

## Prêmio Marketing Strategy Women's Legacy FBM 2025

### Roteiro de Orientação para Apresentação do Case

Este roteiro deverá ser seguido para uma padronização que facilite a compreensão dos membros do júri, porém sem perder a criatividade e os elementos chaves que fizeram dele um sucesso.

Razão Social da Empresa: 23.100.905 LUCIANA FRAGOSO PEREIRA
Nome Fantasia: MARFIM ROSA
Ramo de Atividade: 73.19-0-02 - Promoção de vendas (atividades de marketing)
Endereço Comercial: R MARFIM 160 JARDIM SANTA CRUZ (CAMPO GRANDE) Cep: 04456-130
Cidade: SAO PAULO Estado: SP
Nome(s) do contato para responder sobre o Prêmio: Luciana (Marfim Rosa)
Cargo: Fundadora/CEO
Telefone fixo: - Celular: 11 9477857841 Whatsapp: 11 947785784
Email: contatomarfimrosa@gmail.com
Data: 29/09/2025

**ATENÇÃO PARA O PREENCHIMENTO CORRETO.**

Título definitivo do Case: Construindo Pontes e Oportunidade para Mulheres Negras no Mercado de beleza digital
Categoria inscrita (escolher apenas uma categoria): Diversidade e Inclusão
<b>Nome completo, e-mail e celular</b> de todas as pessoas que participaram da elaboração do case, para confecção do diploma individual da FBM. Até 10 nomes. <b>Nome completo:</b> Luciana Fragoso Pereira <b>E-mail:</b> contatamarfimrosa@gmail.com <b>Celular:</b> 11 94778-5784

**ITENS A SEREM CONSIDERADOS NO PROJETO:**

<p>A) Objetivos do projeto:</p> <p>O Brasil é um país com maioria feminina e negra, mas campanhas publicitárias ainda não refletem essa realidade.</p> <p>Mulheres 40+ representam uma parcela de consumo em crescimento, com alto poder de compra, mas permanecem sub-representadas.</p> <p>O movimento de transição capilar e a valorização dos fios grisalhos têm crescido, mas ainda encontram barreiras estéticas e mercadológicas.</p> <p>Surge então a plataforma <b>Marfim Rosa</b>, para reposicionar a narrativa da beleza 40+ como um espaço de empoderamento, diversidade e longevidade.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Valorizar a presença da mulher negra 40+ no mercado de beleza, moda e comunicação.</li><li>● Criar espaços de representatividade e diálogo intergeracional, fortalecendo autoestima e pertencimento.</li><li>● Estimular empreendedorismo feminino com recorte racial e etário.</li><li>● Promover conteúdos e eventos que inspirem novas práticas de mercado, mostrando que diversidade e longevidade são ativos estratégicos.</li></ul>
--

B) Metodologia de Abordagem:

Produção de conteúdos digitais (redes sociais, lives e reels).

Organização de eventos e rodas de conversas, que conecta especialistas e público em torno da beleza negra e madura.

Parcerias com marcas de beleza que investem em inclusão

Estratégia de comunicação com linguagem acessível, humanizada e representativa.

**Criação de conteúdo digital** nas redes sociais, com foco em beleza, longevidade e identidade (vídeos, reels, entrevistas, debates).

**Participação ativa em feiras e encontros do setor**, como a Beauty Fair, levando a voz da mulher negra 40+ ao centro da cena.

**Mediação e protagonismo em rodas de conversa e masterclasses** que unem especialistas e consumidoras.

**Construção de rede de apoio e inspiração** para mulheres em transição (capilar, estética e etária).

**Atuação como jurada há mais de 5 anos no Prêmio Atualidade Cosmética**, referência no setor, trazendo legitimidade e visão crítica para avaliar a evolução da indústria de beleza.

C) Abrangência:

Comunidade digital de milhares de mulheres 40+, 50+ e além, em todo o Brasil.

Mulheres negras e em transição capilar, que encontram no projeto acolhimento e referências.

Marcas e profissionais do setor de beleza que passaram a repensar práticas e narrativas após contato com o projeto.

- Ampliar a representatividade da mulher negra 50+ no mercado da beleza.
- Engajar uma comunidade diversa e intergeracional nas redes sociais.
- Estabelecer parcerias com marcas que adotem práticas inclusivas.
- Realizar e participar de **eventos setoriais por ano** para difundir a pauta da diversidade e longevidade.
- Alcançar crescimento contínuo de engajamento digital (seguidores, alcance, interações).

D) Utilização de processos de sensibilização / conscientização:

- Uso da **própria trajetória pessoal** (transição capilar e grisalha desde 2016) como motor de inspiração.
- Discussão aberta sobre envelhecimento, racismo estético e protagonismo feminino.
- Programação de rodas de conversa e masterclasses que conectam vivência, ciência e mercado.

E) Enquadramento do tema nas políticas de gestão da empresa:

Diversidade e inclusão como **pilares da missão da plataforma Marfim Rosa**.

Toda ação (conteúdo, evento ou parceria) precisa reforçar esses valores.

F) Impactos na produtividade:

Geração de novos negócios com marcas que buscam narrativas inclusivas.

Ampliação do alcance digital e engajamento do público (comunidade ativa).

Influência em políticas de comunicação de empresas parceira

G) Benchmarking, quando possível, em relação a outras empresas:

- Comparativo com influenciadoras tradicionais do setor: Marfim Rosa se diferencia por unir **beleza, longevidade, diversidade e empreendedorismo** em um mesmo projeto.
- Poucas iniciativas no Brasil dão **visibilidade estratégica** a mulheres negras 50+.

H) Melhorias operacionais obtidas com o projeto:

Estruturação de calendário de eventos e conteúdos temáticos.

Criação de rede de apoio e conexões estratégicas com especialistas e marcas.

I) Resultados obtidos:

- Plataforma digital consolidada, com engajamento crescente em Instagram.
- Participação em feiras e congressos de beleza com foco na diversidade.
- Referência em debates sobre **longevidade, empreendedorismo e estética negra 50+**.
- **Reconhecimento no setor**: jurada oficial há mais de 5 anos do Prêmio Atualidade Cosmética, ampliando voz e credibilidade no mercado.
- **Consolidação da plataforma Marfim Rosa** como referência em longevidade, diversidade e empoderamento feminino.
- **Participação estratégica em eventos de relevância**, como *Papo de Pele* e **Beauty Fair**, levando representatividade da mulher negra e madura para discussões de mercado.

- **Engajamento digital crescente:** fortalecimento de uma comunidade ativa de mulheres negras 40+, 50+ e além.  
**Impacto social real:** autoestima e identidade fortalecidas em mulheres que antes não se viam representadas no setor de beleza.

J) Criatividade nas soluções apresentadas:

- Transformação da **trajetória pessoal** em movimento coletivo.  
Linguagem estética que mistura sofisticação, acolhimento e autenticidade.
- Conteúdos que unem **beleza, identidade e empoderamento** de forma inovadora.

3

K) LOGOTIPO da empresa:

Enviar em alta qualidade, com o manual de aplicação e/ou sugestão de aplicação em fundo claro e fundo escuro. Formatos: PNG, PDF, JPG – este logo será utilizado na premiação e o suplemento, caso o CASE seja vencedor.

L) Imagens e fotos que demonstram o Case no formato PNG ou JPG, em alta qualidade, para fins de publicação:

[https://www.instagram.com/p/DDgRMwMN51H/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DDgRMwMN51H/?img_index=1)

<https://www.instagram.com/p/DBsd-UqN74r/>

<https://www.instagram.com/p/DDpAsDCRTjy/>

<https://www.instagram.com/p/C-LZ3gOvKF-/>

<https://www.instagram.com/p/C9fNJ6QOMaK/>

[https://www.instagram.com/p/CvgM7MoNWh-/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CvgM7MoNWh-/?img_index=1)

<https://www.instagram.com/p/B8tbBe9Hk4K/>

M) Vídeo sobre o case com até 1 minuto (Arquivo em MP4 ou MOV)

Importante: Este vídeo poderá ser utilizado para o entendimento do case e no evento de premiação e no suplemento (se o case for contemplado). Sem garantia de exibição.

