

Relatório de Avanço de Atividades

Atividades de gabinete maio/junho de 2011



Brasília, junho de 2011



RELATÓRIO DE AVANÇO DE ATIVIDADES

Atividades de gabinete de Maio/Junho de 2011

Cleber Oliveira de Araújo
Biólogo, coordenador Habitat Socioambiental
Habitat Socioambiental Consultorias integradas
www.consultoriahabitat.com.br
Cleber@consultoriahabitat.com.br

1. INTRODUÇÃO

Este relatório é uma junção de informações sobre o progresso das atividades do projeto de Produtos da Sociobiodiversidade Kayapó durante o período de 13 de maio a 30 de junho de 2011.

As atividades desempenhadas neste período foram relacionadas aos:

- 1- Ajustes e homologação do site e da loja eecommerce.
- 2- Elaboração das embalagens das velas, etiquetas dos cestos e sacolas.
- 3- Diagramação do catálogo impresso e criação das logomarcas das velas e cestos.
- 4- Organização e criação de estandes e definição do projeto para participação em algumas feiras comerciais em Brasília/DF
- 5- Anotações e atendimento de possíveis parceiros comerciais.
- 6- Envio de email aos contatos feitos nas feiras.
- 7- Início do atendimento e definição dos parceiros comerciais, instalação dos primeiros estandes nestes estabelecimentos.
- 8- Relatório financeiro dos dois eventos e análise do preço de custo dos principais produtos já comercializados.

Estas atividades estão detalhadas no item avanço de atividades, onde se apresentam as imagens, os arquivos e as considerações sobre todas as atividades desenvolvidas pelo projeto até junho de 2011.

Este relatório encerra a primeira etapa do projeto, cumprindo com todas as atividades descritas no plano de trabalho, com exceção do estudo de mercado, que foi alternado pelas atividades operacionais relativas à participação das feiras e eventos comerciais e a produção de velas e do material de papelaria dos produtos.

De todo modo a partir do recebimento do 1º lote de encomendas das aldeias percebeu-se a necessidade de aplicação da oficina sobre a qualidade das peças e melhoria no acabamento dos produtos artesanais. Esta atividade será realizada em nova campanha nas aldeias a ser realizada em meados de agosto de 2011, sem prejuízo para o andamento das demais atividades do projeto. A tabela 01 apresenta as principais atividades desenvolvidas até o momento.

1.1. HISTÓRICO DE ATIVIDADES

Data	Atividade
Janeiro de 2011	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração do plano de trabalho geral; • Detalhamento do plano de trabalho por produto; • Definição da logomarca Produtos da Sociobiodiversidade kayapó;
Fevereiro de 2011	<ul style="list-style-type: none"> • Definição das metodologias para atuação junto às comunidades e para a análise de mercado e percepção econômica/ambiental; • Análise de dados secundários; • Preparação e mobilização para campo;
Março de 2011	<ul style="list-style-type: none"> • Atividades de campo: • Oficina para escolha de produtos: Lista com as principais atividades produtivas com respectivo potencial de mercado; • Fotografias para o catálogo de produtos e subprodutos da sociobiodiversidade Kayapó; • Curso: com duração de 6 h, de comércio justo e formação do preço de seus produtos; • Definição em conjunto com os índios de três linhas de produtos: produtos da floresta, produtos das roças tradicionais e produtos do artesanato; • Análise regional e local de mercado e percepção ambiental associada ao comércio de produtos da floresta.
Abril	<ul style="list-style-type: none"> • Compilação e análise de dados de campo para estudo de mercado segmentado por produtos escolhidos pela comunidade indígena. • Levantamento de feiras e eventos relacionados com o comércio e divulgação de produtos da sociobiodiversidade kayapó.

	<ul style="list-style-type: none"> • Participação na FINNAR – Feira Internacional de Artesanato / Brasília-DF.
Maio	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega do site e loja virtual; www.mekragnoti.com.br • Participação na amostra de produtos e comércio da 1ª semana IBRAM recicla, de 17 a 20 de maio / Brasília-DF.
Junho	<ul style="list-style-type: none"> • Participação na 1ª <i>Exposição Oportunidades Ambientais: Sustentabilidade, Emprego e Renda</i>, de 2 a 5 de junho em comemoração ao Dia Mundial do Meio Ambiente/ Brasília-DF. • Participação na 19ª EXPOCHE, que aconteceu entre os dias 03/06 a 12/06 no park de exposição do parque da Cidade - Brasília/DF. • Criação das embalagens e da logo das castanhas processadas sem casca.

TABELA 01- Histórico das atividades

2. AVANÇO DE ATIVIDADES

2.1. AJUSTES E HOMOLOGAÇÃO DO SITE E DA LOJA EECOMERCE.

O site do projeto www.mekragnoti.com.br ainda passa por ajustes de texto, de imagens e de especificações dos produtos, quanto ao peso e volume. Além disso, existe a necessidade da criação de diversos documentos para validar as compras feitas na loja, são eles:

- Termo de serviço;
- Prazo de entrega;
- Texto da nota;
- Texto para o pagamento;
- Texto para o email;
- Texto informativo sobre o peso máximo por produto (30 kg).

Estas pendências estão sendo sanadas e o site estará disponível na internet até o dia 17/06/2011 e a loja será lançada oficialmente no dia 30/06/2011. Todas as informações do site foram co-criadas em

parceria com o Biólogo e indigenista da FUNAI de Novo Progresso Luis Carlos Sampaio.

2.2. ELABORAÇÃO DAS EMBALAGENS DAS VELAS

Durante a primeira participação do projeto em eventos comerciais, a Habitat Socioambiental percebeu a necessidade de melhorar a apresentação dos produtos Mekrãgnoti. Tratando-se das velas feitas no ouriço da castanha, a embalagem anterior, não valorizava esteticamente o produto. Foi então que a partir da aplicação de técnicas de Biodesigner a Habitat apresentou uma embalagem que atraísse mais atenção do cliente e que de igual modo pudesse proteger o produto e permitir uma melhor apresentação do mesmo, quando expostos nos estabelecimentos de parceiros comerciais.



FIGURA 01 – Embalagem das velas

2.3. CRIAÇÃO DA LOGO DAS VELAS

A Embalagem é a primeira impressão que uma marca pode causar a seu consumidor. Além disso, é um dos principais pontos de contato com este consumidor e um potencial enorme para o aumento de vendas no PDV¹. As embalagens são capazes de ativar sentimentos (e sentidos como paladar e visão) e mudar a opinião das pessoas no momento da compra. A partir da necessidade de criação de uma nova embalagem, surgiu também a necessidade de criação de uma identidade visual própria das velas, que permitisse a aplicação tanto nas embalagens, como nas etiquetas.



CASTANHA-DO-BRASIL
velas artesanais

FIGURA 02 – Logomarca das velas

¹ PDV – Ponto de Vendas

2.4. CRIAÇÃO DAS SACOLAS

Em conjunto com a necessidade de embalagens que valorizassem os produtos e de uma apresentação compatível com o público alvo, foi desenhado um modelo de sacolas para serem usadas por consumidores finais, sendo por venda direta pelo projeto ou pelos parceiros comerciais que receberão as sacolas exclusivas para os produtos Mekrãgnoti.



FIGURA 03 – Sacola do projeto

2.5. CRIAÇÃO DAS ETIQUETAS DOS CESTOS.

À medida que os produtos que foram definidos em conjunto com as comunidades Mekrãngnoti, vão ficando prontos, existe a necessidade de agregar valor com informações e etiquetas que contem a história de cada produto. Os cestos cargueiros encomendados nas aldeias em Abril de 2011 chegaram a Brasília em Junho/2011 e imediatamente foram etiquetados com as exclusivas tags desenvolvidas para valorizar a história e a origem desse produto exclusivo.



FIGURA 04 – Etiqueta dos cestos em detalhe

O texto da etiqueta

Os Cestos Kayapó são feitos cuidadosamente pelos homens da etnia, cada peça pode levar dois ou três dias para ficar pronto. Estes cestos são a nossa sacola, com ele nós buscamos de tudo na roça e no mato, eles são ferramentas utilitárias usados no dia-a-dia das mulheres e dos homens em nossas tarefas domiciliares. Na maioria das situações os cestos também são utilizados para levar para casas a produção das roças, lenha e outros alimentos.

Quando você compra este cesto ou oferece como presente significa que você está desejando boa colheita, que esta pessoa possa receber o fruto do trabalho realizado.

É isso que desejamos a você. Boa colheita e bons frutos!

A diagramação da etiqueta

Para a composição do visual das etiquetas foi selecionado um dos ícones da logomarca dos Produtos da Sociobiodiversidade Kayapó que é representada pela silhueta dos cestos cargueiros e pela cor vermelha simbolizando a pintura com urucum no rosto, pois os índios Mekrãgnoti são conhecidos como; “as pessoas com grandes pinturas vermelhas na face”.



FIGURA 05 – Etiqueta dos cestos

2.6. DIAGRAMAÇÃO DO CATÁLOGO IMPRESSO.

A elaboração do catálogo de produtos do projeto é uma ação ligada ao planejamento de vendas e a prospecção das principais atividades produtivas dos índios Kayapó Mekrãgnoti, este catálogo tem por finalidade fornecer a possíveis parceiros comerciais a essência dos produtos e o potencial das atividades para comércio em grandes centros consumidores, como o sudeste e centro-oeste do país.

O Catálogo tem a finalidade de se tornar uma ferramenta essencial de prospecção que possa alcançar clientes como empresas, indústrias, comércio, varejo e outros potenciais interessados nos Produtos da Sociobiodiversidade Kayapó.

Este catálogo foi desenvolvido pelo designer da Habitat Alexandre Marinho, utilizando-se das imagens de banco de dados do Instituto Kabu e pelas fotografias feitas pelo fotógrafo João Caetano que em Abril de 2011 esteve nas três aldeias realizando esta atividade.

Vale mencionar que pelo PBA/163 não há a disponibilidade de recurso para impressão do mesmo, de tal forma é necessário a reprogramação de recursos, ou a sua inclusão para o ano de 2012.

2.7. ORGANIZAÇÃO E CRIAÇÃO DOS ESTANDES

Iniciar o processo de comercialização dos produtos do projeto é uma atividade crucial para o sucesso de todas as etapas do projeto anteriormente executadas.

"Portanto além do apoio às cadeias produtivas com treinamentos, capacitações, consultorias técnicas, fornecimento de maquinários, ferramentas e equipamentos é igualmente importante dar passos em relação à viabilidade econômica dos produtos das florestas Kayapó e para isso é fundamental o estabelecimento de vínculo de mercado entre os produtos sustentáveis e empresas, indústrias e varejos comprometidos com o comércio justo e o consumo responsável, encontrando demandas regulares para seus produtos no mercado interno e externo²".

Neste contexto a participação do projeto em eventos comerciais se justifica na busca em percorrer o caminho de vínculo com o mercado, possibilitando que o modelo de produção e consumo sustentáveis garanta a manutenção da vida, cultura e economia Kayapó.

A participação em feiras de produtos está justificada pelo levantamento das feiras e eventos relacionados com o comércio e divulgação de produtos da sociobiodiversidade kayapó, que dá as diretrizes de como participar destes eventos. Associados a esta participação está os custos, ou melhor, os Investimentos, pois

² Adaptado do catalogo de produtos sustentáveis apoiados pelo WWF Brasil.

inicialmente se deve entender que os gastos com a participação numa feira são investimentos para alavancar novos negócios. Neste contexto segue os principais custos:

- pagamentos a serem feitos à empresa organizadora da feira;
- gastos com montagem e decoração do estande;
- transporte e hospedagem da equipe que estará na feira;
- gastos com transporte de mercadorias para a feira;
- energia elétrica, telefone, taxas;
- materiais de propaganda e de divulgação;
- contratação de serviços e pessoas externas à empresa.

O projeto vem conseguindo a diminuição destas despesas, por meio de parcerias e por meio da viabilização da Habitat Socioambiental, que conseguiu duas exposições sem custo de aluguel dos estandes, já em outras situações a parceria com outros projetos diminuiu bastante o aluguel dos estandes na FINNAR e na EXPOCHE.

Sendo assim os principais custos com a exposição do projeto esteve na confecção e montagem dos estandes e na contratação de promotores para atendimento ao público durante os eventos. Na imagem abaixo segue o layout do estande desenvolvido.



FIGURA 06- Estande na 1ª exposição de oportunidades IBRAM.

Foram confeccionados quatro estandes, dos quais dois são fixos para as feiras servindo de expositores dos produtos, e outros dois móveis que se tratam de estandes para parceiros comerciais. Todos os estandes são feitos de MDF e adesivados com imagens das aldeias.



FIGURA 07 – Estande do projeto na EXPOCHÊ

2.8. PARTICIPAÇÃO NA 1ª EXPOSIÇÃO DE OPORTUNIDADES AMBIENTAIS: SUSTENTABILIDADE, EMPREGO E RENDA

O projeto de Produtos da Sociobiodiversidade Kayapó foi selecionado para divulgar e comercializar os seus produtos na Exposição de Oportunidades Ambientais – Sustentabilidade, Emprego e Renda.

A *1ª Exposição Oportunidades Ambientais: Sustentabilidade, Emprego e Renda*, aconteceu de 2 a 5 de junho em comemoração ao Dia Mundial do Meio Ambiente. O objetivo é de apresentar iniciativas que contribuam para a melhoria da qualidade ambiental, social e econômica com foco na geração de emprego e renda. O evento é uma realização do Governo do Distrito Federal, por meio da Secretaria de Meio Ambiente e Recursos Hídricos (Semarh), Instituto do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos do DF (Ibram) e Companhia de Saneamento Ambiental (Caesb).

Ao todo, cerca de 60 estandes foram distribuídos entre três categorias: *Mostra de Práticas e Tecnologias*; *Feira de Produtos e Serviços*, e *Praça de Alimentação*. Na primeira delas, estarão presentes iniciativas de pesquisa, desenvolvimento, implementação e disseminação de práticas e tecnologias sustentáveis. Já a categoria *Feira de Produtos e Serviços* inclui experiências produtivas e de comercialização de produtos sustentáveis, bem como de prestação de serviços na área de sustentabilidade. A última categoria traz experiências voltadas para o fornecimento de alimentação durante o evento.

Vários apoiadores aderiram à exposição. Entre eles a Rede Globo e o Ministério de Meio Ambiente. O evento contou com cobertura jornalística e espaço em veiculação publicitária de filmes com 15 min. da Rede Globo. Também grandes atrações garantindo público ao evento.

Esta atividade é fundamental para o Projeto dos Índios Kayapó do subgrupo Mekrãgnoti, que se sentem reconhecidos ao serem selecionados para tão importante evento na capital brasileira. Os Mekrãgnoti levarão para a exposição à linha de produtos de artesanatos tradicional como as Burdunas e Cestos, além das Velas do Ouriço da Castanha-do-Brasil recentemente elaboradas a partir das atividades desenvolvidas e de elaboração de novos produtos visando o aproveitamento sustentável de suas florestas.

A seguir, segue algumas questões respondidas pelo projeto antes da seleção para o evento:

O projeto **Produtos da Sociobiodiversidade Kayapó** é um projeto de aproveitamento do potencial de Recursos Florestais Não

Madeireiros e das atividades produtivas das Terras Indígenas Mekragnotire e Baú. O mesmo está associado ao subprograma de Alternativas Econômicas Sustentáveis do PBA (Programa Básico Ambiental) da rodovia BR-163 que está em processo de pavimentação. Este tem por finalidade garantir a sustentabilidade agrícola-ecológica e econômica pelos quais se busca a segurança alimentar e a geração de renda por meio da venda de produtos excedentes ou por meio do incremento de atividades exclusivamente comerciais realizada pelos Kayapó.

Qual é a contribuição da experiência em relação às questões sociais?

Contribui para organização das comunidades, valorização do trabalho da mulher, mantém os indígenas na floresta e conseqüentemente os afasta de problemas com bebidas alcoólicas e DSTs, auxilia na manutenção da cultura e repasse de conhecimentos tradicionais milenares, garante a existência de processos educativos relacionados à gestão, produção, qualidade dos produtos, gestão dos resíduos, comércio e venda dos produtos.

Qual é a contribuição da experiência em relação às questões econômicas?

A principal contribuição está associada ao modelo de desenvolvimento econômico, onde optar por um modelo sustentável, baseado em economia solidária, com vistas a acessar mercado e comércio justo seja interessante para ambas as partes.

Qual é a contribuição da experiência em relação a geração de emprego e renda?

Os índios Kayapó mantêm relações econômicas de venda e troca de produtos há mais de 30 anos com a sociedade envolvente. Por meio desse projeto esta relação está sendo organizada, onde se garante um preço justo por seus produtos, onde a comunidade é capacitada para exercer suas atividades com vistas a garantir o fluxo de comércio, por meio de demandas regulares de sua produção, com a finalidade de manter as parcerias comerciais. De modo geral, o projeto tem aumentado a renda das comunidades e tem garantido um nível maior de trabalho por meio da diversificação da produção, pois alguns produtos são sazonais. Os índios têm aprendido a:

- Manter boa organização no ambiente de trabalho, dividido de acordo com as aptidões de cada um;
- Aprimorar suas condições de trabalho e seus produtos para que sejam aceitáveis no mercado competitivo;
- Gerenciar as necessidades, melhorias e desenvolvimento;
- Valorizar o trabalho tradicional feito por homens e mulheres de maneira igualitária;
- Adotar responsabilidade na produção e entrega de encomendas, cumprindo acordos e contratos pré determinados.

2.9. PARTICIPAÇÃO NA EXPOCHÊ

A EXPOCHÊ é uma feira regional, que acontece todos os anos em Brasília, está em sua 19ª edição. E foi selecionada pelo projeto devido à parceria proposta pelo Projeto Alerta do fotógrafo João Caetano, que dividiu os custos do aluguel do estande.

A participação no evento foi muito discreta, poucos visitantes foram ao estande do projeto, e isso se deve alguns fatores; a feira é um evento regional do Rio Grande do Sul; o Estande estava em localização não muito privilegiada; o público alvo da feira não era o público alvo do projeto.

Mesmo com estes fatores limitantes, algumas velas e cestos foram comercializados conforme se vê no GRÁFICO 01 – Perfil de resultados em cada evento. E apenas um contato foi realizado, se trata da coordenadora do evento comercial BSB sustentável. A mesma já realizou contato conforme email abaixo encaminhado, convidando o projeto para participar de uma exposição que acontece na Asa Sul/ Brasília/DF.

Olá, Cleber!

Conversamos na Expotchê. Algumas pessoas não poderão ir ao evento BSB sustentável, então tem local para expor. Você tem interesse em participar?

*Abraços
Flávia Valle*

<http://encontrobsbsustentavel.blogspot.com>

3. ANOTAÇÕES E ATENDIMENTO DE POSSÍVEIS PARCEIROS COMERCIAIS.

Durante a participação nas exposições da EXPOCHÊ e da 1ª Exposição de Oportunidades Ambientais do IBRAM, foi contratado um promotor para ficar no estande e anotar e registrar os visitantes, solicitar o cartão de visitas e registrar o interesse de cada um e o que foi tratado. Conforme pode ser visto abaixo.

3.1. ENVIO DE EMAIL AOS CONTATOS FEITOS NAS FEIRAS.

Todos os contatos registrados pela promotora do estande foram devidamente analisados e em seguida todos foram respondidos e contatados por email. Conforme o exemplo abaixo:

*Olá, **Flavia Malkine**,*

*Entramos em contato devido a sua visita em nosso estande na 1ª **Exposição de Oportunidades Ambientais do IBRAM**. Conforme nossa conversa, você trabalha na secretária de turismo do GDF e me informou sobre as múltiplas possibilidades de apoio e incentivos para a comercialização dos produtos do projeto, em especial a produção artesanal associada ao turismo. Agradecemos seu contato e gostaria de marcar uma conversa, para maiores esclarecimentos de como podemos acessar estes possíveis parceiros institucionais e que caminho devemos seguir no contexto de conseguirmos acessar o sistema de compras institucional do Ministério do Turismo, da EMBRATUR e de outros, como os mencionado por ti que são levados para fora do país.*

Fiquei super grato com sua contribuição em nossa conversa no estande e informo que você ainda, pode contribuir com o projeto de Produtos da Sociobiodiversidade Kayapó de outras formas. Por exemplo; compartilhando conosco do “efeito multiplicador”, onde uma pessoa é capaz de influenciar seu grupo de amigos e entorno com atitudes corretas e solidárias. Existem formas simples de apoiar os índios Kayapó Mekrãgnoti e ser um multiplicador de suas ações é uma delas.

Compartilhe nosso projeto, divulgue, compre, ofereça-os de presente, utilize-os em suas atividades... Existem dezenas de formas de disseminar nossos produtos, ações e idéias! Além disso, possuímos um sistema de representação ética, solidária baseado no comércio justo. Onde dispomos de um mini estande exclusivo para os Produtos da Sociobiodiversidade Kayapó, que acompanha as embalagens e sacolas dos produtos, além de folders informativos, para que os clientes conheçam a origem do projeto e para que parceiros comerciais sejam valorizados pela iniciativa da revenda dos produtos, contribuindo para disseminação das praticas sustentáveis do projeto, que

envolvem; processos sustentáveis e de manejo para aquisição da matéria prima; valorização dos conhecimentos socioculturais dos índios Kayapó Mekrãgni e aproveitamento sustentável da floresta, resultando na conservação de mais de 6 milhões de hectares de floresta nativa.

Se você conhece um lugar legal, onde seria possível deixarmos um estande de produtos, sua indicação será muito bem vinda. Atualmente o estande vai acompanhado de três produtos:

Produto	Valor para representantes	Valor final sugerido
<i>Cesto Cargueiro médio 30 cm</i>	<i>23,00</i>	<i>30,00</i>
<i>Cesto Cargueiro pequeno 15 a 20 cm. C/ Castanha-do-Brasil</i>	<i>20,00</i>	<i>25,00</i>
<i>Vela no ouriço da Castanha-do-Brasil</i>	<i>20,00</i>	<i>25,00</i>

O sistema de revenda dos produtos funciona em duas modalidades, sendo a primeira compra direta; onde o parceiro paga pelos produtos no ato de recebimento e a segunda modalidade é a consignação; onde o parceiro deposita na conta do projeto de 15 e 15 dias os valores correspondentes as vendas do período. Em um curto tempo teremos disponível a Castanha-do-Brasil sem casca em exclusivas e personalizadas embalagens, além das Bordunas e de outros artesanatos da etnia.

Você pode conhecer a história de cada produto em nosso blog: <http://sociobiodiversidadekayapo.blogspot.com/p/produtos.html> ou visitar nossa página ainda não disponível na rede, mas que pode ser visualizada por parceiros no endereço: <http://www.mekragnoti.com.br/index.php>

Podemos marcar uma conversa na terça feira 14/06 a partir das 10:00 hs, Estarei à disposição para eventuais esclarecimentos e para formatação de parcerias conforme sua disposição.

Atenciosamente

Cleber Oliveira

Coordenador externo do projeto

(61) 8564-0416

PRODUTOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE

KAYAPÓ MEKRÃGNOTI

www.mekragnoti.com.br

contato@mekragnoti.com.br

(93) 3528-2644. (61) 8564-0416.

3.2. INÍCIO DO ATENDIMENTO E DEFINIÇÃO DOS PARCEIROS COMERCIAIS, INSTALAÇÃO DOS PRIMEIROS ESTANDES.

A eleição de parceiros comerciais é direcionada e pode ser provocado por meio de contato com aqueles que desejamos nos relacionar com exemplo o grupo Pão de Açúcar por meio de seu programa de comércio solidário Caras do Brasil. Ou via demanda de interessados como aqueles que visitam nosso estande nas feiras e desejam revender os produtos Mekrãgnoti.



FIGURA 08 – Estande para parceiros comerciais

Das duas formas o projeto está preparando um guia de parcerias institucionais e comerciais, visando descrever as condições para se

tornar um revendedor e como as mercadorias serão repassadas a exemplo de dois mecanismos; *“O sistema de revenda dos produtos funciona em duas modalidades, sendo a primeira compra direta; onde o parceiro paga pelos produtos no ato de recebimento e a segunda modalidade é a consignação; onde o parceiro deposita na conta do projeto de 15 e 15 dias os valores correspondentes as vendas do período”*.

De todo modo a Habitat desenvolveu um mini estande prático e customizado, identificados com imagens das aldeias e dos produtos e adicionados com a identidade do projeto e do Instituto Kabu. Este estande é uma maneira de valorizar os produtos do projeto dando a eles um lugar de destaque dentro dos estabelecimentos comerciais selecionados e capacitados para ofertar os Produtos da Sociobiodiversidade Kayapó Mekrãgnoti.

Cada mini estande é composto de duas gavetas, todo feito com MDF e detalhes em bambu, com quatro prateleiras, sendo duas para velas e as demais para os cestos cargueiros e para as castanhas que serão embaladas e comercializadas em embalagens exclusivas. Além disso, cada estande acompanha um kit de 100 sacolas, 100 caixas de velas c/as velas e 20 cestos cargueiros que serão repostos a cada trinta dias ou conforme a necessidade do parceiro comercial. A figura 08 mostra em detalhes o estande para parceiros comerciais.

4. RELATÓRIO FINANCEIRO

As atividades comerciais desenvolvidas a partir do canal de venda “Feiras” vão além de atividades meramente comerciais, visando principalmente à divulgação do projeto, a eleição de parceiros comerciais, avaliação da aceitação dos produtos e a pesquisa dos preços praticados.

Foram realizadas quatro exposições com a finalidade comercial, onde houve a apresentação dos produtos e a venda direta ao consumidor final. As quatro iniciativas por ordem cronológica são:

- FINNAR – Exposição na Feira Internacional do Artesanato.
- 1ª Semana IBRAM recicla – Exposição de produtos na sede do IBRAM.

- 1ª Exposição Oportunidades Ambientais: Sustentabilidade, Emprego e Renda.
- Expoche – Feira regional que acontece em Brasília.

O gráfico 01, apresenta os resultados de cada feira e exposição relacionando a venda de produtos mais o número de contatos efetivos é válidos para parcerias futuras.

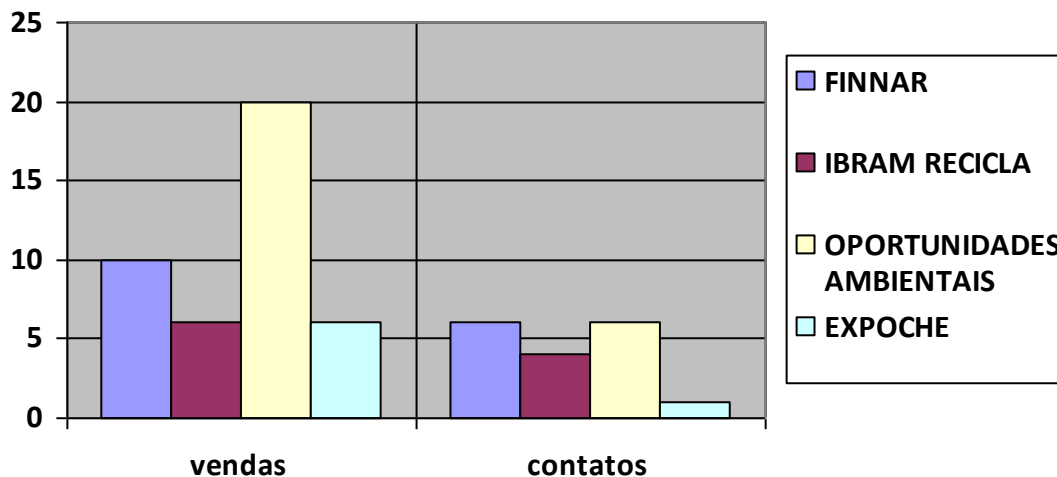


GRÁFICO 01 – Perfil de resultados em cada evento

A 1ª Exposição Oportunidades Ambientais: Sustentabilidade, Emprego e Renda, foi o evento destaque em relação à venda direta de produtos onde foram vendidos 20 Velas Artesanais e 10 Cestos Cargueiros, totalizando neste evento uma receita bruta de R\$700,00. No quesito contatos esta exposição também foi um destaque, onde possíveis parceiros comerciais foram contatados e tiveram seus dados registrados, conforme anexo 01.

Já o evento onde os resultados foram menos expressivos se destaca a participação na 19ª EXPOCHE. As vendas foram poucas e apenas um contato foi realizado, trata-se da Flavia coordenadora do evento de comércio “BSB sustentável” que acontece em bairros do Plano piloto /DF. O Valor da receita bruta foi de apenas R\$ 120,00.

A decisão em participar da 19ª EXPOCHE, foi baseada no grande número de visitantes do evento, mas a grande lição apreendida, é que a garantia de público não significa que o público alvo estará presente no evento. Deste modo a coordenação do projeto deve

atentar para o setor da feira, priorizando eventos de exposição de artesanato, agricultura familiar, comércio justo, decoração e outros vinculados a estes ramos de atividades.

Os resultados das primeiras atividades comerciais demonstram o potencial dos produtos já desenvolvidos e afirmam o nível de sua aceitação. Este início proporcionou mudanças em alguns conceitos do ciclo de vida de cada produto artesanal, em especial as mudanças nas embalagens e nas sacolas dos produtos, agregando maior valor e estética, associando uma imagem positiva ao projeto.

Na tabela 01, estão relacionados às receitas de cada evento e a relação de produtos comercializados.

EVENTO	PRODUTOS	QUANT.	TOTAL	OBS.
FINNAR	Velas Artesanais	10 UND	195,00	
IBRAM RECILA	Velas Artesanais	06 UND	120,00	
OPORTUNIDADES AMBIENTAIS	Velas Artesanais	20 UND	400,00	
	Cesto Cargueiro	10 UND	300,00	
EXPOCHE	Velas Artesanais	06 UND	120,00	
	Cesto Cargueiro	02 UND	50,00	
RECEITA BRUTA TOTAL			1.185,00	

Tabela 02- Relatório financeiro e receita do projeto.

Os valores arrecadados até o momento ainda não são suficientes para cobrir os custos das participações nos eventos que foram pagos como a EXPOCHE e a FINNAR. Além é claro da infra-estrutura de estandes e armários e prateleiras desenvolvidos para expor os produtos e até mesmo os custos com os expositores. Mas o que se deve levar em conta, que à medida que o volume de venda for maximizado a receita manterá o projeto por si só. Por exemplo, na safra de 2011 os índios coletaram cerca de cinco mil ouriços, que ao serem transformados

em velas podem gerar uma receita de 5.000 x R\$20,00 de R\$100.000,00 (valor bruto).

Esta estimativa por si só reafirma o potencial econômico do projeto e através das estimativas de custo de produção (ver tabela 02) de cada vela pode-se ter em mente a viabilidade econômica da atividade.

QTD	INSUMO	VALOR
01	Ouriço de castanha	R\$ 1.00
200g	Parafina	R\$ 1.50
01	Pavio	R\$ 0,50
10 ml	Essência	R\$ 0,75
01	Frete de NP a BSB	R\$ 2,00
01	Embalagem	R\$ 0,77
01	Sacola	R\$ 1,39
Custo total de produção e venda, por unidade		R\$ 8,00
O preço final de venda para parceiros comerciais ou consumidor final.		R\$ 20,00
Preço sugerido aos PDVs		R\$ 25,00
		Sendo R\$ 5,00 lucro do PDV
Lucro líquido para as comunidades		12,00 por UND.

TABELA 03- Custo de produção da vela.

5. CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao término da primeira etapa de elaboração e execução do Projeto de Alternativas Econômicas (Produtos da Sociobiodiversidade kayapó). Percebe-se que um grande caminho já foi percorrido e isso incluiu um bem estruturado plano de trabalho, focado nas necessidades e anseios das comunidades indígenas quanto à geração e distribuição

de renda. Passando por oficinas que os esclarecesse como e quando o projeto traria benefícios, e obrigações. Envolveu capacitações para eleição e escolha de quais produtos ou atividades produtivas os índios desejavam trabalhar, a fim de submetê-las as questões técnicas que avaliassem a viabilidade e a competitividade de cada atividade/produto, além de capacitações para formação do preço, comércio justo, gestão e organização da produção.

Após as atividades de campo junto às comunidades iniciou-se um trabalho minucioso de criação de identidade visual do projeto, que fosse competitivo no mercado alvo e que pudesse abrir portas para a participação do projeto em diferentes canais de venda, como e-commerce, varejo, atacado e vendas direta à consumidores finais por meio de participação em feiras.

De todo modo o que se tem de resultado preliminar, é que de apenas uma idéia e um nome de programa, conseguimos (índios, Instituto Kabu, Habitat e demais parceiros), sair do campo das idéias e do planejamento, para algo concreto e promissor. Destacam-se nesta primeira etapa os principais resultados obtido pelo projeto;

- Mobilização da comunidade para produção;
- Organização da comunidade para atendimento de encomendas;
- Aprendizado da autogestão compartilhada com a instituição indígena gestora;
- Criação de novos produtos e aproveitamento do potencial criativo da comunidade;
- Mix de produtos variados com três produtos já disponíveis para o comércio;
- Capacitação e o envolvimento dos indígenas em questões educativas relacionadas aos produtos, comércio e gestão dos projetos.
- Aprendizado de mercado e conhecimento do público alvo;
- Relações de comércio direto com consumidores finais;
- Estabelecimento de contatos com possíveis parceiros comerciais;

- Produtos bem elaborados com embalagens sustentáveis, esteticamente adequadas, valorizando a cultura Kayapó;
- Avaliação dos preços praticados e verificação da aceitação dos produtos desenvolvidos;
- Avaliação satisfatória de consumidores finais;
- Venda de produtos;
- Ferramentas de comunicação com o cliente e parceiros comerciais (Blog, site e loja virtual).
-

FATORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado em ascensão. • Produtos que podem atender ao comércio justo. • Público alvo, valoriza a produção indígena. • Parcerias institucionais. • Preços praticados são bem aceitos. • Alto retorno financeiro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baixa percepção do mercado sobre os produtos oferecidos. • Alto custo para a implementação de projetos. • Baixa percepção da importância dos produtos por alguns clientes. • Baixa organização social e produção sazonal.
FATORES INTERNOS	
FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Produção sustentável e comunitária, com valorização dos conhecimentos tradicionais. • Linha de produtos oferecidos é exclusiva e apresenta forte diferencial. • Manejo de matéria prima e desenvolvimento das capacidades na elaboração de novos produtos. • Comunidade articulada com a instituição indígena Instituto Kabu. • Produtos com alto valor ambiental, social e cultural agregado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouco tempo de negócio • Baixa receita; • Limitação na Administração de recursos e finanças; • Estrutura física limitada; • Estratégias de atuação não definidas; • Baixa expertise comercial; • Qualidade de produtos insuficientes.

TABELA 04 - Análise SWOT do projeto

Além dos principais resultados citados, destaca-se a necessidade de correções e implantação de novas atividades, relacionados ao marketing, ao comércio e o estabelecimento de parcerias comerciais.

Adicionados a isso existe a necessidade de se conhecer as Fraquezas e ameaças do projeto assim como identificar oportunidades e os pontos forte, pelo qual se buscou através da análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats – tradução: Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) trata-se de uma ferramenta para analisar negócios e que pode simplificar o entendimento dos desafios que o projeto ainda terá pela frente.



ANEXO 01 - FICHA DE REGISTRO DOS VISITANTES NAS FEIRAS.



VISITANTES DO ESTANDE NA FEIRA

Nome: _____	<i>Espaço reservado para colar ou grampear o cartão do visitante</i>
Empresa: _____	
Telefone: () _____ Fax () _____	
E-Mail: _____	

- Lojista Atacadista Distribuidor Representante Curioso
- Importador Exportador Consultor _____
- Cliente novo Ex-cliente Cliente atual

O que queria?

O que fiquei de providenciar?

Data da visita / /

ANEXO 02- DADOS REGISTRADOR PELA PROMOTORA

Gisa Miller – Empresária

Fone: (61) 8181- 5967

Etnia.art@gmail.com

Evento: 1ª Exposição de Oportunidades Ambientais IBRAM

O que queria:

Comprar produtos no atacado para revenda em sua loja deseja ser uma parceira comercial.

O que ficamos de providenciar:

Enviar email com os resumos dos produtos e apresentar o projeto e iniciar os contatos para a representação comercial.

Ronaldo Alves – Assessor parlamentar

Fone: (61) 3348-8133

ronaldobioalves@yahoo.com

Evento: 1ª Exposição de Oportunidades Ambientais IBRAM

O que queria:

Fazer parceria para realização de jogos indígenas com premiações de produtos sustentáveis.

O que ficamos de providenciar:

Enviar email com mais informações sobre o projeto e os produtos.

Helena Silveira – Indigenista na Austrália

Fone:

helenasilveirab@gmail.com

Evento: 1ª Exposição de Oportunidades Ambientais IBRAM

O que queria:

Deseja contribuir com o projeto.

O que ficamos de providenciar:

Enviar email com mais informações sobre o projeto e os produtos.

Artur Paiva – Coordenador de serviços ambientais da CI

Fone: (61) 3226-2491

a.paiva@conservacao.org

Evento: 1ª Exposição de Oportunidades Ambientais IBRAM

O que queria:

Deseja conhecer o projeto e contribuir com o mesmo, participando dele.

O que ficamos de providenciar:

Enviar email com mais informações sobre o projeto e os produtos.

Sergio Maciel – Consultor em Etnoalimentação

guerreirorasta@yahoo.com

Evento: 1ª Exposição de Oportunidades Ambientais IBRAM

O que queria:

Fazer parceria na área de alimentação indígena.

O que ficamos de providenciar:

Enviar email com mais informações sobre o projeto e os produtos.

Flávia Malkine – Sec. Turismo/DF

Fone: (61) 8212-4444

flamalkine@yahoo.com

Evento: 1ª Exposição de Oportunidades Ambientais IBRAM

O que queria:

Informou sobre as múltiplas possibilidades de apoio e incentivos para a comercialização dos produtos do projeto, em especial a produção artesanal associada ao turismo.

O que ficamos de providenciar:

Enviar email com mais informações sobre o projeto e os produtos e manter contato.