

**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 Conceição das Crioulas, localizada no município de Cabrobó - PE.

Comunidade: Conceição das Crioulas.

Município: Cabrobó - PE.

Carga Horária: 8h

Nº de Participantes: 30.

Local: Casa da Comunidade.

Data: 03/04/2013

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 - Levantamentos de Conhecimentos Prévios sobre o Tema (Conceitos e Linguagem da Comercialização)

Quadro 01. Reflexão em Grupo.

QUESTÃO NORTEADORA	CONCEITO FORMULADO PELO GRUPO
O que é comercialização?	"Venda e compra de produtos."
O que são canais de comercialização?	"São meios onde é exposto o produto, como por exemplo: Ceasa, mercados, casas comerciais, feiras, etc."
Quais os componentes da comercialização?	"Comerciante, cliente, consumidor."

Quadro 02. Reflexão em Grupo.

QUESTÃO NORTEADORA	CONCEITO FORMULADO PELO GRUPO
O que é margem de comercialização?	"É um produto posto para venda e que tenha sua qualidade."
O que é praça ou mercado?	"É um ponto de venda que possa vender seus produtos."
O que é oportunidade de mercado?	"É abranger o desenvolvimento e a divulgação dos seus produtos."

Quadro 03. Reflexão em Grupo.

QUESTÃO NORTEADORA	CONCEITO FORMULADO PELO GRUPO
O que é "nicho" de mercado?	"São mercadorias ou produtos que não são muito concorridos."
O que é concorrente?	"São aqueles que fazem crescer ou fortalecer a comercialização, buscando novas formas de chamar a atenção dos clientes e que fazem os produtos de melhor qualidade ter mais saída."
O que são clientes?	"São aquelas pessoas que compram para suas necessidades e são fieis aos estabelecimentos."

Quadro 04. Resultados de reflexão em grupo utilizando os saberes prévios relativos ao tema da Oficina.

QUESTÃO NORTEADORA	CONCEITO FORMULADO PELO GRUPO
O que são consumidores?	"São pessoas que consomem produtos ofertados no mercado, como por exemplo: alimento, roupa e calçado."
O que são atravessadores?	"São aqueles que compram os produtos bem mais barato do produtor."
O que são intermediários?	"É aquele que está intermediando entre os que consomem e atravessadores."

Momento Prático II

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

Quadro 05. Pesquisa de Mercado/Produtos Comerciais/Clientes.

QUESTÃO NORTEADORA	INFORMAÇÃO SISTEMATIZADA PELO GRUPO/PLENÁRIA
1 – Quais os produtos comerciais da comunidade ou da organização?	"Umbu, poupa de umbu e de acerola, artesanato (barro, caruá, palha, catolé, roupas de algodão), verduras e legumes, produtos orgânicos."
2 – Quais os produtos comerciais da região?	"Carne bovina, caprino, ovino e suíno, feijão, milho, melancia, batata, abobora, jerimum, horta de produtos orgânicos: banana, goiaba, macaxeira e o couro."
3 - Qual a região ou pessoas que produzem o mesmo produto da comunidade?	"Conceição, Porto da Pedra: sementes, plantas nativas, palha do catolé, caruá, barro, crochê; e as comunidades de Pitombeira - PE: artesanato da palha da bananeira; Mirandiba – PE: poupa de umbu e hortas; Jatobá e Cabrobó – PE:- artesanato e cebola; e Penedo PE: artesanato de couro."

Quadro 06. Mapas de Vendas e Clientes.

QUESTÃO NORTEADORA	INFORMAÇÃO SISTEMATIZADA PELO GRUPO/PLENÁRIA
1 - Quem compra o produto da comunidade ou organização?	"Comprador intermediário."
2 - Para onde vão os produtos depois de vendidos?	"Para as prateleiras dos supermercados e consumidores."
3 - Onde posso vender meus produtos?	"Nos mercados internos e externos."

Quadro 07. Sazonalidade Periódica de Preço.

QUESTÃO NORTEADORA	INFORMAÇÃO SISTEMATIZADA PELO GRUPO/PLENÁRIA
1 - Qual o pior mês para vender os produtos?	"Janeiro, por falta de recurso."
2 - Qual o melhor mês para vender os produtos?	"Dezembro, mês que mais tem recurso, como o décimo terceiro salário."
3 - Quais as dificuldades para a venda dos produtos?	"Não tendo divulgação dos produtos, não tem lugar a ser priorizado para vender, falta elaboração de projetos."
4 - Quais as facilidades para a venda dos produtos?	"Produto de qualidade, um bom preço, um bom produto."

Quadro 08. Fornecedores de Materiais e Serviços.

QUESTÃO NORTEADORA	INFORMAÇÃO SISTEMATIZADA PELO GRUPO/PLENÁRIA
1 - Quais os materiais e serviços que você mais compra?	"Alimentação: feijão, arroz, tempero; Limpeza: detergente, sabão, bombril; Vestimentas: roupas, calçados."
2 - Quem são os fornecedores de materiais e serviços?	"Empresas agrícolas, fábricas de produtos de limpeza."
3 - Qual o pior mês para comprar os materiais e serviços?	"Março, dezembro e janeiro."
4 - Qual o mês de melhor preço para comprar os materiais e serviços?	"Mês das promoções, janeiro, maio, junho, outubro, dezembro."
5 - Quais as dificuldades para comprar materiais e serviços?	"Procurar produto e serviço no mercado e não encontrar."

6 - Quais as facilidades para comprar materiais e serviços?

"Promoções, crediário a prazo."

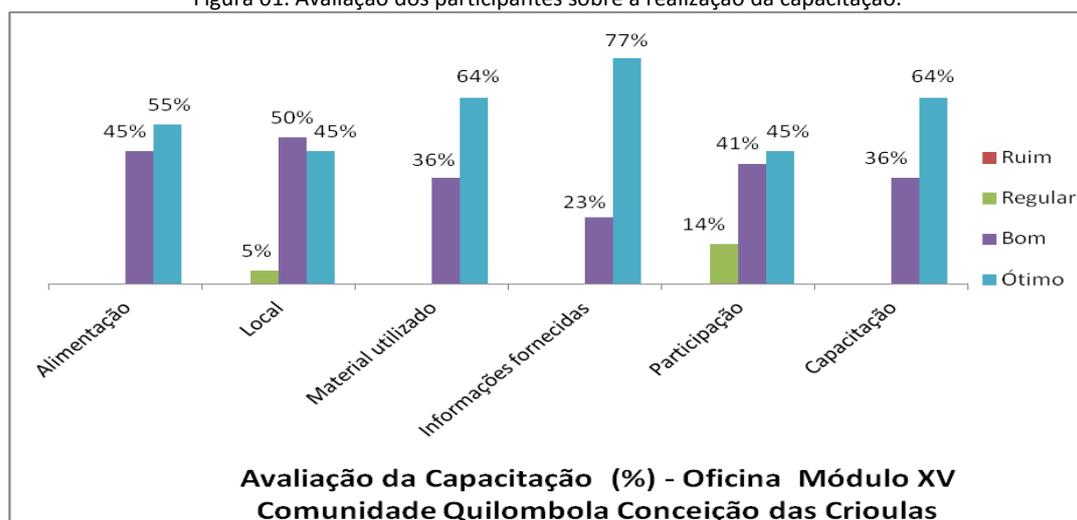
Quadro 09. Custo de Produção dos Produtos e Serviços

QUESTÃO NORTEADORA	INFORMAÇÃO SISTEMATIZADA PELO GRUPO/PLENÁRIA
1 - Quanto custa cada etapa para fazer o produto?	<i>"Exemplo: 2 hectares de terra: - Distoca 15 dias. 30,00 = 450,00; - 7 dias de arado 50,7 = 350,00; - 20 kilos de feijão a 6,00 = 120,00; - Limpa 20 dias 30,00 = 600,00; - Orgânico = 110,00; - Panha 40 dias a 20,00 = 800,00."</i>
2 - Quanto custa cada etapa da operação de vendas?	<i>"16 reais por pessoa x 3 etapas. Valor total = 135 reais."</i>
3 - Quanto custa cada etapa da divulgação do produto vendido?	40 reais

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 22 (vinte e dois) 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.



Críticas e Sugestões Apresentada pelos Participantes:

- *"Eu adorei, eu aprendi muito durante esse período. Não tenho nem uma crítica em relação ao que aprendi."*
- *"Eu não tenho nenhuma crítica ao que vi hoje, pois aprendi e espero colocar o que eu aprendi em prática."*
- *"Espero mais vezes vir mais capacitações."*
- *"Procurar mover as ações concretas."*
- *"Foram boas as orientações."*

CONSIDERAÇÕES

A oficina de Comercialização e Divulgação de Produtos (Módulo XV), com o intuito de compensar a carência de informação e conhecimento sobre o tema, promoveu na comunidade quilombola Conceição das Crioulas, o debate e reflexões, evidenciando estratégias para identificação e exploração de mercados potenciais e clientes. Este conhecimento, atrelado ao conhecimento da cadeia produtiva dos “arranjos produtivos” agregou elementos relevantes ao Planejamento Estratégico da comunidade.

Percebe-se que as discussões e debates dos conteúdos, ocorridos durante os momentos de exposição dialogada e nos debates em grupos de trabalho, evidenciaram aos participantes a ausência de conhecimento sobre os diversos fatores que influenciam o serviço de comercialização e divulgação. Nesse caso, a temática colaborou para a construção de saberes e compreensão de conceitos, logísticas, estratégias da cadeia de serviços da comercialização, e linguagem adotada nesse ramo de atividade, característicos dos profissionais que exercem serviços de comercialização e divulgação de produtos.

Embora a comunidade de Conceição das Crioulas desenvolva atividades produtivas de agricultura, pecuária e artesanatos, os participantes relataram que as estratégias de comercialização são resumidas ao mercado tradicional, como a venda de produtos na própria comunidade e à visitantes, ou por meio da participação dos agricultores/as em eventos regionais ou nacionais e em feiras de exposição.

Em relação à aprendizagem do conteúdo sobre os tipos de mercado, fez-se a comparação entre mercado tradicional, institucional e mercado justo e solidário, o que estimulou os participantes na busca desse conhecimento, conforme citado pelo senhor Cícero Ângelo da Silva : “precisamos obter mais conhecimento sobre o mercado solidário, sentimos que esse processo aqui na comunidade já foi iniciado, mas não foi absorvido na sua compreensão. Precisamos “comercializar” a informação para nos sentirmos motivados e unidos para nos organizar solidariamente”, e ratificado pelo senhor João Carlos de Souza, que comentou: “necessitamos estar preparados e ter conhecimento, pois o mercado tradicional é predatório”.

Os conteúdos apresentados e as atividades práticas realizadas durante a oficina ajudaram os participantes a respeitar as relações de “cunho social e humano” com os clientes e fornecedores, e a compreenderem a importância da oferta de produtos com a qualidade e a eficiência exigidas pelo mercado de consumo, o que foi corroborado pela participante Alecsandra Maria Bezerra, que afirmou: “na oportunidade de mercado, a gente aqui da comunidade tem que ter a percepção sobre as situações que podem levar a estratégias para se vender”.

Ressalta-se que a comunidade de Conceição das Crioulas realiza a produção agrícola e pecuária com o mínimo de cuidado no planejamento ou controle dos custos, sem vinculação ao mercado/cliente, logística e vendas. Assim, considera-se a necessidade de: implementar ações estratégicas que possibilitem a solução dos problemas de produção e acesso a mercados mais vantajosos, especialmente, em relação a precariedade das estradas, ausência de transporte adequados, dificuldade enfrentadas diariamente pelos agricultores/as para escoamento da produção; e de disseminar ações que motivem e legitimem a atuação no mercado.

Conclui-se que o processo de ensino e a aprendizagem alcançou seu objetivo na medida em que motivou os participantes para o debate e reflexões de ideias que poderão desencadear estratégias para o aperfeiçoamento da comercialização, controle de custos, gestão da produção e busca de alternativas de mercados, agregando elementos

relevantes ao planejamento estratégico, em especial, ao segmento dos “arranjos produtivos” da comunidade, como destacou a senhora Alecsandra Bezerra: “aprendemos como ganhar dinheiro! foi proveitoso, pois no início, começou com a minha mente confusa, mas a forma que o conteúdo foi apresentado foi abrindo a mente. E se tornou valioso!” O senhor Vicente José Ferreira, complementou “muitos de nós não sabemos ler, mas “gravamos” na mente o que vivemos hoje, entrou na cabeça muita coisa de forma divertida”.

REGISTRO FOTOGRÁFICO



Foto 01. Reflexão em grupo durante a oficina (Módulo XV), comunidade quilombola Conceição das Crioulas.



Foto 02. Apresentação e socialização da reflexão dos grupos durante a oficina (Módulo XV), comunidade quilombola Conceição das Crioulas.



Foto 03. Exposição dialogada durante a oficina (Módulo XV), comunidade quilombola Conceição das Crioulas.



Foto 04. Dinâmica de grupo realizada durante a oficina (Módulo XV), comunidade quilombola Conceição das Crioulas.

ANEXOS

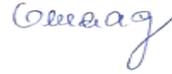
Anexo I. Lista de Presença dos Participantes da Capacitação em Comercialização e Divulgação de Produtos (Módulo XV) na Comunidade Quilombola de Conceição das Crioulas.

Anexo II. Modelo de Ficha de Avaliação da Capacitação.

EQUIPE TÉCNICA



Valtécio Evangelista da Silva
Pedagogo
Analista Ambiental / CTF 5285030



Claudia Maria de Albuquerque Guimarães
Assistente Social/CRESS 3039
Analista Ambiental / CTF 5285029

Ciente:



Gislane Rodrigues Lima
Inspetora Ambiental / CTF 5372811

De acordo:



Mariana Veríssimo Pacheco
Eng. Agrônoma CREA – MG 140011434-9
Coordenador Setorial / CTF 5169153

Anexo I. Lista de Presença dos Participantes da Capacitação em Comercialização e Divulgação de Produtos (Módulo XV) na Comunidade Conceição das Crioulas.



São Francisco
AGÊNCIA DE SUSTENTABILIDADE SOCIAL



Ministério da Integração Nacional



SEMTA Ambiental

Participantes

Data: 03 / 04 / 2013 **Local:** Casa da Comunidade

Objetivo: Realização da Oficina Comercialização e Divulgação em Zonas Produtoras - Módulo XV na Comunidade Conceição das Crioulas

Nome	Nº da Casa/Instituição	E-mail	Telefone
Vicente José Feliziani			
João Carlos de Souza Silva	AACC		
Roberto Bezerra			
Paula Tereza de Oliveira			
ANA MARIA DA SILVA			
Antônia Vitalina de Oliveira	Sítio Paula		
Milton Fre de Oliveira	Vila 910		
Adriana da Silva			
Luiz de Fátima Gomes Bezerra	Wapentiro		
Rita Izabel Silva	Sítio Paula		
Maria de Lourdes da Silva	AACC	bonecabeurdirina@hotmail.com	3946-6111
ANTONIO MARIO DA SILVA			
Aparecida Maria Bezerra	C.T. ATIKUM		
JOSE MARCIO MENDE DA SILVA			
Marcelino Antonio Mendes	A.A.C.C.		39461064
Maria das Graças Mendes	conceicao centro		39461010
ADNA (ADRIANA ANTONIA MENDES)			

Anexo I. Lista de Presença dos Participantes da Capacitação em Comercialização e Divulgação de Produtos (Módulo XV) na Comunidade Quilombola Conceição das Crioulas (continuação).





Participantes Realização da Oficina (continua)
 de Capacitação e Divulgação em
 Produtos - Módulo XV na
 Comunidade (Conceição) das
 Crioulas

Data: 03/02/2013 Local: Casa da Comunidade

Nome	Nº da Casa/Instituição	E-mail	Telefone
Maria dos Santos Oliveira	Vila União		39461047
Glória Antonia de Jesus	AACC	quail@quail.com	39461047
gestor@lemlu.org.br	Sítio Paula		
Francisca Mendes	Vila Centro		
Alexandra Maria Bezerra	C.I. ATRUM		
Carolina Maria Gomes de Silva			
Júlio Tadeu N. de Alencar			
Lucio Angelo da Silva	C.I. Atikum		
Maria de Lourdes de Jesus	Sítio Paula		
Sabrina Dominga Mendes	Vila Centro		
Denison Bezerra	Vila Centro		
Eláudia Guimarães	CMT		
Voltacir E de Silva	CMT		

Anexo II. Modelo de Ficha de Avaliação da Capacitação.

FICHA DE AVALIAÇÃO

Nome: Maria de Lourdes de Jesus
Comunidade: Sítio Paula DATA: 03, 04 /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:

Ótimo desejo
outra vez mais,
que ficasse muita
bagagem e esperarmos
outra vez
mais

Projeto de Integração do Rio São Francisco 