



PROJETO DE
DINAMIZAÇÃO E
SUSTENTABILIDADE
DO TURISMO NOS
MUNICÍPIOS DE
PASSA E FICA,
SERRA DE SÃO
BENTO E MONTE
DAS GAMELEIRAS.

Contrato: RN Sustentável
n 062/2017

04 de dezembro de 2017

PRODUTO 4

Diagnóstico das cadeias produtivas e estratégias de
comercialização das cadeias produtivas locais

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE

ROBINSON MESQUITA DE FARIA

Governador do Estado

**SECRETARIA EXTRAORDINÁRIA DE GESTÃO DE PROJETOS E METAS DE GOVERNO -
SEGEPRO**

FRANCISCO VAGNER GUTEMBERG DE ARAÚJO

Secretário Extraordinário de Projetos

Secretaria de Estado do Turismo-SETUR

RUY PEREIRA GASPAR

Secretário do Turismo

EMPRESA POTIGUAR DE PROMOÇÃO TURÍSTICA- EMPROTUR

ANA MARIA DA COSTA

Diretora Presidente

EQUIPE UES/SETUR

SOLANGE ARAÚJO PORTELA

Gerente UES/ Subsecretária do Turismo

CARMEN VERA ARAÚJO DE LUCENA

Coordenadora Operacional

BLANDINE DE MEDEIROS JAR

Técnica História I

CRISTIANE SOARES CARDOSO DANTAS GOMES

Subcoordenadora-SETUR

DAYANE MURIELLE DA SILVA SANTOS

Subcoordenadora-SETUR

NAYARA CRISTINA SANTANA DA SILVA

Gerente de Promoção Internacional-EMPROTUR

INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE – IABS

LUÍS TADEU ASSAD

Diretor Presidente do IABS

JANNYNE BARBOSA

Diretora técnica

LÚCIO MOTTA FONTENELES

Diretor Administrativo Financeiro

EQUIPE DE EXECUÇÃO

LUÍS TADEU ASSAD

Coordenador Geral do Projeto

JANNYNE BARBOSA

Coordenadora técnica/ Especialista de Marketing

MARCELA PIMENTA

Especialista em Turismo

MAURO COUTINHO

Especialista em Planejamento Territorial

MOARA BARBOSA

Assessora Administrativa

PATRÍCIA REIS

Especialista em Meio Ambiente

ROBERTA RODRIGUES

Coordenadora Local

SUMÁRIO

1 - Introdução	6
2 – O Que é Inserção Produtiva na Cadeia Do Turismo?.....	7
3 - Metodologia	9
3.1 Levantamento das Cadeias Produtivas Agrícolas	9
3.1.1. Sondagem Informações Cadeia do Turismo	11
3.1.2. Sondagem Inicial da Cadeia da Agricultura Familiar.....	11
3.1.3. Levantamento de Informações da Cadeia da Agricultura Familiar.....	12
3.2 Pesquisa Cadeia do Turismo.....	13
3.3 Análise E Consolidação de Informações	14
3.4 Oficina De Construção das Estratégias de Comercialização	14
3.5 Instrumento de Coleta de Dados	14
4 – Resultados	15
4.1 Diagnóstico das Cadeias Produtivas	15
4.1.1 Perfil dos Produtores	15
4.1.2 Cadeias Produtivas	22
4.2 Cadeia do Turismo e a Compra Local	35
4.3 Estratégias de Comercialização Co-Criadas	42
4.3.1 Desenho da Central de Comercialização	43
4.3.2 Aula Show	48
4.3.3 Tour de Vivências em Propriedades Rurais	51
5 - Referências Bibliográficas	54

Lista de Figuras

Figura 1 - Fluxo Metodológico	9
Figura 2 - Passo a passo para o levantamento de informações.....	11
Figura 3 - Divisão de Oportunidades Produtores.....	44
Figura 4 - Central de Comercialização	45

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Lista de Agricultores Entrevistados	12
Tabela 2 - Cadeias Produtivas Levantadas	13
Tabela 3 - Quantos Produtores Produzem	21
Tabela 4 - Fichas Técnicas dos Produtos.....	35
Tabela 5 - Empreendimentos Turísticos Entrevistados	36
Tabela 6 - Comportamento de Compra dos Empreendimentos Turísticos.....	37
Tabela 7 - Levantamento de Preços Pagos pelos Empreendimentos Turísticos	40
Tabela 8 - Estimativa de Compra Semanal	48

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Proporção de Entrevistados por Município - Cadeias Produtivas.....	16
Gráfico 2 - Distribuição dos Produtores por Sexo.....	16
Gráfico 4 - Distribuição dos Produtores por Escolaridade	18
Gráfico 5 - Produção Rural como Fonte de Renda.....	18
Gráfico 6 - Ampliação da Produção	19
Gráfico 7 - Renda dos Produtores	19
Gráfico 8 - Tempo de Comercialização da Produção	20
Gráfico 9 - Estrutura de Comercialização	20
Gráfico 10 - Distribuição dos Empreendimentos Turísticos por Município	36
Gráfico 11 - Compra de Produtos que não estão na Relação Apresentada.....	38
Gráfico 12 - Logística dos Produtos.....	40
Gráfico 13 - Valorização de Produto Comunitário e Entregue no Estabelecimento	41
Gráfico 14 - Necessidade de Formalização.....	41

1 - INTRODUÇÃO

Na atualidade, observam-se os riscos da globalização que impactam nos territórios rurais e urbanos, como a perda da identidade local dos territórios e um processo de “desterritorização”. No processo de desenvolvimento local, a identidade e o pertencimento territorial são variáveis estratégicas e podem ser o meio para que os atores locais formem uma ideia mais ampla de territorialidade com a qual irão interagir. Ambos elementos (identidade e pertencimento social) são o ponto de partida para aperfeiçoar a participação ativa no processo de desenvolvimento (FAO, 2014).

Como forma de manter sua identidade, alguns territórios buscam adotar uma estratégia de âmbito local para o global, que pressupõe diferenciações, singularidade de cultura e amplia as vantagens competitivas e a geração de renda.

O turismo pode ser um forte aliado no processo de fortalecimento da identidade dos territórios. As conclusões do 1º Fórum Mundial de Turismo Gastronômico da OMT realizado em 2015 apontam para o compromisso desse tipo de turismo com a sustentabilidade, seu apoio nos desafios da globalização e sua função como dinamizador da economia local (OMT, 2015).

A atividade de inserção produtiva prevista no Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras, tem como premissas a agregação de valor dos produtos locais e integração de cadeias produtivas e do turismo, como forma de geração de trabalho e renda.

O projeto é fruto do Contrato **Governo Cidadão 062/2017** firmado entre o IABS – Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade e o Governo do Estado do Rio Grande do Norte, com financiamento do Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD).

O produto a ser entregue nesta fase do projeto é o **Produto 4: Diagnóstico das cadeias produtivas locais e estratégias de comercialização das cadeias produtivas locais**, fruto da realização de atividades 8 e 9 de avaliação situacional qualitativa das cadeias produtivas e empreendimentos turísticos e desenho das estratégias de comercialização.

2 – O QUE É INSERÇÃO PRODUTIVA NA CADEIA DO TURISMO?

A inserção produtiva consiste na compra de produtos locais por empreendimentos turísticos, considerando práticas de consumo consciente e comércio justo.

O conceito de inserção produtiva está diretamente relacionado a temas como sustentabilidade, inclusão social e comércio justo. Tal conceito tem sido utilizado como uma estratégia de desenvolvimento local, a partir da viabilização de fontes alternativas de renda e valorização da cultura local (PIMENTA, M.C.C, SETTE, I.R, 2016).

Uma sociedade mais sustentável e solidária envolve, inevitavelmente, mudanças no atual modelo de produção e consumo. Nesse contexto, empresas mais responsáveis e clientes mais conscientes e informados são atores fundamentais nesse processo (PIMENTA, M.C.C, SETTE, I.R, 2016).

Uma das ações que contribuem com a busca por um mundo mais justo tem a ver com o conceito de fair trade ou comércio justo, em português. Essa prática envolve uma parceria comercial baseada no diálogo, transparência e respeito, buscando maior equilíbrio nas trocas comerciais. O fair trade busca estabelecer contato direto entre o produtor e o comprador, flexibilizando e desburocratizando o comércio e poupando-os de dependências negativas de atravessadores e das instabilidades do mercado global de commodities (BRASIL, 2010).

Mas qual seria a relação do turismo com essas questões? O turismo é um setor que pode contribuir de maneira efetiva com a inserção produtiva e o comércio justo em diversos âmbitos, dada a sua natureza dinâmica e a quantidade de setores que envolve. Promover a inclusão das comunidades locais no desenvolvimento da atividade turística pode não só contribuir com a dinamização socioeconômica, mas também com a melhoria da experiência turística – uma vez que possibilita o contato com aspectos culturais autênticos e genuínos. As atividades produtivas podem, portanto, promover e agregar valor a atividade turística. Ademais, a cultura e a gastronomia de uma localidade é uma expressão importante do seu patrimônio e se configura em um apreciado atrativo turístico. A gastronomia local pode ser inclusive um diferencial de um destino. (PIMENTA, M.C.C, SETTE, I.R, 2016).

Nesse contexto, o turismo de base comunitária vem ganhando espaço, sendo um contraponto à crescente massificação de territórios turísticos. De acordo com Bursztyn, Bartholo de Delamaro (2009), esse tipo de turismo respeita as heranças e as tradições culturais das comunidades, valorizando tais expressões e podendo inclusive

contribuir para resgatá-las. Segundo os autores, dentre os desafios para construção de um turismo de base comunitário está a participação e o efetivo empoderamento das comunidades locais.

A efetiva melhoria da qualidade de vida das comunidades, a inserção social e a valorização da cultura local deve ser o constante horizonte de projetos de turismo de base comunitária.

O turismo de base comunitária é mais uma alternativa aberta em destinos que trabalham a inserção produtiva na cadeia do turismo. Todos esses conceitos estão sendo aplicados nesta etapa do projeto e contribuirão para dinamização do turismo nas Serras do Agreste Potiguar.

3 - METODOLOGIA

O diagnóstico das cadeias produtivas e construção das estratégias de comercialização foram estruturados considerando as seguintes etapas:



Figura 1 - Fluxo Metodológico

Fonte: IABS, 2017.

3.1 LEVANTAMENTO DAS CADEIAS PRODUTIVAS AGRÍCOLAS

Cadeia de valor, ou mesmo *supply chain*, de forma simplificada, pode ser definida como integração dos processo que formam um determinado negócio, desde fornecedores originais até o usuário final, proporcionando produtos, serviços e informações que agregam valor ao cliente (Francischini, P., Gurgel, F., 2002).

Segundo o boletim técnico do Departamento de Engenharia Rural da Universidade Federal do Espírito Santo, especificamente no caso de produtos de origem vegetal, cadeia produtiva pode ser visualizada como a ligação e inter-relação de vários elementos segundo uma lógica para ofertar ao mercado *commodities* agrícolas *in natura* ou processadas.

A etapa de levantamento das cadeias produtivas iniciou em junho de 2017, por meio da busca por um produto autêntico e singular, que ditasse o tom da gastronomia regional. Aquele produto que não poderia faltar no cardápio, altamente regional. Neste primeiro momento as perguntas foram direcionadas aos Secretários de Turismo e empreendedores turísticos da região.

Em agosto de 2017, foi realizado um levantamento de informações junto à agricultores, artesãos e produtores artesanais de pão, por meio de sondagem. Nesta oportunidade foi possível constatar que a região não possuía um produto único, singular e autêntico, mas sim, vários produtos, que agregados davam o tom da gastronomia regional. Assim foi possível definir o público alvo desta ação, os agricultores familiares.

O Ministério de Desenvolvimento Agrário afirma que a agricultura familiar tem dinâmica e características distintas em comparação à agricultura não familiar. Nela, a gestão da propriedade é compartilhada pela família e a atividade produtiva agropecuária é a principal fonte geradora de renda (MDA,2016).

Além disso, o agricultor familiar tem uma relação particular com a terra, seu local de trabalho e moradia. A diversidade produtiva também é uma característica marcante desse setor. A Lei 11.326 de julho de 2006 define as diretrizes para formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e os critérios para identificação desse público (MDA, 2016).

Conforme a Lei nº 11.326/2006, é considerado agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, possui área de até quatro módulos fiscais, mão de obra da própria família, renda familiar vinculada ao próprio estabelecimento e gerenciamento do estabelecimento ou empreendimento pela própria família. Também são considerados agricultores familiares: silvicultores, aquicultores, extrativistas, pescadores, indígenas, quilombolas e assentados da reforma agrária (MDA, 2016).

Para obter os dados necessários da cadeia produtiva da agricultura familiar, foram entrevistados atores chaves, representativos de cada município. O método amostral

foi não probabilístico, típico de pesquisas qualitativas. Neste caso a seleção dos elementos da amostra não é aleatória.

A amostra é uma representatividade do universo, mas não se tem informação sobre o grau de precisão. Nas pesquisas qualitativas o plano e o foco das pesquisas são definidos ao longo do processo de investigação. Isto significa que não se pode determinar a margem de erro e o nível de confiança. (DENCKER, A. 2003).

Neste sentido, os seguintes passos foram dados, conforme esquema:

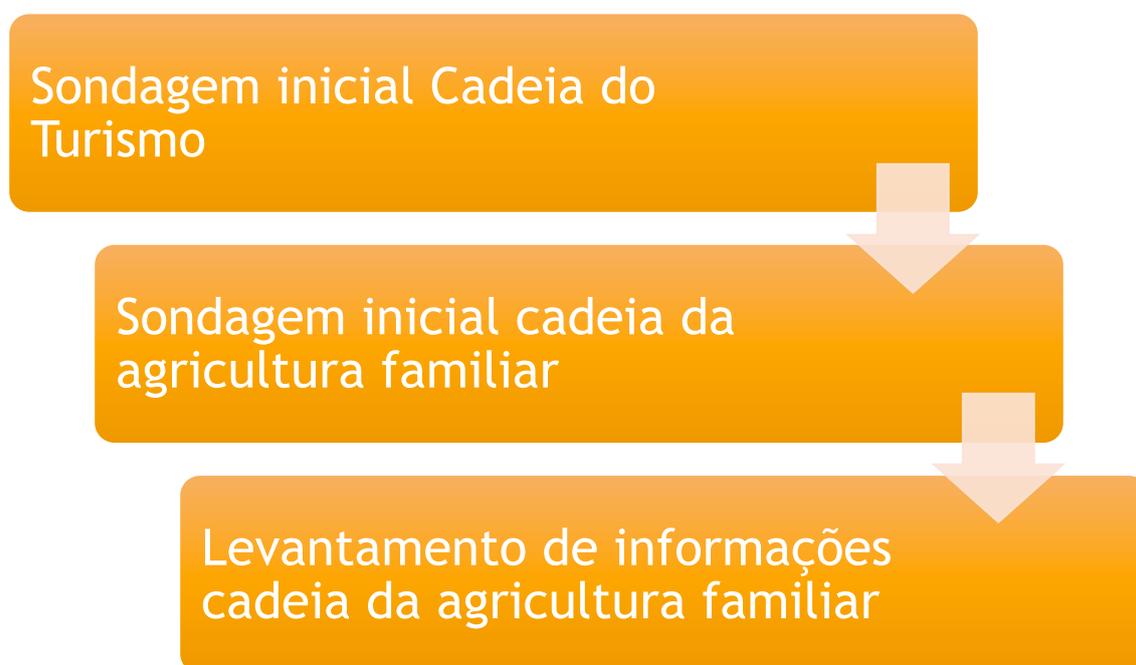


Figura 2 - Passo a passo para o levantamento de informações

Fonte: IABS, 2017.

3.1.1. SONDAGEM INFORMAÇÕES CADEIA DO TURISMO

Em junho de 2017, foi realizado um primeiro levantamento com a cadeia do turismo. No questionário semiestruturado foram inseridas perguntas sobre compras locais e outras iniciativas relacionadas à sustentabilidade.

3.1.2. SONDAGEM INICIAL DA CADEIA DA AGRICULTURA FAMILIAR

Em agosto de 2017, foi realizada uma visita técnica à agricultores familiares, 11 no total, para identificação da produção e entendimento sobre o processo de comercialização.

A seleção dos agricultores a serem visitados foi realizada após reunião com os Secretários de Agricultura dos Municípios, assim como funcionários da EMATER. Utilizou-se também como critério a lista de agricultores que faziam parte da feira da agricultura familiar e consequentemente, tinha disponibilidade de produtos para comercialização.

Foram realizadas visitas *in loco* para conhecer os agricultores, assim como as propriedades. Nesta primeira visita foi possível identificar quais produtos, de cada agricultor, estavam disponíveis para comercialização.

3.1.3. LEVANTAMENTO DE INFORMAÇÕES DA CADEIA DA AGRICULTURA FAMILIAR

Em outubro de 2017, com os produtos já definidos, os agricultores foram novamente visitados. Por conta do fim da temporada de inverno e problemas com a estiagem, alguns agricultores não tinham seus produtos disponíveis. A pesquisa em profundidade foi realizada com 8 agricultores.

Nesta oportunidade, foi realizado um levantamento sobre o perfil dos produtores e perguntas específicas sobre as cadeias produtivas.

Agricultores Entrevistados	
1	Alex Leonardo Fernandes
2	Francisco Alexandre Segundo (Santo)
3	Geová Marques Lins
4	Isabela da Silva
5	João Aparecido Oliveira
6	José Moreira da Silva Segundo (Seu Dito)
7	Osiano Soares Ribeiro
8	Severina Pereira da Silva

Tabela 1 - Lista de Agricultores Entrevistados

Fonte: IABS, 2017.

As cadeias produtivas encontradas na pesquisa estão sistematizadas na tabela abaixo

Cadeias Produtivas	
1	Abóbora
2	Alface
3	Batata Doce

4	Beterraba
5	Coco
6	Coentro
7	Fava
8	Feijão Verde
9	Galinha Caipira
10	Jerimum
11	Leite
12	Limão
13	Macaxeira
14	Mamão
15	Maracujá
16	Ovo
17	Pimentão
18	Pinha
19	Poupa de fruta
20	Queijo
21	Quiabo
22	Tomate
23	Rúcula
24	Tapioca
25	Tomate Cereja

Tabela 2 - Cadeias Produtivas Levantadas

Fonte: IABS, 2017.

3.2 PESQUISA CADEIA DO TURISMO

A pesquisa com a cadeia do turismo foi realizada em outubro de 2017, presencialmente e por telefone. O total de respondentes foram 11 empreendimentos, que representa o universo dos empreendimentos selecionados para a Assistência Técnica do Projeto e que trabalham com o setor de alimentação dos três Municípios, sendo as perguntas direcionadas aos donos ou gerentes.

Uma vez definidas as cadeias produtivas a serem trabalhadas na ação de inserção produtiva, foi possível estabelecer perguntas mais diretas e específicas sobre tais cadeias. E saber o comportamento de compra dos empreendimentos turísticos acerca dos produtos específicos.

3.3 ANÁLISE E CONSOLIDAÇÃO DE INFORMAÇÕES

A utilização do sistema google forms favoreceu a obtenção de dados sistematizados. Adicionalmente, foi necessário realizar alguns tipos de agrupamento diferentes dos gerados automaticamente pelo sistema.

Com os dados em mãos foi possível iniciar o processo de análise e consolidação de informações. Com isso, a geração de diferentes perspectivas para o processo de inserção produtiva no âmbito do Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo em Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras.

3.4 OFICINA DE CONSTRUÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO

A oficina teve por objetivo apresentar as cadeias produtivas pesquisadas, assim como construir conjuntamente as estratégias de comercialização e inserção produtiva do do Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo em Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras.

Foi realizada no Centro Social Urbano de Monte das Gameleiras, no dia 26 de outubro de 2017, de 14h00 às 18h00. Contou com uma exposição de artesanato e produtos dos três municípios envolvidos no projeto.

O método utilizado foi participativo. Houve momentos de apresentação de dados, de reflexão conjunta e de co-criação das estratégias de comercialização.

Importante ressaltar que o objetivo da oficina foi atingido com sucesso. Maiores detalhes no relatório da oficina incluído no anexo I deste documento.

3.5 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Os instrumentos de coletas utilizados foram sistematizados por meio do google forms e apenas um consultor aplicou as pesquisas. Nem sempre foi possível ter sinal de internet, neste caso, as respostas eram escritas em papel e posteriormente inseridas nos sistemas. Os formulários foram instrumentos de uso interno, não sendo divulgados para os entrevistados.

Foram elaborados três formulários distintos, sendo dois deles aplicados aos produtores.

Formulário Cadeia do Turismo – direcionado à empresários que trabalham com alimentação e compram produtos :

https://docs.google.com/forms/d/1sb2oNqDn7TNGzCE_wNsqjH26_IzxamaQeSzn8QJMm-A/prefill

Formulário Perfil dos Produtores – direcionado à produtores que comercializam seus produtos:

https://docs.google.com/forms/d/1_Vgi0E5g0dEP-g2b8TeJV8cMAZxep8RGtL9SZQxmZSo/prefill

Formulário Cadeias Produtivas – direcionado aos mesmos produtores do formulário anterior, com perguntas específicas sobre as cadeias produtivas comercializadas:

<https://docs.google.com/forms/d/1BtC4iEFmsff4MevhswsJtvVLAtxiB7o2bgV-nn50wGA/edit>

4 – RESULTADOS

O presente capítulo apresenta os resultados dos levantamentos realizados com as cadeias produtivas, cadeia do turismo e apresenta as estratégias de comercialização co-criadas com os agricultores e empreendedores turísticos.

4.1 DIAGNÓSTICO DAS CADEIDAS PRODUTIVAS

Conforme explicado anteriormente, no capítulo dedicado à metodologia, a pesquisa em profundidade com os produtores foi dividida em dois momentos: primeiro foi realizado um levantamento do perfil dos produtores e depois perguntas específicas sobre as cadeias produtivas.

4.1.1 PERFIL DOS PRODUTORES

Nesta etapa foram entrevistados 8 produtores, amostra representativa do número total de produtores que comercializam sua produção. De acordo com dados das Secretarias Municipais de Agricultura, o número de produtores vinculados ao PAA (Programa de Aquisição de Alimentos) do Governo Federal em parceria com Estado e Municípios é de 16 produtores, em Passa e Fica e Monte das Gameleiras. Não recebemos os dados de Serra de São Bento. Cerca de 30% desses produtores não entregam a PAA produtos da agricultura familiar tal qual estamos trabalhando na etapa de inserção produtiva do projeto. Entregam produtos já beneficiados como é o caso dos bolos. As listas do PAA que tivemos acesso foram incorporadas a esse documento no apartado anexos.

As entrevistas foram realizadas entre os dias 24 e 25 de outubro nas propriedades rurais dos respectivos produtores. A divisão de entrevistas por município está representada no gráfico a seguir:

Município

8 respostas

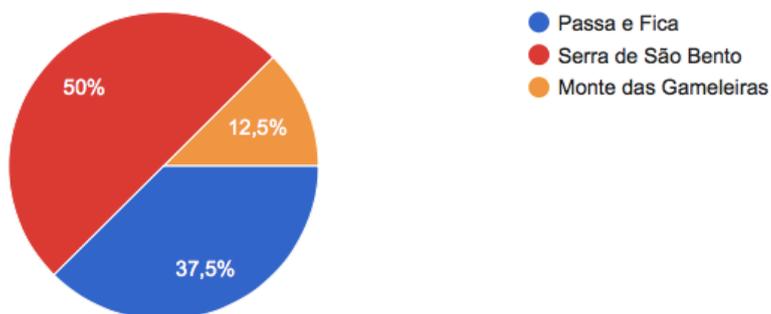


Gráfico 1 - Proporção de Entrevistados por Município - Cadeias Produtivas

Fonte: IABS, 2017.

Monte das Gameleiras é o município com o menor número de agricultores entrevistados. Tal fato se explica pelas condições climáticas da cidade que se apresenta com a mais árida das três. Nas visitas anteriormente realizadas foi possível observar as dificuldades dos agricultores familiares para produzir em razão da estiagem. No município, a maioria dos agricultores, quando produz é para consumo próprio.

Sexo

8 respostas

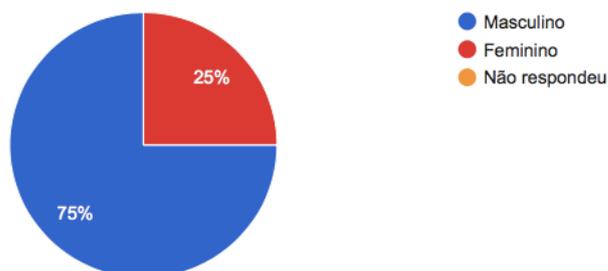


Gráfico 2 - Distribuição dos Produtores por Sexo

Fonte: IABS, 2017.

A predominância é de produtores do sexo masculino. No entanto, observa-se que as mulheres que comercializam seus produtos contribuem com o grupo com bastante proatividade. Um exemplo é Dona Nozinha, uma líder nata que garante que se a comercialização para a cadeia do turismo fluir, pode organizar um grupo de mulheres para ampliar o fornecimento de produtores.

Idade:

De 22 a 34 anos – **37,5%**

De 43 a 48 anos – **37,5%**

De 55 a 62 anos – **25%**

Gráfico 3 - Distribuição dos Produtores por Idade

Fonte: IABS, 2017.

As faixas etárias encontram-se distribuídas de maneira bastante proporcional. O processo de inserção produtiva bem sucedido pode contribuir para fixação dos envolvidos em seu lugar de origem, ampliar o sentimento de orgulho e pertencimento ao território e fazer com que os filhos dos produtores continuem seu legado. Caso isso aconteça, um dos indicadores será o aumento percentual das faixas etárias mais baixas. Todos esses dados de perfil poderiam servir de linha de base para acompanhamento do desenvolvimento deste território no futuro.

Escolaridade

8 respostas

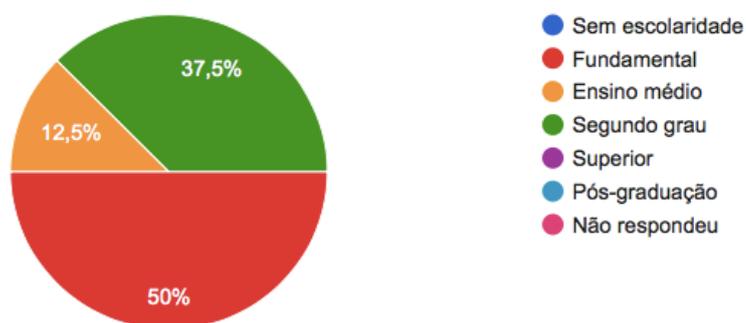


Gráfico 4 - Distribuição dos Produtores por Escolaridade

Fonte: IABS, 2017.

Neste quesito, observou-se que o percentual de produtores que possuíam maior escolaridade eram os que estão alocados no percentual de menor faixa etária. Ou seja, os mais jovens possuem mais escolaridade. Este fato pode contribuir profundamente para o processo de inserção produtiva, uma vez que a escolaridade é um fator importante para empreender o processo de comercialização.

A produção rural é a sua principal fonte de renda?

8 respostas

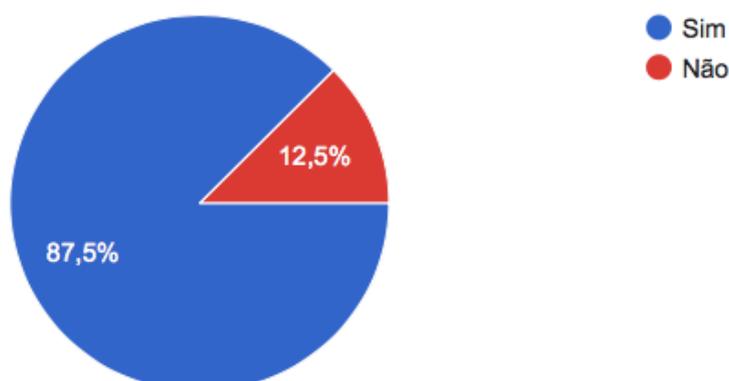


Gráfico 5 - Produção Rural como Fonte de Renda

Fonte: IABS, 2017.

Para 87.5% dos produtores a produção rural é sua principal fonte de renda. Tal fato justifica de maneira contundente a etapa de inserção produtiva do projeto. No território existe um claro problema de sazonalidade de produtos, devido a questões relacionadas a água e baixo uso de tecnologias. De toda maneira, os produtores afirmam que existindo mercado o esforço de produção aumentará consideravelmente, o que pode ser comprovado pelo próximo gráfico apresentado.

Tem vontade de ampliar a produção?

8 respostas

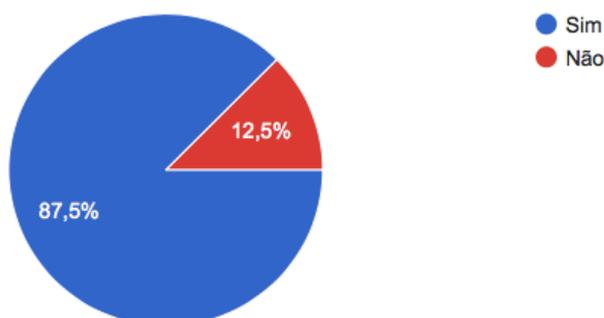


Gráfico 6 - Ampliação da Produção

Fonte: IABS, 2017.

Qual é a sua renda?

8 respostas

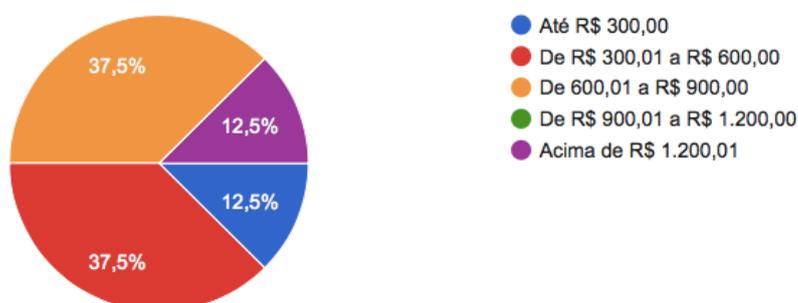


Gráfico 7 - Renda dos Produtores

Fonte: IABS, 2017.

O gráfico acima mostra que 50% dos produtores vivem com menos de um salário mínimo ao mês. Esse número é bastante alarmante sendo mais uma justificativa para a implantação de ações de inserção produtiva no território.

Há quanto tempo comercializa sua produção?

8 respostas

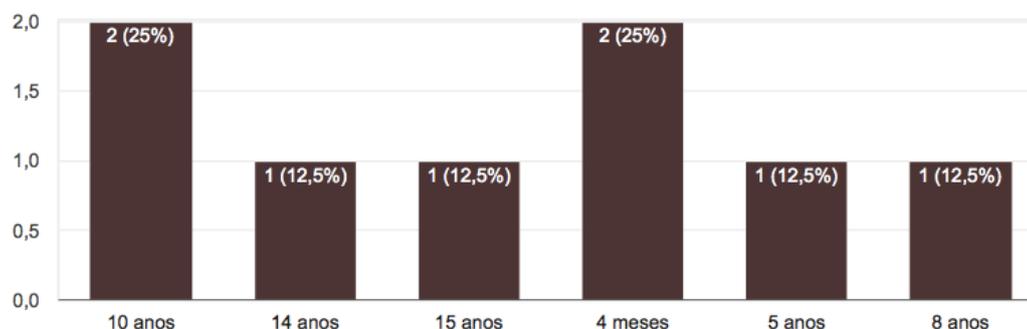


Gráfico 8 - Tempo de Comercialização da Produção

Fonte: IABS, 2017.

É possível notar que os produtores possuem experiência na comercialização de produtos. Cerca de 75% deles comercializa sua produção a mais de 5 anos. A comercialização normalmente é realizada por meio de diferentes canais: ferinha, empreendimentos turísticos, em casa, mercadinho, encomenda e atravessadores.

Estaria disposto a abrir mão de pequena porcentagem do valor do seu produto para ter uma estrutura de central de comercialização?

8 respostas

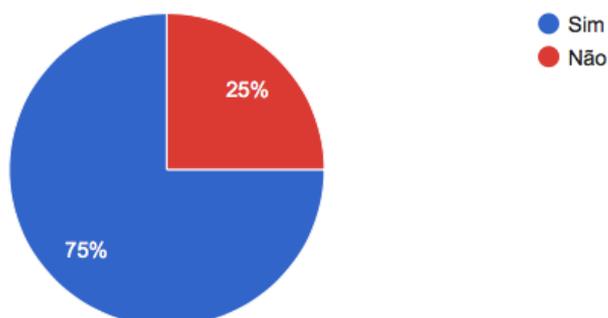


Gráfico 9 - Estrutura de Comercialização

Fonte: IABS, 2017.

Os produtores, em sua maioria, estariam dispostos a abrir mão de parte de valor de seu produto para participar de uma central de comercialização que garanta cliente de maneira frequente para sua produção.

A seguir apresenta-se a lista de itens produzidos no território e demandados pela cadeia do turismo, e a quantidade de produtores, do universo de entrevistados, que teria o produto para disponibilizar.

Nome do Produto	Quantos Produzem
Alface	3
Batata Doce	2
Beterraba	1
Coco	2
Couve	3
Feijão Verde	2
Leite	1
Limão	2
Macaxeira	2
Mamão	1
Maracujá	3
Ovo	1
Pimentão	3
Poupa de Fruta	1
Queijo	1
Tomate Cereja	2

Tabela 3 - Quantos Produtores Produzem

Fonte: IABS, 2017.

Outros produtos oferecidos: cebolinha, pimenta, acerola, graviola, manjerição, couve flor, cenoura, goiaba, banana, repolho, mel, maxixe e sequilho.

4.1.2 CADEIAS PRODUTIVAS

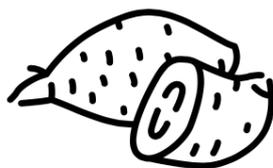
As cadeias produtivas foram pesquisadas de forma amostral. O objetivo é entender os métodos de produção e informações sobre alguns produtos, incluindo o preço de comercialização. No caso de algumas cadeias produtivas mais de um produtor foi pesquisado, o que permitiu estabelecer um comparativo de informações.

Nos casos grifados em amarelo é preciso chegar em acordos com relação ao preço da central de comercialização prevista no projeto para que seja viável para todos os produtores envolvidos, incluindo os que tem pouca produção.



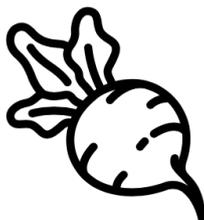
Alface

Nome do Produtor	Severina Pereira	Alex Leonardo
Município	Serra de São Bento	Monte das Gameleiras
Tempo de Produção	2 meses	2 meses
Forma de Comercialização	Unidades	Unidades
Preço Praticado	R\$ 1,00 a R\$ 1,50	R\$ 0,35 (3 unidades por R\$ 1,00)
Tamanho da área de produção	-	-
Meses de Produção	Março a setembro	Ano todo



Batata Doce

Nome do Produtor	Francisco Alexandre Segundo (Santo)
Município	Passa e Fica
Tempo de Produção	3 meses
Forma de Comercialização	Kg
Preço Praticado	R\$ 1,50 a R\$ 2,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Março a outubro



Beterraba

Nome do Produtor	Alex Leonardo Fernandes
Município	Monte das Gameleiras
Tempo de Produção	4 meses
Forma de Comercialização	Kg
Preço Praticado	R\$ 1,50 a R\$ 2,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



Cebolinha

Nome do Produtor	Alex Leonardo Fernandes
Município	Monte das Gameleiras
Tempo de Produção	4 meses
Forma de Comercialização	Kg
Preço Praticado	R\$ 1,50 a R\$ 2,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



Cenoura

Nome do Produtor	Alex Leonardo Fernandes
Município	Monte das Gameleiras
Tempo de Produção	4 meses
Forma de Comercialização	Kg
Preço Praticado	R\$ 2,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



Coco

Nome do Produtor	Francisco Alexandre Segundo (Santo)
Município	Passa e Fica
Tempo de Produção	-
Forma de Comercialização	Unidade
Preço Praticado	R\$ 2,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



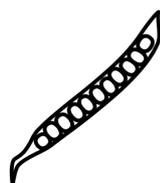
Coentro

Nome do Produtor	Severina Pereira	Alex Leonardo
Município	Serra de São Bento	Monte das Gameleiras
Tempo de Produção	1 mês e 15 dias	2 meses
Forma de Comercialização	Maço	Maço
Preço Praticado	R\$ 0,50 a R\$ 1,00	R\$ 0,50 a R\$ 1,00
Tamanho da área de produção	-	-
Meses de Produção	Março a setembro	Ano todo



Couve

Nome do Produtor	Severina Pereira	Alex Leonardo	Francisco Alexandre Segundo (Santo)
Município	Serra de São Bento	Monte das Gameleiras	Passa e Fica
Tempo de Produção	2 meses	3 meses	-
Forma de Comercialização	Folhas	Folhas	Folhas
Preço Praticado	R\$ 1,00 – 5 folhas	R\$ 0,25 – 1 folha	R\$ 1,00 – 10 folhas
Tamanho da área de produção	-	-	-
Meses de Produção	Ano todo	Ano todo	Ano todo



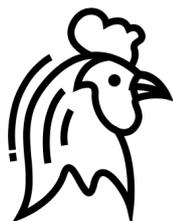
Fava

Nome do Produtor	Severina Pereira da Silva
Município	Serra de São Bento
Tempo de Produção	2 meses
Forma de Comercialização	Kg
Preço Praticado	R\$ 10,00 a R\$ 15,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Maio a setembro



Feijão Verde

Nome do Produtor	Severina Pereira	Francisco Alexandre Segundo (Santo)
Município	Serra de São Bento	Passa e Fica
Tempo de Produção	2 meses	2 meses
Forma de Comercialização	Maço	Maço
Preço Praticado	R\$ 10,00	R\$ 8,00
Tamanho da área de produção	-	-
Meses de Produção	Março a setembro	Ano todo



Galinha Caipira

Nome do Produtor	Severina Pereira	Geová Marques	José Moreira (Dito)
Município	Serra de São Bento	Serra de São Bento	Serra de São Bento
Tempo de Produção	6 meses	6 meses	6 meses
Forma de Comercialização	Unidade	Unidade	Unidade
Preço Praticado	R\$ 30,00 a R\$ 50,00	R\$ 30,00 a R\$ 50,00	R\$ 40,00
Tamanho da área de produção	-	-	-
Meses de Produção	Ano todo	Ano todo	Ano todo



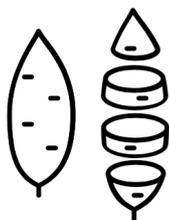
Jerimum

Nome do Produtor	Geová Marques Lins
Município	Serra de São Bento
Tempo de Produção	6 meses
Forma de Comercialização	Unidade
Preço Praticado	R\$ 5,00 a R\$ 6,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Maio a outubro



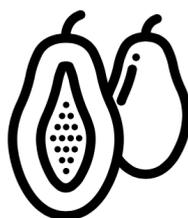
Leite

Nome do Produtor	José Moreira (Dito)
Município	Serra de São Bento
Tempo de Produção	-
Forma de Comercialização	Litro
Preço Praticado	R\$ 2,50
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



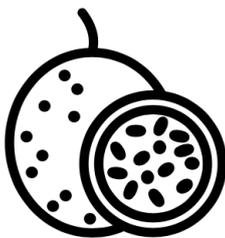
Macaxeira

Nome do Produtor	Francisco Alexandre Segundo (Santo)	Geová Marques Lins
Município	Passa e Fica	Serra de São Bento
Tempo de Produção	7 meses	6 meses
Forma de Comercialização	Kg	Kg
Preço Praticado	R\$ 1,00 a R\$ 1,50	R\$ 1,50 a R\$ 3,00
Tamanho da área de produção	0,5 hectares	-
Meses de Produção	Ano todo	Agosto e setembro



Mamão

Nome do Produtor	Severina Pereira	Alex Leonardo
Município	Serra de São Bento	Monte das Gameleiras
Tempo de Produção	6 meses	6 a 12 meses
Forma de Comercialização	Kg	Unidade
Preço Praticado	R\$ 2,00	R\$ 1,00 a R\$ 1,50
Tamanho da área de produção	-	-
Meses de Produção	Maio a setembro	Ano todo



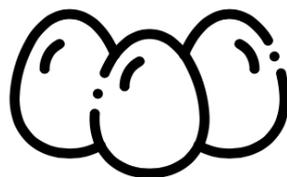
Maracujá

Nome do Produtor	Severina Pereira	Osiano Soares Ribeiro
Município	Serra de São Bento	Passa e Fica
Tempo de Produção	1 ano	7 meses
Forma de Comercialização	Kg	Kg
Preço Praticado	R\$ 3,00	R\$ 3,00 a R\$ 6,00
Tamanho da área de produção	-	-
Meses de Produção	Maio a setembro	Ano todo



Mel

Nome do Produtor	Francisco Alexandre Segundo (Santo)
Município	Passa e Fica
Tempo de Produção	3 meses
Forma de Comercialização	Litro
Preço Praticado	R\$ 30,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



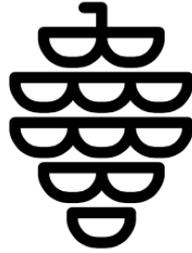
Ovo

Nome do Produtor	José Moreira (Dito)
Município	Serra de São Bento
Tempo de Produção	3 meses
Forma de Comercialização	Unidade
Preço Praticado	R\$ 0,60
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



Pimentão

Nome do Produtor	Alex Leonardo Fernandes
Município	Monte das Gameleiras
Tempo de Produção	4 meses
Forma de Comercialização	Unidade
Preço Praticado	R\$ 0,25
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



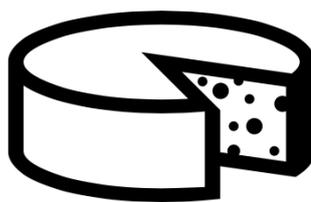
Pinha

Nome do Produtor	Severina Pereira da Silva
Município	Serra de São Bento
Tempo de Produção	6 meses
Forma de Comercialização	Unidade
Preço Praticado	R\$ 0,35 (3 unidades – R\$ 1,00)
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Janeiro a julho



Poupa de Fruta

Nome do Produtor	Isabela da Silva
Município	Serra de São Bento
Tempo de Produção	3 dias
Forma de Comercialização	Kg
Preço Praticado	R\$ 10,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



Queijo

Nome do Produtor	José Moreira (Dito)
Município	Serra de São Bento
Tempo de Produção	5 horas
Forma de Comercialização	Unidade
Preço Praticado	R\$ 4,50 (mercado) e R\$ 5,00 (porta)
Tamanho da área de produção	72 queijos por semana
Meses de Produção	Ano todo



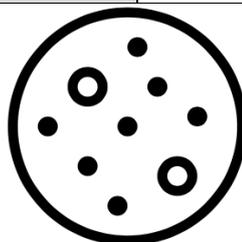
Repolho

Nome do Produtor	Alex Leonardo Fernandes
Município	Monte das Gameleiras
Tempo de Produção	4 meses
Forma de Comercialização	Unidade
Preço Praticado	R\$ 2,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



Salsinha

Nome do Produtor	Alex Leonardo Fernandes
Município	Monte das Gameleiras
Tempo de Produção	3 meses
Forma de Comercialização	Pé
Preço Praticado	R\$ 1,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



Sequilho

Nome do Produtor	João Aparecido de Oliveira
Município	Passa e Fica
Tempo de Produção	24 horas
Forma de Comercialização	Pacote
Preço Praticado	R\$ 1,30 com 10 unidades
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo



Tomate Cereja

Nome do Produtor	Severina Pereira da Silva
Município	Serra de São Bento
Tempo de Produção	3 meses
Forma de Comercialização	Kg
Preço Praticado	R\$ 5,00
Tamanho da área de produção	-
Meses de Produção	Ano todo

Tabela 4 - Fichas Técnicas dos Produtos

Fonte: IABS, 2017.

Depois de ter levantados os dados das cadeias produtivas foi possível especificar com a cadeia do turismo a demanda por aqueles produtos levantados.

4.2 CADEIA DO TURISMO E A COMPRA LOCAL

Foram entrevistados 11 empreendimentos conforme quadro a seguir:

Empreendimento	Nome do entrevistado	Cargo	Município
Café Serrano	Adriana Crisanto de Moraes	Proprietária	Serra de São Bento
Delícias da Josy	Josélia Bezerra de Melo	Proprietária	Monte das Gameleiras
Galinha da Serra	Francisca Aparecida de Azevedo (D. Cida)	Proprietária	Serra de São Bento
Lá na Roça	Maria Lúcia de Melo Rodrigues	Proprietária	Monte das Gameleiras
Lá no sítio	Edite Jorge	Proprietária	Passa e Fica

Panificadora Paris	Ari Xavier	Proprietário	Passa e Fica
Pedra Grande	Lorena da Câmara Rodrigues Gurgel	Proprietária	Serra de São Bento
Pousada Manaim	Leonice Miguel	Proprietária	Passa e Fica
Pousada Pedra da Boca	Maria Cecília Diniz	Proprietária	Passa e Fica
Restaurante Por do Sol	Valmir Albino	Proprietário	Serra de São Bento
Villas da Serra	Luiz Mário	Gerente	Serra de São Bento

Tabela 5 - Empreendimentos Turísticos Entrevistados

Fonte: IABS, 2017.

Serra de São Bento é o município com maior concentração de estabelecimentos do universo pesquisado, seguido por Passa e Fica e Monte das Gameleiras.

Município

11 respostas

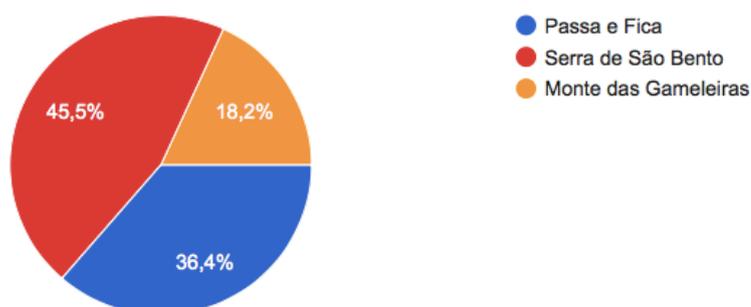


Gráfico 10 - Distribuição dos Empreendimentos Turísticos por Município

Fonte: IABS, 2017.

Com a lista de itens produzidos no território foi possível perguntar sobre o comportamento de compra dos empreendimentos turísticos em relação a cada item pesquisado. Para cada produto era possível escolher entre 4 opções: compra / não compra, no território / outro local. O quadro a seguir apresenta o resultado desta pergunta, excluindo os produtos que não tem uma demanda consistente:

Nome do Produto	Quantos Produzem	Quantos Compram	Quantos compram fora do território
Alface	3	9	2
Batata Doce	2	9	3
Beterraba	1	7	1
Coco	2	7	1
Couve	3	5	1
Feijão Verde	2	8	3
Leite	1	10	2
Limão	2	5	1
Macaxeira	2	8	2
Mamão	1	9	3
Maracujá	3	6	1
Ovo	1	10	3
Pimentão	3	10	1
Poupa de Fruta	1	8	5
Queijo	1	11	6
Tomate Cereja	2	3	3

Tabela 6 - Comportamento de Compra dos Empreendimentos Turísticos

Fonte: IABS, 2017.

Grande parte dos empreendimentos compram produtos que não estão na lista apresentada. Para os que responderam positivamente, perguntou-se quais produtos são comprados. As respostas foram: banana, inhame, cebola, batata inglesa (no hortifrúti do território), brócolis (natal), alho porró, salsicha, cebolinha (planta). Laranja, melão e maçã (no território), farinha de trigo, farinha integral, massa de bolo, recheios (confeitaria - por atacado), embalagens, margarina, refrigerante, feijão marrom (Nova Cruz), Peixe (Tangará, porém o comerciante entrega no empreendimento turístico), farinha (Brejinho), Carne (Supermercado), Pamonha (Passa e Fica), chuchu (supermercado), peixe (São José do Campestre), nata, carne de porco (mercearia do Bento - MG) e carneiro (feira de Passa e Fica), Pão (Padaria de Serra), Filé (Passa e Fica).

Compra outros produtos que não estão na relação apresentada?

11 respostas

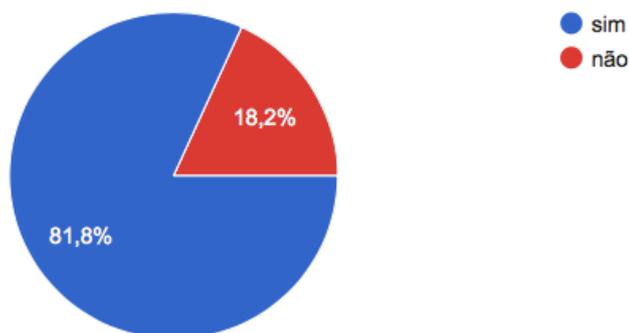


Gráfico 11 - Compra de Produtos que não estão na Relação Apresentada

Fonte: IABS, 2017.

Durante a entrevista foi solicitado ao empreendimento turístico que desse exemplo de preço de 4 itens aleatoriamente. O resultado da pergunta está sistematizado a seguir:

Produto	Comprador	Comprador	Comprador	Comprador	Comprador	Comprador	Comprador
Abacaxi	R\$ 2,90 (unidade)						
Alface	R\$ 2,00 (pé)	R\$ 1,00 a R\$ 1,50 (pé)	R\$ 1,00 (pé)	R\$ 2,00 (pé)	R\$ 1,00 (pé)	R\$ 1,40 (pé)	R\$ 0,70 (pé)
Batata Doce	R\$ 2,00 (Kg)						
Carne do Bode	R\$ 16,00 (kg)						
Chuchu	R\$ 1,80 (Kg)						
Coco	R\$ 2,00 (unidade)	R\$ 2,50 (unidade)					
Coentro	R\$ 1,00 (molho)	R\$ 1,00 (pé)	R\$ 1,10 (molho)				
Couve	R\$ 1,50	R\$ 2,00					

	(pé)	(molho)				
File	R\$ 25,00 (kg)					
Galinha Caipira	R\$ 45,00 (unidade)	R\$ 35,00 a R\$ 40,00 (unidade)	R\$ 35,00 (unidade)			
Goma	R\$ 3,80 (kg)					
Leite	R\$ 2,50 (litro)	R\$ 2,50 (litro)	R\$ 2,00 (litro)			
Limão	R\$ 5,50 (Kg)					
Macaxeira	R\$ 2,00 (Kg)	R\$ 2,50 (Kg)	R\$ 2,50 (Kg)			
Mamão	R\$ 4,25 (Kg)					
Maracujá	R\$ 2,50 (Kg)	R\$ 2,00 (Kg)				
Melão	R\$ 2,00 (unidade)					
Morango	R\$ 4,25 (Kg)					
Ovo	R\$ 10,00 (30 unidades)	R\$ 0,50 (unidade)				
Poupa de Fruta	R\$ 11,00 (Kg)	R\$ 8,00 (Kg)				
Queijo	R\$ 16,00 (Kg)	R\$ 3,00 (unidade)	R\$ 3,00 (unidade)			
Tomate	R\$ 2,50 (Kg)	R\$ 4,00 (Kg)				

Tomate Cereja	R\$	4,80						
	(Kg)							

Tabela 7 - Levantamento de Preços Pagos pelos Empreendimentos Turísticos

Fonte: IABS, 2017.

Em se tratando do funcionamento da logística de entrega, percebe-se que os resultados são bastantes variados. Alguns produtos chegam na porta, outros são escolhidos pelos responsáveis pelas compras nos supermercados e feirinhas e em alguns casos a entrega é realizada mediante telefonema.

Neste contexto, a pergunta seguinte pretendeu entender como poderia funcionar a logística da central de comercialização que será estimulada pelo projeto. A maioria dos empresários gostaria de receber o produto em seu estabelecimento. Muitos afirmaram que receiam que o produto não chegue na qualidade desejada.

Seria conveniente receber os produtos no estabelecimento

11 respostas

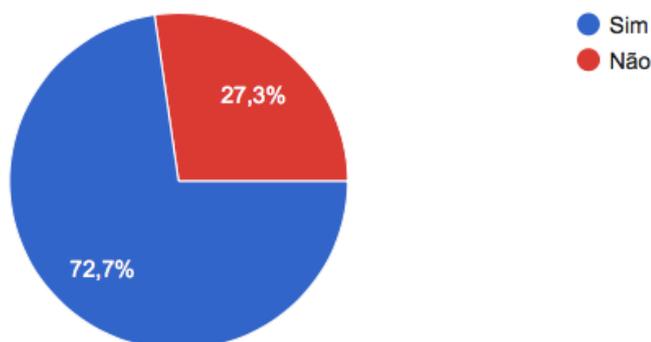


Gráfico 12 - Logística dos Produtos

Fonte: IABS, 2017.

Todos os estabelecimentos estariam dispostos a pagar um pouco mais por um produto comunitário e entregue diretamente em seu estabelecimento. O resultado desta pergunta reforça a possibilidade de se cobrar um percentual ou valor fixo para colocar em funcionamento a central de comercialização.

Estaria disposto a pagar um pouco mais um produto comunitário e entregue diretamente no seu estabelecimento?

11 respostas

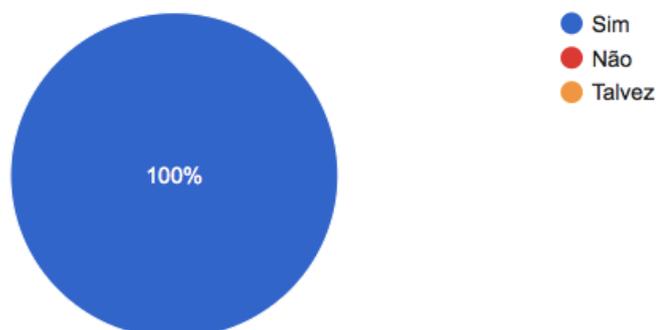


Gráfico 13 - Valorização de Produto Comunitário e Entregue no Estabelecimento

Fonte: IABS, 2017.

Cerca de 73% dos estabelecimentos afirmaram poder comprar dos produtores sem nota fiscal. Tal fato facilitará o processo de organização dos produtores, sem falar que será possível iniciar a comercialização de produtos quase que imediatamente.

Realiza compra sem documento contábil?

11 respostas

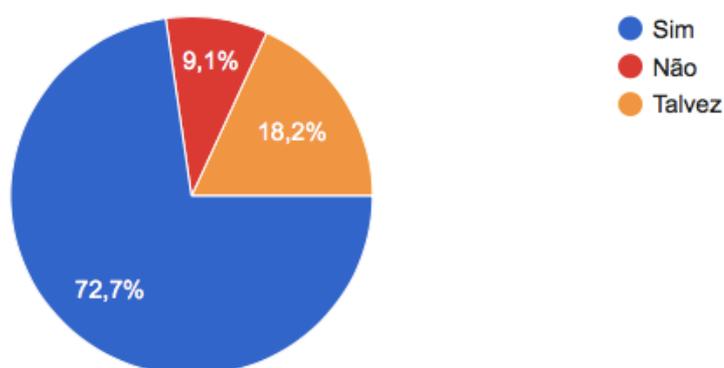


Gráfico 14 - Necessidade de Formalização

Fonte: IABS, 2017.

A grande maioria dos empreendimentos gostaria de fazer seu pedido por telefone ou Whatsapp. Seria interessante estabelecer 1 dia fixo na semana para entrega das mercadorias.

4.3 ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO CO-CRIADAS

As estratégias de comercialização foram co-criadas em uma oficina realizada com empreendimentos turísticos e produtores. Os principais pontos levantados foram a necessidade de:

- ✓ criação de relação de confiança entre produtores e empresários
- ✓ entendimento de que pratos podem ser elaborados com produtos levantados na pesquisa
- ✓ padrões de qualidade necessários para os empreendimentos turísticos
- ✓ entendimento das dificuldades de cultivo dos agricultores.

Diante disso, foram pensadas algumas estratégias para fortalecer essa aproximação, sendo elas:

- ✓ Realizar reuniões entre empresários e produtores a cada 02 meses
- ✓ Visita técnica (Tour de Vivências) às propriedades rurais
- ✓ Aula Show com chef de cozinha – cozinheiros e produtores
- ✓ Divulgar os contatos entre empreendimentos e produtores
- ✓ Fomentar ações de turismo de base comunitária – desde que o produtor tenha o produto para entregar
- ✓ Estabelecer a central de comercialização

A seguir serão apresentadas as estratégias de comercialização co-criadas e realizadas no território na semana de 06 a 08 de dezembro de 2017.

4.3.1 DESENHO DA CENTRAL DE COMERCIALIZAÇÃO

A central de comercialização da agricultura familiar é uma iniciativa que pretende organizar e estruturar a oferta agrícola da região de maneira sistemática, para que os produtos locais possam ser comercializados para os empreendimentos turísticos com frequência, profissionalismo e quantidade razoável.

O resultado da aproximação de produtores e empresários turísticos será uma oferta de produtos locais comunitários, agroecológicos e de qualidade, que demonstrarão a responsabilidade social dos empresários e enriquecerão a experiência do turista.

Tal fato fortalece a imagem de um destino sustentável, que insere efetivamente seus atores na atividade turística, garantindo qualidade de vida e bem estar à população local.

O processo de construção demanda persistência e apoio entre as partes. Iniciar e fortalecer uma relação comercial demanda tempo, além disso é preciso entender o outro. O negócio deve ser bom para todos.

Uma reunião foi realizada com os produtores da agricultura familiar com o objetivo de desenhar a central de comercialização. Alguns parâmetros foram estabelecidos inicialmente entre os produtores que tratam da divisão de oportunidades no grupo, logística de comercialização e definições acerca dos valores de venda dos produtos.

Divisão de Oportunidades – Produtores da Agricultura Familiar

Ficou estabelecido um rodizio entre os produtores que comercializam os itens que serão selecionados pelos empreendimentos turísticos. Este rodizio acontecerá de acordo com alguns critérios:



Figura 3 - Divisão de Oportunidades Produtores

Fonte: IABS, 2017.

- **Ordem alfabética;**
- **Produtor que resida na cidade de entrega:** será dada preferencia ao produtor que residir na cidade de entrega do produto;
- **Regime de compensação:** se o produtor não tiver o produto disponível na sua vez, na próxima rodada poderá entregar mais de uma vez;
- Ao final de cada mês deve-se **avaliar a participação dos diferentes produtores na central de comercialização**, para realização de ajustes nos procedimentos de divisão de oportunidades;

Concluiu-se também que a central de comercialização, em um primeiro momento, é dinâmica, permitindo a incorporação de novos agricultores ao grupo. É interessante ter sempre produtos para oferecer aos empreendimentos turísticos para manter a comercialização com o profissionalismo necessário.

Logística e funcionamento da central de Comercialização

Ficou definido que a logística de comercialização acontecerá um vez por semana, nas quintas-feiras.

A questão da entrega nos empreendimentos foi amplamente discutida e chegou-se a conclusão que tal fato elevaria brutalmente os custos com logística, tornando a questão inviável em um primeiro momento. Sendo assim, a alternativa mais viável

pensada foi ter um espaço público em uma das cidades com a estrutura e disponibilidade adequada para acomodar a central durante as quintas-feiras.

Será necessário ter uma pessoa dedicada a central de comercialização para realizar as solicitações aos produtores, assim como tomar os pedidos dos empreendimentos turísticos e organizar a logística.



Entregas nas Quintas-feiras



Espaço público estabelecido em uma das cidades para a entrega



Funcionário dedicado à central de comercialização



O preço dos produtos será determinado semanalmente conforme média dos preços praticados no SEASA e na feira de domingo em Passa e Fica



20% do montante comercializado será direcionado a pagar as despesas da central

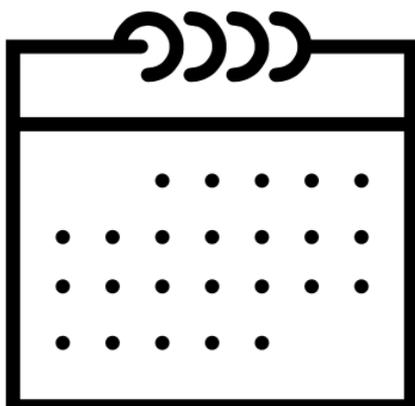
Figura 4 - Central de Comercialização

Fonte: IABS, 2017.

Funcionamento dos Pedidos

Em reunião com os agricultores foi determinado os dias para verificação dos produtos disponíveis na semana, definição de preços, envio da tabela de produtos e preços aos empresários, confirmação dos pedidos e entregas.

Não foi definida a data de pagamento aos produtores. Optou-se por iniciar a comercialização e entender como funcionará os pagamentos por parte dos empreendimentos.



2ª Feira – Contato com os produtores – Verificar o que tem disponível na semana. Verificar preços SEASA e feira e estabelecer o valor dos produtos. Comunicar os valores aos produtores e receber o de acordo deles.

3ª Feira – Envio de tabelas de produtos disponíveis e preços para os empreendimentos turísticos. Início dos pedidos

4ª Feira a tarde – Solicitação de produtos aos produtores, segundo critérios já estabelecidos

5ª Feira de manhã – Recebimento dos Produtos e entrega aos estabelecimentos

Rastreabilidade e Controle de Qualidade



Planilhas de Controle permitirão saber a origem e o destino final do produto. O funcionário responsável pela central fará o controle de qualidade dos produtos. Além disso, fichas de avaliação serão disponibilizadas aos empreendimentos duas vezes por mês.

Selo de Inserção Produtiva

Uma arte em formato de sela será produzida afim de transmitir a ideia de produtos locais comunitários, agroecológicos e de qualidade. A arte terá relação com a marca do destino Serras do Agreste Potiguar.

A ideia é transmitir ao turista o comportamento do destino em relação a inserção de produtos locais. Serão criadas três categorias que demonstrarão o engajamento do empreendimento no que diz respeito à central de comercialização da agricultura familiar.

Estimativa de Compra

O levantamento de estimativa de compra teve o intuito de entender a quantidade total de produtos adquiridos pelos empreendimentos turísticos durante o período de uma semana. Não significa que os empreendimentos comprarão tal quantidade de produtos da central, mas fixa um universo de possibilidade para os agricultores.

O levantamento considerou informações de 14 empreendimentos turísticos da região, sendo eles: Pousada Manaim, Villas da Serras, Panificadora Paris, Galinha da Serra, Lá na Roça, Café Serrana, Pousada Pedra da Boca, Delícias da Josy, Lá no Sítio, Pousada Recanto do Nordeste, Pousada Princesa, Restaurante Sabor da Serra, Pousada Mato Grosso e Restaurante Por do Sol. Nestes números não constam os dados da Pousada Pedra Grande.

Produtos	Unidade	Estimativa total de Compras por semana
Alface	Unidade	71
Batata Doce	Kg	88
Beterraba	Kg	28
Cebolinha	Molho	24
Cenoura	Kg	37,5
Coco	Unidade	49
Coentro	Molhos	54
Couve	Molho	5
Fava	Kg	7,3
Feijão Verde	Kg	32
Galinha Caipira	Unidade	38
Jerimum	Unidade	14
Leite	Litro	155
Limão	Kg	24,2
Macaxeira	Kg	77
Mamão	Unidade	68
Maracujá	Kg	14,3
Mel	Litros	0,2
Ovo	Unidade	1401

Pimentão	Unidade	73
Pinha	Kg	0
Poupa de Fruta	Kg	33,1
Queijo	Kg	25,8
Quiabo	Kg	5
Rúcula	Molho	2
Tapioca	Kg	41,5
Repolho	Unidade	14
Salsinha	Molho	2
Sequillo	Unidade	4,2
Tomate	Kg	117
Tomate Cereja	Kg	5,8

Tabela 8 - Estimativa de Compra Semanal

4.3.2 AULA SHOW

A aula show foi realizada no dia 07 de dezembro de 2017 no Clube da Pousada de Charme Villas da Serra, com a presença do Professor de Gastronomia da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Márcio Marques.

Márcio Marques é engenheiro químico, tecnólogo em gastronomia, mestre em ciências de alimentos e pós graduado em engenharia de segurança do trabalho. Atualmente é professor assistente da UFRJ.

Inicialmente foi realizada uma abertura da aula show com o intuito de esclarecer os objetivos do evento – aproximar produtores e empresários, servir de inspiração para a incorporação de ingredientes locais nos pratos dos restaurantes e hotéis.

As receitas foram sendo elaboradas utilizando produtos locais. A medida que cada prato era servido, o Professor explicava seus ingredientes e formas de elaboração.



Ceviche de batata doce

Ingredientes:

2kg de Batata doce
1 molhe de Coentro
10 Limões
500g de Cebola
3 unidades Pimenta dedo de moça
Sal



Salada Caprese

Ingredientes:

25 unidades Tomates cerejas
500g de Queijo Coalho
2 molhes de Rúcula
1 molhe Alface
3 unidades de Maracujá
Manteiga de garrafa/Azeite
Sal
Pimenta



Galinha Caipira

Ingredientes:

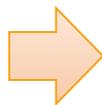
1kg de Favas
1 kg de Feijão verde
3 unidades de Pimentão
2 unidades de Galinha Caipira
2 molhes de Coentro
5 unidades de Tomate
3 unidades de Cebola
Sal
Pimenta



Mané Pelado

Ingredientes:

1 Kg de Macaxeira
3 unidades de Coco
200 ml de Leite de coco
100g de Manteiga
2 kg de Açúcar
500 ml de Leite
5 unidades de Ovos
Fermento Químico
04 unidades de maracujá



Participaram da aula show os produtores, cozinheiros e empresários relacionados a seguir:

Adriana Crisanto de Moraes
Ana Lucia Lins De Marais Monteiro
Cristiana Ramos L Oliveira
Eric Everton Faustino de Souza
Francisca Aparecida Azevedo
Geová Marques Lins
Isabela da Silva
José Robson f da Silva
Leonardo Tertulio de Melo
Luiz Mario Molinar Neto
Manoel Lucas Neto
Maria Cecilia Diniz Soares
Maria Leonice Marinho
Maria Lucia de Melo
Maria Luiza Silva
Micaelly da Costa Marinho
Miguel Albino
Nataneal Pereira de Araújo
Ozenilda Maria de Lima
Severina Pereira da silva
Weliario Gilson do Nascimento

Fotos Aula Show





4.3.3 TOUR DE VIVÊNCIAS EM PROPRIEDADES RURAIS

O objetivo do tour de vivência em propriedades rurais é aproximar produtores e empreendedores da cadeia do turismo, além de possibilitar aos empresários conhecer a realidade dos produtores rurais e suas principais dificuldades.

O Tour aconteceu no dia 08 de dezembro de 2017 e teve a seguinte programação:

08h00 – Embarque dos empresários de Monte das Gameleiras em frente a Igreja Matriz da cidade

08h20 – Embarque dos empresários de Serra de São Bento na Pousada Por do Sol (primeira parada)

08h30 – Embarque dos empresários de Serra de São Bento na Igreja Matriz da cidade

08h50 – Embarque dos empresários de Passa e Fica em frente à Prefeitura Municipal

09h00 – Saída e visita à Propriedade Rural do Seu Santo em Passa e Fica

11h00 – Saída e visita à Propriedade Rural da Dona Nozinha em Serra de São Bento

13h00 – Parada para almoço – Restaurante Galinha da Serra

15h00 – Saída e visita à Propriedade Rural do Seu Alemão

17h00 – Retorno aos pontos de encontro de cada cidade e fim do Tour de Vivência

Participaram do tour de vivência equipe técnica, produtores e empresários relacionados a seguir:

Cristiane Gomes
Francisca Aparecida Azevedo
Isabela da Silva
Luiz Mario Molinar Neto
Marcela Pimenta Campos Coutinho
Márcio Marques
Maria Cecília Diniz Soares
Maria Leonice Marinho
Roberta Rodrigues

Fotos Tour de Vivência





5 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Decreto n. 1.358 de 17 de Novembro de 2010. **Institui o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário** – SCJS, cria sua comissão Gestora Nacional e dá outras providencias. Brasília, 2010.

BURSZTYN, Ivan; BARTHOLO, Roberto; DELAMARO, Maurício. **Turismo para quem? Sobre caminhos de desenvolvimento e alternativas para o turismo no Brasil**. In: BARTHOLO, Roberto; SANSOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan. Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Brasília: Letra e Imagem, 2009.

DENCKER, A.F.M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. Futura. 2003.

FRANCISCHINI, Paulino G.; GURGEL, Floriano do Amaral. **Administração de Materiais e do Patrimônio**. Editora Tomson/Pioneira. 2002. ISBN: 8522102619. Disponível em < goo.gl/zuUKUo >. Acesso em 07 de novembro de 2017.

MDA. **O que é agricultura familiar?**. Disponível em < <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/o-que-é-agricultura-familiar> > Acesso em 07 de novembro de 2017.

PIMENTA, M. C. C. e SETTE, I. R; **Ostras Depuradas de Alagoas: Turismo e Inserção Produtiva em busca do desenvolvimento local para comunidades tradicionais**. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 16, n.2, p. 15-33, ago. 2016.

UFES, Departamento de Engenharia Rural. **Cadeias de Produtos Agrícolas**. Boletim Técnico MS 01/05 em 2005. Disponível em < <http://www.agais.com/manuscript/ms0105.pdf> > . Acesso em 07 de novembro de 2017.

ANEXO I

Relatório da Oficina de Apresentação do Diagnóstico das
Cadeias Produtivas e Co-Criação das Estratégias de
Comercialização

Relatório da Reunião com Agricultores para Desenho da
Central de Comercialização

Oficina de apresentação das cadeias produtivas e desenho de estratégias de comercialização e inserção produtiva do Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras

Data: 26 de outubro de 2017

Local: CSU - Centro Social Urbano - Monte das Gameleiras

Equipe SETUR RN: Cristiane Gomes

Equipe IABS: Marcela Pimenta e Roberta Rodrigues

A presente oficina teve por objetivo apresentar as cadeias produtivas dos municípios envolvidos no Projeto de Dinamização do Turismo, assim como o resultado da pesquisa como os empreendimentos turísticos sobre compras dos produtos identificados como possíveis de serem fornecidos localmente. Além disso, o espaço de discussão foi utilizado para a construção conjunta de estratégias de comercialização.

Na oportunidade foi realizada uma mostra de artesanato e produtos locais dos três municípios. Ressalta-se a participação e predisposição das secretarias de turismo e cultura, assim como dos artesões e produtores.



Inicialmente os participantes se apresentaram, foi detalhada agenda da tarde e feita uma introdução sobre trabalho em equipe e construção conjunta, a partir de um vídeo.

Depois a ação de inserção produtiva foi contextualizada dentro do Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo e também foram apresentados os principais conceitos e exemplos ligados ao tema.

Neste momento a participação dos envolvidos aconteceu por meio de comentários sobre o vídeo e debates sobre a importância de comprar localmente, de integrar as cadeias produtivas e valoriza a cultura gastronômica local.

Posteriormente foi apresentado o diagnóstico das cadeias produtivas e da cadeia do turismo. A participação foi maior nesta etapa da oficina. Observou-se maior participação dos representantes de empreendimentos turísticos que dos agricultores. Algumas vezes o assunto fugiu do tema central da reunião e foi reconduzido pela facilitadora.

Alguns participantes comentaram de espécies nativas da região, com bastante produção, como é o caso do cajá que poderiam ser beneficiadas e melhor aproveitadas.

Ressaltou-se a necessidade de conhecerem uns aos outros e criarem relações de confiança, de entender que pratos podem ser elaborados com os ingredientes, entender os padrões de qualidade necessários para os empreendimentos turísticos e por outro lado entender as dificuldades de produção dos agricultores.

O turismo de base comunitária surgiu como uma alternativa de complementação de renda por meio da comercialização de produtos diretamente ao turista. Para tanto é necessário que primeiro os agricultores tenham capacidade de produção.

Com base nisso, iniciou-se a construção das estratégias de comercialização, que foram as seguintes:

1. Realizar aula show com cozinheiros e produtores;
2. Realizar tour de vivencia em propriedades rurais;

3. Enquanto não se operacionaliza a central de comercialização, divulgar contatos entre produtores e empreendimentos turísticos;
4. Agregar valor a produtos locais, como é o caso do cajá;
5. Realizar reuniões com empreendimentos turísticos e produtores a cada dois meses - sugere-se a realização das reuniões na sexta-feira pela manhã para contar com a presença dos empreendimentos turísticos;
6. Estruturar central de comercialização.

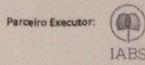
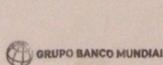
Fotos da Oficina





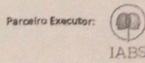
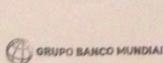
Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos Municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras
 Local: CSU - Monte das Gameleiras Data: 26/10/2017
Lista de Presença

NOME	EMPRESA/ÁREA DE ATUAÇÃO	TELEFONE	E-MAIL
Vanio dos Góes Senador	Associação dos Artesãos	9937-4232	-
Amândia Antunes Mendonça	Associação dos Artesãos	48636-0250	-
Monilo de Costa Almeida	Associação dos Artesãos	99803868	-
Reluana Aparecida Aguiar	Galinhola da Serra	98738488	Galinhola da Serra ru@omiel.com
Francisca Góes das Santas Junco	Passagem Boa Góes	98244-4775	Junco Francisca Góes sds@passagemboa.com.br
Alma da Paqueta Rodrigues Paquet	Passagem Boa Góes	9866-8080	Alma alma@passagemboa.com.br
João de Deus da Rocha	Galinhola da Serra	988271792	-
Guilherme Rocha da Silva	Agricultura	98518656	-
Antônio da Silva	Agricultura	98781377	Antônio da Silva antoni@passagemboa.com.br
Miguel Elias Neto	Galinhola da Serra	982670597	Miguel Elias Neto miguel@passagemboa.com.br
Carolina Santos da Penha	Agricultura e Turismo	988514434	Carolina Santos carolina@passagemboa.com.br
Osiana Soares Brito	Agricultura	982456202	-
Mizael das Santas Lima	Agricultura	982913768	-
Marina Gomes de Souza	Passagem Boa Góes	983307345	Marina marina@passagemboa.com.br
Marcelo Gomes de Souza	Passagem Boa Góes	983149643	-
Valdir Alves	AGRICULTOR	98242-1119	-
Guilherme Alves	"	"	-
ANA LUCIANA DE MORAIS MORAES	PROFESSORA	98119-9071	-
José Modesto da Silva	Agricultura e Turismo	988019360	-
Luiz Sampaio	Sec. Turismo	92428-727	Luiz Sampaio luiz@passagemboa.com.br
Luiz Nelson da Silva	Sec. Turismo	-	Luiz Nelson luiz@passagemboa.com.br



Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos Municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras
 Local: CSU Monte das Gameleiras Data: 26/10/2017
Lista de Presença

NOME	EMPRESA/ÁREA DE ATUAÇÃO	TELEFONE	E-MAIL
Adriano da S. Araújo	Agricultura Sec. Passagem Boa Góes	1683/993511904	-
Ana Gabriela de L. Mendes	Associação dos Artesãos	3498357795	ana.gabriela@passagemboa.com.br
Yvelina dos Santos Paquet	Associação dos Artesãos	98245-4012	Yvelina yvelina@passagemboa.com.br
Francine Aguiar de Melo Paquet	Sec. Cultura - SSB	98245-0148	Francine francine@passagemboa.com.br
João Alves Gomes da Silva	Artesãos e Agricultura	982032914	-
Marcia Bues de Melo Rodrigues	Rest. Passagem Boa Góes	98210618	Marcia marcia@passagemboa.com.br
Miguel Faustino	Agricultura MG	-	-
João Paulo Henrique Nazareth	agropecuária São Marçal	-	-
Luiz Carlos da Silva	Agricultura, artesanato	-	-
Luiz Carlos da Silva	Artesãos e Agricultura	84 988407534	Luiz Carlos luiz@passagemboa.com.br
Orniomaria Marques (Mara)	Condutora	988940556	Orniomaria orniomaria@passagemboa.com.br
Renato Antônio da Silva	Emater RR	9826-6645	Renato renato@passagemboa.com.br
ARCÍSIO	SARPE	-	-
Luiz Carlos da Silva	Agricultor (sequieiro)	84-988516739	-
Maria Mariana S.P. Oliveira	Agricultora (sequieiro)	" " "	-



Reunião com Produtores Rurais - Ação de inserção produtiva do Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras

Data: 06 de dezembro de 2017

Local: Câmara Municipal de Serra de São Bento

Equipe SETUR RN: Cristiane Gomes

Equipe IABS: Marcela Pimenta e Roberta Rodrigues

A reunião teve por objetivo estruturar a central de comercialização e tratar de temas como o cronograma de assistência técnica dos produtores, logística de comercialização, central de comercialização e iniciar a conversa sobre a tabela de preços.

Os produtores se apresentaram. Na ocasião haviam produtores que não foram identificados em levantamentos anteriores, mostrando que a central de comercialização deve ser dinâmica e aberta aos que quiserem se incorporar em qualquer fase.

O primeiro ponto de pauta foi o cronograma de assistência técnica para os produtores participantes da central de comercialização. Estava presente apenas o representante da Emater de Monte das Gameleiras, sendo assim o cronograma de assistência foi estabelecido apenas para aquele município. Serão realizadas reuniões gerais e visitas individuais de 15 em 15 dias aos produtores envolvidos na central de comercialização.

Para a logística de comercialização alguns parâmetros importantes relacionados à divisão de oportunidades dentro do grupo de produtores:

- A logística de comercialização será realizada um dia por semana - na quinta-feira;

- Haverá um rodízio entre os produtores que comercializam os itens que serão selecionados pelos empreendimentos turísticos. Este rodízio acontecerá de acordo com alguns critérios:
 - Ordem alfabética;
 - Regime de compensação. Se o produtor não tiver o produto disponível na sua vez, na próxima rodada poderá entregar mais de uma vez;
- Caso a entrega ocorra nos empreendimentos será necessário automóvel. Não é possível fazer a logística com moto.

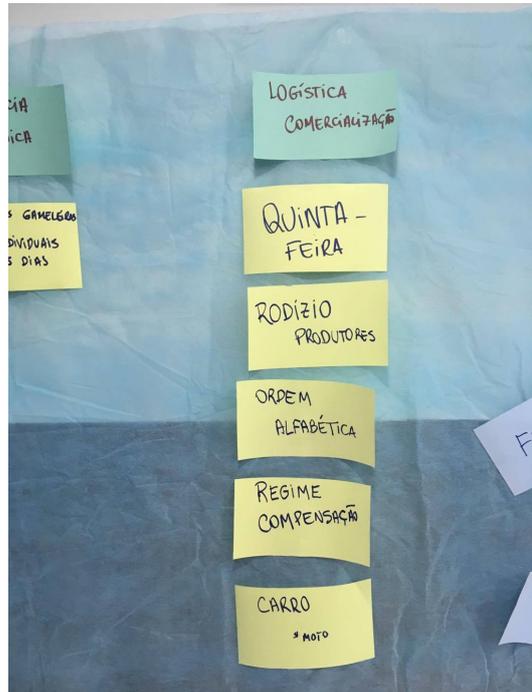
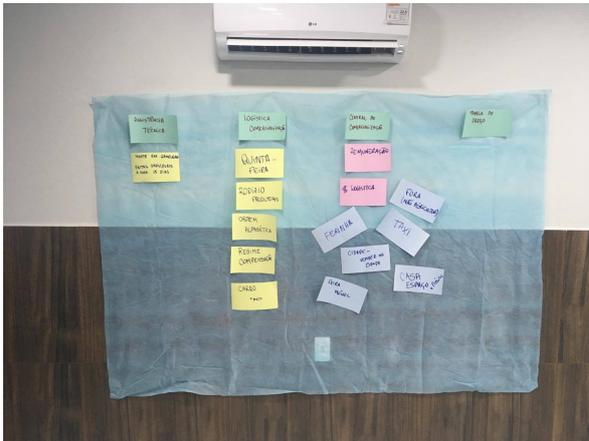
A central de comercialização necessita de alguns itens para seu funcionamento:

- É preciso ter um representante dos produtores ou pessoa externa remunerada para trabalhar para a central, realizando os pedidos, solicitações de insumos aos produtores e organizando as entregas;
- Caso a entrega ocorra nos empreendimentos será necessário ter recursos disponíveis para a logística;
- Foram pensadas algumas formas de logística:
 - Ter um espaço, de preferência público, de comercialização e entrega dos produtos. Esse foi o item visto com mais viabilidade pelos produtores, que poderiam entregar seus produtos no local;
 - Ferinha - muitos produtores não tem a disponibilidade de estar na ferinha. Sendo assim, essa opção não se tornou muito viável;
 - Feira móvel - ter um carro que venda e entregue em cada cidade. Essa opção é bastante custosa, talvez em outro momento do projeto;
 - Cada produtor vende na sua cidade - essa opção não traz a integração necessária, sem falar que os produtores de Monte das Gameleiras, por exemplo, ficariam mais limitados, pois é a cidade de possui menor quantidade de empreendimentos;
 - Taxi - foi outra opção colocada para logística.

A tabela de preços foi discutida segundo a base levantada nas inserções anteriores de campo, tanto com a oferta e a demanda.

O encaminhamento principal foi apresentar em janeiro um modelo de funcionamento da central de comercialização e na ocasião discutir a tabela de preços definitiva.

Fotos e Lista de Presença





GOVERNO CIDADÃO
SECRETARIA DO TURISMO

Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos Municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras

Local: Reuniões Aquicultores Data: 06/12/2017

Lista de Presença

NOME	EMPRESA/ÁREA DE ATUAÇÃO	TELEFONE	E-MAIL
Graci Marques Lima	AGRICULTOR	024 9879-1118	
ANA LUCIA LINS DE MORAIS MONTIHO	PROFESSORA	084 98719-9071	
Gustavo Soares Barroso A Costa	Guia/coordenadora	084-98850-7860	cusdgstuu@gmail.com
Genaldo Canabina Ribeiro Neto	remunissor/sectur	084-98839-7983	genaldoneto123@hotmail.com
Márcio Passos Neto	Prefeitura municipal	084-987610544	
Jose matheus matheus da Silva	Câmara municipal	084-987412709	
JOSÉ EDSON	SECTUR	08557-9058	
Aldo de Souza Alveira	Agricultor	38749-8877	
Maria dos Anjos da Silva	Agricultora		
Adriano de Souza da Silva	Agricultor	98747-2692	
Renato Antunes da Silva	Rec. Emater	98876-6645	renato.spp@va.noa.com.br
Paulo Henrique Gomes	Agricultor	98705-7988	
Paulo Henrique Gomes	Rec. Emater	98707-0475	edisonjose12345@gmail.com
José Dias			
Serviana Serufo da Silva	Agricultora	988180430	

Avaliação Estabelecimentos

Estabelecimento: _____

Data: ____/____/____

Item de avaliação	← Satisfeito →				
	-				+
					
Aparência geral dos produtos					
Aspecto externo - produtos ⁱ					
Aspecto interno - produtos ⁱⁱ					
Modo de conservação					
Tempo de conservação (dias)					

Obs:

ⁱ Considerar aspecto geral, odor, textura, coloração, impurezas.

ⁱⁱ Verificar se produto estava danificado, presença de pragas, etc.