tempo em que permitem que os consumidores retomem o controle de suas vidas digitais.

(\*) - É da Jellyfish ([www.jellyfish.com](http://www.jellyfish.com)).

## Entre o físico e o digital: como encontrar equilíbrio

Eduardo Córdova (\*)

Muito se falou em migração para o digital durante o último ano.

As restrições impostas pela pandemia do Coronavírus obrigaram empresas dos mais variados setores a fortalecer sua presença na internet e focar suas atividades em plataformas virtuais em uma tentativa de contornar as barreiras do isolamento social.

Se o mercado de e-commerce já vinha avançando em uma crescente perceptível, com a pandemia ele se tornou uma ferramenta indispensável para possibilitar a obtenção de lucros diante

de um cenário tão adverso. Ainda que uma presença digital bem construída seja importante para qualquer tipo de negócio, vale lembrar que a confiança, a fidelidade e a humanização ainda são atributos diretamente ligados às compras físicas, e que apostar no e-commerce não necessariamente significa deixar a experiência offline para trás.

Algumas empresas, por exemplo, passaram a colocar o conceito de omnichannel em prática ao associar a tecnologia, mesclando assim as vantagens do online com as forças do offline. As companhias que baseiam seu sucesso inteiramente nas plataformas de e-

commerce em geral encontram grandes dificuldades para estabelecer vínculos afetivos com seus clientes. É preciso ir além, sabendo combinar a inovação e as experiências palpáveis para encontrar um equilíbrio mais sólido.

O fato de seu negócio funcionar em meio digital não justifica que seus consumidores sejam privados de interações reais, nem que seu trabalho será inteiramente diante de uma tela. Quando traçamos essas estratégias, levamos sempre em conta que a confiança entre nós e nossos consumidores só pode ser construída quando nos comunicamos de forma assertiva, fugindo dos padrões

robóticos que por vezes caracterizam as experiências pela internet.

Estatísticas feitas pelo mundo todo mostram que a desconfiança ainda é o principal problema que impede a realização de compras online: mesmo pela internet, procuramos adquirir produtos e serviços sempre de empresas que já conhecemos e nos identificamos. A partir desta confiança construída tanto no campo físico quanto no campo digital, é possível conseguir, atingir um número significativo de transações seguras e satisfazer as necessidades diárias do consumidor pelo Brasil inteiro.

Naminha visão, acredito que o caminho para o sucesso é formado por uma série de plataformas complementares, e que é a harmonia entre todas elas que nos leva a resultados consistentes e significativos para o negócio. Por fim, saber balancear a presença digital e a interação física é uma tarefa difícil, mas cada vez mais importante. É a alma de qualquer negócio.

As empresas que entenderem essa dinâmica e conseguirem colocá-la em prática terão chances muito mais reais de encontrar um crescimento baseado em confiança e credibilidade.

(\*) - É CEO do market4u, maior rede de mercado autônomo e inteligente do Brasil.