



Mulheres rurais e empreendedorismo

Associativismo e
cooperativismo na
produção do bem viver

The Nature
Conservancy 
Brasil



The Nature Conservancy (TNC)

é uma organização global de conservação ambiental dedicada à proteção das terras e águas, das quais toda a vida depende. Guiada pela ciência, a TNC cria soluções locais inovadoras para os principais desafios do mundo, de forma que a natureza e as pessoas possam prosperar juntas. Trabalhando em 76 países, a organização utiliza uma abordagem colaborativa, que envolve comunidades locais, governos, setor privado e a sociedade civil. No Brasil, onde atua há mais de 30 anos, o trabalho da TNC concentra-se em solucionar os complexos desafios de conservação da Amazônia, Cerrado e Mata Atlântica a partir de uma abordagem sistêmica, com foco na implementação e geração de impacto, para mitigar as mudanças climáticas e a perda da biodiversidade.

Saiba mais em www.tnc.org.br.

Projeto Cacau Floresta

O projeto Cacau Floresta teve início em 2012 no sudeste do Pará, atuando em parceria com empresas privadas e associações locais, incentivando pequenos produtores rurais e pecuaristas a recuperarem áreas desmatadas ou improdutivas com o plantio de cacau e outras espécies florestais por meio de sistemas agroflorestais.

Organização

Roberta Schardong
Mônica Vilaça
Martin Ewert
Thais Ferreira Maier

Equipe:

Alessandra Santos
Artur Sousa
Camila Farias
Clarismar Oliveira
Daryane Feitosa
Erikson Mota
Fernanda Silva
Gledson Silva
Gustavo Rezende
Humberto Pires
Iransy Rodrigues
Jefferson Campos
Jessé Bezerra
Katrine Santos
Marcio Queiroz
Maria Ribeiro
Martin Ewert
Noemi Siqueira
Paula Silva
Ricardo Adriano dos Santos
Roberta Schardong
Rodrigo Freire
Sabrina Ribeiro
Samuel Tararan
Thais Maier
Ticiane Imbroisi
Wandrea Baitz

Projeto gráfico e diagramação: Mandū

Pietra Silva

Elaboração: Mandū

Gabriela Ribeiro Arakaki
Gabriela Macedo
Rochele Dias
Fabiane Sereno
Felipe Bannitz



*Os textos deste material foram inspirados em outras produções escritas e publicadas pela Mandū Inovação Social.

Belém, fevereiro de 2023.

Sumário

Cap1 Empreendedorismo Feminino: como tudo começou	05
Cap2 Associativismo: caminhando juntas	11
Cap3 Cooperativismo: crescendo e vendendo juntas	28
Cap4 Marca coletiva: colocando nossa cara no mercado	33
Cap5 Acesso ao Mercado: planejamento das vendas	39

Capítulo 1

Empreendedorismo Feminino: como tudo começou

Marinalva vivia no sítio onde cuidava da casa, cultivava uma horta e colhia frutos do quintal como o cupuaçu, o açaí e o taperebá (cajá) para o consumo da família e para fazer polpa. Uma parte dessa polpa, ela congelava e, de vez em quando, ia para o centro da cidade para vender para algumas pessoas conhecidas que gostavam muito do seu produto. Quando ia até a cidade também aproveitava para fazer o mercado e colocar o papo em dia.

Numa dessas vezes em que foi para o centro da cidade soube que ia acontecer um curso para ajudar as mulheres da região a se organizarem para ter mais renda. O curso falava em gerar renda através do aproveitamento dos frutos da região. Marinalva se animou! Pensou que poderia conseguir mais dinheiro para as despesas da casa e das crianças, além de evitar ter que pedir dinheiro para o marido para seus gastos pessoais. E correu para fazer sua inscrição.



Um dia antes de ir para o curso, Marinalva deixou a casa toda arrumada e a comida pronta para a família. No dia seguinte acordou bem cedo como sempre, mas foi logo rumo a cidade, cheia de esperança e sonhos. Nem se lembrava das chateações do dia a dia que a deixava cansada e, muitas vezes, sem esperança.

Vamos refletir

Esta é uma realidade para muitas de nós, a sobrecarga com o trabalho doméstico por vezes dificulta nossa participação em atividades, eventos e outras atividades econômicas. Vamos pensar sobre isso mais a frente?

Ao chegar ao local do curso, Marinalva encontrou outras mulheres da região, algumas desconhecidas e outras conhecidas, como sua amiga Ivaneide.

Logo em seguida, chegou Silvana, a facilitadora do curso. Sua fala, sua experiência e o seu jeito chamaram a atenção e todas ficaram admiradas.

Durante o curso, Silvana contou um pouco da sua história e deu dicas importantes para ajudar aquelas mulheres do Pará a se organizarem e conseguirem aumentar suas rendas.

Todas as mulheres ali presentes, sentaram em roda para ouvir Silvana.



“Nasci num sítio no Maranhão, bem afastada do centro da cidade. Ali tive uma infância simples, brincando no mato, acompanhando meus pais no trabalho da roça e cuidando dos irmãos e irmãs menores. Depois de me casar passei a cuidar da casa, do marido e dos filhos. Mesmo sendo dona de casa, nunca deixei de fazer alguns trabalhos para ganhar o meu próprio dinheiro e poder comprar minhas coisas. Eu fazia bolo para vender na estação de trem próxima de casa.”



“Todos os dias, eu ia para a estação e, enquanto esperava o trem, costumava conversar com outras pessoas que também levavam seus produtos para vender. Alguns vendiam marmiteix, outros cocada, pão doce, bebidas, salgados... uma variedade de produtos e a maioria produzida pelos próprios moradores dos bairros ao redor da estrada de ferro.

Depois de um tempo, eu aprendi o que era empreendedorismo e percebi que nessa época eu e todas essas pessoas, que vendiam na estação, maioria mulheres, eram empreendedoras.”

“Silvana, sou a Marinalva aqui do Cacau Floresta e sua experiência de vida é semelhante a minha e a de outras mulheres aqui da região. Sempre escuto essa palavra: empreendedorismo. Mas o que é empreendedorismo? O que isso quer dizer?”



Para entender mais

EMPREENDEADORISMO

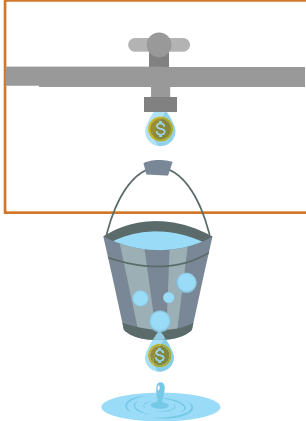
Empreendedorismo é quando a gente consegue tirar ideias e sonhos do papel para melhorar a nossa vida, melhorar a vida das pessoas ao nosso redor e de toda a nossa comunidade pela geração de renda.

É quando desenvolvemos atividades que geram renda e que são alternativas ao trabalho formal. Outros exemplos de empreendedores populares são: artesãs, pequenas produtoras e criadoras de animais, produtoras de geleias, polpas de frutas, comerciantes, cabeleireiras, costureiras, etc

Metáfora do balde furado

A importância de produzir e consumir localmente

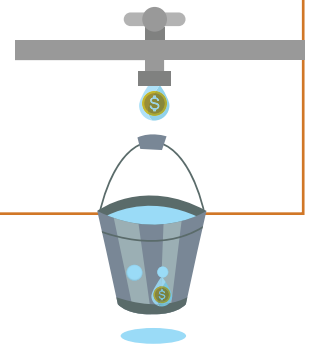
Entrada de recursos na comunidade



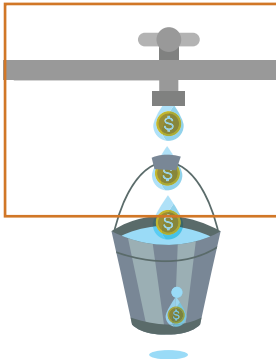
Imagine que esse balde furado é a sua comunidade e que as gotas que saem da torneira e entram no balde são os recursos das pessoas da comunidade

Aqui vemos que os recursos estão saindo da comunidade pois o balde está furado, ou seja, as pessoas só compram produtos fora da comunidade

Imagine que você resolveu produzir e vender pão na comunidade e abriu uma padaria. Logo, todas as pessoas que antes compravam pão no mercadinho fora da comunidade agora compram na sua padaria



Agora vemos que o balde está com menos furos, pois graças a sua padaria, os recursos que entram circulam dentro da comunidade



Além disso, você agora emprega funcionários da própria comunidade e os materiais que precisa para fazer o pão agora são fornecidos pelo mercadinho do bairro

Podemos ver aqui que ainda mais recursos estão entrando no balde e fazendo com que a economia da comunidade se torne forte e próspera para todos



Conhecer um pouco sobre empreendedorismo é importante para termos habilidades e conhecimentos necessários para produzir, vender e administrar nosso negócio. Isso estimula a economia local e ajuda a "tapar os buracos".



“Eu tinha um sonho de ter meu próprio negócio, aumentar a produção de bolos, ganhar mais dinheiro e ter mais independência e autonomia.

Mas me sentia desanimada e cansada de fazer tudo sozinha. Ao mesmo tempo, as pessoas gostavam do meu produto. Até que um dia recebi uma encomenda um pouco maior e decidi chamar Francisca, minha amiga e vizinha, para me ajudar. Ela topou e fizemos o trabalho mais rápido. E ainda trocamos algumas receitas e ficamos cheias de ideias.”

Mão na massa!

OBSERVAR A COMUNIDADE COM OLHAR EMPREENDEDOR

Relembre a metáfora do balde furado e pense na sua comunidade. Preencha os 4 quadros abaixo.

Se você ficar sem ideias, dê uma volta, observe o seu entorno ou converse com outras pessoas.

FORÇAS DA COMUNIDADE: No que vocês são muito bons? O que sabem fazer de melhor? Quais os talentos? Pelo que a comunidade de vocês é reconhecida?

FRAQUEZAS DA COMUNIDADE: No que precisam melhorar? Quais produtos ainda não são encontrados ou são encontrados com dificuldade?

OPORTUNIDADES NA COMUNIDADE: Quais as vocações da comunidade e de seus moradores? O que sabem fazer, tem interesse ou poderiam aprender?

AMEAÇAS PARA A COMUNIDADE: Quais são as ameaças presentes no dia a dia? O que poderia dificultar o empreendedorismo na comunidade?

Capítulo 2

Associativismo: caminhando juntas

Marinalva ouvia Silvana falar e ficava pensando como elas tinham histórias parecidas.



“Silvana, nunca tínhamos pensado em nos juntar umas com as outras assim como vocês fizeram para produzirem mais. Como foi esse processo de trabalhar e produzir juntas?”



“Depois de poucos meses trabalhando juntas, já dava para ver que o resultado estava melhor. Então eu e Francisca combinamos de produzir juntas pelo menos duas vezes na semana. Começamos bem, mas logo fomos percebendo que cada uma se destaca em uma atividade: Francisca adorava pesquisar preços e barganhar descontos e eu era muito boa com vendas. Como faltava tempo para fazer tudo, tivemos uma ideia: resolvemos nos dividir. Francisca comprava os ingredientes, nós produzíamos juntas e eu vendia na estação. Ainda assim, era muita coisa para fazer. Então convidamos a filha mais velha da Francisca para ajudar na produção. Aos poucos fui vendo que aquele sonho de ter um negócio maior estava começando a acontecer.”



Dica da Silvana

Alguém aqui já trabalhou em grupo?

Quando trabalhamos de forma coletiva e participativa, cada pessoa traz a sua experiência e aprendemos a nos respeitar, criamos e decidimos juntas. Dividimos as responsabilidades e as tarefas. Assim ficamos mais fortes.

Para entender mais

TRABALHO EM GRUPO

Vantagens de trabalhar em grupo

- Pode-se aproveitar os diferentes talentos de cada uma
- Em grupo podemos ter mais criatividade
- Aumenta a capacidade produtiva do negócio
- Mais pessoas ficam responsáveis pelo negócio
- Possibilidade de trocas de conhecimentos
- Suporte entre as participante do grupo em momentos difíceis
- Assim o negócio consegue assumir produções maiores
- Em grupo é mais divertido

Preocupações ao se trabalhar em grupo

- Podem acontecer conflitos entre integrantes tirando o foco do trabalho
- Pessoas diferentes têm diferentes ritmos de trabalho
- Nem sempre todas têm o mesmo comprometimento com o negócio
- Falta de clareza dos papéis e responsabilidades dos integrantes gera conflito e baixa produtividade
- Dificuldades para definir formas de dividir o trabalho e de tomar decisões.

Ao ouvir Silvana, Marinalva logo pensou na amiga Ivaneide para trabalharem juntas. Ivaneide fazia geléia, era muito trabalhadora e uma ótima vendedora. Marinalva, também é muito trabalhadora, muito organizada e econômica, sabia usar bem o dinheiro porque anotava tudo o que comprava, as receitas e as vendas.



Apreendi que no trabalho em grupo é importante existir **solidariedade e união**. Também aprendi que o que vale não é a potência individual, e sim o valor do que cada pessoa soma ao grupo.

Para dar certo, no trabalho coletivo precisamos reconhecer quais são os talentos de cada pessoa e a partir disso, dividir as tarefas e responsabilidades. Se todas estiverem numa posição em que consigam dar o melhor de si, o grupo vai ser muito forte!

Para entender mais

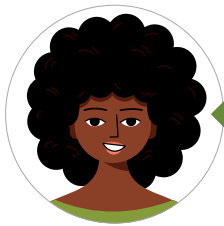
DICAS PARA O TRABALHO EM GRUPO

- Todas as integrantes do grupo devem ter clareza de quais são os objetivos do grupo, assim todas ajudam a remar o barco para a mesma direção
- Tenha um regimento interno, ou quais são as normas de convivência e relacionamento dentro do grupo, é importante que todas tenham clareza do que se pode e o que não pode!
- Reúna o grupo com frequência para comemorar os sucessos e transformar as falhas em aprendizados! Sempre aprenda com os erros, não repita sempre as mesmas falhas, se isso acontecer, mostra que o grupo não aprendeu tudo o que precisava aprender
- Quando o grupo se reunir para tratar de temas do negócio, recomenda-se fazer ata do que foi tratado em reunião, assim novos integrantes e pessoas ausentes podem acessar o histórico e quando houver alguma dúvida, o grupo pode consultar a ata da reunião
- Defina os papéis e responsabilidades das integrantes do grupo, baseando-se no talento, habilidade e gosto das integrantes, quando fazemos o que sabemos e gostamos, fazemos muito melhor!
- Incentive a participação de todas! Todos os pontos de vista devem ser considerados e ouvidos. Busque achar pontos de concordância entre os diferentes pontos de vista!



“A produção foi ficando maior e a cozinha de casa estava ficando pequena... Se quiséssemos crescer, precisaríamos de uma mesa maior, um forno profissional, equipamentos... Como não tínhamos dinheiro para investir, ficamos produzindo a mesma quantidade por algum tempo.

Tudo mudou quando participamos de um programa de aceleração oferecido pela Prefeitura junto com uma empresa da região. O programa apoiava negócios comunitários com recursos e com capacitação.”



“Como essa aceleração ajudou a fortalecer o empreendedorismo feminino?”



Para nós foi muito importante aprender a organizar a produção, sobre boas práticas de fabricação e sobre formalização do negócio como associação.

Como organizar o negócio

GIRO PRODUTIVO

Existem várias maneiras de organizar um negócio. A organização em setores tem a ver com as atividades desenvolvidas na rotina do negócio: comprar matéria-prima, produzir, vender, fazer a gestão financeira e voltar a comprar, produzir, etc.

No caso de uma padaria, por exemplo, a rotina se inicia por:





Dica da Silvana

Dividimos as atividades do meu negócio em quatro áreas: **COMPRAS**, **PRODUÇÃO**, **VENDAS** e **GESTÃO**. Cada uma delas tem suas atividades, cuidados e pessoas responsáveis. Assim ficou mais fácil entender como funciona nosso negócio, sem deixar nada escapar!

CADA SETOR É RESPONSÁVEL POR ALGUMAS ATIVIDADES:

01. Compras

- Comprar matéria-prima, com melhor preço e qualidade
- Cuidar do estoque de matéria-prima
- Controlar quando e que quantidade precisa comprar

02. Produção

- Produzir, com qualidade e segurança
- Garantir que a linha de produção esteja bem organizada
- Cuidar da manutenção dos equipamentos
- Cuidar do estoque de produtos

03. Vendas

- Cuidar da “estratégia de vendas”: onde vender, quais produtos, como divulgar, etc.
- Colocar o preço nos produtos em parceria com a área de produção
- Vender, garantindo que conheça bem os clientes
- Ter tudo registrado sobre as vendas

04. Gestão financeira

- Cuidar do dinheiro e ter tudo registrado no livro-caixa

- Prestar contas mensalmente ao grupo e distribuir as sobras
- Fazer a gestão da conta bancária, se tiver
- Falar com o/a contador/a, cuidando das obrigações de contabilidade com ele/a
- Garantir que aconteçam as assembleias, eleições e o cumprimento do regimento interno, ou seja, cuidar dos assuntos ligados aos direitos e deveres da Associação
- Estimular que todas olhem para o futuro do negócio

*Quando aprendemos sobre organização com o Giro Produtivo, percebemos que tínhamos isso mais ou menos organizado em nosso trabalho: Francisca cuidava do setor de **COMPRAS**, nós três cuidávamos do setor de **PRODUÇÃO** e eu cuidava das **VENDAS**. Além disso, eu também fazia a **GESTÃO FINANCEIRA** anotando num caderninho o valor de tudo o que comprávamos e também de tudo o que vendíamos. Isso ajudava a dividir o dinheiro no fim do mês.*



Mão na massa!

PRINCIPAIS ATIVIDADES DO MEU NEGÓCIO

Agora que aprendemos sobre o giro produtivo da padaria da Silvana, escreva abaixo quais são as principais atividades que você precisa fazer para cada setor do seu negócio.

Compras - Principais atividades

Produção - Principais atividades

Gestão financeira - Principais atividades

Vendas - Principais atividades



Apreendi que para conquistar mais clientes, precisaríamos cuidar da qualidade dos nossos produtos e adotar boas práticas de fabricação.



“Silvana, o que seriam essas boas práticas? E porque isso é importante para conseguir mais clientes?”



São práticas de higiene para que os produtos possam ser manuseados de maneira correta. Isso vai desde a escolha dos ingredientes, a compra, o manuseio, o armazenamento, a venda para a e o cliente. Isso melhora o padrão de qualidade e garante a saúde de quem consome nossos produtos. Por exemplo, usar touca na cabeça, armazenar os ingredientes em local bem ventilado e sem umidade, longe de produtos de limpeza, entre outros cuidados.

Fazendo as boas práticas de fabricação garantimos a saúde de quem consome nossos produtos e conseguimos um alto padrão de qualidade.

Benefícios das Boas Práticas de Fabricação (BPF)

Boas condições de trabalho

Implementando as BPF você e todas do grupo terão um ambiente muito mais apropriado de trabalho

Boa reputação do seu negócio

As e os clientes percebem a melhoria dos produtos quando você usa BPF e isso vai gerar um boca-boca positivo para seu negócio.

Aumento no número de pedidos

Com as pessoas falando bem do seu negócio, vão surgir mais pessoas interessadas e isso vai aumentar o número de pedidos.

Menos desperdício

de matéria-prima, de produtos e menos contaminações. E com isso, claro, haverá redução de custos

Satisfação pessoal e profissional

Quem não gosta de um ambiente mais limpo e organizado, não é mesmo?

O QUE É CONTAMINAÇÃO?

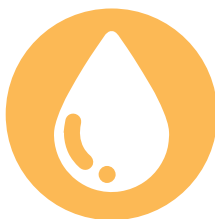
Sabe aquele fio de cabelo encontrado na comida? Ou aquela pedrinha quando se escolhe o feijão? Então, esses são exemplos de contaminação no alimento.

Outros exemplos de contaminação são:



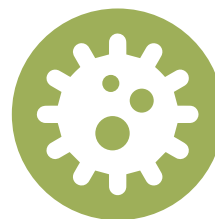
FÍSICA

- Pedaço de palha de aço
- Cabelo, fios de barba
- Pedacos de unha
- Pedra no feijão



QUÍMICA

- Produtos de limpeza
- Conservantes



BIOLÓGICA

- Fungos
- Bactérias
- Vírus
- Vermes



Dica da Silvana

Já pensou se você ou seu cliente achasse algum desses em seu pão ou bolo? Por isso quem produz alimento tem que ter muito cuidado!

Seria muito desconfortável, mas, além disso, poderia causar sérias doenças e infecções.



Existem organismos que não podem ser vistos por serem muito pequenos conhecidos como micróbios. Eles estão espalhados por todo o nosso corpo. Estão em maior quantidade nas mucosas, como no nariz e na boca, mas também nos cabelos, nas mãos (inclusive unhas), nas fezes e no suor. Em geral, eles são transmitidos de quatro formas: contato direto, contato indireto, gotículas de secreções respiratórias (como nos espirros) e pelo ar.

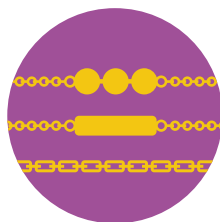
1 fio de cabelo pode conter até 50.000 micróbios!!!

Como vocês se sentiriam se alguém vendesse um produto com um fio de cabelo para seu filho? Mal, não é? Por isso a importância de seguir as Boas Práticas de Fabricação.

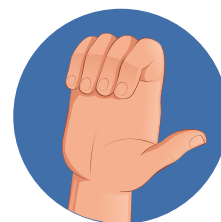
CUIDADOS AO MANUSEAR OS ALIMENTOS



Usar uniformes limpos e bem conservados



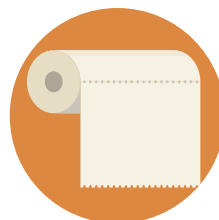
Retirar pulseiras, relógio, anéis, antes de higienizar as mãos e vestir os uniformes. Recolocá-los na saída do trabalho



Conservar as unhas curtas, limpas e sem esmaltes



Lavar bem as mãos, pulsos e unhas com sabão e água corrente



Utilizar papel toalha para secar as mãos

E QUANTO AOS EPIS?

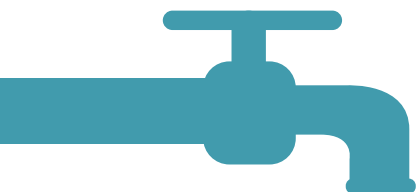
Os equipamentos de proteção individual, ou apenas EPIs, protegem e garantem a segurança dos trabalhadores, e também evitam riscos de contaminação dos alimentos. Eles variam de acordo com o negócio. Vejam alguns mais comuns:



- Máscaras e filtros
- Óculos e viseiras
- Abafadores de ruídos ou protetores auriculares
- Capacetes
- Luvas
- Sapatos, botas e botinas

CUIDADOS COM A ÁGUA

Existem algumas regrinhas básicas para seguir em relação a água que vocês devem observar:



Lave bem as mãos com água e sabão:

- antes de manusear os alimentos
- antes e depois das refeições
- após utilizar o banheiro
- após assoar o nariz
- após contar dinheiro
- após mexer no celular
- após coçar os olhos, nariz ou a boca
- após utilização do transporte público

Lave os alimentos, como verduras, frutas e legumes em água corrente, limpa e tratada.

As verduras, frutas e legumes consumidos crus devem ser desinfetados com água e água sanitária ou hipoclorito de sódio* utilizando os seguintes produtos e técnica:

Para 1 litro de água, utilizar 1 colher de sopa de água sanitária (2 a 2,5%), sem cheiro, sem corante, sem detergente e de procedência confiável. Deixar os legumes, frutas e verduras nessa solução por 15 minutos e enxaguar em água corrente.

* No caso de hipoclorito de sódio fornecido pelo posto de saúde, seguir as instruções contidas na embalagem.

CUIDADOS COM OS ALIMENTOS

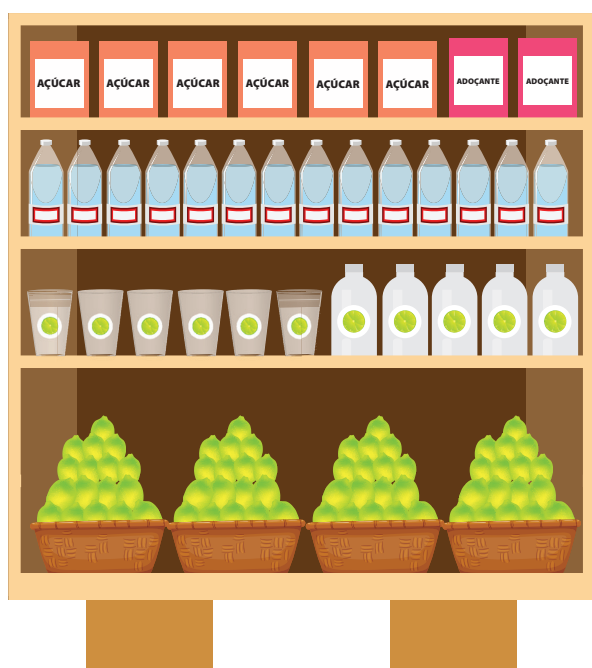
O que se deve evitar ao manusear alimentos:

- Cantar, assobiar ou falar sobre os alimentos
- Espirrar, tossir, assoar o nariz ou cuspir
- Pentear-se, coçar-se, pôr os dedos no nariz, boca ou ouvido ou passar as mãos nos cabelos
- Comer, beber, mascar chiclete, palitos, fósforos ou similares e/ou chupar balas
- Provar alimentos em talheres e devolvê-los à panela sem prévia higienização
- Mexer em dinheiro, ao menos que os produtos estiverem embalados

Como você deve separar os produtos no estoque?

- O produtos do estoque devem ser arejados e estar sempre bem limpos, lavados e desinfetados – sem sujeira nenhuma.
- Retirem os materiais que não servem mais para evitar a presença de ratos e insetos.

Aí temos dois tipos: **Estoque seco** (temperatura ambiente) e **Estoque resfriado** (de temperatura controlada), vejamos:



ESTOQUE SECO

O ideal é que a temperatura não ultrapasse 26°C. Além disso, deve ser arejado e sem umidade, pois muita umidade pode gerar bolores. Dentro do estoque, os produtos devem ficar organizados em prateleiras, separados por grupos: descartáveis separados de alimentos e produtos de limpeza.

Os alimentos devem estar distantes do piso, apoiados sobre estrados ou prateleiras das estantes.



ESTOQUE RESFRIADO

O estoque congelado é quando os alimentos são armazenados a temperaturas negativas (inferiores a 0°C), por exemplo, no freezer ou no congelador da geladeira. O estoque resfriado é quando os alimentos são armazenados entre 0°C a 10°C, na geladeira, respeitando cada tipo de produto.



Dica da Silvana

Você sabia que a presença de madeiras e papelão aumenta as chances de proliferação de pragas?

Como deve ser identificado um produto que foi retirado da embalagem original?

Se tirar um produto da embalagem e guardar em outra vasilha ou recipiente, você deve identificar a vasilha, pode ser colando um papel, com as seguintes informações:

- Nome do produto
- Marca/Fabricante
- Lote
- Data fabricação
- Data de abertura
- Nova data de validade

CUIDADOS COM O AMBIENTE DE TRABALHO

Como deve ser a higienização dos equipamentos, móveis e utensílios?

Ninguém gosta de casa suja, não é mesmo? E no ambiente de trabalho é a mesma coisa. Ele é a continuação da nossa casa, muitas vezes ficamos mais tempo nele do que na nossa própria casa. E para manter o ambiente limpo e agradável, existem algumas regrinhas:

- Para uma melhor remoção das sujeiras, a lavagem deve ser feita com água e sabão ou detergente.
- Após enxaguar, efetuar a desinfecção química, ou seja, deixar o produto em contato com a superfície que será desinfetada para melhor remoção das sujeiras. Deve seguir as recomendações do fabricante descritas na embalagem
- Deixar secar naturalmente ou usar pano descartável



Os funcionários responsáveis por realizar estas tarefas devem utilizar botas de borracha e luvas.



Dica da Silvana

Você sabia que não é permitido varrer a área de produção sem utilização de água? Quando se varre a seco, parte da sujeira que está no chão fica suspensa no ar podendo contaminar utensílios, equipamentos e até alimentos.

O que fazer com os restos de alimentos?

O lixo e os restos de alimentos quando não estão guardados corretamente atraem insetos e ratos que provocam doenças além de estragarem os produtos e instalações.

Para evitar qualquer tipo de contaminação, o lixo deve ser mantido:

- Em sacos plásticos resistentes
- Dentro de lixeiras de plástico ou metal de fácil limpeza e com tampa e pedal, permanecendo sempre fechado
- Afastado de alimentos, utensílios, mesas, para evitar contaminação cruzada
- Protegido de chuva e sol



Dica da Silvana

Mantenha a vegetação aparada e o lixo acondicionado corretamente.

Lave diariamente os recipientes destinados ao lixo, troque o saco de lixo com frequência antes que ele não possa ser fechado com facilidade e lave bem as mãos após a remoção do lixo.



A formalização do grupo como associação com CNPJ também foi um aprendizado e conquista que conseguimos com o programa de aceleração.



“Mas, Silvana, por que se tornar uma associação formalizada ajudou a iniciativa de vocês?”



Ao virar uma associação com CNPJ conseguimos captar recursos e conseguimos ter acesso a capacitações que foram fundamentais para a criação da nossa padaria.

Para entender mais

POR QUE SE FORMALIZAR?

Muitos grupos atuam por anos, mas nunca se formalizam. Quando pensam em papelada, tributos, advogado, contador, tempo etc., acabam deixando pra depois. Mas o processo de formalização é importante pois ele dará “uma cara” ao grupo, fazendo nascer uma nova “pessoa”, a Pessoa Jurídica.

Essa pessoa jurídica tem personalidade jurídica própria, ela terá nome, endereço, documento, conta no banco, poderá ter patrimônio, comprar e vender, processar e ser processada, nascer e morrer, entre outras questões. Assim, a pessoa jurídica não se confunde com as pessoas físicas que são suas donas.

Existem vários tipos de pessoa jurídica. Aqui, vamos entender melhor do que se trata a Associação.



Associação

Objetivo: defender os interesses de seus associados que são seus donos.

- São organizações que existem para fins não econômicos.
- Pode ser uma associação de produtores rurais, de um assentamento, de um bairro, etc.

Para formalização:

1. É feita uma Assembleia (uma reunião) com todos os interessados
2. É discutido e aprovado um Estatuto definindo o formato e as regras da Associação
3. É feita a eleição de uma Diretoria
4. Seu registro é feito no Cartório Civil de sua cidade
5. Depois do registro será obtido o CNPJ
6. A partir daí será possível ter conta no banco, bens, etc

GOVERNANÇA

Tanto a associação quanto a cooperativa se baseiam na prática da Governança.

Governança é um modelo de direção e controle da organização, fundamentado no senso de justiça e transparência, que estabelece práticas éticas, visando contribuir para a conquista dos objetivos sociais e assegurar uma gestão coletiva com os interesses dos associados.

Instrumentos de Organização e Governança

Em um empreendimento coletivo com várias pessoas, é natural que aconteçam discussões, debates e decisões a serem tomadas. Isso precisa ficar registrado para consultas posteriores. Os livros abaixo são obrigatórios para cooperativas e opcionais para empresas e associações.



Livros

Livro de Matrícula

No qual se registram todas as pessoas que fazem parte da cooperativa

Livro Ata da Diretoria

No qual se registram as datas e decisões da diretoria

Livro Ata e Presença das Assembleias

No qual se registram as decisões e os presentes na Assembleia

Livro Ata do Conselho Fiscal

No qual se registram as datas e decisões das análises das contas pelo conselho.



Assembleia

O que é?

Uma reunião na qual todos os membros da Associação ou Cooperativa podem participar para discutir e decidir sobre diversas questões da entidade.

Quando fazer?

Normalmente é a presidenta ou o presidente que convoca (agenda) a data. Deve ser marcada com antecedência para que todas e todos possam estar presentes. Pode ser marcada em um mesmo dia de todo mês para que os membros possam se organizar melhor.

Por que fazer?

As pautas (assuntos) que serão tratadas devem ser divulgadas com antecedência a todas e todos. Durante a Assembleia qualquer pessoa pode falar, mas só os que estiverem em dia com suas obrigações poderão votar, caso seja necessário.

ATENÇÃO!

Nas tomadas de decisões, é importante buscar o consenso (acordo) dos presentes. Caso não seja possível, segue-se a votação, que poderá ser secreta ou aberta.



Resoluções e Regimento interno

O que são Resoluções?

São normas aprovadas internamente que não estarão previstas no Estatuto. O objetivo é regular o trabalho, formas de funcionamento do dia a dia, divisão da remuneração, utilização dos maquinários etc. A Resolução deverá ser feita uma para cada assunto e colocada em local visível a todos.

O que é Regimento Interno?

O Regimento Interno é um único documento que trata de todos os temas internos.

Quem faz?

O ideal é que o maior número de decisões sejam tomadas coletivamente. Isso fará com que o conjunto dos membros se sintam parte das decisões e responsabilidades.

ATENÇÃO!

Tanto as Resoluções quanto o Regimento Interno poderão ser revistos a qualquer momento em nova Assembleia.



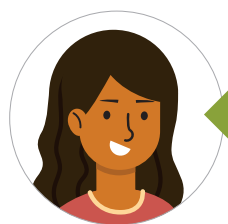
Além disso, percebemos que o processo de criação da associação nos fortaleceu como grupo. Quando chegou a etapa de formalização, convidamos mais 2 pessoas para participar da associação. Conversamos sobre nossos sonhos para o negócio, nos organizamos nos setores, aprendemos sobre boas práticas. Até fomos visitar a cozinha de algumas padarias da capital e conversamos com as equipes dessas padarias, tivemos curso de culinária e aprendemos sobre embalagens e rótulos.

“E como chama a associação de vocês?”



Escolhemos o nome Flor de Murici, que dá várias florzinhas juntas, como nós, empreendendo juntas.

A formalização como associação com CNPJ foi mais um aprendizado e conquista que conseguimos com a aceleração. Adquirimos conhecimento para abrir e gerenciar a Padaria Flor de Murici e conseguimos recurso de um edital para comprar equipamentos e reformar o edifício para atender às normas de higiene. Além disso, conseguimos apoio para pagar o aluguel por 1 ano. E não paramos por aí...



Capítulo 3

Cooperativismo: crescendo e vendendo juntas

Com o trabalho coletivo acontecendo de forma organizada, com a equipe capacitada, com bons produtos sendo desenvolvidos, em pouco tempo conseguimos as condições mínimas para que nosso negócio conseguisse se sustentar.

Percebemos que era hora de dar o próximo passo e buscar mais parcerias para a formalização como cooperativa.



“Mas, Silvana, por que se tornar uma cooperativa?”

Quando a gente estava começando, foi muito bom se formalizar como associação para começar a fortalecer o grupo e organizar a produção através da captação de recursos. Nessa época a gente vendia pouco, mas queria vender mais. Então quando percebemos que era possível viver do nosso negócio e que ele poderia crescer mais, decidimos formalizar como cooperativa para poder emitir nota e aproveitar mais oportunidades de comercialização.



Cooperativa ou Associação

A cooperativa é um empreendimento coletivo que tem como principal finalidade vender os produtos e serviços gerando renda às suas cooperadas através da partilha dos ganhos entre todas as cooperadas.

Já a associação tem como principal finalidade defender os interesses das associadas, ao invés de vender produtos.

Essas definições de cooperativa e associação são estabelecidas em legislações específicas.

Tanto o cooperativismo quanto o associativismo se baseiam na prática da Governança.

A adoção da boa prática de governança nas cooperativas e associações tem por finalidade:

- Ampliar a transparência da administração da organização com a finalidade de facilitar o seu desenvolvimento;
- Contribuir para a sustentabilidade e continuidade do modelo de organização que tenha autogestão;
- Praticar a autogestão como forma de aprimorar a participação do associado nas tomadas de decisões;
- Obter melhores resultados econômico-financeiros; e
- Cumprir o objetivo da associação ou cooperativa, conforme definido em estatuto.

Aumentar a participação do associado e cooperado é o maior desafio e o principal objetivo das boas práticas de governança. O associado participativo deve ter os seguintes sentimentos em relação à sua associação ou cooperativa:

- Fazer parte (pertencimento a um grupo);
- Tomar parte (presença nos momentos importantes de decisão);
- Ter parte (realização pessoal quando a organização atinge seus objetivos).

“Como assim, Silvana? pode explicar melhor?”



Então, durante o programa de aceleração, conhecemos outros empreendedores e empreendedoras do Maranhão que, assim como a gente, conseguiram se formalizar e melhorar as condições de seus negócios comunitários. Conhecemos as quebradeiras de coco babaçu, a família que tinha uma pequena fábrica de azeite e óleo de babaçu, produtores rurais, costureiras, doceiras.

Mesmo depois de acabar a aceleração, mantivemos contato. Até que um segundo programa de aceleração nos apoiou para que nos juntássemos em uma grande rede para formar a cooperativa.



Para entender mais

As mulheres quebradeiras de coco babaçu vivem em diversas comunidades no Maranhão. A extração do babaçu é uma produção sustentável que gera renda para mais de 300 mil mulheres. Além do coco, da árvore do babaçu, elas transformam a palha das folhas em cestos, a casca do coco em carvão e a castanha em azeite, sabão e artesanato, dentre outros produtos.



Mesmo depois de acabar a aceleração, mantivemos contato. Até que um segundo programa de aceleração nos apoiou para que nos juntássemos em uma grande rede para formar a cooperativa.

COOPERATIVISMO

Podemos dizer que cooperativismo significa a colaboração entre pessoas ou grupos com interesses em comum.

O cooperativismo visa o desenvolvimento social e econômico para um grupo de pessoas baseado na honestidade, equidade, solidariedade e transparência. É um modelo de negócio muito antigo, mas até hoje atrai quem busca melhores oportunidades e condições mais justas no mercado.

Uma cooperativa, por exemplo, pode ajudar pequenos empreendedores a unirem suas produções para vender de forma mais competitiva no mercado.

Um dos benefícios da cooperativa é ganhar força na comercialização de produtos, fazendo com que todas as cooperadas cresçam conjuntamente.

Para formalização:

1. É feita uma Assembleia (uma reunião) com todos os interessados
2. É discutido e aprovado um Estatuto definindo o formato e as regras da Cooperativa
3. É feita a eleição de uma Diretoria
4. É feito o registro do Estatuto Social na Junta Comercial do Estado
5. Depois do registro será obtido o CNPJ
6. A partir daí será possível ter conta no banco, bens, emitir notas fiscais etc.



Foi assim que fundamos a Rede Mulheres do Maranhão (RMM), da qual sou a atual presidenta!

Com a rede conseguimos aumentar a quantidade e variedade de produtos. Fizemos um site¹ para vender para todo Brasil e até para outros países! Isso beneficiou todo mundo que participava da cooperativa. Por exemplo: a fábrica de óleo e azeite de babaçu da Rede, passou a vender tanto que pôde comprar o coco das quebradeiras de coco babaçu por um preço melhor do que outras fábricas. E o número de mulheres integrando a associação de quebradeiras teve que aumentar para abastecer a fábrica. Todo mundo saiu ganhando!

Nossa padaria, Flor de Murici, junto com a associação de quituteiras, passou a vender para a Prefeitura que, uma vez por mês, fazia uma reunião e precisava de alimentos para o café dos participantes. Nós também nos especializamos em fazer receitas com a farinha de mesocarpo de babaçu, um novo produto que a fábrica de óleo e azeite passou a produzir. Resgatar a culinária tradicional virou um diferencial dos nossos produtos!

Por isso eu digo: vocês, mulheres que trabalham com Cacau, não percam a oportunidade de se conhecer, conversar e aproveitar essa oportunidade para ter mais conhecimento e autonomia!



“Parabéns pela iniciativa, Silvana! Parabéns para você e para todas que fazem parte da Rede Mulheres do Maranhão! A gente aqui dos sistemas de agrofloresta de cacau no Pará estamos começando, mas acredito que conseguiremos chegar lá!”

¹ <http://redemmaranhao.com.br/>

Para entender mais

TRÊS TIPOS DE FORMALIZAÇÃO

Vamos resumir a seguir as três formas mais comuns de formalização para empreendedoras de base comunitária:

CARACTERÍSTICAS	Microempreendedora Individual (MEI)*	Associação	Cooperativa
O que é	Adequação jurídica de empreendimento, facilita o acesso a crédito e possibilita a venda para outras empresas	Existe para atender objetivos comuns de suas associadas. Não tem fins econômicos ou lucrativos	Existe para atender objetivos sociais ou econômicos em comum de suas cooperadas
Mínimo de pessoas para formalizar	1 pessoa	2 pessoas	Varia de acordo com o tipo de cooperativa
Como abrir	<p>Não pode ter sócio nem ter outra empresa.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acessar o Portal do Empreendedor² 2. Preencher o formulário, imprimir os documentos gerados no site 3. Procurar a prefeitura de seu município, para pedir seu alvará definitivo e fazer o cadastro para emissão de notas fiscais 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fazer uma Assembleia com todas as interessadas 2. Discutir e aprovar um Estatuto da Associação 3. Organizar a eleição de uma Diretoria 4. Registrar no Cartório Civil de sua cidade 5. Depois do registro será obtido o CNPJ 6. A partir daí será possível ter conta no banco, bens, etc. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fazer uma Assembleia com todas as interessadas 2. Discutir e aprovar um Estatuto da Cooperativa 3. Organizar a eleição de uma Diretoria 4. Registrar o Estatuto Social na Junta Comercial do Estado 5. Depois do registro será obtido o CNPJ 6. A partir daí será possível ter conta no banco, bens, emitir nota fiscal, etc.
Vantagens	Forma mais fácil de formalizar e ter acesso a muitos direitos, como: auxílio acidente, pensão por morte, auxílio maternidade (após 10 meses)	A gestão é mais simples e o custo de registro é menor do que o da cooperativa. É ideal para grupos de pessoas que tem como objetivo principal construir patrimônio coletivo, ou seja, investir na associação através da compra de equipamentos, melhoria da infraestrutura e capacitação da equipe.	Formaliza o trabalho coletivo e proporciona as cooperadas a tomada de decisão coletiva. Uma forma justa de relação de trabalho.

*Para fazer a formalização como MEI a pessoa não pode ser beneficiária do Bolsa Família

² <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei>

Capítulo 4

Marca coletiva: colocando nossa cara no mercado

“Silvana, como vocês conseguiram criar uma marca que represente o grupo como um todo?”



Gosto de falar dessa parte porque sou eu que cuido das vendas.

Antes de buscar novos clientes, é importante contar sobre o processo de criação da nossa identidade e marca coletiva. A Rede Mulheres do Maranhão é formada por diversos empreendimentos que produzem diferentes produtos. Para conseguir chegar a nossa marca coletiva fizemos algumas reuniões e conversamos muito para chegar a uma marca que representasse a todas da Rede.



Mão na massa!

CONSTRUINDO A IDENTIDADE DO NEGÓCIO

Para que o negócio tenha um bom plano de marketing, é importante que ele tenha uma identidade bem definida.

Marketing é o conjunto de técnicas e ações que ajudam a equipe de vendas a estudar as necessidades do mercado. A partir desse estudo, é possível criar estratégias para chamar a atenção do/a cliente para seus produtos ou serviços, gerar relacionamento com novos clientes, criar ou aperfeiçoar produtos e dar visibilidade para o negócio tanto comercial quanto institucional.



Algumas etapas nos ajudaram a chegar em nossa marca coletiva. Pensar sobre a Missão, a Visão e os Valores da nossa Rede fez todas refletirem sobre o objetivo comum que nos unia.

Agora, pense no seu empreendimento e preencha no quadro abaixo o nome do negócio, a missão, a visão e os valores. Se seu negócio já envolve trabalho coletivo, converse com as outras e elaborem as respostas juntas.

Missão

Por que o negócio existe? Qual a missão?

Visão

Onde queremos chegar? Onde nos vemos no futuro?

Valores

Quais são os valores que consideramos fundamentais? Do quê não abrimos mão?

Nome do negócio

Qual é o nome do negócio? Qual é a marca?

O nome do negócio deve refletir sua missão, visão e valores. Você acha que o nome que você escolheu consegue refletir essas dimensões?



Passando por esse processo percebemos que nosso objetivo comum era “a transformação social através do retorno financeiro a partir da venda de produtos de qualidade que respeitem a biodiversidade maranhense”.

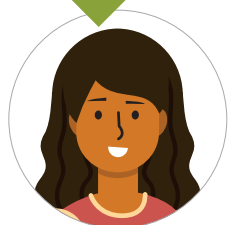
Demos então o próximo passo que foi definir uma marca com elementos que refletissem essa ideia:



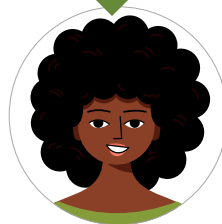
Agora, inspirada na trajetória da Rede Mulheres do Maranhão, desenhe no espaço abaixo como seria a marca. Você pode colorir ou fazer colagens com recortes de revistas. Use toda a sua criatividade! Se seu negócio já envolve trabalho coletivo, converse com as outras do seu negócio e elaborem as respostas juntas.

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the student to draw their own brand logo.

Esse processo, além de fortalecer a identidade do grupo, nos ajudou a ter uma cara para mostrar para o mercado.



“Silvana, e como vocês usaram a marca coletiva para conquistar mais clientes?”



Para entender mais

A marca é a identificação de uma empresa no mercado. E a marca coletiva é a identificação de produtos ou serviços de uma empresa coletiva, como no caso de uma cooperativa.

A marca coletiva tem a função de representar produtos ou serviços que têm origens diferentes, indicando ao consumidor que aquele produto ou serviço pertence a uma entidade partilhada.

Quando várias empreendedoras se associam em uma cooperativa, o selo coletivo dá mais força para as empreendedoras. A marca pode oferecer ao consumidor uma diversidade de produtos diferenciados e ganhar força competitiva.



Usamos essas informações e a logomarca como base para elaborar alguns materiais de comunicação, como folders, cartões e até o site, para apresentar para novos clientes. Além disso, a equipe do setor de vendas me ajudou a preparar minhas falas para apresentar a Rede para quem estivesse interessado. Como eu estava muito empolgada para esse momento!

Estes materiais de comunicação foram bem importantes para contar um pouco sobre a cooperativa a novas e novos clientes. Já servia como apresentação e, caso a cliente ou o cliente não tivesse muito tempo para se reunir com a gente, entregávamos um material impresso para ela ou ele ler depois. Aprendemos que a primeira impressão é muito importante quando fazemos contato com novas ou novos clientes.

Para entender mais

CRIAÇÃO DE KIT DE MATERIAIS COM IDENTIDADE VISUAL

Ter materiais com informações detalhadas do que fazemos é importante, pois se a ou o cliente não tiver muito tempo para ouvir nossa apresentação, poderá levar as informações e nos “conhecer” com mais calma depois.

Para isso, é muito bom ter na hora de uma negociação ou visita, o seguinte:

Folder

Se possível, tenha sempre em mãos um material que resuma o que a cooperativa realiza, o que comercializa, os diferenciais dos seus produtos.

Existem diversos tipos de folder.

Procure uma ou um profissional da área

gráfica e ele indicará qual formato é mais adequado para sua cooperativa.

Cartões de visita

E, também, um cartão que facilite ao cliente localizar o negócio, através do telefone, e-mail, endereço físico e endereço online (site ou redes sociais).

Site e Redes Sociais

Atualmente, ter um espaço nas redes sociais ou um site contribui muito para dar visibilidade ao negócio. Lá é possível ter mais informações sobre o negócio - como o histórico ou fotos dos empreendimentos, por exemplo. Além disso, eles podem servir como um espaço para vendas pela internet.



Com estes materiais em mãos faltava elaborar nosso discurso de vendas. Passamos então para a criação de um pequeno texto que, de maneira rápida e estruturada, apresentasse a Rede Mulheres do Maranhão de forma a despertar o interesse de investidoras e investidores ou das e dos clientes.



“Silvana, e como vocês usaram a marca coletiva para chegar a mais clientes?”

Para entender mais

8 PASSOS PARA UM BOM DISCURSO DE VENDAS

1. Diga o nome de quem está falando e o nome do negócio - fale um pouco do grupo que dá vida ao negócio;
2. Chegue com o Pé Firme: mostre para o cliente porque a sua marca é especial e envolva o cliente no sonho que vocês tem para o futuro do negócio;
3. Mostre como o seu produto atende a uma necessidade do cliente;
4. Conte sobre as qualidades e características da sua matéria-prima;
5. Apresente a diversidade de produtos e serviços que você oferece;
6. Indique onde o cliente pode encontrar os seus produtos para comprar;
7. Coloque-se à disposição para ajudar o cliente;
8. Agradeça a atenção e confiança. E expresse o desejo de manter em contato.

Capítulo 5

Acesso ao mercado: planejamento das vendas



Muitas vezes pensamos na venda como aquele momento em que o produto é entregue e a ou o cliente faz o pagamento. Mas na verdade esse é só o resultado final. Para chegar ao momento da venda começamos muito antes, com a elaboração da marca coletiva, por exemplo, que foi nossa entrada no mercado. Depois disso, foi a vez de pensar nas vendas e em estratégias para criar novas parcerias.

Para planejar as vendas da Rede, fizemos alguns estudos que ajudaram a nos orientar... Vocês já ouviram falar dos 4Ps do Marketing?



"Quatro 'P'? Marketing? Parece meio complicado... O que seria isso, Silvana?"



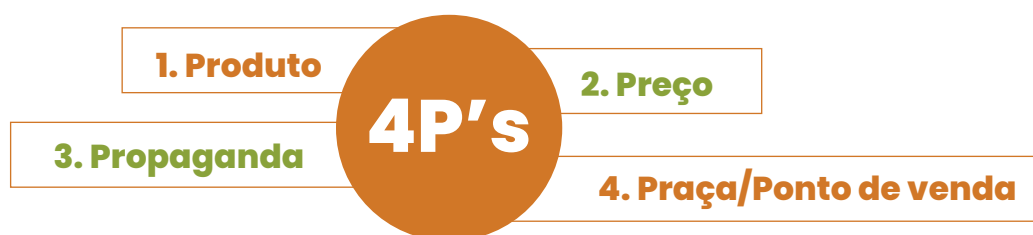
É mais simples do que você imagina. A gente quer que o cliente perceba o valor do nosso negócio e dos nossos produtos, certo? Para isso, a gente precisa planejar nossas vendas pensando nos 4 Ps. Os 4 Ps dizem sobre: os nossos **Produtos**, os **Preços** que estávamos praticando, as possíveis **Propagandas** que poderíamos adotar para chegar aos clientes e os possíveis **Pontos de venda**.



Para entender mais

UM BOM MARKETING PARA UMA BOA VENDA

Para estruturar as vendas do seu negócio, precisamos elaborar um plano de marketing. Para elaborar esse plano da melhor forma, você precisa saber que ele é dividido em 4 blocos, que são chamados de 4 P's do Marketing:



Abaixo, estão algumas perguntas referentes a cada um dos blocos dos 4P's, para que você possa refletir sobre o seu negócio. Leia atentamente e se tiver dúvidas, consulte o educador(a).

PRODUTO

Primeiro, todas as pessoas do empreendimento têm clareza sobre o PRODUTO ou serviço que vendem? O que torna ele atrativo e diferenciado em relação aos concorrentes? Isso traz confiança para quem for vender o produto.

PREÇO

Qual é o preço que estabelecemos para o produto ou serviço? Essa informação é essencial para que se possa negociar. Mas só é possível estabelecer um desconto, por exemplo, se existe clareza sobre todos os custos do produto, e também os praticados na vizinhança.

Lembrando que a construção do preço de um produto precisa levar em consideração os custos de matéria prima, aluguel de espaço, energia elétrica, trabalho, equipamentos entre outros, variando de acordo com o tipo de negócio.

PROPAGANDA

Por fim, é preciso pensar na propaganda. Ela tem como objetivo ajudar a vender os produtos conquistando mais clientes.

Dizem que a "propaganda é a alma do negócio" porque é através da propaganda que você apresenta seu produto ou serviço e tenta atrair o cliente. Para isso, conte sobre a qualidade e os diferenciais dos produtos; planeje os locais onde vai fazer a divulgação e a venda.

Algumas formas de propaganda são: cartão, folhetos, site, rótulos, logomarca, banner bonito na barraca da feira, sorteios, descontos especiais e vídeos.

PONTO DE VENDA

Se o produto está definido e o preço também, então avançamos mais um degrau, que são os PONTOS DE VENDA. Onde é que eu ofereço meus produtos ou serviços? A regra básica é que ele seja de fácil acesso para os clientes. Se o cliente não acessar com facilidade, vai preferir o da concorrência.

Questionário de Pesquisa de mercado sobre o negócio:

Pesquisa de mercado nada mais é do que realizar entrevistas com os clientes e potenciais novos clientes para entender seus hábitos e gostos. E, a partir dessas informações, melhorarmos nossos produtos/serviços e nossa comunicação.

A seguir, damos um exemplo de como organizar essa pesquisa na forma de um roteiro de entrevista com clientes e potenciais clientes.

Nome do Cliente/ Estabelecimento:	
Telefone/Whatsapp	
Endereço/Localização:	
Email (se tiver):	

Conhecendo melhor o Cliente

1. Como você fica sabendo das novidades da nossa comunidade ou da nossa cidade?

R: _____

2. Você gosta de ser avisado de promoções? de atividades? de feiras? eventos?

R: _____

3. Você usa internet? Escutam rádio?

R: _____

4. Onde você mora ou trabalha circula carro de som?

R: _____

5. Quais produtos costuma comprar?

R: _____

6. _____

R: _____

7. _____

R: _____



A partir das respostas descobrimos a melhor forma de nos comunicarmos com os clientes.

Não adianta divulgar na internet se o cliente não acessa a internet ou divulgar em carro de som se ele não está em casa ou no trabalho no horário que o carro de som passa. Precisamos divulgar os produtos onde o cliente vai estar, ler e ouvir.

CADASTRO DE CLIENTES

Uma pesquisa parecida pode ajudar a criar um cadastro de clientes com informações básicas como nome, data de aniversário, telefone, email, produtos preferidos. Ao registrar os dados dos clientes, é possível criar um canal de comunicação periódico e muitos clientes gostam de se relacionar com a empresa. Isso melhora muito as vendas.

É sempre importante perguntar se o cliente quer receber informações sobre o negócio e, em caso positivo, utilize os canais de comunicação para divulgar seus produtos, informar sobre promoções etc.

Outras estratégias de marketing que usamos para buscar aumentar as vendas foram: saber conversar e argumentar com o cliente sobre os benefícios de consumir nossos produtos; cuidar da embalagem e da rotulagem; dar dicas de receitas. Na Rede, por exemplo, criamos um livro de receitas que valorizava e ensinava o uso da farinha de mesocarpo.

E tem uma estratégia que eu gosto muito que é aproveitar datas comemorativas para aumentar as vendas, divulgar os produtos, ganhar novos clientes e fidelizar com algumas promoções.

No Maranhão, por exemplo, vendemos muito durante o Festival do Babaçu que acontece em julho e recebe turistas de cidades vizinhas.



“Nossa, verdade, Silvana! Sempre vejo na TV e na rádio divulgarem sobre o Festival do Açaí, Festival do Cupuaçu... e nunca tinha parado para pensar que era tudo estratégia de marketing para chamar a nossa atenção...”



Para entender mais

Planejando a partir de datas comemorativas

O que fazer?

- Identificar dentro do calendário as datas que se relacionam com seu produto ou serviço e planejar algumas ações nessa data;
- Criar uma planilha com uma tabelinha numa folha de papel ou folha de caderno para planejar com antecedência a ação;
- Pensar numa promoção especial para aquela data;
- Criar uma mensagem ao cliente;
- Elaborar uma decoração que chame atenção do cliente;

Data comemorativa	Ação a ser realizada	Quando fazer
Festa da colheita do babaçu	<ul style="list-style-type: none"> • Oferecer degustação • Oferecer descontos • Divulgar em carro de som • Vender em pedaços 	Na safra do babaçu
Festa do padroeiro	<ul style="list-style-type: none"> • Decorar a barraca com folhas do coqueiro de babaçu • Divulgar livro de receitas com babaçu • Oferecer degustação de uma receita do livro 	No último domingo de janeiro



Uma outra forma de incentivar o aumento das vendas é criar metas de venda. Na Rede Mulheres do Maranhão, por exemplo, precisávamos juntar dinheiro para comprar um computador novo e instalar uma internet mais potente para cuidar do nosso site de vendas. Isso nos impulsionou a planejar a partir de metas de ampliação de vendas.

Para entender mais

Planejamento de metas

As metas de vendas são um dos primeiros passos para obter sucesso no seu negócio. Então vamos dar algumas dicas de como obter resultados.

O planejamento pode ser feito estimando o valor que precisa ser vendido em cada mês:

Mês	Meta de vendas	Realizado
Agosto	R\$ 500,00	
Setembro	R\$ 650,00	
Outubro	R\$ 800,00	
...

A partir do planejamento mensal, é possível organizar metas semanais:

Semanas	Meta de vendas	Realizado
1ª Semana de Agosto	R\$ 100,00	
2ª Semana de Agosto	R\$ 135,00	
3ª Semana de Agosto	R\$ 160,00	
4ª Semana de Agosto	R\$ 105,00	

Depois de ter definido as metas também é preciso listar ações que podem contribuir para aumentar as vendas.

Segue mais um exemplo de tabela que pode ajudar no planejamento.

Ações (o que fazer)	Prazo (quando fazer)	Resultado esperado
Pedir para os clientes indicarem outros potenciais clientes	imediate	conseguir dois novos clientes por semana
Colocar um cartaz no centro comunitário	Setembro	chamar atenção de quem passa na comunidade



E agora, gente, vou dar algumas dicas muito valiosas de oportunidades de comercialização que vocês precisam conhecer.



“Eita, isso me interessa muito! Espere um pouco pra eu pegar minha caneta vermelha para destacar.”



O governo tem algumas políticas públicas que incentivam o próprio governo a comprar da agricultura familiar. Vale conhecer essas políticas e cobrar as prefeituras e governos estaduais a cumprir essa política.

Para entender mais

OPORTUNIDADES DE COMERCIALIZAÇÃO

Programas de políticas públicas (governo)

PNAE- PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR:

O programa é uma ação do governo federal, para melhoria da alimentação dos alunos de escolas públicas municipais e estaduais, atrelado a esse objetivo o fortalecimento da agricultura familiar, onde 30% das compras devem ser oriundas da agricultura familiar.

PAA- PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS:

O Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), criado pelo art. 19 da Lei no 10.696, de 02 de julho de 2003, possui duas finalidades básicas: promover o acesso à alimentação e incentivar a agricultura familiar.

É isso pessoal, foi com muito trabalho coletivo que chegamos onde estamos hoje. A Rede Mulheres do Maranhão reúne 15 negócios sociais e 4 grupos de quebradeiras de coco babaçu. Somos mais de 200 empreendedoras, empreendedores e quebradeiras de coco babaçu que tiram seu sustento com o apoio da Rede. E tenho muito orgulho disso! Espero que os nossos aprendizados sirvam para vocês também.

“Silvana, muito obrigada por compartilhar sua trajetória de dona de casa à empreendedora e agora à presidenta da Rede Mulheres do Maranhão! Me inspirou muito e com certeza deve ter inspirado muitas outras pessoas que te ouviram hoje! Foi um prazer aprender com você! Agora é colocar tudo em prática.”



Iniciativa

