



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

PRODUTO 5

Incubação de Negócio Social direcionado ao mercado
turístico

28 de agosto de 2018

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 –Antecedentes	7
3 – Operacionalização da central de comercialização	9
3.1 Divisão de oportunidades – produtores da agricultura familiar	9
3.2 Logística e funcionamento da central de comercialização	10
3.3 Funcionamento dos pedidos	12
3.4 Rastreabilidade e controle de qualidade.....	13
3.5 Selo de inserção produtiva	14
3.6 Reconhecimentos	15
4 – Modelo de participação social estabelecido.....	18
5 – Resultados da comercialização	26
5 – Sustentabilidade da central	32
6 – Principais Recomendações.....	46

Lista de Figuras

Figura 1 - Metodologia Inserção Produtiva	7
Figura 2 - Divisão de Oportunidades Produtores.....	9
Figura 3 - Selo de Inserção Produtiva	15
Figura 4 - Aula Show	16
Figura 5 - Premiação Agricultores	17
Figura 6 - Premiação empreendedores	18
Figura 7 - Comitê Institucional da Agricultura Familiar das Serras do Agreste Potiguar	19
Figura 8 - Produtos mais Vendidos.....	29

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Prática da Central de Comercialização	11
Tabela 2 - Prática do Funcionamento dos Pedidos	12
Tabela 3 - Resumo das Reuniões Comitê Institucional da Agricultura Familiar	21
Tabela 4 - Vendas por Produtor.....	29
Tabela 5 - Total de Compras por Estabelecimento	31
Tabela 6 - Produtos Comprados pelos Empreendimentos	33
Tabela 7 - Produto x Disponibilidade do Produtor	34
Tabela 8 - Produtos Comercializados	37
Tabela 9 - Sustentabilidade Central - diversos cenários	39

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Vendas por mês	26
Gráfico 2 - Valor Acumulado Central	26
Gráfico 3 - Média de vendas por semana	27
Gráfico 4 - Número de Produtores Participantes	28
Gráfico 5 - Valor Produtores	28
Gráfico 6 - Empresas X Particulares.....	30
Gráfico 7 – Média das Avaliações	32

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 Mundial.

O produto a ser entregue nesta fase do projeto é o **Produto 5: Incubação de Negócio Social direcionado ao mercado turístico**, fruto da realização da atividade 10, implantação de projetos demonstrativos com produtos das cadeias escolhidas para inserção produtiva.

2 – ANTECEDENTES

A etapa que antecedeu a incubação de Negócio Social foi o diagnóstico das cadeias produtivas e a construção das estratégias de comercialização com a cadeia do turismo. A metodologia utilizada aprofundou o conhecimento sobre as cadeias produtivas agrícolas no território, assim como da cadeia do turismo. Após sistematização e análise dos dados, foi realizada uma oficina de construção das estratégias de comercialização, conforme detalhado no esquema abaixo.

Figura 1 - Metodologia Inserção Produtiva



Fonte: IABS, 2017.

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.

O levantamento das cadeias produtivas agrícola, iniciou-se em agosto de 2017, com 11 produtores por meio de visita técnica à agricultores familiares para identificação da produção e entendimento sobre o processo de comercialização.

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.

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. Os resultados das pesquisas realizadas foi apresentado no Produto 4 – Diagnóstico das Cadeias Produtivas e Estratégias de Comercialização, já entregue e validado no âmbito do Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo em Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras.

A oficina teve por objetivo apresentar as cadeias produtivas pesquisadas, assim como construir conjuntamente as estratégias de comercialização e inserção produtiva 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. Como encaminhamentos das estratégias de comercialização, podemos citar:

- A. Realizar aula show com cozinheiros e produtores;
- B. Realizar tour de vivência em propriedades rurais;
- C. Enquanto não se operacionaliza a central de comercialização, divulgar contatos entre produtores e empreendimentos turísticos;

- D. Agregar valor a produtos locais, como é o caso do cajá;
- E. 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;
- F. Estruturar central de comercialização.

Dos encaminhamentos, apenas as reuniões entre produtores e empreendimentos turísticos não foram realizadas por questões de dificuldade de mobilização, em contrapartida, foram realizadas avaliações com a cadeia do turismo e apresentados os resultados de comercialização da central.

3 – OPERACIONALIZAÇÃO DA CENTRAL DE COMERCIALIZAÇÃO

Os parâmetros de funcionamento da central 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.

3.1 DIVISÃO DE OPORTUNIDADES – PRODUTORES DA AGRICULTURA FAMILIAR

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

Figura 2 - Divisão de Oportunidades Produtores



Fonte: IABS, 2017.

- **Ordem alfabética;**
- **Produtor que resida na cidade de entrega:** será dada preferência 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.

O que aconteceu durante a operacionalização da central, na prática:

A divisão de oportunidade praticamente não ocorreu devido ao número restrito de produtores que ofereciam o mesmo produto. Sendo assim, nos raros casos em que foi necessário estabelecer a divisão de oportunidades os critérios foram utilizados. É interessante concluir que na central os produtores oferecem diferentes produtos. Neste caso, houve uma ampliação dos produtos oferecidos por diferentes produtores.

Outro ponto que funcionou bem foi a avaliação. Os empresários turísticos estão sempre muito atentos à qualidade do produto entregue. Quando houveram reclamações específicas dos produtos, foi realizado um rodízio de produtores até que se encontrasse um produto de qualidade. Lembrando que não houve apoio direto da EMATER para assistência técnica dos produtores quando problemas de qualidade foram levantados.

Recomenda-se, no entanto, maior atuação da assistência técnica para melhoria da qualidade dos produtos. O fato de realizar rodízio entre os produtores tem sustentabilidade a longo prazo.

3.2 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.

A central começou a funcionar na prática no mês de março. Entre os meses de março e previsto até setembro de 2018, o projeto financiou a remuneração da agricultura responsável pela central no valor de R\$ 500,00 e uma ajuda de custo no valor de R\$ 150,00. Esse apoio foi fundamental para iniciar o processo de comercialização.

Tabela 1 - Prática da Central de Comercialização

Estabelecido antes do início do funcionamento da Central de Comercialização da Agricultura Familiar		O que ocorreu na prática
	Entregas nas Quintas-feiras	Entregas nas Quintas-feiras
	Espaço público estabelecido em uma das cidades para a entrega	Não funcionou. Muitas vezes não valia a pena para o produtor entregar o pedido pela quantidade, assim como para os restaurantes. A solução encontrada foi realizar a logística completa do produto (do produtor ao empreendimento turístico)
	Funcionário dedicado à central de comercialização	Uma produtora conforme previsto.
	O preço dos produtos será determinado semanalmente conforme média dos preços praticados no SEASA e na feira de domingo em Passa e Fica	Foi utilizado o critério. Observou-se no entanto que a variação de preços da maioria dos produtos não tem frequência semanal.

	20% do montante comercializado será direcionado a pagar as despesas da central	20% do montante comercializado será direcionado a pagar as despesas da central. Importante destacar empresa executora apoiou nos gastos de logística e remuneração da pessoa responsável pela central possibilitando estabelecer um caixa para o período posterior da central.
---	--	--

Fonte: IABS, 2018.

Com relação à logística, recomenda-se:

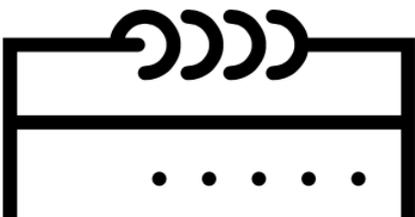
A logística atualmente está sendo realizada pela produtora responsável pela comercialização, em moto. A partir do momento que a quantidade de produtores for ampliada não será possível avançar com a ação. Neste sentido recomenda-se apoio das Secretarias de Agricultura e EMATER locais com a disponibilização de carro com motorista e gasolina no dia da entrega, toda quinta-feira pela manhã.

3.3 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.

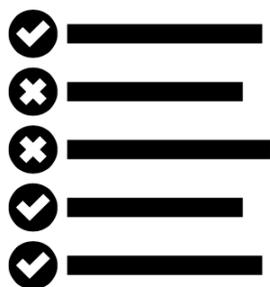
Tabela 2 - Prática do Funcionamento dos Pedidos

Estabelecido antes do início do funcionamento da Central de Comercialização da Agricultura Familiar	O que ocorreu na prática
	2ª Feira – Contato com os produtores – Verificar o que tem disponível na semana. Verificar preços SEASA
	A verificação de preços e montagem da lista de produtos ocorreu de maneira mais dinâmica e fluída.

	<p>e feira e estabelecer o valor dos produtos. Comunicar os valores aos produtores e receber o de acordo deles.</p>	<p>Desta maneira, foi possível disponibilizar a lista para os empreendimentos turísticos na 2ª Feira.</p>
	<p>3ª Feira – Envio de tabelas de produtos disponíveis e preços para os empreendimentos turísticos. Início dos pedidos</p>	<p>Visita aos empreendimentos turísticos. Ao longo do período de comercialização percebemos que o fato de enviar a lista por mensagem não estava sendo tão efetivo quanto as visitas presenciais.</p>
	<p>4ª Feira a tarde – Solicitação de produtos aos produtores, segundo critérios já estabelecidos</p>	<p>Se manteve igual</p>
	<p>5ª Feira de manhã – Recebimento dos Produtos e entrega aos estabelecimentos</p>	<p>Logística completa dos produtos.</p>

Fonte: IABS, 2018.

3.4 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.

A Rastreabilidade:

O processo de rastreabilidade permite entender qual produtor disponibilizou o produto entregue ao empreendimento turístico e assim monitorar sua qualidade e dar feedback ao produtor. Recomenda-se fortemente que a rastreabilidade seja continuada quando a central não tiver apoio direto do projeto.

3.5 SELO DE INSERÇÃO PRODUTIVA

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

A ideia foi transmitir ao turista o comportamento do destino em relação a inserção de produtos locais.

Figura 3 - Selo de Inserção Produtiva

Selo de Inserção Produtiva



O selo de inserção produtiva foi inspirado na marca do destino. Transmite a mensagem se é da terra, tem valor, valorizando a agricultura local. Após cinco meses de comercialização, foram premiados os 06 empreendimentos turísticos mais engajados com a central de comercialização da agricultura familiar. Cada um deles recebeu um acrílico para fixar o selo no empreendimento e assim, dar conhecimento ao turista da qualidade dos insumos inseridos no cardápio.

Fonte: IABS, 2018.

3.6 RECONHECIMENTOS

Na última etapa do trabalho de acompanhamento da central, durante o mês de agosto, algumas medidas de reconhecimento para aqueles que mais apoiaram a iniciativa foram tomadas.

Figura 4 - Aula Show

Aula show – valorização dos produtos locais



Foi realizada uma aula show com o Chef Timóteo Domingos para apresentação dos produtos da central de maneira diferenciada.

Pratos sofisticados que tiveram como base a batata doce, macaxeira, galinha caipira, feijão verde, maracujá, entre outros. O intuito foi mostrar que os produtos da terra tem muito valor.

O Chef falou também da importância do agricultor familiar e seu papel na nossa sociedade.

Fonte: IABS, 2018.

Figura 5 - Premiação Agricultores

Premiação Agricultores



Os oito agricultores que mais venderam para a central foram premiados com um artesanato de cerâmica que representa a sua atividade.

A caixa do artesanato também era artesanal feita de bagaço de cana.

Os agricultores premiados foram: Panificadora Paris, Santo, Binho e Neildo de Passa e Fica, Bela, Choca de Serra de São Bento, Alemão e Bastinho de Monte das Gameleiras.

Fonte: IABS, 2018.

Figura 6 - Premiação empreendedores

Premiação Empreendedores



Os seis empreendedores que mais compraram na central receberam uma placa com o selo de inserção produtiva e uma frase frisando que o empreendimento valoriza a cultura local.

Os empreendimentos premiados foram: Villas da Serra, Pousada Manaim, Paradise Camp, Lá na Roça, Panificadora Paris e Café Serrano.

Fonte: IABS, 2018.

4 – MODELO DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL ESTABELECIDO

Em outubro de 2017 foi realizado uma oficina entre os produtores identificados no diagnóstico e empresários de turismo. O objetivo era desenhar conjuntamente as estratégias de comercialização. Os principais pontos levantados foram a necessidade de:

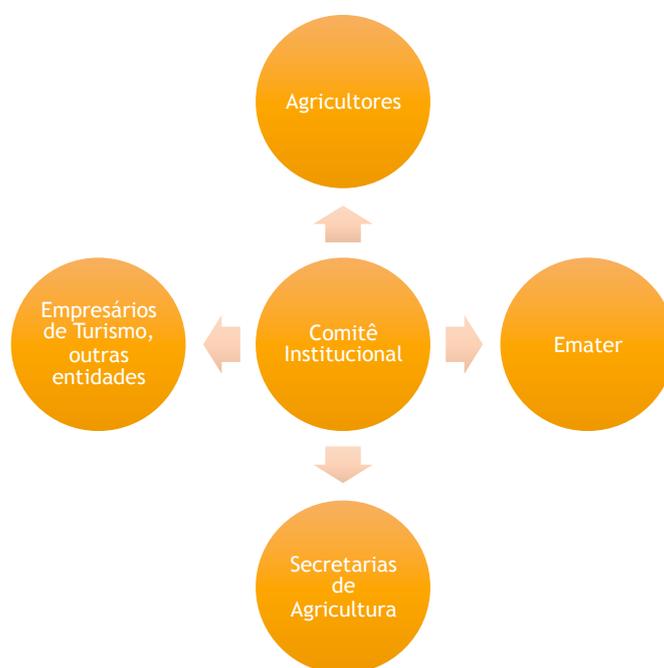
- ✓ criação de relação de confiança entre produtores e empresários;
- ✓ entendimento de que pratos podem ser elaborados com produtos levantados na pesquisa;
- ✓ padrões de qualidade necessários para os empreendimentos turísticos;
- ✓ entendimento das dificuldades de cultivo dos agricultores.

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 partir de então, iniciou-se o chamado “*Comitê Institucional da Agricultura Familiar das Serras do Agreste Potiguar*”, que se configurou em um espaço para discussão da comercialização da agricultura familiar para a cadeia do turismo.

Figura 7 - Comitê Institucional da Agricultura Familiar das Serras do Agreste Potiguar



Fonte: IABS, 2018.

O comitê realizou neste período 05 reuniões, sem contar com a primeira oficina de outubro. É possível notar que a mobilização dos atores foi maior no início, o que é considerado normal, uma vez que inicialmente os agricultores estão conhecendo a proposta e com andar do tempo percebem não ser vantajosa ou que seu produto não se encaixa no perfil dos estabelecimentos. A persistência e o profissionalismo demandado para este tipo de venda são fatores que podem explicar a desmobilização.

Importante ressaltar que a comercialização para estabelecimentos turísticos é uma alternativa muito concreta para os agricultores familiares. Constitui-se como uma estratégia para diversificar a comercialização. Para os empreendedores turísticos é uma forma de agregar valor ao seu cardápio e oferecer ao turista uma experiência única e singular.

Em abril e julho de 2018 foram realizadas reuniões em Natal, junto a equipe da Setur, Governo Cidadão e Emater para discutir os próximos passos, necessidade de aproximação e apoio da Emater à central.

Na primeira reunião em abril, alguns temas foram encaminhados como a logística e assistência técnica. No entanto, nenhuma medida efetiva foi tomada. Em julho, a equipe do projeto foi recebida pela Presidente da Emater, Sra Cátia Lopes, que explicou que o gerenciamento dos carros doados pela Emater corria por conta dos municípios e que os técnicos poderiam assistir aos produtores engajados na central.

Após essa etapa de apoio direto do projeto que finaliza em agosto de 2018, espera-se que o apoio da Emater e das Secretarias Municipais de Agricultura se amplie. Tal fato é vital para sustentabilidade e sobrevivência da central.

A seguir será detalhado um retrospecto das reuniões:

Tabela 3 - Resumo das Reuniões Comitê Institucional da Agricultura Familiar

Número da Reunião	Data	Número de Atores Presentes	Pauta	Encaminhamentos	Foto representativa da reunião
1ª Reunião	06/12/2017	17	Estruturação da Central de Comercialização, logística, assistência técnica e iniciar a conversa sobre preço de venda dos produtos.	Baseado nas ideias levantadas na reunião apresentar em uma próxima oportunidade um modelo de funcionamento da central de comercialização e discutir a tabela de preços.	
2ª Reunião	18/01/2018	31	Apresentação do modelo de funcionamento da central, apresentação da estimativa de compra por parte dos	Início da comercialização em fevereiro; Com o início da comercialização foi possível ter uma noção mais real da logística e dos custos da central;	

			empreendimentos turísticos e o estabelecimento de acordos acerca dos preços dos itens a serem comercializados	Foi sugerido apresentar produtos como maracujá, sequilhos e raiva para serem comercializados em empreendimentos turísticos.	
3ª Reunião	24/04/2018	13	Apresentar resultados do primeiro mês de comercialização e da avaliação dos consumidores	Ampliar envolvimento e acompanhamento da EMATER junto aos produtores; Envolver a Secretaria de Estado de Agricultura do Estado do Rio Grande do Norte à ação de inserção produtiva do Projeto de Dinamização; Izabela, responsável pela central, e produtores identificarem novos	

			<p>produtos para a comercialização;</p> <p>Linhas de crédito Sebrae - Galinha de Granja - se houver interesse dos produtores, criar um momento com o Sebrae para apresentação do programa;</p> <p>Possibilidade de participar do Festival da Cultura de Passa e Fica nos dias 11 e 12 de maio;</p> <p>Será realizado um FAMTOUR com operadores regionais e na oportunidade uma aula show com chefe de cozinha, incluindo os produtos locais;</p> <p>Possibilidade de</p>	
--	--	--	--	--

				participação da central no festival de inverno.	
4ª Reunião	07/06/2018	09	<p>Mostrar resultados da comercialização referente aos meses de março, abril e maio, assim como apresentar a avaliação dos consumidores sobre os produtos da central e discutir as necessidades de aprimoramento do processo a partir da opinião dos consumidores.</p>	<p>Ampliar envolvimento e acompanhamento da EMATER junto aos produtores;</p> <p>Envolver a Secretaria de Estado de Agricultura do Estado do Rio Grande do Norte à ação de inserção produtiva do Projeto de Dinamização;</p> <p>Izabela e produtores identificarem novos produtos para a comercialização;</p> <p>Organizar com a EMATER a logística dos produtos – carro para apoiar a logística.</p>	

5ª Reunião

25 e 25
26/07/2018

Mostrar resultados da comercialização referente aos meses de março, abril, maio e junho, assim como encaminhar os próximos passos da central, tendo em vista os desafios enfrentados atualmente, necessidade de maior mobilização dos agricultores e que o IABS deixará de acompanhar o dia a dia da central em agosto.

Fazer uma reunião em agosto para encaminhar entre todos os temas discutidos nesta reunião como logística e continuidade do comitê institucional.

Izabela ficará responsável por convocar os atores e organizar a reunião juntamente com os Secretários Municipais e técnicos da Emater.



5 – RESULTADOS DA COMERCIALIZAÇÃO

O valor total de comercialização da central nos meses de março, abril, maio, junho, julho e agosto (até 21) foi de R\$ 6.891,60, sendo que 20% deste valor foi reservado ao fundo da central de comercialização: R\$ 1.378,32. O valor necessário para ter o ponto de equilíbrio mínimo para a central por mês é de R\$ 4.000,00 em comercialização por mês, o que significa que a central conseguiu atingir nos primeiros cinco meses e meio de comercialização 31% do total necessário para sua sustentabilidade.

Gráfico 1 - Vendas por mês

Vendas Totais - Mar – Ago (dia 21) 2018

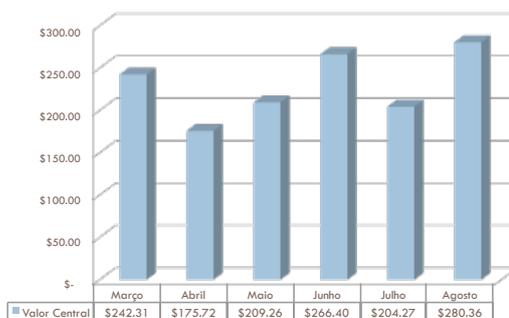


Valor Total: **R\$ 6.891,60**

Fonte: IABS, 2018.

Gráfico 2 - Valor Acumulado Central

Valor acumulado pela Central Mar – Ago (dia 21) 2018



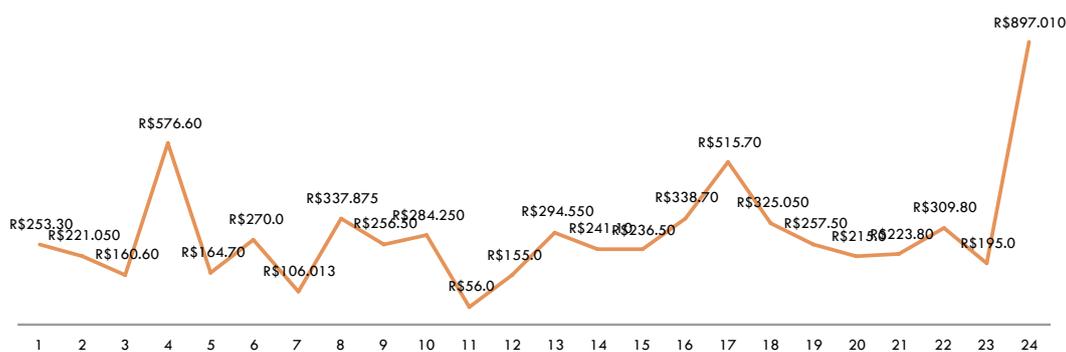
Valor total: **R\$ 1.378,32**

Fonte: IABS, 2018.

O resultado da comercialização por semana, considerando 24 semanas de comercialização foi:

Gráfico 3 - Média de vendas por semana

Resultados 24 semanas de Comercialização

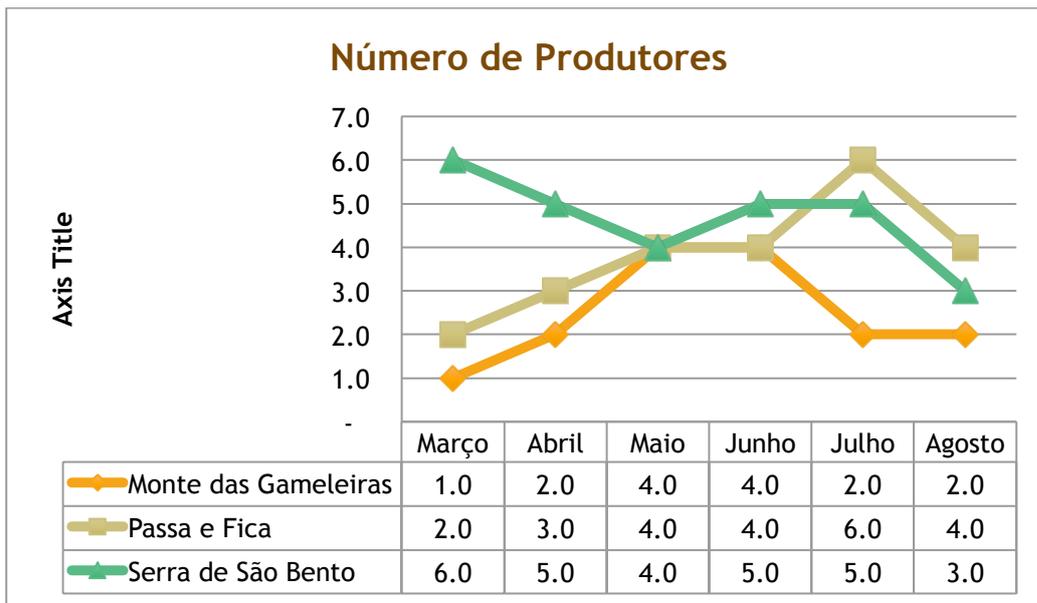


Média de venda por semana: **R\$ 287,75**

Fonte: IABS, 2018.

A média de vendas por semana foi de R\$287,75 e devem chegar a R\$ 1.000,00 para ter sustentabilidade. O número de produtores que efetivamente comercializaram algum produto se ampliou durante os meses de operação da central, estagnando em julho e diminuindo em agosto.

Gráfico 4 - Número de Produtores Participantes

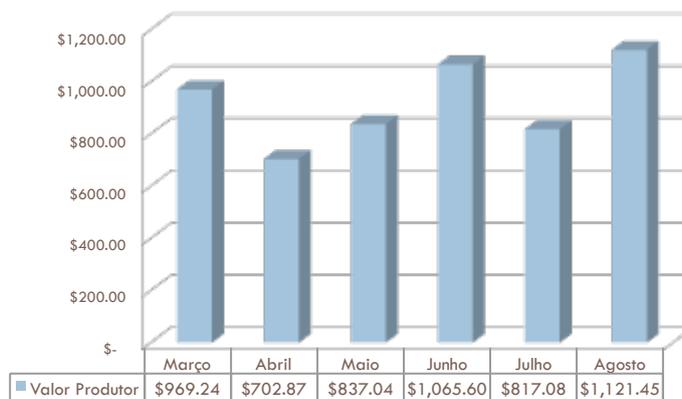


Fonte: IABS, 2018.

A comercialização acumulada nos cinco meses e meio gerou R\$ 5.513,28 aos produtores, distribuídos por mês conforme o gráfico a seguir.

Gráfico 5 - Valor Produtores

Valor acumulado pelos Produtores – Mar – Ago (dia 21) 2018



Valor total: **R\$ 5.513,28**

Fonte: IABS, 2018.

Oito produtores se destacaram pelas vendas e estão marcados na tabela a seguir em cor laranja.

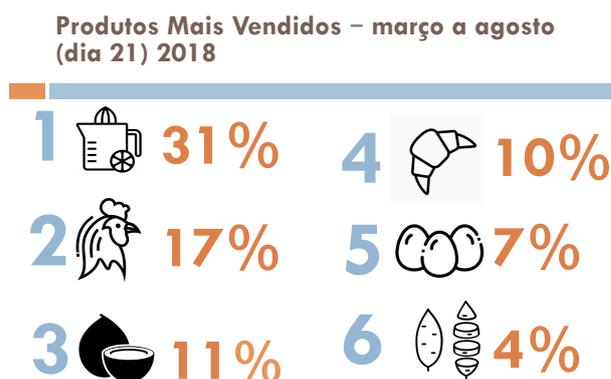
Tabela 4 - Vendas por Produtor

Nome do Produtor	março	abril	maio	junho	Julho	Agosto	Total
Alemão	R\$193,60	R\$21,20	R\$14,00	R\$26,00	R\$5,80	R\$79,80	R\$340,40
Bastinho			R\$243,80	R\$18,00			R\$261,80
Bela	R\$176,00	R\$178,40	R\$272,00	R\$324,00	R\$460,00	R\$380,80	R\$1.791,20
Bento	R\$45,24	R\$6,96					R\$52,20
Binho	R\$226,40	R\$244,63	R\$23,60	R\$154,96	R\$80,64		R\$730,23
Café Serrano				R\$7,20			R\$7,20
Choca	R\$24,00	R\$90,00	R\$48,00	R\$192,00	R\$32,00	R\$56,00	R\$442,00
Cícero			R\$83,20				R\$83,20
Doce Café		R\$28,00	R\$36,00	R\$20,00		R\$44,00	R\$128,00
Francisco de Assis	R\$14,40						R\$14,40
Geraldo	R\$12,00						R\$12,00
João		R\$7,68	R\$7,68	R\$24,80	R\$12,00		R\$52,16
Lorival			R\$6,96	R\$35,48			R\$42,44
Lula				R\$5,92	R\$14,80		R\$20,72
Neildo			R\$2,40	R\$89,00	R\$98,40	R\$292,21	R\$482,01
Nildo					R\$40,00	R\$61,60	R\$101,60
Nina		R\$6,40					R\$6,40
Nozinha	R\$48,00	R\$16,00					R\$64,00
Paris	R\$92,00	R\$32,00	R\$30,00	R\$122,00	R\$62,00	R\$198,00	R\$536,00
Salu			R\$11,80	R\$4,80	R\$0,80		R\$17,40
Santo	R\$137,60	R\$71,60	R\$57,60	R\$35,20	R\$9,60	R\$8,00	R\$319,60
Tião				R\$6,24		R\$1,04	R\$7,28

Fonte: IABS, 2018.

Os produtos mais vendidos neste período foram:

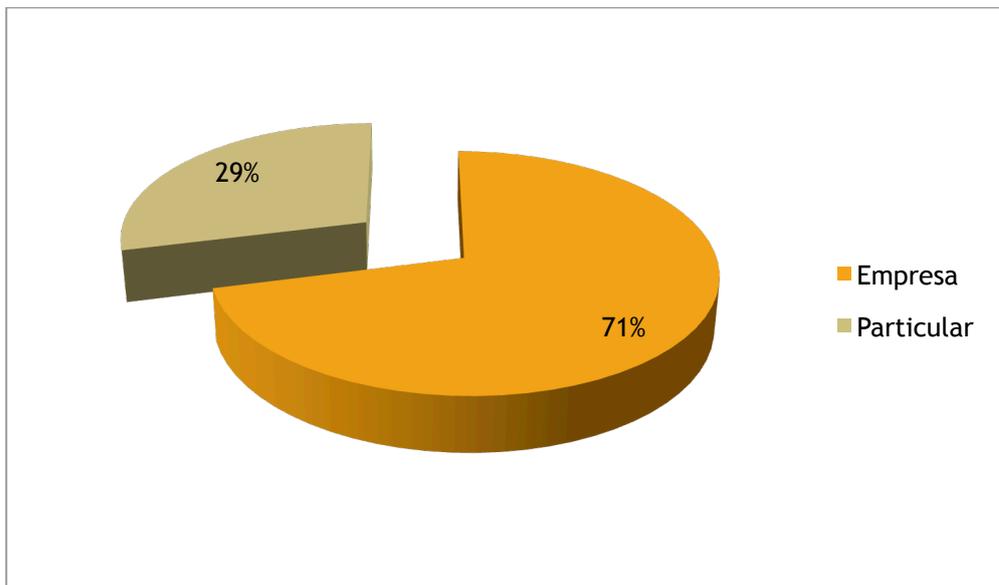
Figura 8 - Produtos mais Vendidos



Fonte: IABS, 2018.

A venda foi realizada majoritariamente para empresas, sendo 71% dos produtos comercializado para este perfil de cliente.

Gráfico 6 - Empresas X Particulares



Fonte: IABS, 2018.

Os cinco maiores compradores considerando valor total em compras nos cinco meses e meio de comercialização foram:

Figura 9 - Compradores Estrela



Fonte: IABS, 2018.

O café Serrano não aparece entre os 06 estabelecimentos que mais compram, no entanto foi contemplado com o selo por ser comprador com certo volume de um dos produtores antes da composição da central. O acordo estabelecido com os produtores é que não se contabilizaria para central e muito menos descontaria-se os 20% do valor do produto.

A evolução de compras dos estabelecimentos foi monitorada mês a mês:

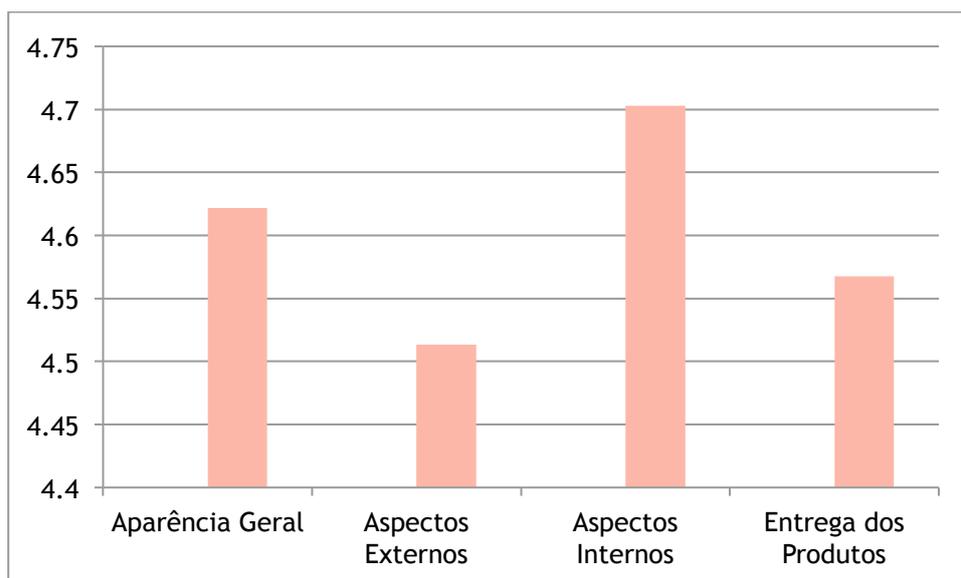
Tabela 5 - Total de Compras por Estabelecimento

Empreendimentos	março	abril	maio	junho	Julho	Agosto	Total
Paradise Camp			R\$84,10	R\$199,15	R\$135,75	R\$166,30	R\$585,30
Villas da Serra	R\$40,00	R\$247,51	R\$93,00	R\$190,00	R\$100,00		R\$670,51
Panificadora Paris	R\$40,50	R\$145,00	R\$23,00	R\$180,00		R\$185,00	R\$573,50
Pousada Manaim	R\$161,60	R\$82,00	R\$136,95	R\$124,70		R\$21,00	R\$526,25
Lá na Roça	R\$51,80		R\$230,00	R\$109,80	R\$100,80		R\$492,40
Princesa do Agreste			R\$70,00	R\$42,50	R\$20,00		R\$132,50
Café Bistrô				R\$40,00			R\$40,00
Por do Sol	R\$70,00	R\$20,00		R\$30,00	R\$45,00		R\$165,00
Recanto do Nordeste			R\$40,00	R\$21,00	R\$29,50		R\$90,50
Galinha da Serra	R\$30,00		R\$118,20	R\$20,00	R\$40,00		R\$208,20
Café Serrano	R\$16,00	R\$24,50		R\$6,00			R\$46,50
Quiosque Passa e Fica			R\$30,00		R\$60,00	R\$70,00	R\$160,00
Doce Bistrô			R\$64,00				R\$64,00
Sacolão Passa e Fica					R\$82,50		R\$82,50
Pousada Princesa do Agreste	R\$42,50	R\$42,50					R\$85,00
Mato Grosso	R\$11,00	R\$13,00	R\$12,00				R\$36,00
Bela Vista					R\$200,00		R\$200,00
Pedra Grande	R\$126,50						R\$126,50

Fonte: IABS, 2018

As avaliações dos consumidores foram satisfatórias, porém foram pontuadas diversas sugestões de melhoria como: armazenamento, apresentação dos produtos (embalagem), assistência técnica, pontualidade e entrega dos produtos, mais variedade e aumentar o volume dos produtos.

Gráfico 7 – Média das Avaliações



Fonte: IABS, 2018

TODOS os entrevistados acreditam que a central deve continuar.

Algumas sugestões de melhoria foram colocadas:

“Padronização dos maços e tamanhos dos produtos. Ex: Maço do coentro com o mesmo diâmetro e altura.; ovos com tamanho uniforme na caixa”

“Poupa de fruta – falta de rótulo, plástico é fino, de maracujá vir sem semente”

“Embalagem não adequada para a poupa de fruta”

“Ovo sujo”

“Embalagem do feijão verde não adequada”

“Embalagem do biscoito de nata não adequada para viagem”

5 – SUSTENTABILIDADE DA CENTRAL

Na fase de diagnóstico do projeto foi realizado um levantamento de estimativa de compra por semana com os estabelecimentos turísticos. Nesta caso considerou-se alguns itens produzidos pela agricultura familiar.

Tabela 6 - Produtos Comprados pelos Empreendimentos

Nome do Produto	Unidade	Número total de Compras por semana
Alface	unidade	69
Batata Doce	Kg	88
Beterraba	Kg	28
Cebolinha	Molhos	24
Cenoura	Kg	34,5
Coco	Unidades	45
Coentro	molhos	54
Couve	molho	5
Fava	Kg	7
Feijão Verde	Kg	30
Galinha Caipira	Unidades	37
Jerimum	Unidade	13,5
Leite	litros	155
Limão	Kg	17,2
Macaxeira	Kg	75
Mamão	Unidades	61
Maracujá	Kg	14
Mel	Litros	0,2
Ovo	Unidades	1201
Pimentão	Unidades	73
Pinha	0	0
Polpa de Fruta	Kg	32,1
Queijo	Kg	23,8
Quiabo	Kg	5
Rúcula	Molho	2
Tapioca	Kg	38,5
Repolho	Unidades	14
Salsinha	Molhos	2
Sequillo	Unidades	4
Tomate	Kg	111
Tomate Cereja	Kg	5

Fonte: IABS, 2018

Em paralelo, foi estimado o custo mínimo da central de comercialização, considerando uma estrutura fixa de distribuição, que durante a operacionalização da central não funcionou. O custo estimado levou em consideração uma remuneração de R\$ 500,00 para a produtora responsável e R\$ 150,00 de ajuda de custo.

Neste cenário, o ponto de equilíbrio da central, considerando que 20% do total da comercialização seria destinado a um fundo da central, foi definido em R\$ 4.000,00 por mês, média de R\$ 1.000,00 em vendas por semana. Com isso, seria possível apurar R\$ 800,00 por mês para a central, o que cobriria os custos mínimos da central.

Após cinco meses e meio de comercialização é possível entender mais claramente o cenário e as estimativas, tendo em conta o que realmente os produtores tem capacidade de entregar e o que os restaurantes poderiam comprar.

Tabela 7 - Produto x Disponibilidade do Produtor

Nome do Produto	Unidade	Número total de Compras por semana	Observações sobre os itens. Média de vendas em 05 meses
Alface	unidade	69	Somente nos últimos 02 meses os produtores tiveram alface disponível para comercialização
Batata Doce	Kg	88	Média de venda de 2 kg por semana. Potencial de crescimento
Beterraba	Kg	28	Não houve disponibilidade do produto
Cebolinha	Molhos	24	Média de venda 1 molho por semana. Potencial de crescimento
Cenoura	Kg	34,5	Não houve disponibilidade do produto
Coco	Unidades	45	Média de venda de 16 unidades por semana. Potencial de Crescimento
Coentro	molhos	54	Média de venda de 03 molhos por semana. Potencial de Crescimento
Couve	molho	5	Não houve disponibilidade do produto

Fava	Kg	7	Média de venda 0,1 kg por semana. Potencial de crescimento
Feijão Verde	Kg	30	Média de venda 1 kg por semana. Potencial de crescimento
Galinha Caipira	Unidades	37	A venda da galinha foi realizada em Kg. Foram vendidos a média de 1,3 Kg por semana. Potencial de crescimento
Jerimum	Unidade	13,5	Não houve disponibilidade do produto
Leite	litros	155	Não houve disponibilidade do produto
Limão	Kg	17,2	O limão foi vendido em pacotes de 10 unidades. Foram vendidos a média de 1 pacote com 10 limões por semana. Potencial de crescimento.
Macaxeira	Kg	75	Média de venda de 7 Kg por semana. Potencial de crescimento.
Mamão	Unidades	61	Não houve disponibilidade do produto
Maracujá	Kg	14	Média de venda de 1,25 Kg por semana. Potencial de Crescimento.
Mel	Litros	0,2	Média de venda de 0,1 litros por semana. Leve potencial de crescimento.
Ovo	Unidades	1201	Média de venda de 29 unidades por

			semana. É um ovo caipira, de maior valor agregado. Há potencial de crescimento, mas não é possível ter como base a estimativa, uma vez que a qualidade do produto é superior.
Pimentão	Unidades	73	Não houve disponibilidade do produto
Pinha	Kg	0	Durante 02 semanas houve comercialização do produto, porém sem demanda.
Polpa de Fruta	Kg	32,1	Média de venda de 9,61 Kg por semana. Potencial de crescimento.
Queijo	Kg	23,8	Não houve disponibilidade do produto
Quiabo	Kg	5	Não houve disponibilidade do produto
Rúcula	Molho	2	Média de venda de 1,05 molhos por semana. Potencial de crescimento.
Tapioca	Kg	38,5	Não houve disponibilidade do produto
Repolho	Unidades	14	Não houve disponibilidade do produto
Salsinha	Molhos	2	Média de venda de 0,55 molhos por semana. Potencial de crescimento.
Sequillo	Unidades	4	Média de venda de 0,90 unidades por semana. Potencial de crescimento.

Tomate	Kg	111	Não houve disponibilidade do produto
Tomate Cereja	Kg	5	Média de venda de 0,15 Kg por semana. Potencial de crescimento.

Fonte: IABS, 2018

Vale destacar ainda alguns produtos inicialmente não levantados e posteriormente comercializados.

Tabela 8 - Produtos Comercializados

Nome do Produto	Unidade	Número total Estimado de Compras por semana	Média de vendas em 05 meses
Alho Poró	Unidade	Não houve estimativa	Venda média de 2,35 unidades por semana.
Cocada mista e de leite condensado	Unidade	Não houve estimativa	Venda média de 1 unidade por semana.
Couve flor	Unidade	Não houve estimativa	Venda média de 0,90 unidades por semana.
Croissant tradicional e recheado	30 unidades	Não houve estimativa	Venda média de 1,25 pacotes com 30 unidades por semana.

Fonte: IABS, 2018

Considerando apenas os produtos comercializados efetivamente, a estimativa inicial de compras pelos estabelecimentos, é possível traçar alguns cenários de potencial de comercialização. Além dos produtos não comercializados foi retirado também o ovo, uma vez que o produto entregue pelos produtores é de qualidade superior, não equivalendo ao produto comprado pelos estabelecimentos.

O cenário 1 considerou que os empresários comprassem 10% do consumo estimado inicialmente da central de comercialização. Neste caso, o valor total estimado de comercialização seria R\$ 1.456,61 dos quais R\$ 291,32 ficariam para o fundo da central de comercialização.

O cenário 2 considerou que os empresários comprassem 20% do consumo estimado inicialmente da central de comercialização. Sendo assim, o valor total estimado de comercialização seria R\$ 2.913,22 dos quais R\$ 582,64 ficariam para o fundo da central de comercialização.

O cenário 3 considerou que os empresários comprassem 30% do consumo estimado inicialmente da central de comercialização. Atingindo os 30%, o valor total estimado de comercialização seria R\$ 4.369,82 dos quais R\$ 873,96 ficariam para o fundo da central de comercialização.

O cenário 4 considerou que os empresários comprassem 40% do consumo estimado inicialmente da central de comercialização. Neste caso, o valor total estimado de comercialização seria R\$ 5.826,43 dos quais R\$ 1.165,29 ficariam para o fundo da central de comercialização.

O cenário 5 considerou que os empresários comprassem 50% do consumo estimado inicialmente da central de comercialização. Sendo assim, o valor total estimado de comercialização seria R\$ 7.283,04 dos quais R\$ 1.456,61 ficariam para o fundo da central de comercialização.

O cenário 6 considerou que os empresários comprassem 70% do consumo estimado inicialmente da central de comercialização. Neste ótimo cenário, o valor total estimado de comercialização seria R\$ 10.196,26 dos quais R\$ 2.039,25 ficariam para o fundo da central de comercialização.

O detalhamento dos números será apresentado nas tabelas a seguir:

Tabela 9 - Sustentabilidade Central - diversos cenários

Considerando Comercialização de 10% do universo de compras por semana									
Nome do Produto	Unidade	Número total de Compras por semana	10% do universo total	Número total de Produtos Comercializados por semana	Preço de Venda	Total de Comercialização por semana	% Central de Comercialização	Valor Central de Comercialização por semana	Valor Repassado ao Produtor pela unidade do produto
Alface	unidade	81	10%	8,1	R\$2,00	R\$16,20	20%	R\$3,24	R\$1,80
Batata Doce	Kg	98	10%	9,8	R\$2,00	R\$19,60	20%	R\$3,92	R\$1,80
Cebolinha	Molhos	27	10%	2,7	R\$1,00	R\$2,70	20%	R\$0,54	R\$0,80
Coco	Unidades	59	10%	5,9	R\$2,50	R\$14,75	20%	R\$2,95	R\$2,30
Coentro	molhos	60	10%	6	R\$1,50	R\$9,00	20%	R\$1,80	R\$1,30
Fava	Kg	7,3	10%	0,73	R\$10,00	R\$7,30	20%	R\$1,46	R\$9,80
Feijão Verde	Kg	32	10%	3,2	R\$10,00	R\$32,00	20%	R\$6,40	R\$9,80
Galinha Caipira	Unidades	48	10%	4,8	R\$40,00	R\$192,00	20%	R\$38,40	R\$39,80
Limão	Kg	84,2	10%	8,42	R\$1,30	R\$10,95	20%	R\$2,19	R\$1,10
Macaxeira	Kg	83	10%	8,3	R\$2,00	R\$16,60	20%	R\$3,32	R\$1,80
Maracujá	Kg	14,3	10%	1,43	R\$3,80	R\$5,43	20%	R\$1,09	R\$3,60
Mel	Litros	0,2	10%	0,02	R\$25,00	R\$0,50	20%	R\$0,10	R\$24,80
Poupa de Fruta	Kg	33,1	10%	3,31	R\$10,00	R\$33,10	20%	R\$6,62	R\$9,80
Rúcula	Molho	2	10%	0,2	R\$1,00	R\$0,20	20%	R\$0,04	R\$0,80
Salsinha	Molhos	2	10%	0,2	R\$1,25	R\$0,25	20%	R\$0,05	R\$1,05
Sequillo	Unidades	4,2	10%	0,42	R\$1,60	R\$0,67	20%	R\$0,13	R\$1,40
Tomate Cereja	Kg	5,8	10%	0,58	R\$5,00	R\$2,90	20%	R\$0,58	R\$4,80
Totais						R\$364,15		R\$72,83	
Por mês	Total Comercialização	Total Central							
	R\$1.456,61	R\$291,32							

Considerando Comercialização de 20% do universo de compras por semana									
Nome do Produto	Unidade	Número total de Compras por semana	20% do universo total	Número total de Produtos Comercializados por semana	Preço de Venda	Total de Comercialização por semana	% Central de Comercialização	Valor Central de Comercialização por semana	Valor Repassado ao Produtor pela unidade do produto
Alface	unidade	81	20%	16,2	R\$2,00	R\$32,40	20%	R\$6,48	R\$1,80
Batata Doce	Kg	98	20%	19,6	R\$2,00	R\$39,20	20%	R\$7,84	R\$1,80
Cebolinha	Molhos	27	20%	5,4	R\$1,00	R\$5,40	20%	R\$1,08	R\$0,80
Coco	Unidades	59	20%	11,8	R\$2,50	R\$29,50	20%	R\$5,90	R\$2,30
Coentro	molhos	60	20%	12	R\$1,50	R\$18,00	20%	R\$3,60	R\$1,30
Fava	Kg	7,3	20%	1,46	R\$10,00	R\$14,60	20%	R\$2,92	R\$9,80
Feijão Verde	Kg	32	20%	6,4	R\$10,00	R\$64,00	20%	R\$12,80	R\$9,80
Galinha Caipira	Unidades	48	20%	9,6	R\$40,00	R\$384,00	20%	R\$76,80	R\$39,80
Limão	Kg	84,2	20%	16,84	R\$1,30	R\$21,89	20%	R\$4,38	R\$1,10
Macaxeira	Kg	83	20%	16,6	R\$2,00	R\$33,20	20%	R\$6,64	R\$1,80
Maracujá	Kg	14,3	20%	2,86	R\$3,80	R\$10,87	20%	R\$2,17	R\$3,60
Mel	Litros	0,2	20%	0,04	R\$25,00	R\$1,00	20%	R\$0,20	R\$24,80
Poupa de Fruta	Kg	33,1	20%	6,62	R\$10,00	R\$66,20	20%	R\$13,24	R\$9,80
Rúcula	Molho	2	20%	0,4	R\$1,00	R\$0,40	20%	R\$0,08	R\$0,80
Salsinha	Molhos	2	20%	0,4	R\$1,25	R\$0,50	20%	R\$0,10	R\$1,05
Sequillo	Unidades	4,2	20%	0,84	R\$1,60	R\$1,34	20%	R\$0,27	R\$1,40
Tomate Cereja	Kg	5,8	20%	1,16	R\$5,00	R\$5,80	20%	R\$1,16	R\$4,80
Totais						R\$728,30		R\$145,66	
Por mês	Total de Comercialização	Central de Comercialização							
	R\$2.913,22	R\$582,64							

Considerando Comercialização de 30% do universo de compras por semana									
Nome do Produto	Unidade	Número total de Compras por semana	30% do universo total	Número total de Produtos Comercializados por semana	Preço de Venda	Total de Comercializações por semana	% Central de Comercialização	Valor Central de Comercialização por semana	Valor Repassado ao Produtor pela unidade do produto
Alface	unidade	81	30%	24,3	R\$2,00	R\$48,60	20%	R\$9,72	R\$1,80
Batata Doce	Kg	98	30%	29,4	R\$2,00	R\$58,80	20%	R\$11,76	R\$1,80
Cebolinha	Molhos	27	30%	8,1	R\$1,00	R\$8,10	20%	R\$1,62	R\$0,80
Coco	Unidades	59	30%	17,7	R\$2,50	R\$44,25	20%	R\$8,85	R\$2,30
Coentro	molhos	60	30%	18	R\$1,50	R\$27,00	20%	R\$5,40	R\$1,30
Fava	Kg	7,3	30%	2,19	R\$10,00	R\$21,90	20%	R\$4,38	R\$9,80
Feijão Verde	Kg	32	30%	9,6	R\$10,00	R\$96,00	20%	R\$19,20	R\$9,80
Galinha Caipira	Unidades	48	30%	14,4	R\$40,00	R\$576,00	20%	R\$115,20	R\$39,80
Limão	Kg	84,2	30%	25,26	R\$1,30	R\$32,84	20%	R\$6,57	R\$1,10
Macaxeira	Kg	83	30%	24,9	R\$2,00	R\$49,80	20%	R\$9,96	R\$1,80
Maracujá	Kg	14,3	30%	4,29	R\$3,80	R\$16,30	20%	R\$3,26	R\$3,60
Mel	Litros	0,2	30%	0,06	R\$25,00	R\$1,50	20%	R\$0,30	R\$24,80
Poupa de Fruta	Kg	33,1	30%	9,93	R\$10,00	R\$99,30	20%	R\$19,86	R\$9,80
Rúcula	Molho	2	30%	0,6	R\$1,00	R\$0,60	20%	R\$0,12	R\$0,80
Salsinha	Molhos	2	30%	0,6	R\$1,25	R\$0,75	20%	R\$0,15	R\$1,05
Sequillo	Unidades	4,2	30%	1,26	R\$1,60	R\$2,02	20%	R\$0,40	R\$1,40
Tomate Cereja	Kg	5,8	30%	1,74	R\$5,00	R\$8,70	20%	R\$1,74	R\$4,80
Totais						R\$1.092,46		R\$218,49	
Por mês	Total de Comercialização	Central de Comercialização							
	R\$4.369,82	R\$873,96							

Considerando Comercialização de 40% do universo de compras por semana									
Nome do Produto	Unidade	Número total de Compras por semana	40% do universo total	Número total de Produtos Comercializados por semana	Preço de Venda	Total de Comercialização por semana	% Central de Comercialização	Valor Central de Comercialização por semana	Valor Repassado ao Produtor pela unidade do produto
Alface	unidade	81	40%	32,4	R\$2,00	R\$64,80	20%	R\$12,96	R\$1,80
Batata Doce	Kg	98	40%	39,2	R\$2,00	R\$78,40	20%	R\$15,68	R\$1,80
Cebolinha	Molhos	27	40%	10,8	R\$1,00	R\$10,80	20%	R\$2,16	R\$0,80
Coco	Unidades	59	40%	23,6	R\$2,50	R\$59,00	20%	R\$11,80	R\$2,30
Coentro	molhos	60	40%	24	R\$1,50	R\$36,00	20%	R\$7,20	R\$1,30
Fava	Kg	7,3	40%	2,92	R\$10,00	R\$29,20	20%	R\$5,84	R\$9,80
Feijão Verde	Kg	32	40%	12,8	R\$10,00	R\$128,00	20%	R\$25,60	R\$9,80
Galinha Caipira	Unidades	48	40%	19,2	R\$40,00	R\$768,00	20%	R\$153,60	R\$39,80
Limão	Kg	84,2	40%	33,68	R\$1,30	R\$43,78	20%	R\$8,76	R\$1,10
Macaxeira	Kg	83	40%	33,2	R\$2,00	R\$66,40	20%	R\$13,28	R\$1,80
Maracujá	Kg	14,3	40%	5,72	R\$3,80	R\$21,74	20%	R\$4,35	R\$3,60
Mel	Litros	0,2	40%	0,08	R\$25,00	R\$2,00	20%	R\$0,40	R\$24,80
Poupa de Fruta	Kg	33,1	40%	13,24	R\$10,00	R\$132,40	20%	R\$26,48	R\$9,80
Rúcula	Molho	2	40%	0,8	R\$1,00	R\$0,80	20%	R\$0,16	R\$0,80
Salsinha	Molhos	2	40%	0,8	R\$1,25	R\$1,00	20%	R\$0,20	R\$1,05
Sequillo	Unidades	4,2	40%	1,68	R\$1,60	R\$2,69	20%	R\$0,54	R\$1,40
Tomate Cereja	Kg	5,8	40%	2,32	R\$5,00	R\$11,60	20%	R\$2,32	R\$4,80
Totais						R\$1.456,61		R\$291,32	
Por mês	Total de Comercialização	Central de Comercialização							
	R\$5.826,43	R\$1.165,29							

Considerando Comercialização de 50% do universo de compras por semana									
Nome do Produto	Unidade	Número total de Compras por semana	50% do universo total	Número total de Produtos Comercializados por semana	Preço de Venda	Total de Comercialização por semana	% Central de Comercialização	Valor Central de Comercialização por semana	Valor Repassado ao Produtor pela unidade do produto
Alface	unidade	81	50%	40,5	R\$2,00	R\$81,00	20%	R\$16,20	R\$1,80
Batata Doce	Kg	98	50%	49	R\$2,00	R\$98,00	20%	R\$19,60	R\$1,80
Cebolinha	Molhos	27	50%	13,5	R\$1,00	R\$13,50	20%	R\$2,70	R\$0,80
Coco	Unidades	59	50%	29,5	R\$2,50	R\$73,75	20%	R\$14,75	R\$2,30
Coentro	molhos	60	50%	30	R\$1,50	R\$45,00	20%	R\$9,00	R\$1,30
Fava	Kg	7,3	50%	3,65	R\$10,00	R\$36,50	20%	R\$7,30	R\$9,80
Feijão Verde	Kg	32	50%	16	R\$10,00	R\$160,00	20%	R\$32,00	R\$9,80
Galinha Caipira	Unidades	48	50%	24	R\$40,00	R\$960,00	20%	R\$192,00	R\$39,80
Limão	Kg	84,2	50%	42,1	R\$1,30	R\$54,73	20%	R\$10,95	R\$1,10
Macaxeira	Kg	83	50%	41,5	R\$2,00	R\$83,00	20%	R\$16,60	R\$1,80
Maracujá	Kg	14,3	50%	7,15	R\$3,80	R\$27,17	20%	R\$5,43	R\$3,60
Mel	Litros	0,2	50%	0,1	R\$25,00	R\$2,50	20%	R\$0,50	R\$24,80
Poupa de Fruta	Kg	33,1	50%	16,55	R\$10,00	R\$165,50	20%	R\$33,10	R\$9,80
Rúcula	Molho	2	50%	1	R\$1,00	R\$1,00	20%	R\$0,20	R\$0,80
Salsinha	Molhos	2	50%	1	R\$1,25	R\$1,25	20%	R\$0,25	R\$1,05
Sequillo	Unidades	4,2	50%	2,1	R\$1,60	R\$3,36	20%	R\$0,67	R\$1,40
Tomate Cereja	Kg	5,8	50%	2,9	R\$5,00	R\$14,50	20%	R\$2,90	R\$4,80
Totais						R\$1.820,76		R\$364,15	
Por mês	Total de Comercialização	Central de Comercialização							
	R\$7.283,04	R\$1.456,61							

Considerando Comercialização de 70% do universo de compras por semana									
Nome do Produto	Unidade	Número total de Compras por semana	70% do universo total	Número total de Produtos Comercializados por semana	Preço de Venda	Total de Comercializações por semana	% Central de Comercialização	Valor Central de Comercialização por semana	Valor Repassado ao Produtor pela unidade do produto
Alface	unidade	81	70%	56,7	R\$2,00	R\$113,40	20%	R\$22,68	R\$1,80
Batata Doce	Kg	98	70%	68,6	R\$2,00	R\$137,20	20%	R\$27,44	R\$1,80
Cebolinha	Molhos	27	70%	18,9	R\$1,00	R\$18,90	20%	R\$3,78	R\$0,80
Coco	Unidades	59	70%	41,3	R\$2,50	R\$103,25	20%	R\$20,65	R\$2,30
Coentro	molhos	60	70%	42	R\$1,50	R\$63,00	20%	R\$12,60	R\$1,30
Fava	Kg	7,3	70%	5,11	R\$10,00	R\$51,10	20%	R\$10,22	R\$9,80
Feijão Verde	Kg	32	70%	22,4	R\$10,00	R\$224,00	20%	R\$44,80	R\$9,80
Galinha Caipira	Unidades	48	70%	33,6	R\$40,00	R\$1.344,00	20%	R\$268,80	R\$39,80
Limão	Kg	84,2	70%	58,94	R\$1,30	R\$76,62	20%	R\$15,32	R\$1,10
Macaxeira	Kg	83	70%	58,1	R\$2,00	R\$116,20	20%	R\$23,24	R\$1,80
Maracujá	Kg	14,3	70%	10,01	R\$3,80	R\$38,04	20%	R\$7,61	R\$3,60
Mel	Litros	0,2	70%	0,14	R\$25,00	R\$3,50	20%	R\$0,70	R\$24,80
Poupa de Fruta	Kg	33,1	70%	23,17	R\$10,00	R\$231,70	20%	R\$46,34	R\$9,80
Rúcula	Molho	2	70%	1,4	R\$1,00	R\$1,40	20%	R\$0,28	R\$0,80
Salsinha	Molhos	2	70%	1,4	R\$1,25	R\$1,75	20%	R\$0,35	R\$1,05
Sequillo	Unidades	4,2	70%	2,94	R\$1,60	R\$4,70	20%	R\$0,94	R\$1,40
Tomate Cereja	Kg	5,8	70%	4,06	R\$5,00	R\$20,30	20%	R\$4,06	R\$4,80
Totais						R\$2.549,06		R\$509,81	
Por mês	Total de Comercialização	Central de Comercialização							
	R\$10.196,26	\$2.039,25							

Importante ressaltar que os cálculos acima apresentados são estimativas e dependem de uma série de fatores como por exemplo o engajamento dos empresários. Outro ponto é que alguns empreendimentos fecharam desde a época da pesquisa o que influencia no resultado da estimativa. Em contrapartida, outros empreendimentos abriram.

Diante do exposto e entendendo que alguns produtos não tem a regularidade, qualidade e profissionalismo para entrega. Sugere-se focar nos produtos mais aceitos pelos empreendedores e trabalhar para ampliar os números da comercialização.

O fato é que há muito para crescer. É preciso fortalecer a cultura de compra local nos empreendedores e seguir com o trabalho da central.

6 – PRINCIPAIS RECOMENDAÇÕES

Para sustentabilidade da central de comercialização da agricultura familiar recomenda-se que algumas medidas sejam continuadas:

Comitê Institucional da agricultura familiar – importante manter a discussão com os produtores sobre a qualidade dos produtos, resultados de vendas e alternativas para melhoria da central. Os produtores devem ser protagonistas deste processo e o comitê é uma ferramenta que articula e mobiliza os produtores. A participação de parceiros institucionais como Emater, Secretarias Municipais de Agricultura é imprescindível para fortalecer a central.

Logística – é necessário o apoio logístico para manutenção da qualidade dos produtos. O transporte deverá ser realizado em carro com o correto armazenamento. Articulações estão sendo feitas para que a central tenha o apoio das prefeituras no quesito logística. No futuro, pode-se pensar em valores mínimos de compra para entrega e taxa de entrega.

Qualificação dos agricultores – a assistência técnica aos agricultores é imprescindível nesta etapa da central. Através das avaliações com os empreendimentos está sendo possível mapear possíveis problemas relacionados à qualidade do produto. Esse constante feedback se retroalimentado se configuraria em uma melhoria dos produtos e profissionalização dos agricultores para trabalhar com este tipo de mercado.

Reconhecimento dos empresários – o empresário que valoriza a cultura local deve ser valorizado. Tal medida amplia a autoestima dos agricultores e fortalece a ideia de pertencimento de todos ao território. No âmbito do projeto foi elaborada uma sinalização de reconhecimento aos empresários mais ativos. Recomenda-se que esta medida seja continuada.

ANEXO I

Ajuda-memória das reuniões do Comitê Institucional da
Agricultura Familiar

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 rodizio entre os produtores que comercializam os itens que serão selecionados pelos empreendimentos turísticos. Este rodizio 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.

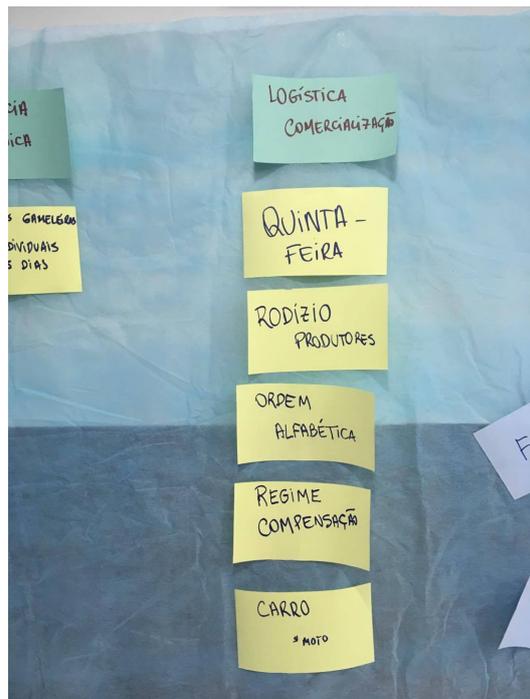
A central de comercialização necessita de alguns itens para seu funcionamento:

- 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

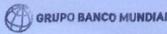






GOVERNO CIDADÃO
INSTITUCIONALISMO

Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos Municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras			
Local: <u>Reunião Agricultores</u>		Data: <u>06/12/2017</u>	
Lista de Presença			
NOME	EMPRESA/ÁREA DE ATUAÇÃO	TELEFONE	E-MAIL
<u>Graciela Marques Lima</u>	<u>AGRICULTOR</u>	<u>084 33292-1119</u>	
<u>ANA LUCIA LINS DE MORAIS MATEUS</u>	<u>PROFESSORA</u>	<u>084 98719-9071</u>	
<u>Christiane Soares Bandeira Gomes</u>	<u>Coordenadora</u>	<u>084-98850-7860</u>	<u>cusdg@tur@gmail.com</u>
<u>Genalberto Gonçalves Bezerra Neto</u>	<u>Empresário/sector</u>	<u>084-98837-7983</u>	<u>genalbertonet123@hotmail.com</u>
<u>Alfonso Luis Neto</u>	<u>Plenário municipal</u>	<u>084-9876105-41</u>	
<u>José Carlos Martins da Silva</u>	<u>Comuna municipal</u>	<u>084-98747-709</u>	
<u>JOSÉ ROSSINI</u>	<u>SECTOR</u>	<u>0853-9058</u>	
<u>Luís de Sousa Almeida</u>	<u>Agricultor</u>	<u>98749-8841</u>	
<u>Maria dos Anjos da Silva</u>	<u>Agricultora</u>		
<u>Dalila de Almeida</u>	<u>Agricultora</u>	<u>98744-2692</u>	
<u>Renato Antunes da Silva</u>	<u>Rec Emater</u>	<u>98876-6645</u>	<u>renato.spp@xanox.com.br</u>
<u>Luís José de Jesus</u>	<u>Agricultor</u>		
<u>Paulo Henrique Gomes</u>	<u>Agricultor</u>	<u>98705-7988</u>	
<u>Genalberto Gonçalves</u>	<u>sector Agricultura</u>	<u>98803-0475</u>	<u>edisonjane12345@gmail.com</u>
<u>José Dias</u>			
<u>Everson Pereira da Silva</u>	<u>Agricultora</u>	<u>9887806-30</u>	



GRUPO BANCO MUNDIAL



Empratec



Parceiro Executor: IABS

2ª Reunião de Comitê Institucional da Agricultura Familiar - Serras do Agreste Potiguar

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: 18 de janeiro de 2018

Local: Espaço Titanic - Serra de São Bento

Equipe SETUR RN: Cristiane Gomes

Equipe IABS: Marcela Pimenta e Roberta Rodrigues

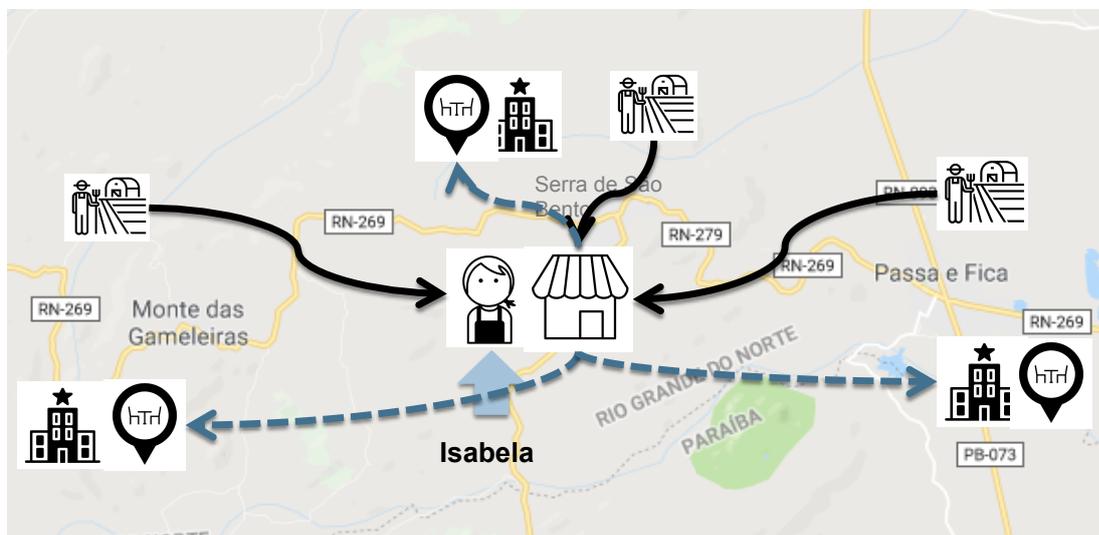
A reunião teve por objetivo dar continuidade ao processo de estruturação da central de comercialização da agricultura familiar. A pauta foi a apresentação do modelo de funcionamento da central de comercialização, apresentação da estimativa de compra por parte dos empreendimentos turísticos e o estabelecimento de acordos acerca do preço dos itens a serem comercializados.

Inicialmente os produtores se apresentaram. É importante ressaltar a presença de novos produtores na reunião. Depois foram repassados os pontos da reunião anterior, realizada em dezembro de 2017.

O primeiro ponto de pauta foi a apresentação do modelo de funcionamento da central de comercialização da agricultura familiar. De forma lúdica, foi apresentado o modelo logístico considerando a discussão da 1ª reunião do comitê institucional e a opinião dos empreendedores turísticos.

Na oportunidade, apresentou-se e validou-se o nome da agricultura que será responsável pelo dia a dia da central: Isabela.

Modelo de Funcionamento da Central



Neste momento, houve uma discussão acerca da facilidade logística de entrega na cidade do próprio produtor. Ou seja, se um produtor da cidade X for escalado para entregar naquela semana e o empreendimento onde se deverá entregar os produtos também fica na cidade X, será dada a oportunidade de que o próprio produtor possa entregar o produto. Caso isso aconteça, continuará sendo indispensável preencher a planilha de rastreabilidade e controle de qualidade.

Outro ponto discutido, foi a número de empreendimentos que estão localizados em Passa e Fica, a grande oferta de produtos que a cidade apresenta e a dificuldade colocada pelos empresários de buscar os alimentos em Serra de São Bento. Para amenizar a questão foi sugerido a entrega pelo próprio produtor de Passa e Fica, quando for o caso, e a possibilidade de entrega pela Isabela de moto, desde que haja um pagamento por Km rodado.

Foi sugerido que os produtores de cada município se organizem em grupo para levar os produtos até o local que será estabelecido pela central de comercialização em Serra de São Bento. Isso ficará a critério do grupo de produtores de cada município.

Considerando tais discussões a funcionamento da central ficou assim:

- A logística de comercialização será realizada um dia por semana - na quinta-feira;
- Haverá um rodizio entre os produtores que comercializam os itens que serão selecionados pelos empreendimentos turísticos. Este rodizio acontecerá de acordo com alguns critérios:
 - Ordem alfabética;
 - Preferência por produto que resida 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;

Sobre a tabela de preços:

- Foi definido que os preços serão determinados considerando um valor médio entre o preço mínimo a tabela do SEASA RN, disponível online, e o preço máximo feira de domingo em Passa e Fica;
- Importante ressaltar que alguns itens, dependendo da época do ano, sofrem alteração frequente de valores.

Funcionamento dos pedidos:

- 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

Despesas da Central de Comercialização:

- Remuneração de funcionário responsável;
- Telefone;
- Pagamento por Km rodado - Sugestão R\$ 0,50 por km rodado
- Apoio do Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo em Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras: R\$ 650,00 durante 6 meses - fevereiro a julho.

Rastreabilidade e controle de qualidade:

- Será implantado um sistema de rastreabilidade - será possível identificar o produto responsável pelo produto entregue em cada empreendimento;
- Fichas de avaliação serão aplicadas aos empreendimentos em média 2 vezes por mês. O feedback dos estabelecimentos alimentará a EMATER no processo de assistência técnica;

Selo de Inserção Produtiva:

- Será produzido um selo que transmitirá a ideia de produtos locais comunitários, agroecológicos e de qualidade e terá uma relação com a marca do destino Serras do Agreste Potiguar.

Estimativa de Compra

- Foi apresentada a estimativa de compra semanal dos empreendimentos turísticos em relação a uma lista de produtos. Não significa que os empreendimentos comprarão todos os produtos, mas dá um norte da quantidade total de produtos consumidos por semana.

Encaminhamentos:

- ✓ Início da comercialização em fevereiro;
- ✓ Com o início da comercialização será possível ter uma noção mais real da logística e dos custos da central;
- ✓ Foi sugerido apresentar produtos como maracujá, sequilhos e raiva para serem comercializados em empreendimentos turísticos.

Fotos



Lista de Presença

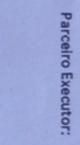
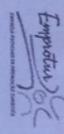
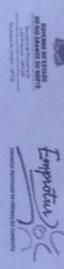
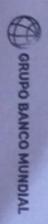


1

Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos Municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras
 Local: TITANIC-SSB
 Reunião com produtores rurais para elaboração da estratégia da comercialização
 Data: 18/10/2018

NOME	EMPRESA/ AREA DE ATUAÇÃO	MUNICÍPIO	TELEFONE	E-MAIL
Estelita de Silva	Produtora	SSB	88173377	
Marcelina Fátima de Farias	Produtora	SSB	88472285	
Seviana Souza da Silva	Produtora	SSB	88196436	
ROSELENE DE OLIVEIRA	Soc. Agr. Cultura	Passa e Fica	989274595	
Roseângela S. da Silva	produtora	Passa e Fica	98237-9784	
Yolaineide G. de Souza	produtora	Passa e Fica	984-9852-8586	subtrimestral@outlook.com.br
Sabrina Costa	produtora	PE		
Deborah Ramos de Souza		PE		
Francine A. de Souza		PE		
Leila de Nazar Caspary de Sá		PASSETIK	98890-7614	
Isangêl Assis da Silva		PASSETIK	887498877	
Neide de Souza Oliveira		PASSETIK	987454186	
Denise Araújo da Silva		PE	87368501	
Priscilla Ramos				
Márcia de Aguiar Nogueira	Produtora	M. Gameleiras		
Francineide dos Santos		M. Gameleiras		
Joni Sousa	CEL. de Agricultura	M. Gameleiras	98803-0475	edils_jone12345@gmail.com
Edy Godoy de Pinna	Evatec	M. Gameleiras	98836-6645	evatec@evatec.com.br
Rosângela Furtado de S. I. Reis	PROFESSORA	SSB	98719-9071	
ANA LUCIA LINS DE MORAES MATEIRO		PE	8851637	
DAOS LAZARINI dos Santos				
Luiz Carlos dos Santos Gomes			987213768	

Emmanuel Silva da Cunha
 Sec. Mun. Agricultura S. Bento 98905-2965
 EMISSOR CUNHA@AHOJ.COM-54



Parcela Executor:

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

Local: TI TÁNIC - SSR

Data: 18 / 01 / 2018

REUNIÃO DE PRODUTORES RURAIS PLANO ESTRAT
CENTRAL COMERCIALIZAÇÃO

Lista de Presença

NOME	EMPRESA/ÁREA DE ATUAÇÃO	MUNICÍPIO	TELEFONE	E-MAIL
LEANDRO MOREIRA DO PASQUELETO: <i>Escola Maranguá Ltda</i>	LAVATER - RR <i>AGRICULTOR</i>	REFIÇA <i>S. Bento</i>	84983324012 <i>8782-1119</i>	<i>leandro@leandrofarmil.com</i> <i>''</i>

3ª Reunião de Comitê Institucional da Agricultura Familiar - Serras do Agreste Potiguar

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: 24 de abril de 2018

Local: Secretaria Municipal de Educação de Passa e Fica

Equipe SETUR RN: Blandine e Dayane

Equipe IABS: Marcela Pimenta e Roberta Rodrigues

A reunião teve por objetivo mostrar resultados da comercialização referente ao primeiro mês: março, assim como apresentar a avaliação dos consumidores sobre os produtos da central.

Inicialmente os participantes da reunião se apresentaram se apresentaram. Depois foram repassados os pontos da reunião anterior, realizada em janeiro de 2018: 1) Modelo de funcionamento da central; 2) Funcionamento dos pedidos; 3) Rastreabilidade e avaliação; 4) Definição de preços e 5) Estimativa de compra.

Posteriormente foram apresentados e discutidos as principais diferenças entre a central de comercialização e do compra direta. Foi apresentado o selo de inserção produtiva, conceito, arte finalizada e possibilidades de aplicação: em hotéis e restaurantes que mantem uma regularidade de compra e tags que seriam colocados na embalagem dos produtos.

Selo



Tags



O valor total de comercialização do mês de março foi de R\$ 1.211,55, sendo que 20% deste valor foi reservado ao fundo da central de comercialização: R\$ 242,31. O valor necessário

para ter o ponto de equilíbrio mínimo para a central é de R\$ 4.000,00 em comercialização por mês.

Foram apresentados os resultados das 7 semanas de comercialização que antecederam à reunião do comitê institucional:

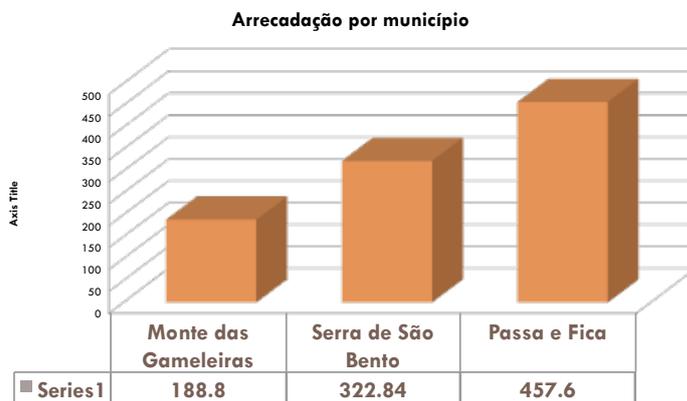
Resultados 7 semanas de Comercialização



Média de venda por semana: **R\$ 181,75**

A média de vendas por semana foi de R\$ 181,71 e devem chegar a R\$ 1.000,00 para ter sustentabilidade. Durante o mês de março, 03 produtores de passa e fica, 01 de Monte das Gameleiras e 07 de Serra de São Bento comercializaram produtos. Quando avalia-se financeiramente a comercialização por município, percebe-se que os produtores de Passa e Fica conseguiram ganhar mais porque venderam produtos com valor agregado maior.

Resultados do mês de março/2018



Os cinco produtores que mais comercializaram e os cinco produtos mais comercializados em março foram, respectivamente :

Produtores (Regularidade X Valores) – Março/2018

Comprador	Regularidade	Valores
Binho	2 semana	226,40
Alemão	4 semanas	188,80
Bela	3 semanas	176,00
Santo	4 semanas	139,20
Paris	2 semanas	92,00

Produtos Estrela – março 2018



19% da comercialização



12% da comercialização



11% da comercialização



10% da comercialização

Foi possível observar o a diferença da quantidade de produtos vendidos por unidade de medida: molho, unidade e quilo.

Produtos por unidade de medida

Unidade

Produto	Quantidade
Alho Poró	20
Coco	42
Couve flor	17
Croissant tradicional	2
Croissant recheado	4
Ovos	176

Produtos por unidade de medida

Molho

Produto	Quantidade
Cebolinha	7
Coentro	35
Espinafre	16
Rúcula	12
Salsinha	2

Produtos por unidade de medida

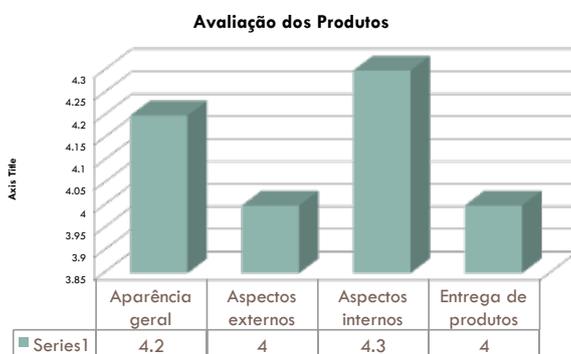
Kg

Produto	Quantidade
Batata Doce	25
Cebola	7,8
Feijão verde	6
Galinha	7,55
Macaxeira	62
Maracujá	13
Poupas de Fruta	22

Os compradores do mês de março foram 57% de particulares e 43% de empresas turística. A análise feita na reunião é que é interessante manter a comercialização para particulares, mas é preciso reforçar a venda para empresas turísticas, que estabelecerão uma rotina de compra e fidelização.

As avaliações dos consumidores centram-se majoritariamente nas empresas turísticas, sendo 64% dos entrevistados pertencentes a esta categoria e 36% de entrevistados particulares.

Avaliações Consumidores



As avaliações dos consumidores foram satisfatórias, porém foram pontuadas diversas sugestões de melhoria como: armazenamento, apresentação dos produtos (embalagem),

assistência técnica, pontualidade e entrega dos produtos, mais variedade e aumentar o volume dos produtos.

TODOS os entrevistados acreditam que a central deve continuar.

Com relação aos gastos de abril, a central recebeu apoio do Projeto de Dinamização.

Encaminhamentos:

- ✓ Ampliar envolvimento e acompanhamento da EMATER junto aos produtores;
- ✓ Envolver a Secretaria de Estado de Agricultura do Estado do Rio Grande do Norte à ação de inserção produtiva do Projeto de Dinamização;
- ✓ Izabela e produtores identificarem novos produtos para a comercialização;
- ✓ Linhas de crédito Sebrae - Galinha de Granja - se houver interesse dos produtos, criar um momento com o Sebrae para apresentação do programa;
- ✓ Possibilidade de participar do Festival da Cultura de Passa e Fica nos dias 11 e 12 de maio;
- ✓ Será realizado um FAMTOUR com operadores regionais e na oportunidade uma aula show com chefe de cozinha, incluindo os produtos locais;
- ✓ Possibilidade de participação da central no festival de inverno.

Fotos



Lista de Presença



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

Local: *Soc Educação Fica e Fica*

Associação *Sociedade Comunitária de Passa e Fica* Lista de Presença

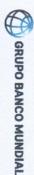
	NOME	EMPRESA/ÁREA DE ATUAÇÃO	TELEFONE	E-MAIL
01-	<i>Blauque Fica</i>	<i>STUR</i>	<i>999820364</i>	<i>blauquefica@leao.com.br</i>
02-	<i>Israel Augusto dos Reis a Siqueira</i>		<i>98880-7679</i>	<i>Israel</i>
03-	<i>Valde de Souza Oliveira Africoutos</i>		<i>987498891</i>	
04-	<i>Teodoro de Souza Fradette</i>		<i>98787399</i>	
05-	<i>Josiana S.O. FRANÇA</i>	<i>PARIS-FINANÇAS</i>	<i>98724-3448</i>	<i>osiane.gouveia@hotmail.com</i>
06-	<i>João Aparecido</i>	<i>Agriwilton</i>	<i>988616338</i>	
07-	<i>Jonis de Souza</i>	<i>Soc. Agriwilton</i>	<i>98881-4030</i>	<i>edson-3338@igmail.com</i>
08-	<i>Ruanh Adriano da Silva</i>	<i>Emater</i>	<i>98876-6675</i>	<i>ruanbosperva@uol.com.br</i>
09-	<i>José Carlos da Silva</i>	<i>Agriwilton</i>	<i>98838-4185</i>	
10-	<i>João Valdir dos Santos</i>	<i>Agriwilton</i>		





Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos Municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras
Local: *Sec Educação Passa e Fica* 21/04/2018
Avaliação Artistas Comunitários Lista de Presença

	NOME	EMPRESA/ÁREA DE ATUAÇÃO	TELEFONE	E-MAIL
01-	<i>Dayane M Pinheiro</i>	<i>SEIUC</i>	<i>1841 99998-4139</i>	<i>dayane.silva@pinheiro.com</i>
02-	<i>Seraina Almeida</i>	<i>agropecuária</i>	<i>1841 997998484</i>	
03-	<i>Franisca Azeiteiro Simão</i>			
04-				
05-				
06-				
07-				
08-				
09-				
10-				



Parceiro Executor:



4ª Reunião de Comitê Institucional da Agricultura Familiar – Serras do Agreste Potiguar

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: 07 de junho de 2018

Local: Secretaria de Agricultura de Monte das Gameleiras

Equipe IABS: Marcela Pimenta e Roberta Rodrigues

A reunião teve por objetivo mostrar resultados da comercialização referente aos meses de março, abril e maio, assim como apresentar a avaliação dos consumidores sobre os produtos da central e discutir as necessidades de aprimoramento do processo a partir da opinião dos consumidores.

Inicialmente os participantes da reunião se apresentaram. Depois foram repassados os pontos da reunião anterior, realizada em abril de 2018: 1) diferença entre compra direta e a central, 2) resultados da central em março, 3) avaliação dos consumidores.

Posteriormente foram apresentados e discutidos novamente as principais diferenças entre a central de comercialização e do compra direta. Apresentou-se novamente o selo de inserção produtiva, conceito, arte finalizada e possibilidades de aplicação: em hotéis e restaurantes que mantem uma regularidade de compra e tags que seriam colocados na embalagem dos produtos.

Selo



Tags



O valor total de comercialização da central nos três meses supracitados foi de R\$ 3.136,44, sendo que 20% deste valor foi reservado ao fundo da central de comercialização: R\$ 616,09. O valor necessário para ter o ponto de equilíbrio mínimo para a central por mês é de R\$ 4.000,00 em comercialização por mês, o que significa que a central conseguiu atingir nos três primeiros meses um terço do necessário para sua sustentabilidade.

Foram apresentados os resultados das 13 semanas de comercialização que antecederam à reunião do comitê institucional:

Resultados 13 semanas de Comercialização

Total em vendas

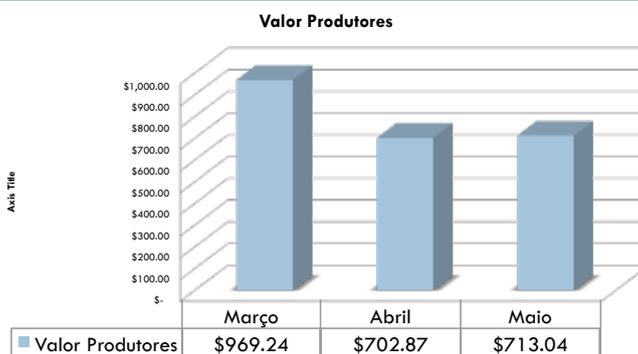


Média de venda por semana: **R\$ 241,26**

A média de vendas por semana foi de R\$ 241,26 e devem chegar a R\$ 1.000,00 para ter sustentabilidade. Durante o mês de março, 03 produtores de passa e fica, 01 de Monte das Gameleiras e 07 de Serra de São Bento comercializaram produtos, já em abril, foram 02 produtores de Monte das Gameleiras, 05 de Serra de São Bento e 04 de Passa e Fica. Em maio 03 produtores de Monte das Gameleiras, 04 de Serra de São Bento e 04 de Passa e Fica.

A comercialização acumulada dos três meses gerou R\$ 2.385,15 aos produtores, distribuídos por mês conforme o gráfico a seguir.

Valor acumulado pelos Produtores- março a maio/2018



Valor total: **R\$ 2.385,15**

A seguir foram apresentados os cinco produtos mais comercializados em março, abril e maio, respectivamente :

Produtos Estrela – março 2018



Produtos Estrela – abril 2018



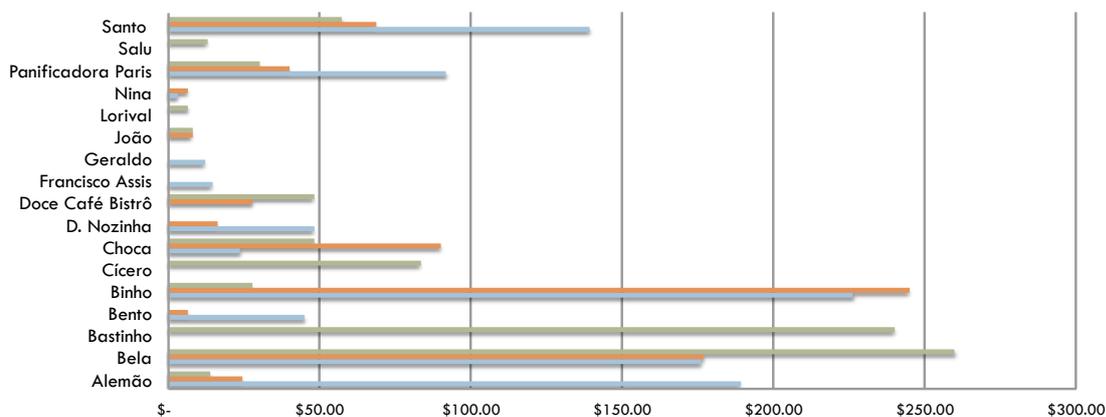
Produtos Estrela – maio 2018



Foram apresentados os resultados da comercialização de cada produtor considerando os três primeiros meses de comercialização:

Evolução Produtores março, abril e maio de 2018

Evolução Venda Produtores



	Alemão	Bela	Bastinho	Bento	Binho	Cícero	Choca	D. Nozinha	Doce Café Bistrô	Francisco Assis	Geraldo	João	Lorival	Nina	Panificadora Paris	Salu	Santo
■ Maio	\$14.00	\$260.0	\$239.8	\$-	\$27.60	\$83.20	\$48.00	\$-	\$48.00	\$-	\$-	\$7.68	\$6.69	\$-	\$30.00	\$12.80	\$57.60
■ Abril	\$24.40	\$176.8	\$-	\$6.69	\$244.6	\$-	\$90.00	\$16.00	\$28.00	\$-	\$-	\$7.68	\$-	\$6.40	\$40.00	\$-	\$68.40
■ Março	\$188.8	\$176.0	\$-	\$45.24	\$226.4	\$-	\$24.00	\$48.00	\$-	\$14.40	\$12.00	\$-	\$-	\$3.20	\$92.00	\$-	\$139.2

Foi possível observar o a diferença da quantidade de produtos vendidos por unidade de medida: molho, unidade e quilo.

Produtos por unidade de medida: **Molho**

Produto	Março	Abril	Maio
Cebolinha	7	8	2
Coentro	35	3	4
Espinafre	16	-	-
Rúcula	12	-	7
Salsinha	2	1	3

Produtos por unidade de medida: **Unidade**

Produto	Março	Abril	Maio
Alho Poró	20	8	6
Coco	42	45	82
Couve flor	17	1	-
Croissant tradicional	2	1	1
Croissant recheado	4	1	1
Ovos	176	132	73

Produtos por unidade de medida: **Kg**

Produto	Março	Abril	Maio
Batata Doce	25	5	14
Cebola	7,8	-	-
Feijão verde	6	6	-
Galinha	7,55	9,71	Cerca de 10,5
Macaxeira	62	32	22
Maracujá	13	2	2
Poupas de Fruta	22	22,1	32,5

Os compradores estrelas por mês foram:

Compradores Estrela (Regularidade X Valores) – Março/2018

Comprador	Valores
Manaim	161,60
Pedra Grande	145,00
Lá na Roça	51,80
Princesa do Agreste	42,50

Compradores Estrela (Regularidade X Valores) – Abril/2018

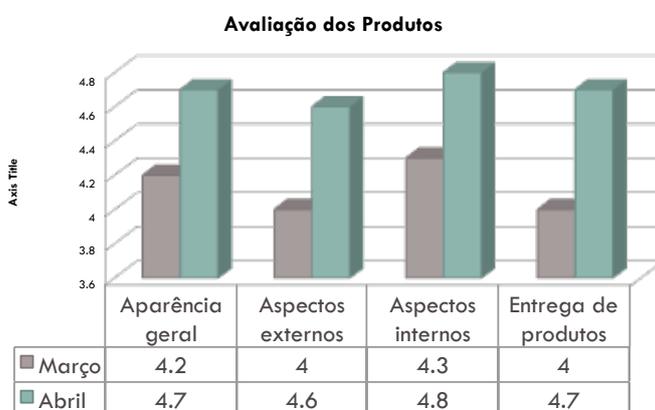
Comprador	Valores
Villas da Serra	247,51
Paris	145,00
Manaim	85,00
Por do Sol	82,00

Compradores Estrela (Regularidade X Valores) – Maio/2018

Comprador	Valores
Lá na Roça	230,00
Manaim	136,95
Galinha da Serra	118,20
Villas da Serra	93,00

O resultado da avaliação com consumidores também foi apresentado.

Avaliações Consumidores



As avaliações dos consumidores foram satisfatórias, porém foram pontuadas diversas sugestões de melhoria como: armazenamento, apresentação dos produtos (embalagem), assistência técnica, pontualidade e entrega dos produtos, mais variedade e aumentar o volume dos produtos.

TODOS os entrevistados acreditam que a central deve continuar.

Algumas sugestões de melhoria foram colocadas:

"Padronização dos maços e tamanhos dos produtos. Ex: Maço do coentro com o mesmo diâmetro e altura.; ovos com tamanho uniforme na caixa"

"Poupa de fruta – falta de rótulo, plástico é fino, de maracujá vir sem semente"

"Embalagem não adequada para a poupa de fruta"

“Ovo sujo”

“Embalagem do feijão verde não adequada”

“Embalagem do biscoito de nata não adequada para viagem”

Encaminhamentos:

- ✓ Ampliar envolvimento e acompanhamento da EMATER junto aos produtores;
- ✓ Envolver a Secretaria de Estado de Agricultura do Estado do Rio Grande do Norte à ação de inserção produtiva do Projeto de Dinamização;
- ✓ Izabela e produtores identificarem novos produtos para a comercialização;
- ✓ Organizar com a EMATER a logística dos produtos – carro para apoiar a logística.

Fotos



5ª Reunião de Comitê Institucional da Agricultura Familiar - Serras do Agreste Potiguar

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: 25 e 26 de 2018

Locais: Secretaria de Agricultura de Monte das Gameleiras, Câmara Municipal de Serra de São Bento e SINTRAF em Passa e Fica

Equipe IABS: Marcela Pimenta e Roberta Rodrigues

A reunião teve por objetivo mostrar resultados da comercialização referente aos meses de março, abril, maio e junho, assim como encaminhar os próximos passos da central, tendo em vista os desafios enfrentados atualmente, necessidade de maior mobilização dos agricultores e que o IABS deixará de acompanhar o dia a dia da central em agosto.

As reuniões foram realizadas em cada uma das cidades visto que em junho não foi possível mobilizar os agricultores conjuntamente. O momento de transição demandou adaptações para ter o maior número de atores presentes nas reuniões.

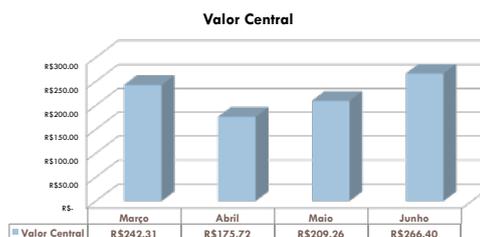
Inicialmente foi realizada uma retrospectiva histórica da central, detalhando como ela se encaixa no Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo em Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras. Explicou-se também os próximos passos e que a assistência direta dada ao IABS durará até agosto de 2018.

Posteriormente foram os dados da comercialização considerando março, abril, maio e junho. O valor total de comercialização da central nos três meses supracitados foi de R\$ 4.468,44, sendo que 20% deste valor foi reservado ao fundo da central de comercialização: R\$ 893,69. O valor necessário para ter o ponto de equilíbrio mínimo para a central por mês é de R\$ 4.000,00 em comercialização por mês, o que significa que a central conseguiu atingir nos quatro primeiros meses quase 40% do total do necessário para sua sustentabilidade.

Resultados do mês de Mar – Jun 2018



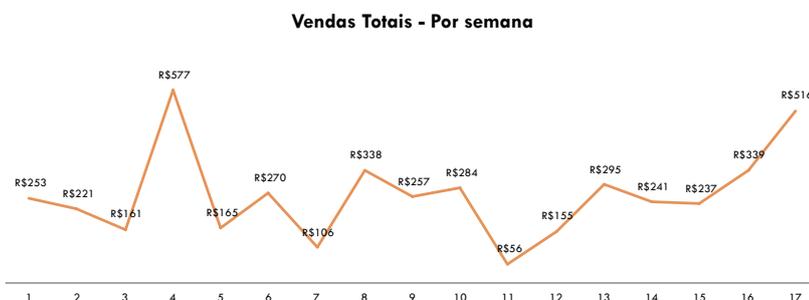
Valor acumulado pela Central Mar – Jun 2018



Valor total: **R\$ 893,69**

Foram apresentados os resultados das 17 semanas de comercialização que antecederam à reunião do comitê institucional:

Resultados 17 semanas de Comercialização

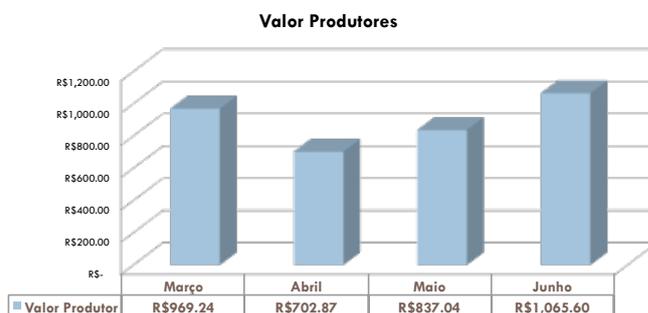


Média de venda por semana: **R\$ 262,85**

A média de vendas por semana foi de R\$ 262,85 e devem chegar a R\$ 1.000,00 para ter sustentabilidade. Durante o mês de março, 03 produtores de passa e fica, 01 de Monte das Gameleiras e 07 de Serra de São Bento comercializaram produtos, já em abril, foram 02 produtores de Monte das Gameleiras, 05 de Serra de São Bento e 04 de Passa e Fica. Em maio 03 produtores de Monte das Gameleiras, 04 de Serra de São Bento e 04 de Passa e Fica. E em junho foram 04 produtores de Monte das Gameleiras, 05 de Passa e Fica e 06 de Serra de São Bento.

A comercialização acumulada dos três meses gerou R\$ 3.574,75 aos produtores, distribuídos por mês conforme o gráfico a seguir.

Valor acumulado pelos Produtores- Mar – Jun 2018



Valor total: **R\$ 3.574,75**

A seguir foram apresentados os cinco produtos mais comercializados em março, abril e maio, respectivamente :

Produtos Estrela – março 2018



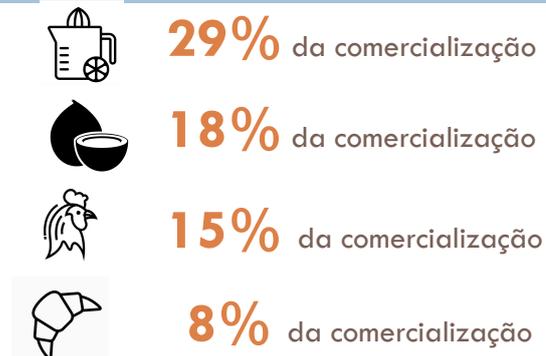
Produtos Estrela – abril 2018



Produtos Estrela – maio 2018



Produtos Estrela – Junho 2018



Foram apresentados os resultados da comercialização de cada produtor considerando os três primeiros meses de comercialização:

Evolução Produtores Mar a Jun 2018

Row Labels	março	abril	maio	junho	Grand Total
Alemão	R\$193,60	R\$21,20	R\$14,00	R\$26,00	R\$254,80
Bastinho			R\$243,80	R\$18,00	R\$261,80
Bela	R\$176,00	R\$178,40	R\$272,00	R\$324,00	R\$950,40
Bento	R\$45,24	R\$6,96			R\$52,20
Binho	R\$226,40	R\$244,63	R\$23,60	R\$154,96	R\$649,59
Café Serrano				R\$7,20	R\$7,20
Choca	R\$24,00	R\$90,00	R\$48,00	R\$192,00	R\$354,00
Cícero			R\$83,20		R\$83,20
Doce Café		R\$28,00	R\$36,00	R\$20,00	R\$84,00
Francisco de Assis	R\$14,40				R\$14,40
Geraldo	R\$12,00				R\$12,00
João		R\$7,68	R\$7,68	R\$24,80	R\$40,16
Lorival			R\$6,96	R\$51,48	R\$58,44
Lula				R\$5,92	R\$5,92
Neildo			R\$2,40	R\$73,00	R\$75,40
Nina		R\$6,40			R\$6,40
Nozinha	R\$48,00	R\$16,00			R\$64,00
Paris	R\$92,00	R\$32,00	R\$30,00	R\$122,00	R\$276,00
Salu			R\$11,80	R\$4,80	R\$16,60
Santo	R\$137,60	R\$71,60	R\$57,60	R\$35,20	R\$302,00
Tião				R\$6,24	R\$6,24
Grand Total	R\$969,24	R\$702,87	R\$837,04	R\$1.065,60	R\$3.574,75

Foi

possível observar a diferença da quantidade de produtos vendidos por unidade de medida: molho, unidade e quilo.

Produtos por unidade de medida: **Unidade**

Produto	Março	Abril	Maió	Junho
Alface				17
Alho Poró	20	8	6	9
Biscoito nata 250g		1		
Biscoito nata 500g		1		
Biscoito Raivinha		2	2	20

Produtos por unidade de medida: **Unidade**

Produto	Março	Abril	Maió	Junho
Biscoito Sequilho		4	4	
Bolo				1
Cocada Leite Condensado		3	5	2
Cocada mista			7	3
Coco	42	45	82	115

Produtos por unidade de medida: **Unidade**

Produto	Março	Abril	Maió	Junho
Couve flor	17	1	-	-
Croissant tradicional	2	1	1	3
Croissant recheado	4	2	1	5
Limão	-	-	110	60
Milho Verde	-	-	40	-
Ovos	176	132	73	95

Produtos por unidade de medida: **Molho**

Produto	Março	Abril	Maió	Junho
Cebolinha	7	8	2	3
Coentro	35	3	4	7
Espinafre	16	-	-	1
Rúcula	12	-	7	2
Salsinha	2	1	3	4

Produtos por unidade de medida: **Kg**

Produto	Março	Abril	Maió	Junho
Batata Doce	25	5	14	-
Cebola	8	-	-	-
Fava				2
Feijão verde	6	6	-	4
Galinha	7,55	9,71	Cerca de 10,5	9,7
Macaxeira	62	32	22	22
Maracujá	13	2	2	3
Poupas de Fruta	22	22,1	32,5	39,5
Tomate Cereja				2

Os compradores estrelas por mês foram:

Compradores Estrela (Regularidade X Valores) – Março/2018

Comprador	Valores
Manaim	161,60
Pedra Grande	145,00
Lá na Roça	51,80
Princesa do Agreste	42,50

Compradores Estrela (Regularidade X Valores) – Abril/2018

Comprador	Valores
Villas da Serra	247,51
Paris	145,00
Manaim	85,00
Por do Sol	82,00

Compradores Estrela (Regularidade X Valores) – Maio/2018

Comprador	Valores
Lá na Roça	230,00
Manaim	136,95
Galinha da Serra	118,20
Villas da Serra	93,00

Compradores Estrela (Regularidade X Valores) – Junho/2018

Comprador	Valores
Paradise Camp	199,15
Villas da Serra	190,00
Panificadora Paris	180,00
Manaim	124,70

Alguns desafios da central foram discutidos:

- 1) **Logística** - é necessário ter um carro para realizar a entrega. A secretaria Municipal de Agricultura de Monte das Gameleiras sinalizou que poderia apoiar nas entregas dentro do município. Em Passa e Fica, foi discutida a disponibilização do automóvel prisma, recebido pelo município, via convênio com a Emater para apoiar a logística. O consenso foi a necessidade de discutir o tema conjuntamente, entre os três municípios para chegar em uma solução viável.
- 2) **Continuidade do Comitê** - foi levantado nas três reuniões a necessidade de continuidade das reuniões de comitê institucional com a presença dos agricultores, secretaria de agricultura dos três municípios e Emater.
- 3) **Assistência Técnica ao produtor** - A Emater continuará o trabalho de assistência técnica ao produtor. O que foi discutido é a necessidade de maior aproximação entre a central e os técnicos da Emater.

Encaminhamentos:

- ✓ Fazer uma reunião em agosto para encaminhar entre todos os temas discutidos nesta reunião como logística e continuidade do comitê institucional.
- ✓ Izabela ficará responsável por convocar os atores e organizar a reunião juntamente com os Secretários Municipais e técnicos da Emater.

Fotos

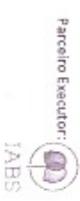
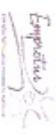


Lista de Presença



Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos Municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras
 Local: Monte das Gameleiras / Passa e Fica
 Reunião com os agricultores - Central Comemorativa -
 Data: 25/07/2018

NOME	EMPRESA/ AREA DE ATUAÇÃO	MUNICÍPIO	TELEFONE	E-MAIL
André Tenório Jr.	SE. H. Aquilino	Madua	9 8491 4030	andrea@ gmail . com
Sergio Ruff			84 98807032	
Paulo Antonio da Silva	EMATER	Montebom	98876-6445	leu-tos@p@o.mun.co.br
Guaraci de Castro Saldes				
Francisco de Paula S. de				
Almeida Carlos Sampaio				
THIAGO OTTO F. MIRANDA	SEG. MUN. AGRICULTURA	PASSA E FICA	98787-4282	THIAGOOTTO@HOTMAIL.COM.BR
Supervisor Municipal de Agricultura				
Roberto Sampaio de Silva	SINTRAF	Passa e Fica	98789-5470	marcelness@vivo.com.br
Cláudia da Silva	SINTRAF	Passa e Fica	98732-5106	claudia.sampaio@hotmail.com
Esportes Sampaio Viana	Associação Sampaio Viana	Passa e Fica	98945-5930	ERISAGNO76@GMAIL.COM
Monte das Gameleiras Sampaio	Associação Monte das Gameleiras	Passa e Fica	98732-4232	
Monte das Gameleiras Sampaio	Associação Monte das Gameleiras	Passa e Fica	98769-8837	
Francisco de Silva	Agricultura	Passa e Fica	98787-1374	=



Com relação aos gastos de abril, a central recebeu apoio do Projeto de Dinamização.

Mês	Entrada	Valor	Despesa	Valor
Março	Apoio Projeto Dinamização	R\$ 755,00	Remuneração Isabela	R\$ 500,00
	Entrada % Central	R\$ 242,31	Gasolina e Telefone	R\$ 150,00
			Isopor e Embalagem	R\$ 105,00
Subtotal		R\$ 997,31		R\$ 755,00
Total março	R\$ 242,31			
Abril	Apoio Projeto Dinamização	R\$ 650,00	Remuneração Isabela	R\$ 500,00
	Entrada % Central	R\$ 175,72	Gasolina e Telefone	R\$ 150,00
Subtotal		R\$ 825,72		R\$ 650,00
Total abril	R\$175,72			
Maio	Apoio Projeto Dinamização	R\$ 650,00	Remuneração Isabela	R\$ 500,00
	Entrada % Central	R\$ 209,26	Gasolina e Telefone	R\$ 150,00
Subtotal		R\$ 859,26		R\$ 650,00
Total maio	R\$209,26			
Junho	Apoio Projeto Dinamização	R\$ 650,00	Remuneração Isabela	R\$ 500,00
	Entrada % Central	R\$ 266,40	Gasolina e Telefone	R\$ 150,00

Subtotal		R\$ 916,40		R\$ 650,00
Total junho	R\$266,40			
Julho	Apoio Projeto Dinamização	R\$ 650,00	Remuneração Isabela	R\$ 500,00
	Entrada % Central	R\$ 204,27	Gasolina e Telefone	R\$ 150,00
Subtotal		R\$ 854,27		R\$ 650,00
Total julho	R\$204,27			
Agosto (21/08)	Apoio Projeto Dinamização	R\$ 650,00	Remuneração Isabela	R\$ 500,00
	Entrada % Central	R\$ 280,36	Gasolina e Telefone	R\$ 150,00
Subtotal		R\$ 930,36		R\$ 650,00
Total agosto	R\$280,36			
Total acumulado pela central até 21/08	1.378,32			
Setembro	Apoio Projeto de Dinamização	R\$ 650,00		
Total acumulado pela central até 21/08 + Apoio Projeto Setembro	2.028,32			