



Plano de
Marketing:
estratégias para
divulgar o
seu negócio



Conheça Xica da Silva,
empreendedora que encontrou
na Economia Solidária forças para
superar a violência doméstica

3

Prêmio Usinas do
Trabalho 2014 aposta
em sonhos que
fazem a diferença

13

Aprendizados para VOCÊ e para seu negócio!

Olá Empreendedora, tudo bem?

Nesta 31ª edição da Revista do Consulado da Mulher vamos abordar um tema importante para seu negócio. Muita gente se pergunta como divulgar melhor seu negócio e ganhar mais dinheiro, mas a maioria se lança no mercado sem se planejar e os resultados podem não ser tão satisfatórios. Por isso, continuando a série 'Plano de Negócios', trouxemos para você algumas dicas e

**Queremos sua opinião
sobre esta revista.**

**Deixe um comentário em
nosso site ou ligue
011 3566-1648**

informações sobre Como Elaborar um Plano de Marketing e caprichar nas ações de divulgação de seus produtos e/ou serviços.

Nesta revista você também vai conhecer a história da Xica da Silva, empreendedora que com a Rede de Alimentação Sabor Mineiro UAI foi reconhecida no ano passado com o Prêmio Usinas do Trabalho 2013. Em uma entrevista exclusiva, ela conta como a economia solidária a ajudou a superar 10 anos de violência doméstica

Esperamos que você goste e se inspire nestas histórias que nos enche de orgulho.

Equipe Consulado da Mulher



"Nenhuma mulher nasceu
para ser espancada,
agredida e desrespeitada"

**Por: Nathalia Marangoni, Assistente de
Comunicação do Instituto Consulado da Mulher**

Chica da Silva é um nome bem popular no Brasil, ficou conhecido por batizar uma mulher que viveu em Minas Gerais, na segunda metade do século XVIII. Nasceu escrava e ficou conhecida por ter convivido em meio à elite depois de se tornar concubina de um nobre senhor, uma das poucas formas pelas quais mulheres negras poderiam ascender socialmente naquela época.

Nas mesmas Minas Gerais, mais precisamente em Belo Horizonte, a chefe de cozinha Francisca da Silva, uma das vencedoras do Prêmio Usinas do Trabalho 2013, divide com a figura histórica não somente o nome, mas uma trajetória de privações e de muitas dificuldades.

Vítima de violência doméstica durante dez anos e depois de levar 88 pontos no rosto, Xica (com X) se considera hoje uma mulher livre, muito em parte por conta de seu próprio esforço e pelo envolvimento com a economia solidária, movimento popular que propõe novas relações de trabalho, promove a inclusão social e a preservação do meio ambiente.

Vencedora do Prêmio Usinas do Trabalho 2013 junto às suas companheiras da Rede de Alimentação Sabor Mineiro UAI, ela já viajou para diversos lugares do país contando sua história de superação e inspirando outras mulheres a escolherem a liberdade e a autonomia como caminho de vida.

Consulado da Mulher: *Como começou a sua trajetória na Economia Solidária?*

Xica da Silva: Depois de 10 anos de cárcere privado e de me separar nove vezes do meu ex-companheiro, eu fui parar em um abrigo da Prefeitura de Belo Horizonte, onde a Coordenaria da Mulher encaminha mulheres que foram agredidas, junto a seus filhos. Lá, eles fazem um trabalho de reintegração com as vítimas e foi aí que me apresentaram ao movimento da economia solidária. Eu pesava 101 quilos, era deprimida e não conversava com ninguém.

CM: *Você superou 10 anos de um relacionamento de opressão e violência...*

XS: A maioria das mulheres nesta situação não tem escolaridade elevada, geralmente têm ensino fundamental incompleto, filhos menores e elas não se separam do companheiro, mesmo ele sendo agressivo, com medo de colocar os filhos em uma situação pior. Só que a situação que elas vivem não é nada pior do que lá fora. Eu tenho ensino fundamental incompleto, enxergo de um olho só e, por sinal, só 16% e eu consegui sair da violência com três filhas. Hoje são mulheres de bem, todas estudaram. Nós precisamos do companheiro para ser amigo, para divisão de tarefas, mas não dependemos dos homens para viver.

CM: *Como começou o projeto da Rede de Alimentação Sabor Mineiro UAI?*

XS: Em 2005 fui para uma conferência de economia solidária e fiquei sabendo que meu ponto de venda pegou fogo e queimou tudo que eu e minhas companheiras de grupo tínhamos. Foi aí que eu conheci o pessoal do IMS (Instituto Marista de Solidariedade) e o Doutor Wilson

Roberto (Fernandes, coordenador de pedagogia do instituto) que me ofereceu ajuda. Eles nos cederam uma cozinha grande em uma área nobre de Belo Horizonte o que me fez chamar outras mulheres que também saíram do abrigo para montarmos um grupo chamado "Buffet Amigos de Xica". Logo as demandas de serviço começaram a crescer e articulamos uma rede para poder atendê-las dividindo trabalho com outras mulheres. Assim surgiu a Rede de Alimentação Sabor Mineiro UAI, em 2007.

CM: *Hoje quantas mulheres fazem parte da rede?*

XS: Diretamente são 25 mulheres trabalhando, divididas em 6 grupos.

CM: *Qual foi a importância de receber o Prêmio Usinas do Trabalho 2013?*

XS: A nossa realidade é outra! Os freezers nos ajudaram muito porque às vezes a gente não conseguia aproveitar uma oferta de produtos mais baratos porque não tínhamos onde armazená-los. Fora as outras coisas que podemos congelar, como polpas. A gente gastava em média 300, 400 reais, já chegamos a gastar até 1200 reais com utensílios e aluguel de equipamentos e hoje a gente não precisa mais fazer isso.

CM: *Quais são os próximos objetivos da rede?*

XS: O objetivo específico da rede é se formalizar. Nós estamos terminando de fazer o Regimento Interno e estamos criando um fundo coletivo. A proposta é que cada evento que a gente pegar, digamos que nós íamos alugar um material que custaria 600 reais: já que eu não vou mais alugar, então deste valor, eu retiro 10% e coloco no fundo. Pretendemos usá-lo para a compra de matéria prima.

CM: *Qual a diferença entre trabalhar em um empreendimento solidário e uma empresa formal?*

XS: Pela lei em si, eu estou excluída do mercado de trabalho tradicional. Se fosse para eu trabalhar em uma empresa formal eu ganharia em

|| A economia solidária valoriza meu saber popular.
Para o mercado formal não adianta falar que eu
sei. Eu tenho que ter um certificado debaixo
do braço, se não eu tô fora. ||

torno de 900 a 1200 reais, trabalhando 8 horas por dia com patrão. Agora, na economia solidária, eu tenho o direito, a liberdade de fazer minha jornada de trabalho e sou eu que faço meu salário. Tenho o livre arbítrio de trabalhar com quem eu quero e trabalhar onde eu possa trabalhar. Em uma empresa formal não, eu tenho que cumprir o horário e o patrão nem sempre é legal com a gente.



CM: *Você é um exemplo de superação de adversidades e é hoje fonte de inspiração para diversas mulheres. Que recado você tem a dar para aquelas que estão passando pelas mesmas situações que você passou?*

XS: Eu digo o seguinte: que elas têm 50% chance de morrer ao lado do homem que elas dizem que amam e 50% de chance de viver mesmo amando esse homem, mas vivendo intensamente fora (da relação). Ninguém é de ninguém. Escolha os 50% chance de viver fora, livre, alegre, com a vida nas suas próprias mãos. Ninguém foi feito para ser espancada, ninguém foi feito para ser agredida e desrespeitada, então que levantem a cabeça! Se eu consegui, elas também podem! Então é confiar em Deus e primeiro em si. Este é o recado que eu deixo para as mulheres do Brasil e do mundo!

Como fazer um Plano de Marketing para o seu Negócio

Por Kelly Fusteros, Analista de Comunicação
do Instituto Consulado da Mulher

Não deixe o seu **Plano de Negócios** escondido na gaveta. Ele é um projeto que **deve ser mantido sempre atualizado**

O processo de elaboração de um plano de marketing é visto como uma etapa tediosa e muito teórica e, por isso, é muitas vezes ignorado ou deixado em segundo plano. O foco em ações de curto prazo – embora muitas vezes extremamente necessárias – acaba criando o mau hábito de só agirmos para “apagar incêndio”.

Quando nos acostumamos a essa rotina de “bombeiro”, podemos achar que a etapa operacional, ou seja, a parte do “fazer”, é bem mais excitante e desafiadora do que a parte estratégica, ou seja, o “sentar e pensar no que fazer”.

As duas partes do processo são importantes e, você vai perceber que o ato de planejar pode não trazer resultados imediatos, mas com o tempo, vai ajuda-la a atrair mais clientes, aumentar suas vendas e também a lucratividade do seu negócio.

Para isso, costumamos criar um plano de marketing, um documento escrito que explica tim tim por tim tim as ações necessárias para atingir um ou mais objetivos. Pode ser um planejamento para a marca, para um produto ou serviço, ou para as linhas de produtos.



Ao criar um plano de marketing, que pode estruturar o que será feito entre um e cinco anos, você já estará com meio caminho andado em direção ao sucesso! Para lhe ajudar nisso, a Revista do Consulado da Mulher elaborou um roteiro básico de pontos que você deve incluir no seu planejamento.



Aquecimento

Antes de partir para as estratégias de divulgação do seu negócio, lembre-se que uma marca bem definida contribui para o sucesso do empreendimento. Crie uma marca (nome e logotipo) que seja fácil de pronunciar e memorizar. Consulte o nome e a logomarca junto ao INPI – Instituto Nacional De Propriedade Industrial, para certificar-se de que poderá fazer uso de ambos.

Busque mais informações no site www.inpi.gov.br.



1º Passo - **Descrição dos principais produtos e serviços**

Nesta primeira etapa, você deve descrever os principais itens que você produz ou os serviços que presta, colocando o maior número de detalhes possíveis como tamanho, cor, sabores, embalagens, linha de produto que pertence, apresentação, rótulo, marca, garantias, características do serviço, informações técnicas, formas de utilização, etc. Sempre que possível, fotografe cada item e coloque as fotos em seu plano.

Importante

Não se esqueça de verificar as normas técnicas para os produtos e serviços, como Normas da Vigilância Sanitária, Normas técnica, etc.



2º Passo - **Preço**

Para formar o preço de um produto ou serviço, precisamos primeiramente produzi-lo ou prestá-lo em caráter experimental, como num laboratório, para anotar todas as informações que fazem o preço ficar maior ou menor. Entre elas:

1. Quanto se gasta de tempo para fazer o produto ou prestar o serviço? Quantas pessoas são necessárias para produzir "x" produtos ou prestar "x" serviços?
2. Quanto se gasta de materiais?
3. Quanto se gasta com outros recursos?
4. Quais despesas e obrigações o empreendimento deve pagar para continuar funcionando, independentemente de quanto se vende?
5. Qual o valor da mão de obra e quanto eu quero ter de lucro?

Ao responder estas questões, monte uma tabela com os preços de cada produto listado no item 1. Você pode também verificar se seu preço será compatível com aquele praticado no mercado pelos concorrentes diretos.



3º Passo - Estratégias Promocionais

Promoção é toda ação que tem como objetivo apresentar, informar, convencer ou lembrar os clientes de comprar os seus produtos ou serviços e não os dos concorrentes. São todas as ações realizadas para promover o produto em curto prazo e impulsionar um faturamento maior.

Estas são algumas estratégias que você poderá utilizar:

- Propaganda em rádio, jornais e revistas;
- Panfletos,
- Internet;
- Amostra grátis;
- Mala direta, folhetos e cartões de visita;
- Cartaz
- Catálogos;
- Outdoor
- Carro de som e faixas;
- Brindes e sorteios;
- Descontos (de acordo com os volumes comprados);
- Participação em feiras e eventos.



Determine de que maneira você irá divulgar seus produtos, pois todas as formas de divulgação implicam custos. Descreva suas estratégias. Leve em conta o retorno dessa estratégia, seja na imagem do negócio, no aumento do número de clientes ou no acréscimo da receita.

Existem diversos tipos de divulgação. Use a criatividade para encontrar as melhores maneiras de divulgar seus produtos ou então, observe o que seus concorrentes fazem.

Panfletos e volantes podem ser entregues em locais com grande fluxo de pessoas. Neles, você deve colocar informações básicas sobre os produtos e serviços (nome da empresa, endereço, telefone, etc.).

Uma alternativa interessante é a divulgação em revistas especializadas ou em jornais de bairro. Esses anúncios são mais baratos e atingem diretamente o seu público-alvo.

Feiras também são bons locais para apresentar sua empresa a um público selecionado por juntar clientes, especialistas, concorrentes e fornecedores, além de gerar vendas.

4º Passo - **Estrutura de Comercialização**



Este tópico se refere aos canais de distribuição, ou seja, como seus produtos e/ou serviços chegarão até os seus clientes. Você pode adotar uma série de canais para isso, como vendedores internos e externos, representantes, etc.

Converse com seu grupo sobre quais serão os meios mais adequados para se alcançar os clientes e criem um quadro com a decisão. Para isso, pense no tamanho dos pedidos, na quantidade de compradores e no comportamento do cliente, isto é, se ele tem por hábito comprar pessoalmente, por telefone ou outro meio. Levem também em consideração com que frequência o cliente compra, qual sua disposição de deslocamento, quão importante é para eles o contato pessoal para o ato da compra, quão importante é a presença física do produto e a pronta entrega, qual o nível de serviço associado antes e depois da venda.

Importante

Garantir a disponibilidade do produto para os clientes é frequentemente a questão mais determinante deste tópico. Não se comprometa com uma encomenda maior do que você pode produzir!

A comercialização dos produtos e/ou serviços pode ser feita pelos proprietários, por vendedores ou por outras empresas. Independente da forma, o importante é que isso seja feito.

Uma opção é preparar bem as pessoas que vão fazer as vendas, eles têm que conhecer bem os produtos da empresa e as vantagens sobre a concorrência. Outra alternativa é a contratação de representantes comerciais. Isso é viável quando se explora uma região extensa e desconhecida. Ao trabalhar com representantes, tome cuidado com questões trabalhistas e não se esqueça de elaborar um contrato específico. Consulte um contabilista ou um advogado.

O telefone também é um instrumento de vendas muito utilizado atualmente e pode ser combinado com a divulgação dos produtos e serviços da empresa.

Se a sua empresa acabou de entrar no mercado, considere usar canais diferentes dos participantes atuais, criando um diferencial. Se você já estiver posicionado no mercado, veja se vale a pena utilizar outros canais, para proteger suas posições.



5º Passo - **Localização do negócio**

Neste momento, você deve identificar a melhor localização para a instalação de seu negócio e justificar os motivos da escolha desse local. A definição do ponto está diretamente relacionada com o ramo de atividades.

Um bom ponto comercial é aquele que gera um volume razoável de vendas. Por isso, se a localização é fundamental para o sucesso de seu negócio, leve em consideração os seguintes aspectos:

- 📍 Analise o contrato de locação, as condições de pagamento e o prazo do aluguel do imóvel;
- 📍 Verifique as condições de segurança da vizinhança;
- 📍 Observe se o seu negócio terá fácil acesso, como é a rua em que ele estará localizado (é um bairro residencial ou comercial? Uma rua barulhenta ou tranquila?), as condições de higiene e limpeza de seu ponto e a existência de locais para estacionamento;
- 📍 Fique atento para a proximidade dos clientes que compram seus produtos e o fluxo de pessoas na região;
- 📍 Lembre-se de mapear concorrentes nas áreas próximas, para estudá-los e tê-los sempre em vista;
- 📍 Avalie a proximidade dos fornecedores, pois isso influencia no prazo de entrega e no custo do frete;
- 📍 Visite o ponto pelo menos três vezes, em horários alternados, para verificar o movimento de pessoas e de veículos no local.

Se você ainda não tem uma loja ou ponto físico, descreva aqui o seu local de produção, colocando endereço completo, telefone e as considerações sobre o espaço.

Esperamos que você tenha gostado destas dicas e que elas sejam muito úteis para você e seu negócio. Caso tenha dúvidas, converse com uma educadora do Consulado da Mulher.

Referências:

Como fazer um plano de marketing para 2014 | Revista Exame | <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/como-fazer-um-plano-de-marketing-para-2014>

Plano de Negócios | SEBRAE MG | <http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Como-Elaborar-um-Plano-de-Marketing> |

Apostila SEBRAE; Como elaborar um plano de negócios

PORTAL EDUCAÇÃO - Cursos Online : Mais de 1000 cursos online com certificado

<http://www.portaleducacao.com.br/marketing/artigos/43713/ferramentas-de-promocao-de-marketing-caracteristicas-vantagens-e-desvantagens#ixzz39o61vSvt>

Canais de distribuição, como escolher? Endeavor - <http://www.endeavor.org.br/artigos/operacoes/gestao-da-cadeia-de-suprimentos/canal-de-distribuicao-como-escolher>

Prêmio Usinas do Trabalho 2014

Prêmio Usinas do Trabalho aposta em sonhos que fazem a diferença!

Cerimônia de **premição**
do Instituto Consulado
da Mulher **reconheceu o**
trabalho de brasileiras
empreendedoras

O orgulho, emoção e felicidade. Estes foram os sentimentos que a cerimônia do Prêmio Usinas 2014 deixou em tod@s participantes, que puderam conhecer de perto algumas das empreendedoras assessoradas pelo Instituto Consulado da Mulher, que já beneficiou mais de 32 mil mulheres de 'força, raça e gana' em 12 anos de atuação.

A Diretora Executiva do Consulado da Mulher, Leda Böger, ressaltou que "em seu segundo ano consecutivo, o Prêmio Usinas do Trabalho permite reconhecer iniciativas de empoderamento feminino que são histórias de destaque nas comunidades brasileiras".

Mulheres
comemoram a
conquista do
prêmio



Embalada pela música 'Maria, Maria', a emoção falou mais alto quando as vencedoras do prêmio tomarem o palco com discursos de agradecimento e falas de esperança. "Minha mãe sempre me disse que a Consul era uma marca de confiança. Nossa primeira geladeira foi da Consul. Nós sempre confiamos na marca e agora vemos que essa confiança tem retorno. É uma empresa que se preocupa com as pessoas, principalmente com as mulheres", contou emocionada Neumária Cordeiro Soares e Silva, do Grupo Sabor da Roça de São Pedro do Piauí.

E fechando a noite com chave de ouro, as empreendedoras Xica da Silva, da Rede de Alimentação UAI, e Regina Tchelly, do Favela Orgânica, deram um show de exemplo de vida e perseverança ao contarem suas histórias de empreendedorismo.

Confira os 10 projetos premiados:

- Associação das Mulheres do Assentamento Monte Alegre Seis – SP
- Grupo Aiyra's d'Aram Filhas do Sol – RN
- Associação de Mulheres Produtoras Rurais na Agricultura Familiar do Município de São Pedro do Piauí – PI
- COOPEAFAC Cristinápolis – SE, Essências do Cerrado – MG, Artculinária – RJ
- Mulheres Rurais Tecendo Novas Relações de Trabalho e Gerando Renda – PE
- Mulheres do Recanto da Natureza – PR
- Cooperativa de Produção da Região do Piemonte da Diamantina – BA
- Associação de Pequenos Produtores Rurais do Vale do Piau – BA.

Caça-palavras

Encontre palavras sobre Plano de Marketing.



Palavras a serem encontradas:

- PLANO DE NEGÓCIOS • PREÇO • PRODUTOS • SERVIÇOS • PROMOÇÃO • CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO • COMERCIALIZAÇÃO • LOCALIZAÇÃO • PROPAGANDA • MARKETING.



www.consuladodamulher.org.br

 facebook.com/consuladodamulher

 twitter.com/consuladomulher

 youtube.com/consuladomulher

EXPEDIENTE

A Revista do Consulado da Mulher é uma publicação do Instituto Consulado da Mulher

Conselho Editorial: Kelly Silva, Kelly Fusteros, Leda Böger, Nathalia Marangoni, Paulo Dalfovo, Gielyzandra Cruz, Elen Camargo e Erica Zanotti

Fotos: editorial, mulher homem, páginas coloridas, Programa Usinas do Trabalho: divulgação.

Projeto Gráfico, diagramação: 107 Artedesign (www.107artedesign.com.br)

Tiragem: 1.200 exemplares

São Paulo

Rua Olympia Semeraro, 675
CEP 04183-090 – Jd. Santa Emília
São Paulo (SP)
Tel. (11) 3566-1665

Manaus

Rua Torquato Tapajós, 7.500
CEP 69048-660 – Bairro Colônia
Terra Nova – Manaus (AM)
Tel. (92) 3301-8550

Rio Claro

Avenida 80, 777
Distrito Industrial
CEP 13506-095
Rio Claro (SP)
Tel. (19) 2111-9495

Joinville

Rua Dona Francisca, 7.173
Zona Industrial Norte
CEP 89219-600 – Joinville (SC)
Tel. (47) 3433-3773



O selo FSC garante que este produto foi impresso em papel FSC.

Ação social da

Consul