

**PROJETO DE INTEGRAÇÃO DO RIO SÃO FRANCISCO COM BACIAS HIDROGRÁFICAS DO NORDESTE SETENTRIONAL – PISF
PROJETO BÁSICO AMBIENTAL – PBA**

Programa: Programa de Desenvolvimento das Comunidades Quilombolas – Item 17 do PBA.

Assunto: Realização de capacitação em Comercialização e Divulgação de Produtos (Módulo XV) para a comunidade quilombola Juazeiro Grande, localizada no município de Mirandiba - PE.

Comunidade: Quilombola Juazeiro Grande.

Município: Mirandiba - PE.

Carga Horária: 8h

Nº de Participantes: 32

Local: Escola Municipal João Antônio Nogueira.

Data: 06/03/2013.

DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE

A capacitação em *Comercialização e Divulgação de Produtos* foi fundamentada no ensino e aprendizagem de conteúdos sobre: (i) prática de comercialização; (ii) segmentos de mercado; (iii) conceitos de concorrentes, clientes, consumidores, atravessadores e intermediários, exportação e importação, atacado, varejo, oportunidades e nichos de mercado; (iv) importância e componentes da divulgação dos produtos; (v) estruturas de canais, componentes e margem de comercialização; e (vi) pesquisa para subsidiar a construção do plano de comercialização da comunidade, conforme metodologia apresentada no **RT/PISF/SLG/011-13**.

A capacitação foi estruturada em 03 (três) momentos distintos, sendo que em 03 (três) deles foram gerados produtos específicos, obtidos durante o desenvolvimento das atividades, os quais são descritos a seguir:

Momento Prático I

Reflexão em Grupo – Conceitos e linguagem da Comercialização

Quadro 01. Resultados da Reflexão em Grupo.

QUESTÃO NORTEADORA	CONCEITO FORMULADO PELO GRUPO
O que é comercialização?	<i>“Produto e mercadoria em geral, qualquer coisa que podemos comercializar.”</i>
O que são canais de comercialização?	<i>“Transporte, preços e divulgação.”</i>
Quais os componentes da comercialização?	<i>“Preços, produtos, clientes, transportes, ter algum contrato com empresas.”</i>

Quadro 02. Resultados da Reflexão em Grupo.

QUESTÃO NORTEADORA	CONCEITO FORMULADO PELO GRUPO
O que é margem de comercialização?	<i>“É como se comercializa no comércio.”</i>
O que é praça ou mercado?	<i>“Praça é uma venda pública (atravessador).” “Mercado é onde os produtos vão direto para o comprador.”</i>
O que é oportunidade de mercado?	<i>“É uma chance que o vendedor tem com comprador, ou seja, realizar um bom negócio.”</i>

Quadro 03. Resultados da Reflexão em Grupo.

QUESTÃO NORTEADORA	CONCEITO FORMULADO PELO GRUPO
O que é “nicho” de mercado?	<i>“Produtos que tem oportunidade de mercado.”</i>
O que é concorrente?	<i>“Alguém que está concorrendo no mercado de emprego, então nós temos que estar sempre melhorando em alguma coisa.”</i>
O que são clientes?	<i>“São aquelas pessoas que compram os produtos de outras pessoas.”</i>

Quadro 04. Resultados da Reflexão em Grupo.

QUESTÃO NORTEADORA	CONCEITO FORMULADO PELO GRUPO
O que são consumidores?	<i>"Quem compra nossos produtos."</i>
O que são atravessadores?	<i>"Quem compra nossos produtos para vender a outro comprador."</i>
O que são intermediários?	<i>"Pessoa ou organização que indica nosso produto a outra pessoa ou organização."</i>

Momento Prático II

Reflexão em Grupo – Pesquisa para a Construção de Plano de Comercialização

Quadro 05. Sistematização do quadro Pesquisa de mercado/produtos comerciais/clientes.

QUESTÃO NORTEADORA	INFORMAÇÃO SISTEMATIZADA PELO GRUPO/PLENÁRIA
1 – Quais os produtos comerciais da comunidade ou da organização?	<i>"Hortaliças, coentro, alface, berinjela, abobora, pimentão."</i>
2 – Quais os produtos comerciais da região?	<i>"Feijão, milho, mamona, algodão, mandioca."</i>
3 - Qual a região ou pessoas que produzem o mesmo produto da comunidade?	<i>"Araçá, Feijão, Pedra Branca e Ponta da Serra."</i>

Quadro 06. Sistematização do quadro Mapas de vendas e clientes

QUESTÃO NORTEADORA	INFORMAÇÃO SISTEMATIZADA PELO GRUPO/PLENÁRIA
1 - Quem compra o produto da comunidade ou organização?	<i>"Atravessador, CONAB, PETROBRAS."</i>
2 - Para onde vão os produtos depois de vendidos?	<i>"Supermercado, consumidor."</i>
3 - Onde posso vender meus produtos?	<i>"Feiras livres, supermercados, casa em casa, cooperativa (Conab), prefeitura, Petrobras."</i>

Quadro 07. Sistematização do quadro Sazonalidade periódica de preço.

QUESTÃO NORTEADORA	INFORMAÇÃO SISTEMATIZADA PELO GRUPO/PLENÁRIA
1 - Qual o pior mês para vender os produtos?	<i>"Janeiro e fevereiro."</i>
2 - Qual o melhor mês para vender os produtos?	<i>"Março a dezembro."</i>
3 - Quais as dificuldades para a venda dos produtos?	<i>"Transportes, concorrência e atravessador."</i>
4 - Quais as facilidades para a venda dos produtos?	<i>"Levar diretamente para o consumidor, PAA (ONG CONVIVER)."</i>

Quadro 08. Sistematização do quadro Fornecedores de materiais e serviços.

QUESTÃO NORTEADORA	INFORMAÇÃO SISTEMATIZADA PELO GRUPO/PLENÁRIA
1 - Quais os materiais e serviços que você mais compra?	<i>"Arado, enxada, foice, transporte e outros."</i>
2 - Quem são os fornecedores de materiais e serviços?	<i>"Lojas da cidade de Mirandiba, Cooperativa (CONVIVER), IPA."</i>
3 - Qual o pior mês para comprar os materiais e serviços?	<i>"Janeiro."</i>
4 - Qual o mês de melhor preço para comprar os materiais e serviços?	<i>"Dezembro."</i>
5 - Quais as dificuldades para comprar materiais e serviços?	<i>"Quando é época de inverno que aumenta o comercio, falta de dinheiro e transporte."</i>
6 - Quais as facilidades para comprar materiais e serviços?	<i>"Em época de estiagem."</i>

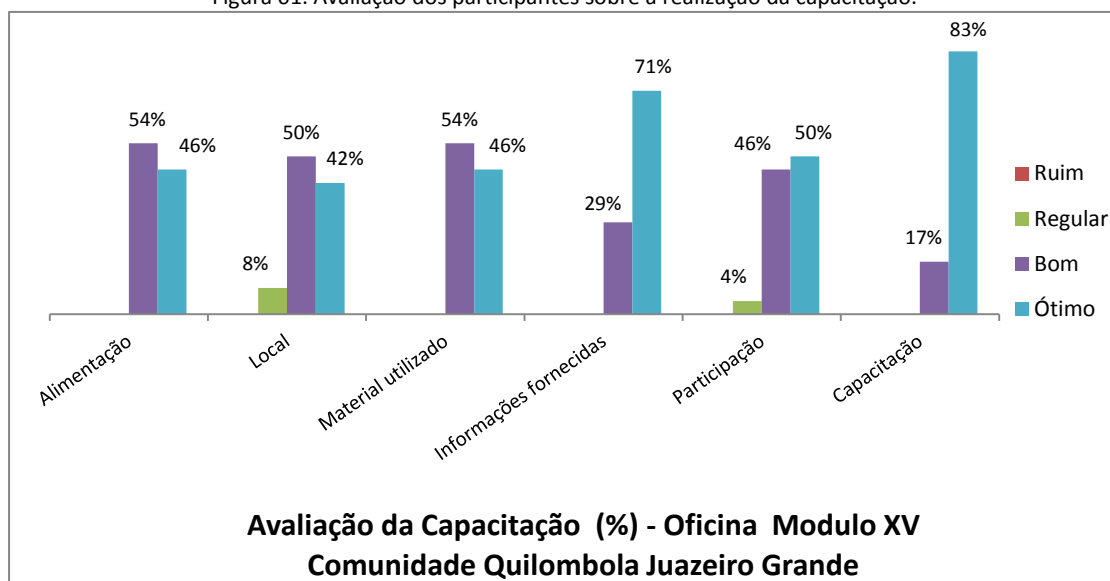
Quadro 09. Sistematização do quadro Custo de produção dos produtos e serviços.

QUESTÃO NORTEADORA	INFORMAÇÃO SISTEMATIZADA PELO GRUPO/PLENÁRIA
1 - Quanto custa cada etapa para fazer o produto?	-
2 - Quanto custa cada etapa da operação de vendas?	-
3 - Quanto custa cada etapa da divulgação do produto vendido?	"A gente não divulga o produto."

AVALIAÇÃO

Ao final da capacitação, por meio de um formulário específico, os participantes foram convidados a avaliar e manifestar suas críticas e sugestões sobre o evento realizado. Ressalta-se que 24 (vinte e quatro) moradores participaram deste processo avaliativo. Os resultados dessa avaliação encontram-se sistematizados na Figura 01, a seguir.

Figura 01. Avaliação dos participantes sobre a realização da capacitação.



Sugestões Apresentadas pelos Participantes:

- "Voltem sempre."

Críticas Apresentadas pelos Participantes:

- Não houve.

CONSIDERAÇÕES

A oficina em *Comercialização e Divulgação de Produtos* (Módulo XV) realizada com a comunidade quilombola Juazeiro Grande teve como finalidade apresentar informações e conceitos sobre a prática de serviços de comercialização e sobre os elementos presentes no comércio tradicional, institucional e mercado justo e solidário, prevalecendo o diálogo com os comunitários e apresentando etapas da comercialização com o objetivo de promover o aprendizado que possa subsidiar o planejamento e organização de atividades para a comercialização da produção.

A oficina teve início com a avaliação junto à comunidade das temáticas discutidas no decorrer do Programa de Capacitação, bem como a percepção dos presentes sobre a contribuição dessas no desenvolvimento da comunidade. A Senhora Maria Aparecida Nogueira comentou: "hoje podemos perceber várias mudanças no comportamento das

peças na comunidade, principalmente após as oficinas realizadas, como por exemplo, o lixo está sendo melhor tratado, a comunidade está mais limpa e isso foi após a oficina de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos”, além de comentários que reforçaram a importância dos trabalhos realizados junto a comunidade quilombola Juazeiro Grande, que vieram a fomentar o seu desenvolvimento.

Verificou-se que durante a explanação da temática sobre *Comercialização e Divulgação de Produtos*, os participantes disseram que os produtos gerados na comunidade são consumidos pelas famílias dos agricultores, ou cedidos a intermediários e atravessadores, que geralmente adquirem essa produção na feira livre do município e destinam a locais ignorados pelos comunitários. Este fato foi comentado pelo Senhor Alaíde Alfredo da Silva da seguinte forma: “A gente perde muito na hora de vender porque os compradores é que dizem quanto vale o nosso produto e temos que vender porque se não perdemos a produção”.

Percebe-se que existe ainda um grupo de pessoas da comunidade que já desenvolve a produção de doce e compota de umbu e a venda de hortaliças orgânicas em residências e na feira livre do município. A intenção é aumentar essa produção e que os derivados de umbu sejam comercializados em outras regiões próximas a comunidade. Neste sentido, comentou a Senhora Maria Lenice da Conceição: “o que nós aprendemos na oficina de beneficiamento de frutas, nos ajudou a produzir o doce e compota de umbu e sabemos que temos capacidade para trabalhar com outras frutas”.

Durante a exposição dialogada sobre o mercado institucional, os participantes destacaram a comercialização da mamona para o Programa de Biodiesel, onde alguns agricultores da comunidade estão inseridos e por meio de acordo recebem sementes selecionadas, assistência técnica, além de garantir a venda de toda a produção para o programa. Entretanto, seria importante que mais pessoas da comunidade se envolvam neste projeto, conforme relatado pelo Senhor Evaldo Francisco Nogueira, que ainda completou: “Esta forma de vender a produção é bom, pois garantimos a comercialização antes de produzir e temos um contrato com a Petrobrás”.

Ainda no momento da exposição dialogada foram apresentados elementos presentes na comercialização e debatido com os participantes, a forma de atuação dos mesmos na rotina de venda da produção. Nesta ocasião, houve a percepção pelos participantes da importância do tema da oficina como elemento essencial nas etapas da elaboração de cartilha de clientes, custo de operação de vendas e no plano de comercialização, além de possibilitar a identificação do canal de comercialização e meios para se aproximar dos consumidores finais. Para tanto, a Senhora Maria Aparecida Nogueira comentou: “Nós produtores temos o produto, vendemos e agora temos que comprar, por um preço muito alto”. “Se a gente for calcular, nossas horas trabalhadas e tudo que gastamos para produzir, valeria muito mais” reforçou a Senhora Jucileide Maria Nogueira Diniz.

Diante das considerações e situações apresentadas, conclui-se que a oficina de *Comercialização e Divulgação de Produtos* (módulo XV), contribuiu para o aperfeiçoamento da prática do serviço de comercialização da comunidade, conforme comentou o Senhor Alaíde Alfredo “agora todos da comunidade tem que se unir, porque um sozinho fica fraco e não consegue nada, mas juntando todo mundo ficamos fortes”.

REGISTRO FOTOGRÁFICO



Foto 01. Credenciamento dos participantes na oficina (Módulo XV), comunidade quilombola Juazeiro Grande.



Foto 02. Grupo em trabalho de reflexão durante a oficina (Módulo XV), comunidade quilombola Juazeiro Grande.



Foto 03. Apresentação e socialização da reflexão dos grupos durante a oficina (Módulo XV), comunidade quilombola Juazeiro Grande.



Foto 04. Exposição dialogada durante a oficina (Módulo XV), comunidade quilombola Juazeiro Grande.

ANEXOS

Anexo I. Lista de Presença dos Participantes da Capacitação em Comercialização e Divulgação de Produtos (Módulo XV) na Comunidade Quilombola Juazeiro Grande.

Anexo II. Modelo de Ficha de Avaliação da Capacitação.

EQUIPE TÉCNICA

Luciano de Assis Gomes

Luciano de Assis Gomes
Eng. Agrônomo – CREA/BA 050380246-8
Analista Ambiental / CTF 5575310

Adriana Nascimento de Oliveira

Adriana Nascimento de Oliveira
Técnica Agrícola - CREA 050778534-7
Técnica Ambiental / CTF 5284241

Ciente:

Gislane Rodrigues Lima

Gislane Rodrigues Lima
Contadora
Inspetora Ambiental / CTF 5372811




De acordo:



Fábio Henrique Julião dos Santos
Gestor Ambiental
Inspetor Ambiental / CTF 5284759



Carlos Danger Ferreira e Silva
Engenheiro Ambiental CREA-TO 240773364-9
Coordenador Setorial / CTF 5284107




Participantes

Data: 06 / 03 / 2013 Local: ESCOLA MUN. JOÃO ANTÔNIO MENEZES
 COMUNIDADE QUILOMBOLA
 JUAZEIRO GRANDE

Objetivo: REALIZAR OFICINA DE
 COMERCIALIZAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS

Nome	Nº da Casa/Instituição	E-mail	Telefone
Maria Gilca Nogueira da Silva			
Maria Juliana Nogueira da Silva			
Maria do Carmo Nogueira da Silva			
Maria Luíza da Conceição			
Evaldo Francisco Nogueira			
Maria do Socorro Nogueira			
Jackson René Nogueira Filho			
Jose Vitor da Silva			
Jose Paulo Nogueira			
Maria da Penha Nogueira			
Masael Huel de Barros			
Amândio João de Oliveira			
Tuileide Maria Nogueira Diniz			
Ciceza Maria Nogueira			
Maria Aparecida Nogueira			99666995
Maria Gilcélia Nogueira da Silva			
Cícero Paulo Nogueira			




Participantes

Data: 06/05/2013 Local: ESCOLA MUN. JOÃO ANTÔNIO NOGUEIRA
 COMUNIDADE QUILOMBOLA
 JUAZEIRO GRANDE

Objetivo: REALIZAR OFICINA DE
 COMERCIALIZAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS

Nome	Nº da Casa/Instituição	E-mail	Telefone
Eivalda Nogueira da Silva			
Alaide Alfrede de Almeida			
Estelamaris de Almeida no Guia			
José Luiz Nogueira			
Valdemir Almeida no Guia			
Emília de Almeida no Guia			
MARIA DE JESUS DA CONCEIÇÃO SILVA			
Maria das Dores Nogueira			
Jerimani Pontes das Dores			
Maria José Nogueira			
Francisco de Almeida no Guia			
CICCHA MARIA NOGUEIRA			
Mercado de Acaia Grande	EMT		
Abraão Nascimento de Oliveira	CMT		
Giuliano Rodrigues dos Santos	CMT		

FICHA DE AVALIAÇÃO

Nome: Maria do Carmo Nogueira da Silva
Comunidade: Juazeiro Grande DATA: 06/03/2013

ESTRUTURA DE TRABALHO

1. ALIMENTAÇÃO FORNECIDA:
1-RUIM 2-REGULAR 3-BOM 4-ÓTIMO

2. LOCAL DA REALIZAÇÃO:
1-RUIM 2-REGULAR 3-BOM 4-ÓTIMO

3. MATERIAL UTILIZADO:
1-RUIM 2-REGULAR 3-BOM 4-ÓTIMO

4. INFORMAÇÕES FORNECIDAS:
1-RUIM 2-REGULAR 3-BOM 4-ÓTIMO

5. A PARTICIPAÇÃO DOS MORADORES:
1-RUIM 2-REGULAR 3-BOM 4-ÓTIMO

6. A CAPACITAÇÃO DE FORMA GERAL:
1-RUIM 2-REGULAR 3-BOM 4-ÓTIMO

EXPECTATIVAS

CRÍTICAS:

SUGESTÕES:

Programa de Integração do Rio São Francisco 