

# MEU DINHEIRO

DICAS E ORIENTAÇÕES SOBRE INOVAÇÃO DE  
UMA PUBLICITÁRIA QUE VIROU INVESTIDORA  
CONHECENDO GENTE



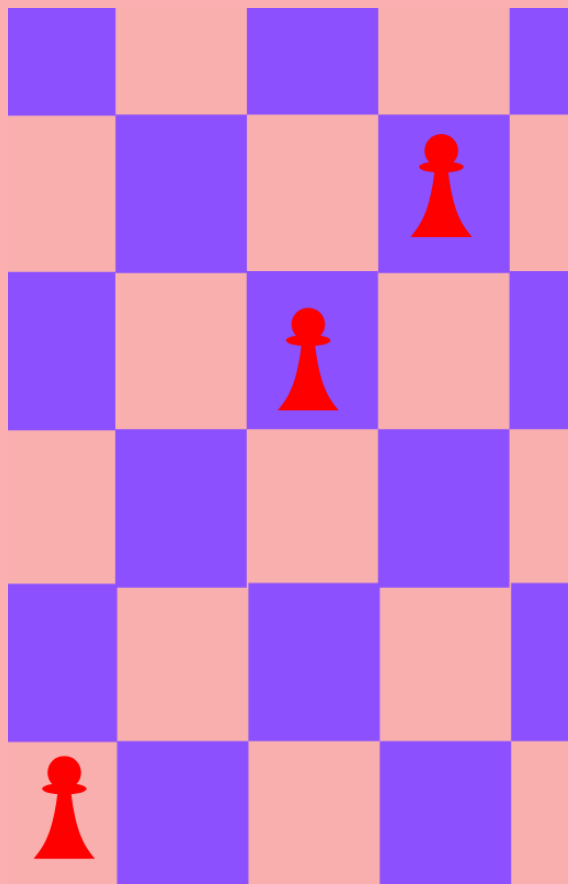
RACHEL R FERNANDES

# Índice

- 01 | *Uma breve história sobre a curiosidade*
- 02 | *Fundamentos do marketing em redes*
- 03 | *Redes imaginárias*
- 04 | *Motivos para você aprender marketing pessoal*
- 05 | *Mulheres e alianças corporativas*
- 06 | *Aprendendo sobre produtos e marcas.*
- 07 | *O dinheiro e as salas de tricô*
- 08 | *Aonde vão parar as ideias que não escrevemos?*
- 09 | *Você tem medo de gato preto?*

## Jogos, comidas e roupas coloridas

Imagine que você acabou de receber um mapa sobre a sua vida, sabendo sua exata coordenada no tabuleiro do desenvolvimento humano, e você descobre que você está na casa 1 e ainda existem 99 casas para conhecer todo o tabuleiro, você avança em direção ao desconhecido ou espera alguém ir primeiro para seguir?



Entender nosso estilo de personalidade faz com que a gente entenda quais são as melhores estratégias de adequação aos ambientes e qual o nosso melhor estilo de desenvolvimento pessoal baseado em observação e repetição através do exemplo.

Se você tende a ser um líder, ainda sim existem outros 200 milhões de brasileiros dividindo o mesmo planeta que você, será que não tem ninguém em que em determinada situação se sairia melhor e por isso você seguiria o exemplo dela também?

Com o passar dos anos e com a experiência de vida que tive, percebi que se você não tiver sempre alguém na sua frente, ou você é o líder, ou você está muito pra trás, porque seguir não é sinônimo de submissão, mas de humildade e gratidão. Ter pais, irmãos e amigos são grandes diferenciais competitivos nesse mercado chamado mundão, e construir a minha rede me fez nascer de novo e por este motivo decidi escrever esse livro, esse é o meu método, e eu quero que você aprenda ele também e para entender esse livro, você precisa praticar a sua autoestima, porque:

“Quando você ama a si próprio genuinamente você não sente ódio de nenhuma outra pessoa”.

A **humildade** e a **autoestima** são ferramentas valiosas no nosso desenvolvimento humano, do ponto de vista da interação principalmente. Quando nos amamos de forma genuína, não existe competição, existe espelhamento, se você é bom, quero ser tão bom quanto você, e se você não me servir de exemplo, seja feliz em seu caminho. Se amar é um ato coletivo, porque você eleva a barra do seu grupo, elevando a sua própria barra e ajudando o outro a subir com a dele também, e se o grupo se desenvolve, a segurança do grupo se desenvolve na mesma medida.

Falando em grupos, o primeiro grupo do mundo foi um grupo de dois, sendo uma dessas pessoas, uma pessoa muito curiosa.

### **Uma Breve História Sobre a Curiosidade**

O nosso mundo nasceu de uma explosão cósmica, ou da simples curiosidade de uma mulher com uma maçã? Sim, o mundo nasceu da física, e a física é uma mulher.

A verdade é que a mulher por ter características físicas diferentes de um homem, sempre gerou curiosidade para o homem, porque sem a mulher, não teríamos mais homens.

O papel da mulher nas descobertas é retratado com grande maestria na Grécia, a representação das 9 musas filhas de Zeus com a deusa da memória Mnemósine. As musas representavam de forma histórica a criação artística e científica, e eram protetoras das artes, ciências e letras. Elas eram invocadas no início de poemas épicos e histórias clássicas e contribuíram para o entendimento que para existir a arte e a música, era necessária a preocupação

com a história, e é era necessário o ócio para seu desenvolvimento, e o ócio era artigo de luxo para os homens devido a diversas guerras e invasões.

Ter tempo sempre possibilitou aprender com mais conforto, com mais tempo para aprender, sobra tempo também para testar e aplicar ideias. O conhecimento se tornou valioso, porque a paz é valiosa.

Você sabe o que é valor? Vamos falar sobre moedas.

Considerando que o conceito básico de moeda seja uma referência de reserva de metal com um valor atribuído unitário aceito para transações dentro do mesmo ambiente, podemos compreender porque o ouro foi um dos primeiros metais e mais conhecidos, a serem utilizados como matéria prima para as moedas, afinal, um território utilizava suas reservas de ouro para medir o seu potencial de câmbio, e a escassez da matéria prima incentiva a procura pelo metal e por consequência, a conquista e a exploração de novos espaços.

Era fácil lidar com a ideia do ouro, você precisava ter em seu território, e você poderia obter mais produzindo outros itens e trocando por ouro, ou conquistando mais terras com ouro.

A relação entre a moeda de ouro e o conhecimento é que o conhecimento depende de uma série de fatores não tão fáceis de controlar e medir, e o ouro, tem um padrão de coleta e extração, e a curiosidade não, pois seu produto é o conhecimento, e ele é abstrato e não estocável, e justo por essa característica que o modelo de empacotamento desse item é tão polêmico ao redor do mundo, e valorizado de formas diferentes em lugares do mundo diferentes.

Por exemplo, existem locais em que um diploma e faculdade será muito valorizado, mas talvez porque ter um diploma não seja tão complicado, porque talvez o poder de compra seja alto e as pessoas tenham mais tempo de ócio para se dedicar aos estudos antes de começarem a trabalhar e é justamente no tempo de ócio onde as invenções possuem uma propensão maior de acontecerem.

Se você tem receio de escolher fazer uma faculdade durante seu jogo da vida, reflita sobre esse pensamento sobre atribuição de valor ao conhecimento.

A verdade é que a curiosidade foi a primeira moeda do mundo, e Eva sabia disso, e passou esse conhecimento sobre a curiosidade adiante, para todas as demais gerações, ou você acha que sua carteira assinada não tem relação com a discussão bíblica sobre a expulsão do “paraíso”?

A verdade é que, quem vai ao mercado desde muito cedo, sempre foi a mulher. E se quem compra em quantidade, também é a mulher, então com quem os publicitários mais conversam todos os dias desde os tempos mais remotos da idade média?

Mas se os donos de negócio e os cargos de liderança corporativa ficaram muito tempo com os homens, mas eles sempre estiveram servindo as mulheres, em quanto tempo você acha que começou a surgir mercados exclusivos femininos que demandam profissionais que soubessem esse dialeto, tais como os salões beleza e produtos de estética e higiene ?



O império L'Oréal, por exemplo, começou em 1907 com a descoberta de uma tinta para cabelo, mas antes de existir a tinta para cabelo, o que vocês acham que as mulheres faziam para terem autoestima enquanto seus maridos e familiares estavam fora de casa?

O crescimento do mercado exclusivo feminino foi um acontecimento previsível, mas as empresas e as patentes que surgiram dele, não. Mulheres com filhos homens dentro de casa até estarem prontos para irem para guerras eram uma

receita de sucesso para obter respeito a longo prazo, dependência emocional e habitacional e por consequência uma receita perfeita para uma função útil dentro da sociedade, e essa função é a comunicação “bilíngue”. E isso foi muito poderoso, tão poderoso quanto carregar durante 9 meses o futuro de todo um sobrenome dentro do próprio corpo, dois idiomas tornaram elas insubstituíveis, e foi assim que nasceu a política, antes mesmo das ágoras, elas nasceram dentro de uma casa com uma **mulher**, com 5 filhos, 4 homens e 1 mulher, a matemática ambiental da diversidade sobrevive não a casa com mais filhos ou dinheiro, mas com a melhor cultura ambiental.

Afinal, o que é dinheiro, antes do dinheiro mesmo? A curiosidade. Porque a curiosidade é útil, e **gente útil** que sabe se comunicar, é imortal. Deuses são imortais, está acompanhando?

A estatística nos ensina que a dependência é temporária, ela existe até existir um número suficiente de pessoas dependentes que construam um mercado independente. A ideia das minorias é uma ilusão mercadológica prismática, depende da sua capacidade de visão futura que você só consegue ativar se você parar de tratar as condições ambientais como recompensas, a condição ambiental não é uma recompensa, o dinheiro é uma recompensa. Você não consegue saber o potencial máximo de alguém sem oferecer as melhores condições de treino.

Se você pode dar um quarto melhor para o seu filho e se você pode dar uma casa para a sua filha, por que você espera ela merecer para oferecer? Você precisa treinar sua equipe nas suas melhores condições, o ambiente não é recompensa, o ambiente é régua. Se você pode pagar uma bodytech pra descobrir o talento em ginástica da sua filha, por que você vai colocar ela pra treinar dentro da garagem?

O merecimento não vem de um teste de ambiente. Isso é cultura. E a cultura da nossa casa levamos para a rua e para todos os negócios que a gente venha a trabalhar ou criar e é por isso que é importante ressaltar que as experiências de um empreendimento físico, tais como restaurantes e salões de beleza, são diferentes, mas a transição para o ecossistema das startups é questão de tempo, porém todos dependem da curiosidade e as condições ambientais ajudam no desenvolvimento e cada setor tem sua particularidade e por consequência, uma necessidade e um público diferente.



Sabendo agora que condições ambientais não são recompensas, mas são fatores que influenciam seu comportamento, como que você acha que são formadas as culturas e se a cultura é tão importante, então vender não é tão simples quanto parece, concorda?

Se vender fosse apenas existir demanda, pasta de dente não teria marca, por exemplo, prefiro a Close-Up de embalagem azul.

E se uma simples pasta de dente precisa de uma diferenciação apesar da mesma função, o que te faz pensar que o futuro da nossa economia não será impactado pelo valor e pela maturidade que você encara a sua carreira ou dirige o seu negócio. E se o futuro da nossa economia depende de maturidade e de cultura, você não acha que o número de pessoas e de grupos dos quais você pertence, não influencia na sua cultura?

Partindo desse princípio, de que precisamos de pessoas para formar uma cultura e de que as pessoas já nascem geneticamente diferentes, quanto mais pessoas, mais diferenciações e mais rica se torna uma cultura e quanto mais rica uma cultura, mais propícia a inovação, porque a riqueza de uma cultura também é medida pelo grau de integração entre os membros e a inovação necessita de integração, se não se torna apenas uma ideia em um papel ou mais uma patente que não foi pra frente.

A premissa básica para se começar um negócio *inovador* é encontrar um problema para ser resolvido e conhecer muito bem o público para quem você pretende vender a sua solução, e para fazer isso, você precisa estar genuinamente interessado no público que deseja estudar, você precisa estar apaixonado pelo problema, você precisa ter curiosidade. Afinal, é muito mais fácil pensarmos em soluções de qualidade quando temos bagagem de experiência para quem queremos vender. Caso contrário, se tornaria muito exaustivo pensar sobre o problema, concorda?

E se você está começando nesse universo de inovação e tecnologia e agora você sabe que a cultura impacta no comportamento e que quanto mais gente em uma cultura e de forma integrada mais rica ela se torna, você acha mais fácil começar a aprender a desenvolver uma solução para um grupo que você conheça muito bem ou um grupo completamente novo?



Ainda na temática autoestima, olhe para si mesmo e tente entender com quem você mais se parece, você sabe se você faz parte de algum grupo étnico ou se você se parece com algum grupo étnico?

Sabendo disso, com quais estilos de grupos esse grupo étnico mais tem afinidade ao longo dos anos, em resumo, com que estilo de pessoas você teria mais facilidade para conversar e ser amigo? Quando escalamos esse tipo de pensamento, temos noção da formação de uma cultura e de uma comunidade e toda boa comunidade tem uma persona raiz que é considerada a referência da cultura local, em modelos de república por exemplo o nome para esse conceito é “presidente”. Entenda, você não precisa ser idêntico ao seu presidente, é humanamente impossível, mas ele precisa representar os interesses de uma cultura e de uma nação, assim como você precisa representar a cultura do seu grupo, da sua família e assim por diante.

## cultura

### grupos étnicos



### grupos



### necessidades



### hábitos



### rotinas



### afinidades



### interesses



### comportamentos



### desejos

