



Mulheres em Campo

**MANUAL DA
PARTICIPANTE**

SENAR - Brasília, 2019



© 2019, Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR

Todos os direitos de imagens reservados. É permitida a reprodução do conteúdo de texto desde que citada a fonte.

A menção ou aparição de empresas ao longo desse manual não implica que sejam endossadas ou recomendadas por essa instituição em preferência a outras não mencionadas.

Mulheres em Campo – Manual da participante

Coordenação de Programas Especiais

Janei Cristina Santos Resende

Equipe Técnica

Patrícia Fontes Machado

Thaís Gomes Carrazza

Coordenação de Produção e Distribuição de Materiais Instrucionais

Bruno Henrique B. Araújo

Equipe Técnica

José Luiz Rocha Andrade / Marcelo de Sousa Nunes / Valéria Gedanken

Colaboração

Jaqueline Érrico Austregésilo Batista / Nayana Setubal Bittencourt

Fotografias

Banco de imagens do SENAR

Ilustração

Plínio Quartim

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural.

Mulheres em campo - manual da participante. / Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. – Brasília: SENAR, 2019.

174 p.,; il. – (Coleção SENAR)

ISBN 978-85-7664-166-7

1. Mulher e campo. 2. Mulher e campo, empreendedoras. 3. Mulher e campo, desenvolvimento pessoal. II. Título.

CDU 63-055.2



Sumário

| | |
|--|------------|
| APRESENTAÇÃO | 5 |
| INTRODUÇÃO..... | 7 |
| ENCONTRO 1 • DIAGNÓSTICO E EMPREENDEDORISMO | 9 |
| 1. Diagnóstico: conhecendo a propriedade rural | 11 |
| 2. Empreendedorismo | 30 |
| ENCONTRO 2 • PLANEJAMENTO..... | 47 |
| 1. Reconexão com o encontro anterior | 49 |
| 2. Outras características do comportamento empreendedor | 50 |
| ENCONTRO 3 • CUSTOS DE PRODUÇÃO..... | 85 |
| 1. Reconexão com o encontro anterior | 87 |
| 2. Gestão de custos | 88 |
| ENCONTRO 4 • INDICADORES DE VIABILIDADE E COMERCIALIZAÇÃO | 115 |
| 1. Reconexão com o encontro anterior | 117 |
| 2. Indicadores | 118 |
| 3. Comercialização | 128 |
| 4. Última característica empreendedora | 133 |
| 5. Atendimento | 135 |
| 6. Negociação | 140 |
| 7. Exercício de comercialização..... | 142 |
| ENCONTRO 5 • DESENVOLVIMENTO PESSOAL..... | 145 |
| 1. Reconexão com o encontro anterior | 147 |
| 2. O papel da mulher..... | 148 |
| 3. Competências | 149 |
| 4. Valores pessoais | 152 |
| 5. Ética | 154 |
| 6. Motivação | 156 |
| 7. Conflitos..... | 159 |
| 8. Feedback..... | 164 |
| 9. Planejamento pessoal..... | 168 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 173 |





Apresentação

Amiga produtora,

A força feminina é capaz de transpor barreiras no campo, na cidade e em qualquer lugar. Com muito esforço e dedicação, as mulheres vêm superando desafios para conquistar espaços e ampliar suas oportunidades pessoais e profissionais.

Já faz parte da rotina da produtora rural o cuidado com os filhos, com a casa e a lida diária na propriedade. Mas muitas ainda não se envolvem com a administração da atividade rural.

Assim como nas demais áreas, também no campo o conhecimento é a chave para o sucesso de qualquer empreitada.

É por isso que o programa Mulheres em Campo, do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), foi criado para despertar, cada vez mais, em você, produtora rural, o interesse pelo empreendedorismo.

Este manual lhe ajudará a trilhar esse caminho da melhor forma. Com o apoio do SENAR, poderá descobrir potenciais, planejar e transformar a sua atividade rural em um grande negócio.

Aproveite o curso e conte com o SENAR!

João Martins da Silva Junior

Presidente da CNA e do Conselho Deliberativo do SENAR

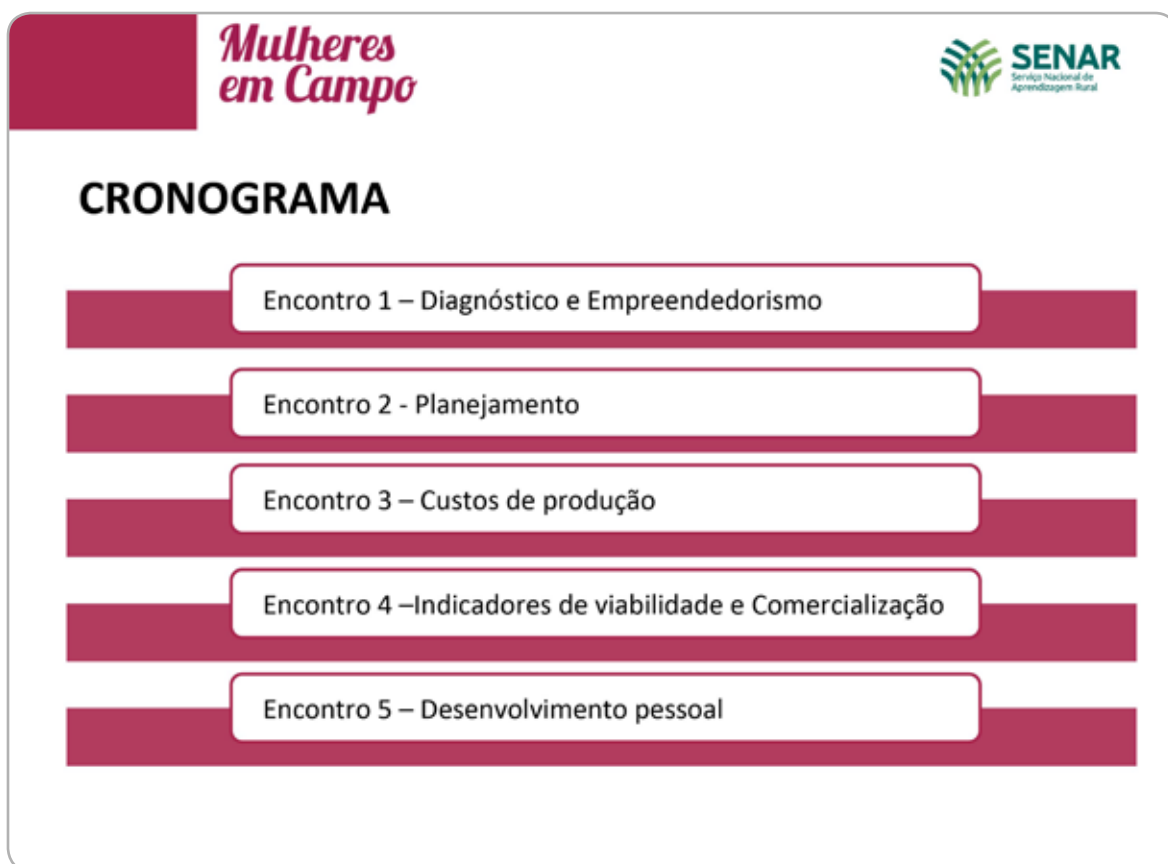




Introdução

Voltado exclusivamente para você, mulher do campo, este programa tem como objetivo desenvolver competências de empreendedorismo e gestão, visando ao desenvolvimento pessoal e da propriedade rural.

Os conteúdos aqui apresentados estão estruturados em cinco encontros. Os temas abordados são: diagnóstico da propriedade rural e características empreendedoras, planejamento, custos de produção, indicadores de viabilidade e comercialização e desenvolvimento pessoal.



Durante os encontros, você terá a oportunidade de participar de discussões, dinâmicas e atividades de grupo, além de realizar atividades tanto individuais quanto com a sua família, bem como estudos de caso e outras formas de exposição, que tornarão o seu aprendizado mais efetivo e interessante.

Público-alvo

Produtoras rurais com escolaridade mínima de 5º ano (antiga 4ª série).

Carga horária

Carga horária total de 40 horas, dividida em cinco encontros de oito horas, com intervalos de sete dias entre eles.

Certificado

Para obter o certificado, é preciso ter, no mínimo, 80% de presença, além de uma boa participação.

Agenda dos encontros

| Encontro | Data | Horário |
|---|-------------|----------------|
| Encontro 1 Diagnóstico e Empreendedorismo | | |
| Encontro 2 Planejamento | | |
| Encontro 3 Custos de produção | | |
| Encontro 4 Indicadores de viabilidade e Comercialização | | |
| Encontro 5 Desenvolvimento pessoal | | |

Diagnóstico e Empreendedorismo



ENCONTRO 1

Neste encontro, você terá a oportunidade de conhecer um pouco mais a sua propriedade rural, bem como algumas características do comportamento empreendedor.



1. Diagnóstico: conhecendo a propriedade rural

O Brasil tem grande destaque na produção agropecuária. Nesse setor, somos um dos líderes mundiais em produção e exportação, contribuindo de forma significativa para a economia do nosso país.

Você sabia que a sua propriedade rural também faz parte desse cenário? Independentemente do tamanho – pequena, média ou grande – ao produzir e comercializar seus produtos você também contribui com o sucesso da agropecuária brasileira.

*Mulheres
em Campo*



VOCÊ CONHECE A SUA PROPRIEDADE?



1.2 Pessoas que moram e trabalham na propriedade

Além dos proprietários já mencionados, cite também as outras pessoas que moram e trabalham na propriedade, como os familiares e/ou empregados que auxiliam nas atividades do dia a dia. Aproveite para detalhar o que cada um realiza.

Propriedade da Fernanda

Pessoas que moram e trabalham na propriedade

Antônio – filho, com 18 anos, frequenta a escola e auxilia nas tarefas na área de agricultura.

1.3 Localização

Descreva onde está localizada a sua propriedade - localidade, cidade e estado.

Propriedade da Fernanda

Localização

Distrito Bomfim de Feira – Feira de Santana - Bahia.

1.4 Área da propriedade

Descreva o tamanho da área da sua propriedade e o valor da terra nua.

Para você saber:

O valor da terra nua é o valor de mercado do imóvel rural, excluídos os valores relativos a:

- Construções, instalações e benfeitorias;
- Culturas perenes, semiperenes e anuais;
- Pastagens cultivadas e melhoradas;
- Florestas plantadas.

Propriedade da Fernanda

| Área da propriedade | | |
|----------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| Descrição da área | Área total da propriedade | Valor total da terra nua (R\$) |
| Plantio de hortaliças | 03 hectares | 57.000,00 |
| Construções e benfeitorias | | |
| Áreas não utilizadas | | |
| Área com pastagens | | |



Área da propriedade

| Descrição da área | Área total da propriedade | Valor total da terra nua (R\$) |
|-------------------|---------------------------|--------------------------------|
| | | |

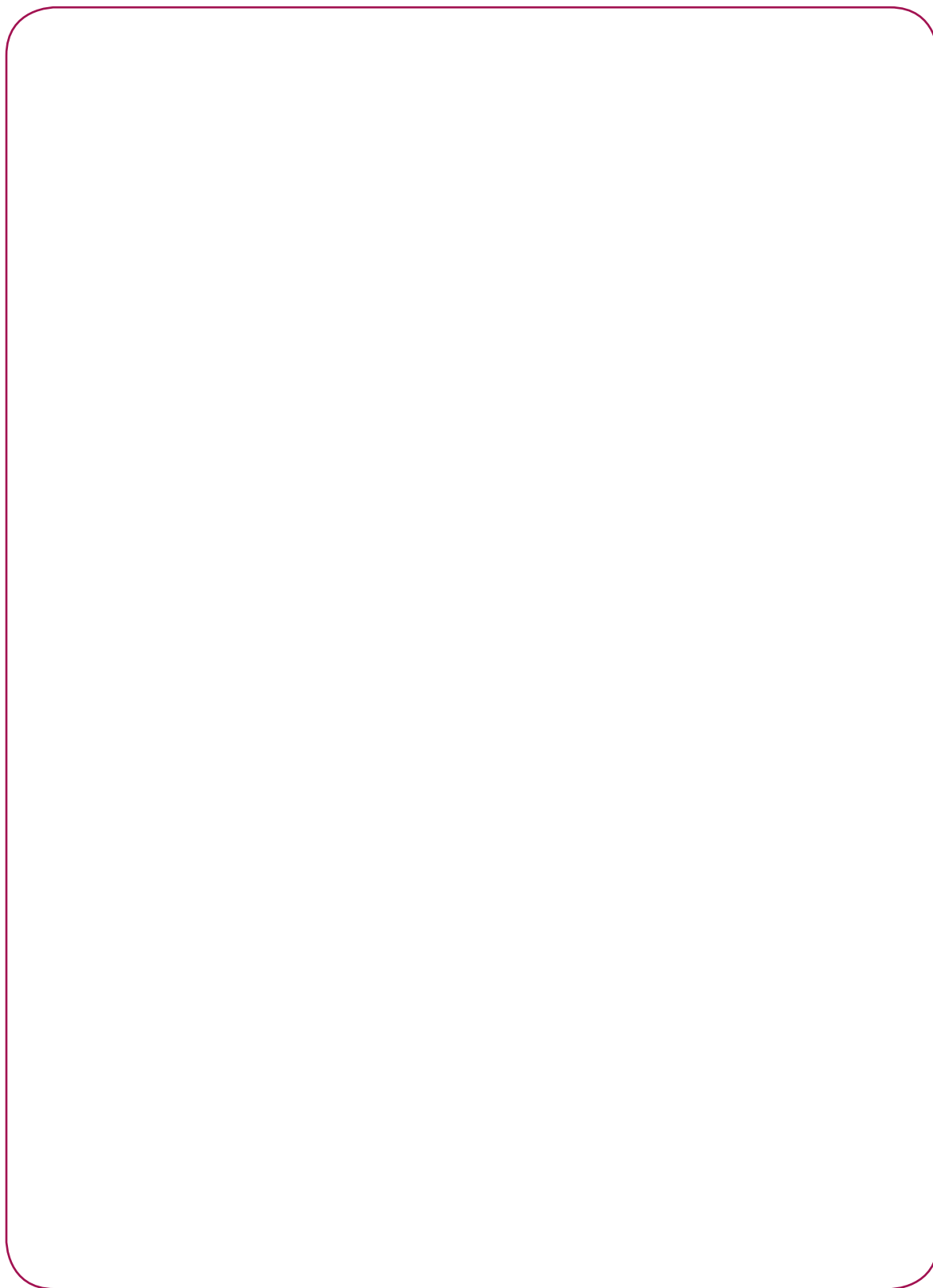
1.6 Desenho da propriedade

Para conhecer melhor o que a sua propriedade possui, um desenho é uma ótima forma de visualizar. Faça um desenho destacando as construções, cercas, estradas, locais com água, culturas, animais e outras informações importantes.

Propriedade da Fernanda



Desenho da propriedade



1.7 Construções e benfeitorias

Descreva as construções e benfeitorias da sua propriedade, as quantidades, o estado de conservação de cada uma, além do valor unitário e do valor total de cada item.

Propriedade da Fernanda

| Construções e benfeitorias | | | | |
|-----------------------------------|-------------------|------------------------------|---------------------------|------------------------|
| Descrição dos bens | Quantidade | Estado de conservação | Valor unitário R\$ | Valor total R\$ |
| Casa da família | 01 | Bom | 30.000,00 | 30.000,00 |
| Estufas | 02 | Ótimo | 4.800,00 | 9.600,00 |
| Poço artesiano | 01 | Ótimo | 5.000,00 | 5.000,00 |
| Reservatório de água | 01 | Ótimo | 800,00 | 800,00 |
| Galpão de 60m ² | 01 | Bom | 20.000,00 | 20.000,00 |
| Cercas | 01 | Regular | 5.000,00 | 5.000,00 |
| Curral | 01 | Regular | 2.000,00 | 2.000,00 |
| TOTAL | - | - | - | 72.400,00 |

1.8 Veículos, máquinas, equipamentos, ferramentas e outros bens

Descreva os veículos, máquinas, equipamentos, ferramentas e outros bens da sua propriedade, apontando também as quantidades, o estado de conservação, o valor unitário e o valor total de cada item.

Importante: os itens que pertencem à casa da família não devem ser inseridos nessa tabela.

Propriedade da Fernanda

| Veículos, máquinas, equipamentos, ferramentas e outros bens | | | | |
|--|-------------------|------------------------------|---------------------------|------------------------|
| Descrição dos bens | Quantidade | Estado de conservação | Valor unitário R\$ | Valor total R\$ |
| Veículo utilitário | 01 | Bom | 22.000,00 | 22.000,00 |
| Sistema de irrigação das estufas | 01 | Bom | 6.000,00 | 6.000,00 |
| Carrinho de mão | 01 | Bom | 100,00 | 100,00 |
| Ferramentas diversas | 01 | Ótimo | 600,00 | 600,00 |
| Caixas plásticas | 20 | Bom | 20,00 | 400,00 |
| Pulverizador costal | 01 | Excelente | 350,00 | 350,00 |
| Mesa para seleção das hortaliças | 01 | Bom | 70,00 | 70,00 |
| Termômetro | 01 | Bom | 200,00 | 200,00 |
| TOTAL | - | - | - | 29.720,00 |

1.9 Culturas perenes e semiperenes

Descreva as culturas perenes e semiperenes que você possui na sua propriedade.

Lembre-se de que as culturas anuais não fazem parte dessa tabela!

Para você saber:

Culturas perenes são aquelas que permanecem na propriedade rural durante vários ciclos de produção (acima de 10 anos), como, por exemplo, a maçã, a laranja, o café, a acerola, a pastagem.

Culturas semiperenes são aquelas que permanecem em torno de 4 a 6 ciclos de produção, a exemplo do eucalipto, da banana e da cana de açúcar.

Culturas anuais são aquelas que concluem seu ciclo produtivo em um ano ou em até menos tempo, havendo a necessidade de se realizar o plantio novamente, após a colheita. São exemplos milho, feijão, cenoura, pimentão.

Propriedade da Fernanda

| Culturas perenes e semiperenes | | | |
|--------------------------------|----------------|-----------------------|-----------------|
| Descrição | Ano de plantio | Estado de conservação | Valor total R\$ |
| Pastagens | 2000 | Bom | 2.000,00 |
| TOTAL | - | - | 2.000,00 |

1.10 Animais

Descreva os animais existentes na sua propriedade, tanto os que são usados para gerar renda quanto os utilizados para trabalho.

Os animais de estimação não devem ser incluídos nessa tabela.

Propriedade da Fernanda

| Animais | | | |
|------------------|-------------------|---------------------------|------------------------|
| Descrição | Quantidade | Valor unitário R\$ | Valor total R\$ |
| Vacas | 3 | 1.200,00 | 3.600,00 |
| Galinhas | 10 | 25,00 | 250,00 |
| TOTAL | - | - | 3.850,00 |

1.11 Valor do patrimônio

Chegou a hora de você conhecer o valor do seu patrimônio. A partir dos valores levantados em cada uma das tabelas anteriores, realize a soma do valor total da sua propriedade.

Propriedade da Fernanda

| Valor do patrimônio | |
|---|------------------------|
| Descrição | Valor total R\$ |
| Valor total da terra nua | 57.000,00 |
| Valor total das construções e benfeitorias | 72.400,00 |
| Valor total das veículos, máquinas, equipamentos, ferramentas e outros bens | 29.720,00 |
| Valor total das culturas perenes e semiperenes | 2.000,00 |
| Valor total dos animais | 3.850,00 |
| VALOR TOTAL DO PATRIMÔNIO | 164.970,00 |

| Valor do patrimônio | |
|---|------------------------|
| Descrição | Valor total R\$ |
| Valor total da terra nua | |
| Valor total das construções e benfeitorias | |
| Valor total das veículos, máquinas, equipamentos, ferramentas e outros bens | |
| Valor total das culturas perenes e semiperenes | |
| Valor total dos animais | |
| VALOR TOTAL DO PATRIMÔNIO | |

2. Empreendedorismo

Mulheres em Campo

SENAR
Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

VOCÊ JÁ OUVIU FALAR EM EMPREENDEDORISMO?



Você já deve ter ouvido falar muitas vezes da palavra “empreendedorismo”.

Nos últimos anos, muitas pessoas, quando iniciam um novo negócio, tanto no campo como na cidade, são chamadas de empreendedoras. Mas apenas isso, contudo, não é o suficiente para que sejam realmente empreendedores.

Anotações

Ser **empreendedora** é saber aproveitar as **oportunidades** dentro e fora do seu negócio, melhorando a **qualidade** do que se produz, gerenciando os **custos**, relacionando-se com **pessoas**, enfrentando **desafios** e tornando o negócio mais **competitivo**.

Vale lembrar que ninguém nasce empreendedor. A convivência com família, amigos, comunidade, participação em cursos e palestras, leitura, entre outros, desenvolve seus talentos e características individuais.

Assim, é importante destacar que todas nós somos potenciais empreendedoras, bastando apenas desenvolver essa competência.



Um empreendedor é alguém que percebe uma oportunidade e cria meios para aproveitá-la; é alguém que inova, melhora e transforma, buscando sempre os melhores resultados.

Independente de ser no meio rural ou urbano, é preciso ter atitudes empreendedoras, pois além de saber produzir, é necessário planejar, organizar, controlar e liderar bem o seu negócio, ou seja, administrá-lo da melhor forma para alcançar bons resultados.

No campo, são muitas as oportunidades a serem exploradas. Para ter sucesso, no entanto, a empreendedora precisa de ideias criativas, além de acreditar no seu potencial, inovando ou melhorando os negócios já existentes, atuando sempre de modo comprometido e dedicado.

Destacamos aqui o caso de sucesso de uma empreendedora rural, que, ao participar deste programa, conseguiu agregar valor à sua produção e fazer a diferença no negócio da família:



A rotina da produtora rural Marli Oliveira Alves mudou após a participação neste programa.

Antes, ela apenas auxiliava o marido nos afazeres da propriedade, sendo responsável pelas atividades domésticas. Após o programa, ao descobrir o seu lado empreendedor, resolveu incrementar a renda familiar.

A propriedade dela e do marido Antônio Alves, localizada em Forquilha, no sul do estado de Santa Catarina, tem como foco a produção de milho e feijão.

“Antes eu não enxergava outras possibilidades, fazia a minha parte auxiliando o meu esposo, mas não tinha uma atitude de protagonista. Com o curso eu descobri outras fontes de renda dentro da nossa propriedade e me tornei muito mais atuante”, relata Marli.

Hoje a produtora faz pães e feijoada para vender na comunidade. “Encontrei mais uma fonte de renda em um produto que temos aqui. A feijoada agrada a muitos, e eu passei a ser reconhecida pelas pessoas com meu trabalho. Deixei de ser a Marli ‘do Antônio’, para me tornar a Marli que faz pães e feijoada e isso é gratificante”, conta.

Segundo ela, a participação no curso também lhe trouxe uma efetiva mudança de vida: “Passei a ver as coisas de outro ângulo. Agora em tudo eu tento encontrar uma alternativa de melhora, seja nas atividades simples do dia a dia, seja em ações que eu mesma possa contribuir com a atividade rural de minha família”.

A satisfação pessoal de Marli serviu de inspiração para a filha Patrícia Alves Jorge.

A jovem, que havia deixado o meio rural para estudar fotografia, resolveu voltar para o campo. “Depois de ouvir os meus relatos, ela ficou motivada e resolveu se inscrever no curso de agronomia para retornar ao trabalho na propriedade. Isso me deixa muito feliz porque foi por meio do meu exemplo que ela quis voltar”, diz a mãe.

Para ela, as mulheres estão cada vez mais ganhando o seu espaço na sociedade, seja no meio urbano ou rural. “Somos muito mais do que mães, esposas e donas de casa. O curso também nos faz ver que somos fortes e que temos capacidade de aplicar o nosso potencial estando a frente de grandes projetos. Todos têm a sua importância”.



*Pensando
localmente*

E você conhece pessoas que, assim como a Dona Marli, também aproveitaram uma oportunidade e se destacaram como empreendedoras?

Comente com a sua instrutora e as suas colegas!

“Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo sem forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou. É ter consciência de que quem vence sem obstáculos triunfa sem glória. É não esperar uma herança, mas construir uma história.

Quantos projetos você deixou para trás? Quantas vezes seus temores bloquearam seus sonhos? Ser um empreendedor não é esperar a felicidade acontecer, mas conquistá-la.”

(Augusto Cury)



Atividade

Agora é com você. Juntamente com as suas colegas, você fará uma atividade na qual irá identificar as características necessárias para as empreendedoras de sucesso.

Anotações

2.1 O perfil empreendedor

Mulheres em Campo

SENAR
Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

QUAL O DIFERENCIAL DAS PESSOAS DE SUCESSO?



Todas as pessoas são potenciais empreendedores, basta desenvolver as suas competências.

Os empreendedores têm traços semelhantes, além da mesma forma de agir, independente da condição econômica, da riqueza do país em que vive, do sexo, idade ou escolaridade, possuindo dez características em comum em seu comportamento.

Mas você sabe quais são elas?

Vamos conhecê-las!

CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS



Neste encontro, veremos seis dessas características. As outras serão apresentadas para você ao longo do programa.

2.1.1 Bom relacionamento

Você tem muitos amigos? Tem pessoas com as quais pode contar quando precisa?

As empreendedoras estão sempre em contato com o maior número possível de pessoas, mantendo e ampliando a sua **rede de contatos**.

Isso significa que, em uma reunião, curso, palestra, na comunidade ou em qualquer outro lugar, quando você não se isola e busca contato com outras pessoas, há sempre uma oportunidade de criar e fortalecer relacionamentos.



Além disso, é importante saber influenciar e persuadir (convencer) corretamente aqueles que estão à sua volta, fortalecendo, assim, a sua rede de relacionamentos. Com transparência e confiança, essas pessoas podem ajudar você na criação de estratégias importantes para alcançar os seus objetivos.

Ao alimentar bons relacionamentos, lembre-se de que você aumenta efetivamente as suas chances de sucesso em todos os aspectos da vida e dos negócios.

2.1.2 Curiosidade

Você conhece alguém que teve sucesso sem conhecer nada sobre o seu negócio ou sem buscar alguma atualização?

A empreendedora que possui essa característica investiga, pesquisa, observa, procura melhoria, participa de cursos e palestras, troca informações com outras pessoas, conversa com técnicos especializados, entre outras fontes de **busca de informações**.

Utilize a sua curiosidade para buscar soluções, aprender e reaprender, fazer melhor, atingir os seus objetivos. Faça a diferença!



2.1.3 Comprometimento

Para que haja **comprometimento**, é preciso amar o que se faz. Pense nas pessoas de sucesso que você conhece. Você irá observar que elas amam as suas atividades e são realmente comprometidas com o que fazem.

Cumprir os seus compromissos, evitar prometer o que não pode ser cumprido, envolver-se pessoalmente para realizar as tarefas, buscar parcerias para atingir os melhores resultados, objetivando cumprir o que prometeu ou o que se propôs a fazer, são atitudes relacionadas a essa característica.

A empreendedora, com essa característica, sabe que o sucesso ou o fracasso são de sua própria responsabilidade

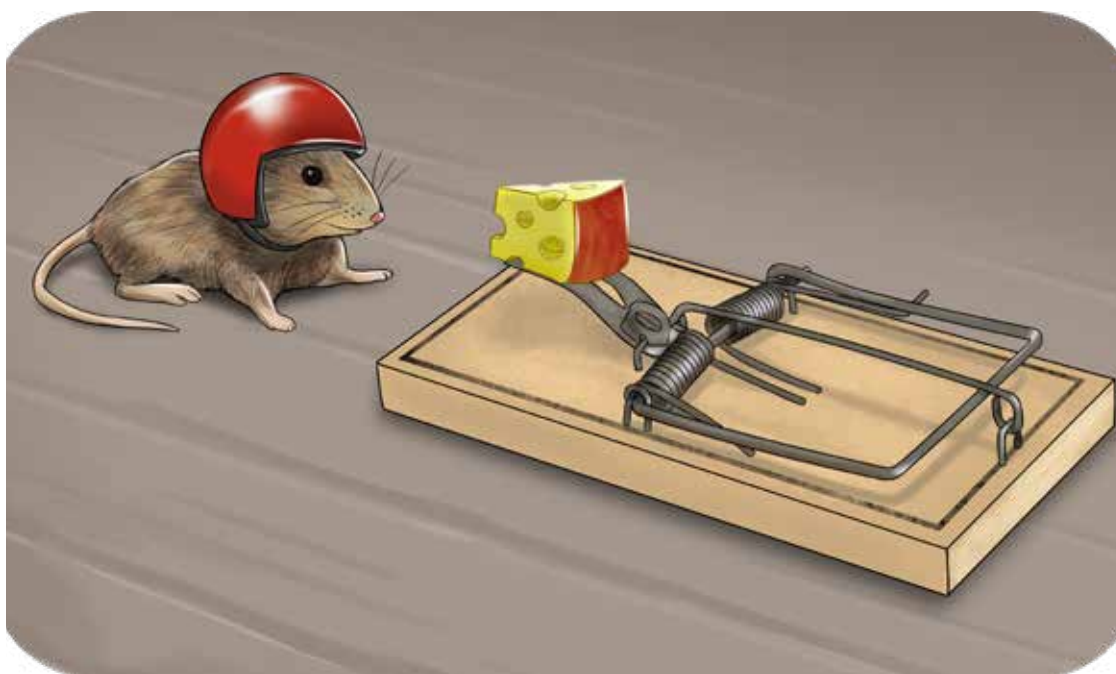
2.1.4 Persistência

A empreendedora que possui a característica da **persistência**, não desiste por qualquer coisa, enfrenta todos os obstáculos no seu caminho, além de buscar aprender com os próprios erros.

Persistir não é fazer a mesma coisa, da mesma forma, dez vezes, esperando resultados diferentes, mas sim dez coisas, de formas diferentes, até conseguir o que se deseja.

Muitas vezes a rotina, o desânimo e o medo das mudanças também impedem o sucesso. Porém, a empreendedora, diante de uma dificuldade, sempre avalia a situação, traçando novas estratégias para alcançar o seu objetivo.

Mas cuidado! Muitas pessoas teimosas se dizem persistentes. Ser teimoso é insistir no erro, não aceitar argumentos, não ter flexibilidade.



2.1.5 Busca de oportunidades e iniciativa

Você já identificou uma oportunidade, mas não teve a iniciativa de aproveitá-la?

A empreendedora que **busca oportunidades** está sempre atenta e curiosa a todas as oportunidades que estão ao seu redor, sabendo tirar proveito, inovando ou desenvolvendo novos produtos e serviços.

Além disso, a empreendedora que tem **iniciativa** não fica esperando que os outros venham resolver os seus problemas, buscando, de imediato, solucioná-los.



Para desenvolver a capacidade de iniciativa, quando estiver na rua preste atenção no comportamento das pessoas e em tudo que escuta à sua volta. No comércio, observe quais os produtos disponíveis e aqueles que estão em falta, ou não são oferecidos. Em casa, fique atento às suas necessidades, às propagandas na televisão e rádio.

Identificar oportunidades é um exercício de observação, criatividade e busca de soluções.



Em todos os negócios, atividades, regiões, municípios, ou em sua propriedade, existem sempre oportunidades a serem aproveitadas. Você pode perceber essas oportunidades, a partir da observação dos produtos produzidos fora da sua região, observando aqueles itens ou serviços que as pessoas sentem falta ou ainda outros que podem ser oferecidos pela sua propriedade, aproveitando os recursos existentes, ou mesmo criando novos negócios.

Preencha a tabela a seguir:

| Produtos que vêm de fora, mas são consumidos em sua região | Produtos que podem ser oferecidos por sua propriedade, aproveitando os recursos existentes |
|---|---|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

2.1.6 Confiar em si

Alguma vez na sua vida você já teve muita vontade de fazer algo, pensou bastante, mas não seguiu em frente? E, depois de algum tempo, refletindo melhor, arrependeu-se de não ter continuado?

A **autoconfiança** permite a empreendedora acreditar em si mesma e nos seus próprios projetos.

Quando a empreendedora tem determinação e confiança, estando motivada para seguir em frente e superar os desafios, consegue alcançar todos os seus objetivos, justamente por conseguir superar medos e incertezas.

Vale lembrar que a falta de confiança pode paralisar você, deixá-la simplesmente sem ação. Já o excesso de confiança pode tornar você arrogante, fazendo que não escute as pessoas à sua volta. Por isso, é preciso se valer dessa característica na medida certa.



**Já experimentou acreditar
em você? Tente...
Você não faz ideia do que é capaz!**



Chegamos ao final do nosso primeiro encontro!

Hoje você iniciou o diagnóstico da sua propriedade, com o objetivo de conhecer um pouco melhor o seu patrimônio e analisar as suas potencialidades.

Porém, ainda há muito a ser feito!

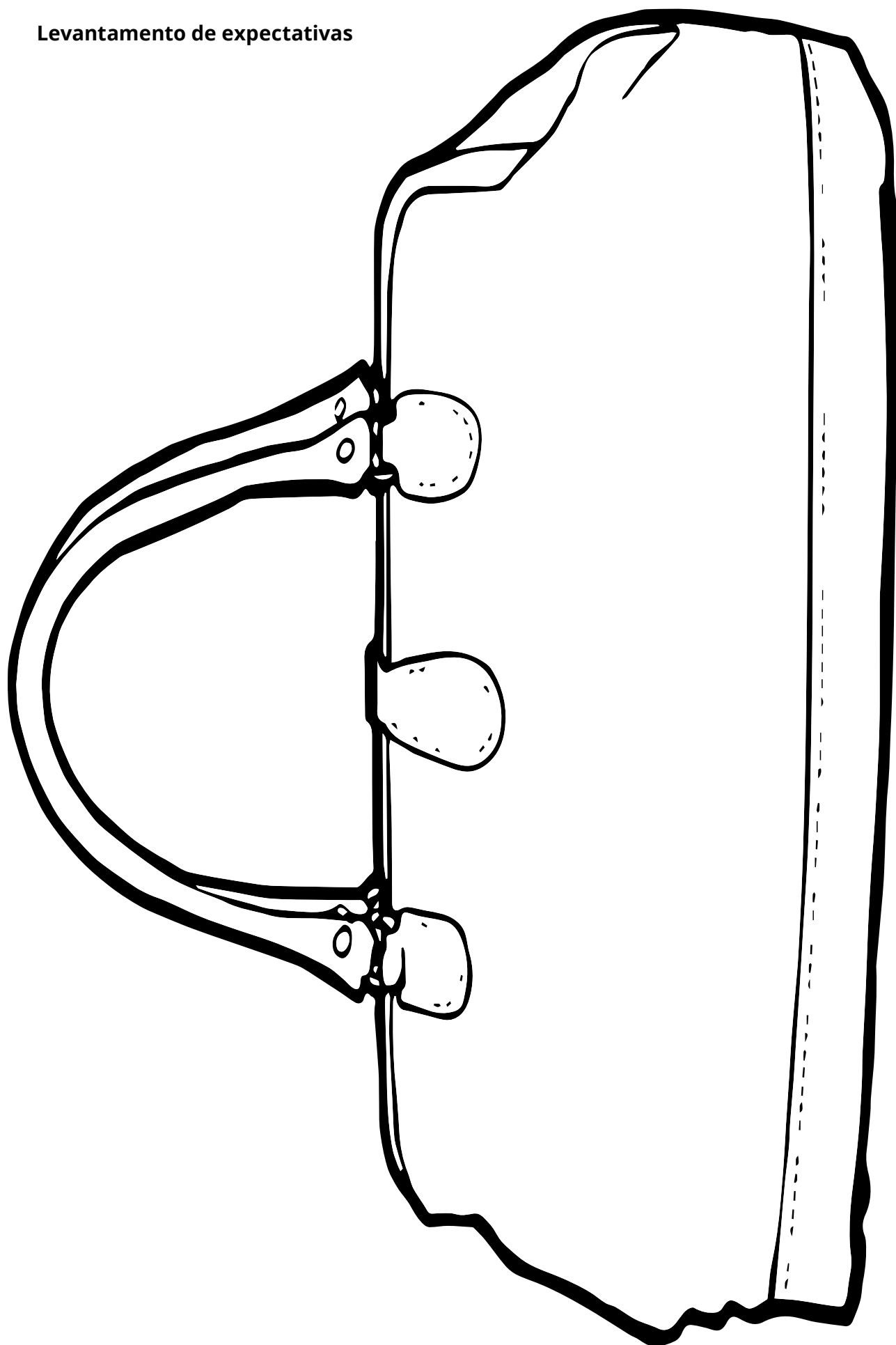
Lembre-se de conversar com a sua família para finalizar essa tarefa.

Você também conheceu algumas características empreendedoras, as quais são muito importantes e precisam ser desenvolvidas constantemente.

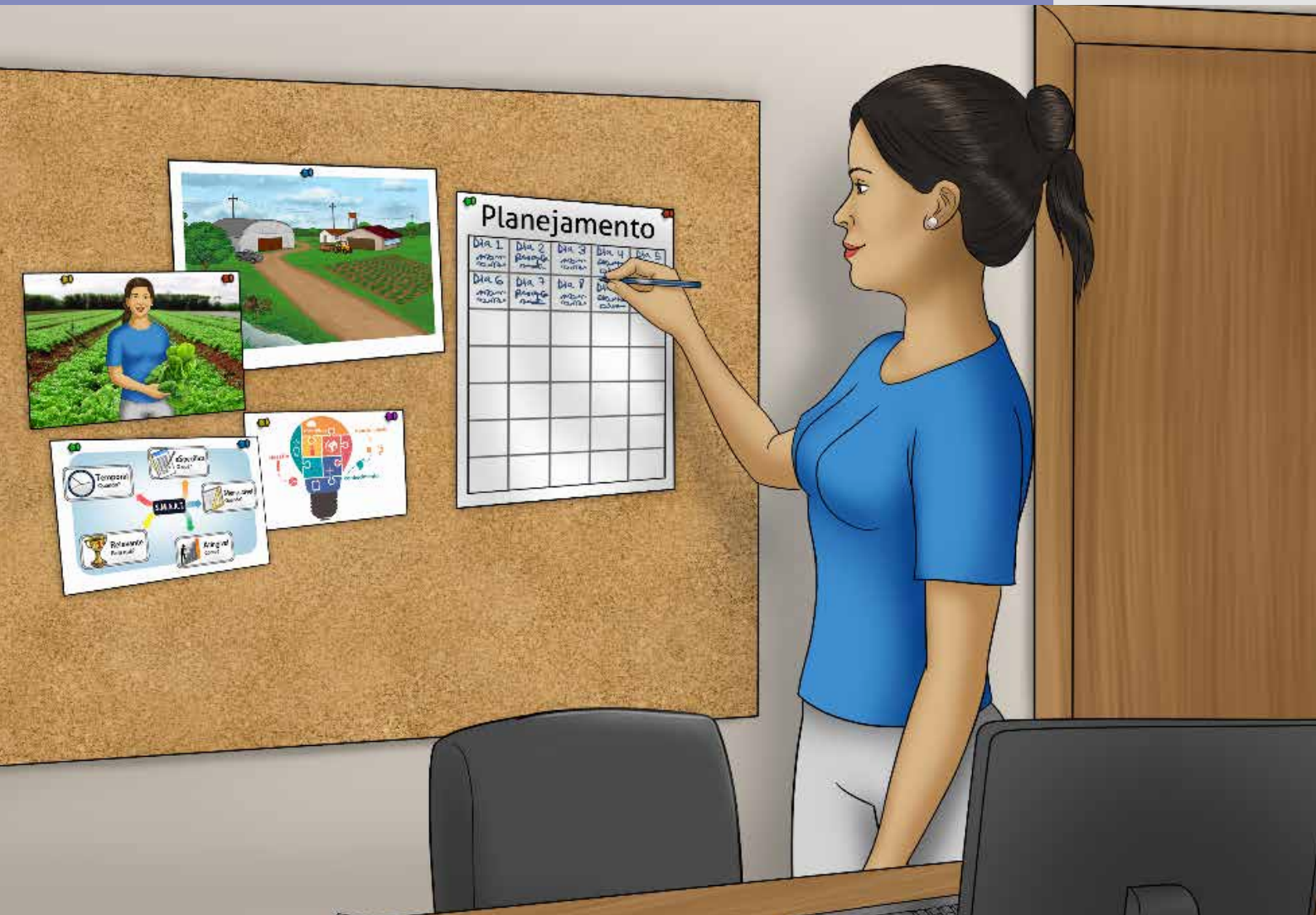
Continue desenvolvendo o seu bom relacionamento com as pessoas, sendo curiosa, comprometida e persistente e buscando informações variadas. Nunca deixe também de buscar oportunidades e ter iniciativa para aproveitá-las. Confie em você!

Sucesso!

Levantamento de expectativas



Planejamento



ENCONTRO 2

Neste encontro, você terá a oportunidade de conhecer mais algumas características do comportamento empreendedor e realizará o planejamento de uma ideia de negócio, aproveitando as potencialidades da sua propriedade.

1. Reconexão com o evo anterior

Mulheres em Campo

SENAR
Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

COMO FOI CONHECER MELHOR A PROPRIEDADE?



O que você aprendeu de mais importante até agora?

Você também conheceu seis características empreendedoras:

- Bom relacionamento;
- Curiosidade;
- Comprometimento;
- Persistência;
- Busca de oportunidades e iniciativa;
- Confiar em si.

2. Outras características do comportamento empreendedor

Neste encontro, você conhecerá outras características também relacionadas ao empreendedorismo:

- Coragem;
- Estabelecimento de metas;
- Planejamento.



2.1 Coragem

Você já experimentou atravessar a rua de olhos fechados?

Quando você tem coragem, mas não analisa os riscos, obstáculos ou possíveis dificuldades de alguma situação, é como se estivesse atravessando a rua de olhos fechados. Ignorar os riscos não significa que eles deixarão de existir, mas que provavelmente se tornarão grandes problemas.

Ao **correr riscos calculados**, no entanto, a empreendedora analisa as possibilidades de acertos e erros, enfrentando os desafios sem colocar tudo a perder, sem agir de forma impensada, por impulso.

Analisar riscos é um passo fundamental para obter mais segurança em qualquer situação. Ousadia, coragem e determinação para assumir riscos são atitudes importantes para saber onde, como e quando você deve arriscar para fazer o seu negócio crescer, por exemplo.



Para avaliar os riscos e aumentar as suas chances de acertos, um bom planejamento é essencial.

2.2 Estabelecimento de metas

É possível mudar, se a pessoa não sabe o que quer?

Para que você possa realizar um bom planejamento, primeiro é preciso definir quais são as suas metas e como você fará para alcançá-las.

As empreendedoras sempre sabem onde querem chegar e o que precisam fazer para alcançar os seus objetivos.

As **metas** são as ações que você realizará para alcançar seus objetivos.

Ao estabelecer uma meta, a empreendedora consegue visualizar o seu futuro, planejando-o com mais clareza, e assim sabe em qual direção seguir. Além disso, consegue ter foco nas suas ações, pois consegue medir os seus resultados, mantendo-se ainda motivada.

Por isso, a sua meta precisa ser algo de real importância e que você realmente queira, trazendo-lhe a esperada realização.

Lembre-se: metas exigem planejamento, dedicação e trabalho. São diferentes dos sonhos, nem sempre alcançáveis.

Uma boa forma de elaborar metas é utilizar o formato **SMART** - que significa METAS em inglês -, respondendo cada uma das perguntas abaixo:



| | | |
|--------------------|--|---|
| e Specífica | O que você pretende realizar? | A descrição do que você deseja realizar deve ser clara, detalhada e fácil de ser entendida. |
| M ensurável | Como será mensurado / medido? | Deve haver uma forma de indicar e avaliar se a meta foi atingida. |
| A tingível | Como? | Descrever como você fará para atingir a sua meta. Lembre-se de que a definição da meta deve ser coerente com o momento atual e os recursos disponíveis. |
| R elevante | Para quê? Por que é importante? | Uma boa meta deve trazer resultados para você, não pode ser “mais uma coisa ou mais uma tarefa”. Deve ser algo importante e que realmente faça diferença na sua vida. |
| T emporal | Quando? | Qual o prazo para realização da sua meta? Analise as suas possibilidades de realização, determine uma data para realizá-la (dia, mês, ano). |

Ao escrever uma meta SMART, observe que é possível visualizar o conjunto de ações a serem realizadas para atingir o que se deseja.

Confira a meta da Fernanda, produtora que conhecemos no encontro passado:

O objetivo da Fernanda é construir outra estufa para a produção de rúcula. Veja como ficou a sua meta SMART:

| e Specífica | M ensurável | A tingível | R elevante | T emporal |
|---|---|---|--|--|
| O que fazer? | Como será mensurado? | Como fazer? | Por que fazer? | Quando? |
| Construir uma estufa para produção de rúcula. | A estufa terá 2,4m x 1,8m, coberta com plástico transparente. | A construção será realizada com mão de obra da família, que já possui experiência. O investimento será pago através dos valores que serão mensalmente levantados pela venda da hortaliça, totalizando R\$ 500,00 / mês. | A construção da estufa é importante para que possamos ter um produto a mais para oferecer aos clientes e aproveitar o espaço e mão de obra disponível. | Iniciando em 01 de janeiro de 2018 e finalizando em 01 de julho de 2018. |



Atividade

Agora é a sua vez. Escreva a seguir uma meta que tenha grande significado para a melhoria da sua propriedade/negócio, podendo ser realizada no prazo máximo de dois anos.

| eS pecífica | O que fazer? | Mensurável | Como será mensurado? | Atingível | Como fazer? | Relevante | Por que fazer? | Temporal | Quando? |
|----------------|--------------|------------|----------------------|-----------|-------------|-----------|----------------|----------|---------|
| | | | | | | | | | |



Converse sobre a sua meta com as pessoas da sua família, buscando apoio e opiniões.

Lembre-se de que você pode traçar outras metas.

2.3 Planejamento

Você costuma planejar a sua vida, o seu negócio, as suas finanças?

A maioria das pessoas prefere executar as tarefas, ao invés de planejar, afinal o planejamento exige concentração, anotação, pesquisa e avaliação. Sabemos, no entanto, que os melhores resultados sempre ocorrem para aqueles que realizam um bom planejamento.

O meio rural produz alimentos, energia, matérias-primas para a indústria de cosméticos e farmacêuticos, fibras, madeira, papel e celulose, artesanato, oferecendo serviços na área de turismo e lazer, entre outras, demonstrando, assim, um grande potencial de negócios.

Mas, para que essas oportunidades tragam bons resultados, é fundamental um bom planejamento, analisando todas as etapas do processo produtivo, buscando produzir com qualidade, reduzindo custos e realizando uma boa comercialização.

PLANEJAR É CRIAR UM PLANO PARA ALCANÇAR SEUS OBJETIVOS



Embora estejamos lidando com produtos do agronegócio, que, na maioria das vezes, possuem qualidades semelhantes, preços definidos pelo mercado, além de serem comercializados em grande escala para um único comprador, o qual acaba revendendo esse produto, beneficiado ou não, é fundamental lembrarmos o seguinte: você, empreendedora, juntamente com a sua família, deve definir as suas estratégias de produção e comercialização, pois **buscar diferenciais no mercado pode tornar o seu negócio mais competitivo.**

O planejamento permite uma visualização mais clara de onde você quer chegar, quais os passos para alcançar os seus objetivos, ajudando a detectar os melhores caminhos a serem percorridos, possibilitando mudanças e evitando, assim, possíveis erros.

Ao realizar o seu planejamento, você não tem uma garantia de que necessariamente irá alcançar sucesso, mas conseguirá identificar erros que poderiam ser cometidos no negócio, tendo o mínimo de garantias no sentido de que o processo produtivo ocorra de maneira satisfatória e dentro do esperado.

Acompanhe os seus próprios resultados e, sempre que houver necessidade, revise o seu planejamento. Isso pode realmente aumentar as suas chances de sucesso!

O planejamento possui algumas etapas, a serem previamente verificadas. O objetivo é auxiliar você na tomada de decisão em relação ao seu negócio. São elas:

- **Produto ou serviço;**
- **Análise de ambiente;**
- **Análise dos consumidores;**
- **Análise dos fornecedores;**
- **Análise dos concorrentes;**
- **Organização do processo de produção;**
- **Preço médio de venda;**
- **Receita;**
- **Investimentos;**
- **Custos de produção;**
- **Comercialização.**



Neste encontro, você conhecerá os primeiros passos para o planejamento. Os itens relacionados ao preço médio de venda, a receita, os investimentos, os custos de produção e a comercialização serão abordados no encontro seguinte.

2.3.1 Produto ou serviço

*Mulheres
em Campo*



PRODUTO OU SERVIÇO

Tudo aquilo que é oferecido para satisfazer um desejo ou uma necessidade do consumidor.



Os produtos são aqueles produzidos em sua propriedade, como: milho, ovos, frangos, hortaliças, frutas, queijos, entre outros.

No meio rural também são oferecidos serviços, a exemplo de turismo rural, restaurante rural, hospedagem, aluguel de máquinas, entre outros.

Para ter a certeza de que o produto ou serviço que deseja comercializar está de acordo com a expectativa do mercado, você pode e deve realizar uma pesquisa junto ao mercado consumidor, para conhecer melhor as necessidades dos seus possíveis clientes.



Atividade

Agora é com você! Escolha um produto que possa ser produzido por você, aproveitando as potencialidades da sua propriedade, os seus conhecimentos e as suas habilidades, iniciando, assim, a realização do seu planejamento.



No Encontro 4, será realizada uma atividade na qual você terá a oportunidade de expor e comercializar o produto escolhido.

a) O que será produzido?

Anotações

2.3.2 Análise de ambiente

Esta análise consiste em examinar o ambiente em que o seu negócio está inserido, verificando todos os aspectos “dentro e fora da porteira”.

Para realizá-la, utilizamos a análise FOFA uma ferramenta muito simples e valiosa.



A análise de ambiente pelo uso da matriz FOFA é uma excelente forma de identificar as forças e as fraquezas que envolvem a sua atividade, visando tornar o negócio mais eficiente e competitivo por meio da correção das deficiências. Permite ainda analisar as oportunidades e ameaças existentes no mercado, sendo utilizada como base para a gestão e o planejamento.



| | |
|--|---|
| <p>Forças</p> <p>Características internas do negócio que representam vantagens competitivas e ajudam o negócio; estão “dentro da porteira”.</p> <p>Exemplos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Disponibilidade de recursos naturais;• Qualidade dos produtos;• Conhecimento da atividade. | <p>Fraquezas</p> <p>Características internas do negócio que representam desvantagens competitivas e prejudicam o negócio; estão “dentro da porteira”.</p> <p>Exemplos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de conhecimento;• Mão de obra pouco qualificada;• Maquinário sucateado. |
| <p>Oportunidades</p> <p>As oportunidades são situações positivas do ambiente externo, “fora da porteira”, e que ajudam no alcance dos objetivos do seu negócio.</p> <p>Exemplos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Abertura de novos mercados;• Melhoria dos preços;• Aumento da demanda. | <p>Ameaças</p> <p>As ameaças são situações negativas do ambiente externo, “fora da porteira”, e que atrapalham no alcance dos objetivos do seu negócio.</p> <p>Exemplos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Impostos elevados;• Exigências legais;• Seca ou chuva. |

Anotações



b) Análise de ambiente

| | |
|----------------------|------------------|
| Forças | Fraquezas |
| Oportunidades | Ameaças |

MERCADO



2.3.3 Análise dos consumidores

O mercado consumidor é formado por pessoas, empresas e segmentos de vendas (lojas, supermercados, feiras livres, feira de negócios, entre outros), que podem se interessar pelos produtos ou serviços oferecidos.

Analisar o mercado consumidor é uma etapa fundamental para realizar um planejamento correto e tentar garantir boas vendas.

Nessa fase, você deve identificar quem são os clientes, de que forma eles preferem o produto, qual a necessidade deles em relação ao produto ou ao serviço oferecido e ainda como é possível atingir esse público.



***Os clientes são a razão de existir de um negócio.
Lembre-se de que eles estão cada vez mais exigentes!***

f) Análise dos fornecedores

| Análise dos fornecedores | | |
|---------------------------------|--------------------|-------|
| Produto/Serviço | Nome do fornecedor | Preço |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

2.3.5 Análise dos concorrentes

Aprender a conhecer os concorrentes é muito importante para um bom planejamento. É necessário observar e comparar com frequência os preços, os produtos e os canais de promoção de seus concorrentes, bem como o atendimento, a qualidade e outros aspectos que você considere importante.

Os concorrentes são aqueles que possuem:

O mesmo produto – quando a concorrência produz o mesmo produto que você. Por exemplo, você e seu concorrente produzem tomate cereja.

Produtos similares – quando a concorrência produz algo muito parecido com o que você produz. Por exemplo, você produz alface crespa e o seu concorrente, alface lisa.

Produtos substitutos - são produtos da concorrência que não são similares aos seus, mas atendem às mesmas necessidades dos seus clientes. Por exemplo, você produz e comercializa frango caipira, porém, quando o preço está muito elevado, os consumidores optam pela carne suína.

Ao analisar os seus concorrentes, você terá condições de observar se o seu negócio pode competir com outros que já estão no mercado há mais tempo, além de checar se existe espaço para todos.

Essa avaliação permite a exploração de mercados alternativos, justamente por ser muito difícil para você, sozinha, conseguir concorrer com uma grande empresa. Por isso, é preciso identificar todos os tipos de consumidores em potencial para os produtos e serviços, os meios de comercialização e ainda projetar as ações visando a atingir esse mercado.

Talvez seja possível você fazer boas parcerias com os seus concorrentes, transformando-os até mesmo em parceiros. Pense nisso!

g) Análise dos concorrentes

| Análise dos concorrentes | | |
|---------------------------------|----------------------|----------------------|
| Nome do concorrente | Pontos fortes | Pontos fracos |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |



2.3.6 Organização do processo de produção

Para você assegurar o sucesso do negócio, o processo de produção deve ser planejado ou organizado, considerando o passo a passo da produção ou serviço.

Pense em uma receita de bolo. Inicialmente, costumam ser descritos os ingredientes, depois o modo de preparo, no qual é detalhado o passo a passo a ser seguido, para que a preparação dê certo. Assim é a organização do processo de produção, uma descrição de cada uma das etapas a serem realizadas no seu negócio, desde a chegada da matéria-prima até a entrega ao cliente.

Vamos conhecer cada uma das fases necessárias para que você possa organizar o seu processo de produção.

2.3.6.1 Local de produção

Nesse momento, é preciso definir o espaço físico necessário para que possa produzir.

Será em um local construído especialmente para essa finalidade?

Será em um local da sua comunidade?

Será na cozinha da sua casa?

Esse local precisará futuramente de adaptações?

Também é importante descrever as condições do local em relação aos aspectos de higiene, saúde e segurança.

2.3.6.3 Como será produzido

Pensar o passo a passo da produção, levando em conta a importância da qualidade do produto até o momento de entrega para o consumidor final, previne erros comuns à falta de planejamento, a exemplo da irregularidade na entrega ou a perda do cliente em potencial.

Lembre-se também dos cuidados necessários com a qualidade da matéria-prima e insumos utilizados, como qualidade da água, higiene pessoal e das próprias instalações, controle de pragas, saúde dos animais, produção, colheita e pós-colheita. Todos esses fatores podem influenciar nos seus resultados.

Para você saber

a) Qualidade da água

A água utilizada na propriedade rural, tanto aquela que entra em contato com os alimentos, como a reservada para uso dos animais e das pessoas, deve ser inodora (sem cheiro), transparente e livre de contaminação.


Cuidado, pois nem sempre as águas de poços, nascentes, fontes e represas apresentam boa qualidade. Por isso, é fundamental realizar análise da água e, se necessário, tratá-la adequadamente.

Lembre-se de que os reservatórios de água, tais como caixas d'água ou cisternas, precisam ser frequentemente limpos, preferencialmente a cada 6 (seis) meses, devendo ser tampados e não contendo ainda rachaduras, o que evita a entrada de insetos e animais.

b) Higiene pessoal

Muitas vezes, as pessoas são a maior fonte de contaminação dos produtos agropecuários. Para evitar isso, é importante seguir algumas regras básicas e fundamentais de higiene, como:

- Utilizar vestimentas e calçados adequados;
- Tomar banho diariamente;
- Cortar e limpar as unhas;

- 
- Proteger cortes ou feridas;
 - Utilizar os sanitários adequadamente;
 - Lavar as mãos antes das refeições, após utilizar o sanitário, antes de iniciar as atividades e sempre que julgar necessário.

A apresentação pessoal é importante para que o cliente tenha uma boa impressão em relação a você e, conseqüentemente, ao seu produto.

c) Controle de pragas

O controle de pragas deve ser feito em todas as áreas da propriedade. É sabido que as pragas representam um alto risco de contaminação, sendo possível, porém, minimizar a possibilidade de infestação.

Para que possa ter um controle eficiente, você deve:

- Fechar ralos e outros sistemas de drenagem;
- Proteger portas e janelas com telas;
- Evitar acesso dos animais nas áreas de produção;
- Controlar o lixo interno e externo.

d) Cuidados no plantio e cultivo

- Preparo e adequação da fertilidade do solo;
- Rotação de culturas;
- Manejo integrado de pragas e doenças;
- Utilização de insumos de qualidade e registrados para a cultura;
- Respeito ao tempo de carência dos agroquímicos;
- Regulagem de equipamentos;
- Uso do Equipamento de Proteção Individual (EPI);
- Tríplex lavagem de embalagens;
- Armazenagem e descarte adequado das embalagens de agroquímicos.

e) Cuidados na colheita e pós-colheita

- Uso de recipientes limpos e adequados para colocação e armazenagem dos produtos;
- Os produtos de colheita, não apropriados para o consumo, devem ser separados durante o processo;



- Os equipamentos e recipientes, previamente usados para acondicionar produtos potencialmente perigosos, como adubo, esterco e agroquímicos, não podem acondicionar o produto da colheita e nem o material utilizado para embalar o produto agrícola. Antes, é preciso que estejam devidamente limpos e, se necessário, desinfetados;
- Evitar deixar o produto colhido por períodos longos no campo, em contato direto ou muito próximo do nível do solo, para evitar a entrada de animais, como roedores e cobras;
- Recomenda-se que os veículos para o transporte pós-colheita estejam limpos.
- Os locais para armazenagem (galpões, barracões, paióis e outros) devem estar limpos.

f) Saúde dos animais

O cuidado com a saúde dos animais também faz parte das boas práticas. Por isso, você deve:

- Examinar, vermifugar e vacinar todos os animais, de acordo com a necessidade;
- Pesquisar e avaliar as causas de doenças e mortes do rebanho;
- Selecionar, tratar e, se necessário, descartar animais com doenças;
- Manter os animais em locais que possuam proteção contra chuvas, ventos e sol;
- Diminuir a incidência de moscas, outros insetos e roedores;
- Utilizar equipamentos limpos, desinfetados e/ou descartáveis;
- Reduzir o estresse do rebanho, por meio de um manejo adequado.

Anotações

j) Descrição do processo de produção

| Processo de produção | | |
|-----------------------------|--------------------|-----------------------------|
| O que fazer? | Como fazer? | Recursos necessários |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |



Caso você queira se aperfeiçoar em relação ao processo de produção, o SENAR oferta inúmeros cursos em diversas áreas. Procure o sindicato do seu município, ou o SENAR no seu estado.

2.3.6.4 Apresentação do produto

A apresentação do seu produto contribui muito com a sua comercialização, pois o cuidado com o produto e a embalagem também “falam” sobre o produto e até mesmo sobre as pessoas que o produziram.

Além de cumprir com a função de apresentação, uma boa embalagem serve para proteção e também de auxiliar no transporte, armazenagem, distribuição, venda e consumo do produto, favorecendo, assim, a sua qualidade.

Mulheres
em Campo



APRESENTAÇÃO DO PRODUTO




2.3.6.5 Agregar valor ao produto

É também no momento do planejamento da produção que você pode definir como agregar valor ao seu produto.

Mulheres em Campo

SENAR
Secretaria Nacional de Aprendizagem Rural

Valor agregado é tudo aquilo que o cliente recebe junto com o produto básico.



Agregar valor ao produto significa oferecer mais produtos e serviços, buscando encantar e surpreender os clientes, com ou sem custo adicional para você.

Por exemplo: Joana comercializa hortaliças. Além de realizar a entrega na residência dos clientes, a produtora também tem o cuidado de higienizá-las, apresentando-as prontas para o consumo. Somando-se ao excelente atendimento e à atenção dada aos clientes, de vez em quando, ainda inclui na cesta algum produto caseiro, como biscoitos ou geleias, sem custo adicional.

Há diversas formas de agregar valor ao seu produto: amostra grátis; auxílio ao cliente no momento de carregar os produtos; produtos para degustação; e outras iniciativas que estejam a seu alcance.



É fundamental que todo produto comercializado e oferecido tenha qualidade, uma vez que os clientes estão cada vez mais exigentes e nem sempre o preço baixo é o mais importante. Muitas vezes, melhorias na produção podem, além de diminuir os custos de produção, acrescentar valor ao produto ou serviço, contribuindo, assim, para aumentar o faturamento.

Quando você pensa em agregar valor ao seu produto ou serviço é essencial estar atenta à percepção do cliente. O que for oferecido tem de fazer sentido para o cliente, representar um valor que, na maioria das vezes, não é financeiro, mas relacionado a satisfação pessoal.



“Faça aquele esforço extra. Faça as pequenas coisas (...). As pessoas apreciam esses gestos. Pense no quanto você gosta quando isto é feito com você” (Carl Sewell).

l) O seu produto terá valor agregado? Qual será?

2.3.6.6 Mão de obra

Nessa etapa serão definidas as pessoas que auxiliarão no seu negócio, desde a compra dos insumos até a entrega ao cliente final, sem se esquecer da gestão.

Este item inclui você, os seus familiares, os sócios e as demais pessoas envolvidas no processo produtivo.

Para que você consiga melhor avaliar se é suficiente a quantidade de pessoas ou se será necessária mais mão de obra para o seu negócio, descreva a responsabilidade de cada pessoa dentro do processo produtivo.



O trabalhador rural contratado tem direito e deveres trabalhistas. Se você quiser mais informações em relação à legislação trabalhista, poderá consultar o Ministério do Trabalho pelo site: www.trabalho.gov.br ou telefone: 158.

O segurado especial, ou seja, aquele que possui imóvel de até 4 módulos fiscais e trabalha em regime de economia familiar, pode contratar empregados por tempo determinado ou ainda contribuintes individuais em épocas de safra em períodos corridos ou intercalados, por até 120 dias no ano civil, sem perder a sua condição de segurado especial (Lei nº 11.718/2008).

Para dúvidas em relação à legislação previdenciária, consulte a previdência social do seu município ou o site www.previdencia.gov.br ou telefone: 135.

m) Quem são as pessoas que irão auxiliar você no processo produtivo?



Chegamos ao final do nosso segundo encontro!

Hoje você finalizou o diagnóstico da sua propriedade e conheceu o valor do seu patrimônio.

Conheceu também outras características empreendedoras, iniciando a realização do planejamento de uma ideia de negócio, avaliando ainda o ambiente, o mercado e o processo produtivo.

Em casa, você pode revisar tudo o que fizemos em sala de aula e buscar mais informações sobre a sua ideia de negócio. Para isso, não deixe de contar com a ajuda da sua família.

Sucesso!

Custos de Produção



ENCONTRO 3

Neste encontro, você terá a oportunidade de compreender os números do seu negócio. Trata-se de uma etapa muito importante e que deve ser constantemente acompanhada, podendo garantir, assim, a saúde financeira da sua atividade.

1. Reconexão com o encontro anterior

*Mulheres
em Campo*



QUAL A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO PARA A PROPRIEDADE E PARA OS NEGÓCIOS RURAIS?




2. Gestão de custos

As produtoras rurais sabem quanto ganham com a venda da sua produção, mas a maioria não sabe quanto gasta para produzir.

Mulheres em Campo

SENAR
Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

POR QUE FAZER A GESTÃO DE CUSTOS?



Ao realizar a gestão de custos do seu negócio, você terá informações importantes em relação aos gastos necessários à sua produção, além de identificar problemas no seu processo produtivo.

A partir dessas informações, você também poderá realizar um planejamento para elevar ao máximo os seus lucros, por exemplo, realizando uma pesquisa de preços de insumos, unindo-se com vizinhos para compra coletiva de produtos, ou ainda reduzindo gastos desnecessários, entre outras estratégias a serem adotadas.



Atividade

Para que você perceba como é fácil anotar e calcular, vamos realizar uma atividade muito interessante.

FÁBRICA DE DOCINHOS

RECEITA PARA 50 UNIDADES

200 gramas de LEITE EM PÓ

50 gramas de AÇÚCAR REFINADO

100 gramas de COCO RALADO

50 ml de LEITE DE COCO

50 FORMINHAS DE PAPEL



2.1 Preço médio de venda

*Mulheres
em Campo*



PREÇO MÉDIO DE VENDA

É o preço pago pelo cliente, que deverá cobrir os seus custos e permitir a obtenção de lucros.



Quando estamos tratando de produtos da agropecuária, normalmente esses preços são definidos pelo mercado. Isso está relacionado aos sistemas de produção, época do ano, forma de comercialização, qualidade e quantidade vendida.



Produtos que estão em grande quantidade no mercado, e que possuem qualidade similar, têm os seus preços determinados pelo mercado, como milho, leite, soja. Já aqueles produzidos em menor quantidade, e que têm qualidade diferenciada, podem ter seus preços determinados pelo vendedor, a exemplo dos biscoitos caseiros, geleias, queijos diferenciados.

É importante lembrar que existe uma diferença entre o valor do que você tem a oferecer ao cliente e quanto ele estaria disposto a pagar pelo seu produto. Por isso, você precisa entender a diferença entre preço e valor.

O preço é o que se paga para obter algo, estando associado aos custos de produção, enquanto o valor equivale à soma dos benefícios recebidos ao obter aquilo que se deseja. Dessa forma, o mesmo produto pode ser vendido por preços diferentes, apenas pelo fato de terem valores distintos. E, muitas vezes, o valor agregado faz toda a diferença.

Uma forma prática e bastante eficiente de definir o **preço médio de venda** é por meio da construção de uma tabela com preço o praticado no mercado durante um período, e a partir daí calcular a média de preços.

Observe o preço médio do quilo da batata doce, pago ao produtor ao longo de um ano. A análise dos números mostra a oscilação dos preços durante os meses do ano.

Se você precisar consultar uma série histórica de preços, poderá acessar alguns sites que disponibilizam diversas informações:



- **CONAB (Companhia Nacional de Abastecimento) - www.conab.org.br**
- **CEPEA (Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada) - <http://www.cepea.esalq.usp.br/br>**
- **CEAGESP (Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo) - www.ceagesp.gov.br**

Caso você escolha o maior preço para utilizar no seu planejamento, poderá superestimar sua receita. Optar pelo menor preço também é arriscado no sentido de inviabilizar sua ideia de negócio. Por isso, o ideal é utilizar o preço médio de venda.

| Descrição | Preço médio de venda(R\$) |
|-----------------------------|---------------------------|
| Janeiro | 1,75 |
| Fevereiro | 1,50 |
| Março | 1,25 |
| Abril | 1,50 |
| Maio | 1,75 |
| Junho | 1,50 |
| Julho | 1,75 |
| Agosto | 2,00 |
| Setembro | 2,50 |
| Outubro | 3,00 |
| Novembro | 2,30 |
| Dezembro | 2,00 |
| PREÇO MÉDIO DE VENDA | 1,90 |

Para calcular o preço médio de venda, utilize a média dos valores.

$$\text{Preço médio de venda} = \frac{\text{Soma de todos os valores}}{\text{Quantidade de dados}}$$

$$\text{Preço médio de venda} = \frac{\text{R\$ 22,80}}{12}$$

$$\text{Preço médio de venda} = \text{R\$ 1,90}$$

2.2 Receita

A receita é o valor que você obtém com a venda de sua produção ou serviço, ou seja, seu faturamento.



Mulheres em Campo

SENAR
Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

RECEITA

É o valor obtido com a venda da sua produção ou do seu serviço.

Esse dinheiro é o resultado do negócio, ou seja, a quantidade obtida com a venda de produtos ou serviços, que servem para pagar os custos do negócio, não representando ainda o lucro.

Para calcular a receita de uma atividade, você precisa multiplicar a quantidade produzida pelo seu preço médio de venda.

$$\text{Receita} = \text{Quantidade produzida} \times \text{Preço médio de venda}$$

Observe este exemplo:

Carla e sua família produziram 50kg de cenoura e 25kg de beterraba para venderem na feira da cidade. O preço do quilo da cenoura é de R\$ 1,50; e o preço do quilo da beterraba é de R\$ 1,60.

Qual é a receita da produtora a partir da venda da cenoura e da beterraba?

Para resolver essa questão, precisamos primeiro calcular cada uma das receitas separadamente, utilizando a fórmula acima.

A receita total com a venda da cenoura é: $50 \text{ kg} \times \text{R\$ } 1,50 = \text{R\$ } 75,00$.

A receita total com a venda da beterraba é: $25 \text{ kg} \times \text{R\$ } 1,60 = \text{R\$ } 40,00$.

Como a produtora vendeu os dois produtos, a receita total da propriedade será obtida a partir da soma da receita da cenoura e da beterraba. Observe: $\text{R\$ } 75,00 + \text{R\$ } 40,00 = \text{R\$ } 115,00$.

Dessa forma, a propriedade obteve uma receita de R\$ 115,00 com a venda dos seus produtos.

Anotações

Receita

Exemplo da Fábrica de docinhos

Receita = Quantidade produzida x Preço médio de venda

b) Receita _____

Receita = Quantidade produzida x Preço médio de venda


2.3 Investimentos

Mulheres em Campo

SENAR
Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

INVESTIMENTOS

- ✓ Itens ou bens que duram mais de um ciclo produtivo
- ✓ Necessários para que o funcionamento do seu negócio
- ✓ Constituem o seu patrimônio
- ✓ Exemplos: máquinas, veículos, construções, benfeitorias



Os investimentos que a sua propriedade possui foram levantados por você no momento de realização do diagnóstico, no Encontro 1. A soma do seu patrimônio constitui, então, todo o seu investimento.

Veja um exemplo de investimentos realizados em uma propriedade rural:

| Descrição | Quantidade | Valor Unitário R\$ | Valor Total R\$ |
|-----------------|------------|--------------------|------------------|
| Casa | 01 | 35.000,00 | 35.000,00 |
| Trator | 01 | 42.500,00 | 42.500,00 |
| Carrinho de mão | 02 | 120,00 | 240,00 |
| TOTAL | - | - | 77.740,00 |

Sempre que você iniciar um novo negócio ou atividade, é preciso também fazer o levantamento de quais os investimentos a serem utilizados para esse fim, mesmo que já façam parte do seu patrimônio.

No caso de bens usados para mais de um tipo de atividade ou cultura, é necessário fazer o rateio.

O **rateio** é a divisão do valor do bem, proporcionalmente ao uso para cada cultura ou atividade.

Por exemplo, o trator cujo valor é de R\$ 42.500,00, quando utilizado para diversas culturas ou atividades, precisa ter seu valor rateado, caso você esteja fazendo uma tabela de investimento de apenas uma cultura.

| Descrição | Percentual de uso | Rateio do valor |
|-------------------------|-------------------|-------------------------------------|
| Milho | 45% | R\$ 42.500,00 x 45% = R\$ 19.125,00 |
| Feijão | 35% | R\$ 42.500,00 x 35% = R\$ 14.875,00 |
| Manutenção de pastagens | 20% | R\$ 42.500,00 x 20% = R\$ 8.500,00 |
| TOTAL | 100% | R\$ 42.500,00 |

Todo investimento realizado no seu negócio sofre **depreciação**, que é a perda do valor do bem.

Essa perda pode decorrer da depreciação física, ocorrida em função do uso, tempo e por ações da natureza, ou ainda pela depreciação econômica, ocasionada quando o bem fica ultrapassado ou obsoleto, devido às inovações tecnológicas.

As benfeitorias (casa, galpão, barracão, depósito, cercas, curral, aviário), máquinas (veículos, tratores, pulverizadores), equipamentos (balança, roçadeira, misturador de ração), ferramentas e utensílios se desgastam ou se tornam ultrapassados com o passar dos anos, perdendo o seu valor. A mesma situação é verificada com os animais de reprodução e trabalho, com as pastagens, além das culturas perenes e semiperenes.

Quando esses bens chegarem ao final da sua vida útil, é preciso que você faça as esperadas substituições. Certo?



Vida útil é o tempo que o bem pode ser usado para desempenhar a sua função de maneira satisfatória.

A depreciação calcula essa perda, para que você saiba o quanto precisa economizar anualmente. Ao final dessa vida útil, espera-se que se tenham recursos financeiros suficientes para a substituição do bem.

O valor da depreciação trata-se de uma reserva monetária, e não de um desembolso. No entanto, ela deve ser encarada como um custo do negócio.

A **depreciação anual** é calculada, utilizando-se a seguinte fórmula:

$$\text{Depreciação} = \frac{\text{Valor atual do bem}}{\text{Vida útil restante}}$$

Vamos verificar um exemplo:

Um carro comprado novo pelo valor de R\$ 48.000,00, e que possui uma vida útil de 20 anos, sofre uma depreciação de quanto por ano?

$$\text{Depreciação} = \frac{\text{Valor atual do bem}}{\text{Vida útil restante}}$$

$$\text{Depreciação} = \frac{\text{R\$ 48.000,00}}{\text{20 anos}}$$

$$\text{Depreciação} = \text{R\$ 2.400,00 /ano}$$

Dessa forma, para que, ao final de 20 anos você tenha recursos suficientes para substituir esse veículo, precisará economizar R\$ 2.400,00/ano.

Vale lembrar que o cálculo da depreciação não é uma prática comum entre os produtores rurais. Isso pode ser muito perigoso financeiramente, uma vez que a depreciação é um custo da atividade. Se isso não for previsto, o custo de produção pode ficar abaixo da realidade, conseqüentemente o lucro também não será real, ocasionando, assim, o sucateamento dos bens, sem reserva financeira para substituição.



Você pode calcular a depreciação de todos os bens da sua propriedade.

Observe o exemplo e veja como fica a tabela de investimentos de uma propriedade com as informações de vida útil e depreciação:

| Descrição | Percentual de uso | Quant. | Valor unitário R\$ | Valor total R\$ | Vida útil (anos) | Depreciação anual R\$ |
|-----------------|-------------------|--------|--------------------|------------------|------------------|-----------------------|
| Casa | 100% | 01 | 35.000,00 | 35.000,00 | 40 | 875,00 |
| Trator | 100% | 01 | 42.500,00 | 42.500,00 | 25 | 1.700,00 |
| Carrinho de mão | 100% | 02 | 120,00 | 240,00 | 10 | 24,00 |
| TOTAL | - | - | - | 77.740,00 | - | 2.599,00 |

Dessa forma, você consegue acompanhar o valor do seu patrimônio. Também é possível estimar o valor da depreciação de cada item anualmente, devendo incluir esses valores em seu custo de produção.

2.4 Custos de produção

*Mulheres
em Campo*



CUSTOS DE PRODUÇÃO

São os gastos relativos a produção ou manutenção do negócio.

Exemplos:

- ✓ mão de obra familiar, contratada e temporária
- ✓ energia elétrica
- ✓ Insumos
- ✓ combustível



Para calcular os custos de produção, você precisa anotar todos os gastos que tiver na sua propriedade. As despesas, em geral, são com:

- Mão de obra familiar, contratada e temporária;
- Depreciação;
- Manutenção;
- Seguros;
- Impostos sobre a terra;
- Aluguéis;
- Energia elétrica;
- Arrendamentos;
- Insumos;
- Alimentação de animais;
- Medicamentos;
- Vacinas;

- Combustível;
- Impostos e taxas de comercialização;
- Outros custos.



Assim como tomar banho e escovar os dentes, anotar diariamente os seus custos precisa ser um hábito.

Para que os custos possam ser levantados corretamente, é fundamental que você anote separadamente os valores para cada tipo de produto ou cultura, fazendo o rateio dos itens de uso comum.

O valor da **depreciação** fará parte da tabela dos custos de produção, juntamente com os demais custos observados para a propriedade, cultura ou atividade, a exemplo do pró-labore.

O **pró-labore** é a remuneração dos proprietários, familiares ou sócios. Essa remuneração é utilizada para manutenção da sua família, alimentação, vestuário, lazer, saúde, entre outros.

Estabelecer um valor de pró-labore para os envolvidos no negócio evita que sejam feitas retiradas de dinheiro da propriedade a todo momento, o que pode comprometer os resultados da sua atividade.

Você também pode estabelecer um valor mensal para a remuneração da mão de obra dos filhos que auxiliam nas tarefas diárias. Assim incentiva o trabalho e a permanência deles na propriedade. Muitos jovens que saem do meio rural e vão procurar trabalhos fora estão em busca do seu próprio dinheiro.

Para estabelecer o valor do pró-labore, recomenda-se observar o valor pago pelo mercado para um trabalhador que exerce a mesma função ou ainda verificar o valor necessário para manutenção da sua família.

Observe o exemplo e veja como fica a tabela dos custos de produção de uma propriedade que produz alface para o consumo familiar:

| Custos de produção | | | |
|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|------------------------|
| Descrição | Quantidade utilizada | Custo unitário R\$ | Custo total R\$ |
| Mudas | 300 mudas/ano | 0,10 | 30,00 |
| Esterco | 18 kg/ano | 0,45 | 8,10 |
| Inseticida natural | 100 ml | 0,05 | 5,00 |
| Depreciação equipamentos | 12 meses | 5,00 | 60,00 |
| Mão de obra familiar | 12 meses | 10,00 | 120,00 |
| TOTAL | - | - | 223,10 |

Os custos de comercialização, como comissão, divulgação, impostos sobre vendas, também devem ser calculados.

O imposto sobre a comercialização para a produtora rural pessoa física é de 2,1% sobre o faturamento bruto da comercialização da produção, dos quais 2% (dois por cento) são destinados à seguridade social (INSS) e 0,1% (zero vírgula um por cento) ao financiamento das prestações por acidente de trabalho e afastamento por doenças ocupacionais.

Na mesma guia de contribuição é incluída a contribuição destinada ao SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural –, que corresponde a 0,2% do faturamento bruto sobre a comercialização. Esse valor é devolvido para você, em forma de cursos, treinamentos e outras ações realizadas pelo SENAR.

Dessa forma, o valor total da contribuição é de 2,3%.



Para a produtora rural pessoa jurídica, o percentual do imposto é de 2,6% sobre o valor bruto da comercialização e o valor destinado ao SENAR é de 0,25%.

Custos

Exemplo da Fábrica de docinhos

| Custos de produção | | | |
|---------------------------|-------------------|-------------------------------|----------------------------|
| Descrição | Quantidade | Custo unitário R\$ | Custo total R\$ |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| TOTAL | - | - | |

Após calcular o custo total, é possível calcular o custo unitário dos produtos ou serviços.



CUSTO UNITÁRIO

Representa o custo para produzir uma unidade, quilo, saca, litro, arroba ou outra medida.

$$\text{Custo unitário} = \frac{\text{Custo total}}{\text{Quantidade produzida}}$$

Vamos calcular o custo unitário do exemplo apresentado anteriormente, ou seja, o de produção de alface.

A quantidade produzida foi de 270 pés de alface e o custo de produção, R\$ 223,10. Qual o custo de cada pé de alface?

$$\text{Custo unitário} = \frac{\text{R\$ 223,10}}{270} = \text{R\$ 0,83/pé}$$

Confira outro exemplo:

Joana é produtora de leite. No último ano a produção foi de 45.000 litros e o custo total foi de R\$ 36.000,00. Qual o custo do litro de leite da propriedade de Joana?

$$\text{Custo unitário} = \frac{\text{R\$ 36.000,00}}{45.000} = \text{R\$ 0,80/litro}$$

Custo unitário

Exemplo da Fábrica de docinhos

$$\text{Custo unitário} = \frac{\text{Custo total}}{\text{Quantidade produzida}}$$

e) Custo unitário _____

$$\text{Custo unitário} = \frac{\text{Custo total}}{\text{Quantidade produzida}}$$



Chegamos ao final do nosso terceiro encontro!

Neste encontro você aprendeu a calcular os custos de produção através da atividade da Fábrica de docinhos.

Em casa, com a sua família, busque mais informações sobre os preços de venda, os investimentos necessários para realizar seu o negócio e os custos de produção.

De posse dessas informações, ficará muito mais fácil finalizar os seus cálculos no próximo encontro.

Sucesso!

Indicadores de Viabilidade e Comercialização



ENCONTRO 4

Neste encontro, você terá a oportunidade de conhecer alguns indicadores de viabilidade que, juntamente com todas as informações coletadas até aqui, permitirão que analise a viabilidade da sua ideia de negócio.

Também discutiremos sobre a importância da comercialização, do atendimento e da negociação.

1. Reconexão com o encontro anterior

*Mulheres
em Campo*



Como foi fazer o levantamento do preço médio de venda, receita, investimentos e custos de produção da sua ideia de negócio?



2. Indicadores

Os indicadores de viabilidade permitem que você, empreendedora, avalie como serão os resultados da sua ideia de negócio.

São diversos os indicadores de viabilidade. Neste curso, você conhecerá alguns deles, os quais poderá utilizar para avaliar sua ideia de negócio ou uma atividade já existente.

2.1 Lucro

O lucro é um indicador que demonstra qual o ganho que o negócio consegue ter sobre as vendas.



O lucro é constituído pela diferença entre a receita e o custo total, ou seja, ocorre quando a receita é maior do que os custos.

Ele é calculado através da seguinte fórmula:

$$\text{Lucro} = \text{Receita} - \text{Custo Total}$$

Observe o exemplo:

A produtora Paula e seu marido produzem tomates e na comercialização dessa safra, tiveram uma receita de R\$ 5.500,00 e o custo total ficou em R\$ 3.650,00.

Aplicando a fórmula:

$$\text{Lucro} = \text{R\$ } 5.500,00 - \text{R\$ } 3.650,00$$

$$\text{Lucro} = \text{R\$ } 1.850,00$$

No caso de resultados negativos, temos uma situação de prejuízo, quando a receita é menor do que os custos. Nesse caso, é importante revisar seus custos de produção e o preço médio de venda, visando adequá-los caso seja necessário e possível.



Para maioria dos produtos agropecuários o preço é determinado pelo mercado, assim para maximizar seu lucro, esteja sempre atenta aos custos do seu negócio!

Lembre-se de que o lucro pode ser utilizado para reinvestir e fazer melhorias na propriedade, utilizar para outros fins que forem necessários e também para economizar.

Lucro

Exemplo da Fábrica de docinhos



$$\text{Lucro} = \text{Receita} - \text{Custo Total}$$

a) Lucro _____

$$\text{Lucro} = \text{Receita} - \text{Custo Total}$$

2.2 Rentabilidade

A rentabilidade é um indicador de atratividade do negócio que mostra quanto o valor que foi investido no negócio teve de rendimento.



RENTABILIDADE

Representa quanto rendeu o valor que foi investido em um negócio.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro}}{\text{Investimento}} \times 100$$

Por exemplo, se o negócio tem uma rentabilidade de 10% ao ano, isso significa que 10% de todos os recursos que você investiu retornaram em um ano.

A rentabilidade é calculada pela fórmula:

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro}}{\text{Investimento}} \times 100$$

Observe o exemplo:

Francisca fez um investimento em uma agroindústria no valor de R\$ 38.000,00, no primeiro ano e seu lucro foi de R\$ 3.000,00.

Aplicando a fórmula:

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ 3.000,00}}{\text{R\$ 38.000,00}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = 0,0789 \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = 7,89\%$$

Desta forma, podemos afirmar que do investimento realizado por Francisca em seu negócio, a rentabilidade foi de 7,89%.

Rentabilidade

Exemplo da Fábrica de docinhos

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro}}{\text{Investimento}} \times 100$$

b) Rentabilidade _____

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro}}{\text{Investimento}} \times 100$$

2.3 Prazo de retorno do investimento

Quanto tempo será necessário para que você recupere todo o dinheiro que investiu no seu negócio?

*Mulheres
em Campo*



PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO

Indica qual o tempo necessário para que se recupere todo o dinheiro investido no negócio.

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Lucro}} \times 12 \text{ meses}$$

No caso da Francisca do exemplo anterior, a empreendedora teve um lucro de R\$ 3.000,00, mas, para isso, ela investiu R\$ 38.000,00 para comprar máquinas e equipamentos, além de investir na estrutura do seu negócio. Após quanto tempo produzindo e vendendo, irá sobrar-lhe novamente esse mesmo valor investido, além dos bens adquiridos?

Para saber em quanto tempo o dinheiro investido retornará às suas mãos, realizaremos o seguinte cálculo:

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Lucro}} \times 12 \text{ meses}$$

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{\text{R\$ 38.000,00}}{\text{R\$ 3.000,00}} \times 12 \text{ meses}$$

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = 152 \text{ meses}$$

Esse índice também é um indicador de atratividade do negócio, pois mostra o tempo necessário para que a empreendedora recupere tudo que investiu em seu empreendimento.

Prazo de retorno do investimento

Exemplo da Fábrica de docinhos

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Lucro}} \times 12 \text{ meses}$$

c) Prazo de retorno do investimento _____

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Lucro}} \times 12 \text{ meses}$$

2.4 Ponto de cobertura total

*Mulheres
em Campo*



PONTO DE COBERTURA TOTAL

Indica a quantidade mínima de produto que deverá comercializar para que a propriedade não tenha lucro e nem prejuízo, ou seja, as receitas pagam os custos.

$$\text{Ponto de cobertura total} = \frac{\text{Custo total}}{\text{Preço médio de venda (unitário)}}$$

Ao realizar esse cálculo, você consegue avaliar se o seu volume de produção está adequado ao nível dos seus custos.

Para calcular o ponto de cobertura total, utilize a seguinte fórmula:

$$\text{Ponto de cobertura total} = \frac{\text{Custo total}}{\text{Preço médio de venda (unitário)}}$$

Veja este exemplo:

Na propriedade da Valéria, além dos produtos da agropecuária, ela também faz pães caseiros. Valéria é muito caprichosa e preza pela qualidade dos produtos, por isso, tem uma ótima clientela. Nesse mês, ela teve um custo de R\$ 240,00 para produzir 80 pães, comercializando cada um por R\$ 5,00.

$$\text{Ponto de cobertura total} = \frac{\text{R\$ 240,00/mês}}{\text{R\$ 5,00}}$$

$$\text{Ponto de cobertura total} = 48 \text{ unidades}$$

Assim, Valéria precisa comercializar 48 pães por mês, para que possa pagar os seus custos. Desse modo, tudo que vender acima desse valor passa a ser lucro.

Ponto de cobertura total

Exemplo da Fábrica de docinhos

$$\text{Ponto de cobertura total} = \frac{\text{Custo total}}{\text{Preço médio de venda (unitário)}}$$

3. Comercialização

A comercialização constitui uma etapa fundamental do processo produtivo. E se ela for bem organizada e realizada, todos os esforços de produção, produtividade e redução de custos “dentro da porteira” podem ser recompensados. Caso contrário, isso não é possível.



Conquistar um espaço no mercado não é fácil, mas certamente mantê-lo é o maior desafio.

Para comercializar os produtos, é preciso ter em mente três princípios básicos, que, sem dúvida, são fundamentais para garantir o seu sucesso:

- **Padrão** – qualidade, tamanho, insumos utilizados;
- **Volume** – quantidade produzida por período;
- **Frequência** – regularidade de entrega dos produtos ou fornecimento do serviço.

No entanto, vale lembrar que, antes de comercializar, **você precisa planejar o seu negócio e, conseqüentemente, o seu processo de comercialização,** principalmente por ele ser um grande gargalo para muitos empreendedores rurais e uma comercialização deficiente, podendo gerar perdas que acabam inviabilizando a sua atividade produtiva.

O processo de comercialização é iniciado com a produção, no momento em que você decide o que produzir, ou qual serviço oferecer, quando produzir e para quem produzir. Além dessas etapas, temos a compra de matéria-prima, produção, beneficiamento, embalagem, venda e transporte, as quais devem ser planejadas com muita atenção, do modo como você vem realizando neste programa.

3.1 Canais de comercialização

Os produtos chegam até os clientes por meio de um canal de comercialização.

Para que o cliente tenha acesso a seus produtos ou serviços, você pode comercializar a sua produção a partir de duas formas de vendas:

- **Venda direta** – situação em que você oferta os seus produtos e faz a entrega direto ao consumidor final, ou seja, a comercialização é realizada diretamente com o consumidor final, não havendo intermediários.

Por exemplo: uma produtora de verduras e legumes, que faz a venda direta para a dona de casa.

- **Venda Indireta** – situação em que a comercialização é feita por meio de intermediários. Seja o atacadista ou o varejista, esse intermediário possui a função de comercialização do produto.

Por exemplo: quando a sua produção é vendida para uma pessoa que busca os produtos em sua propriedade (intermediário), para revendê-los ao supermercado, o qual, posteriormente, repassa ao consumidor final.

É importante observar que a existência de intermediários é muitas vezes necessária para aumentar a eficiência no processo e possibilitar a comercialização do produto; como por exemplo, se você não tem como armazenar o seu produto ou como escoar a sua produção, essa figura se faz importante no seu processo.



Para que a relação entre você e o intermediário seja justa, uma boa negociação é fundamental.

Há diversos canais de comercialização, que podem ser utilizados para a venda do seu produto:

- **Venda direta na propriedade** – situação em que os clientes compram o produto diretamente na propriedade, ou o serviço é oferecido no local;
- **Entregas a domicílio** – prestação de serviço ou entregas diretamente para o consumidor final na sua residência;
- **Entregas em pontos ou locais de vendas** – a entrega do produto é realizada em lojas de produtos naturais ou orgânicos, mercearias, pequenos supermercados, atacadistas, distribuidoras, empresas, restaurantes, padarias, entre outros;
- **Feiras livres** – são organizadas pelos próprios produtores e suas cooperativas/ associações, e geralmente contam com a parceria do município;
- **Lojas de agricultores** - espaço físico destinado à comercialização dos produtos da agricultura.
- **Programas do governo** – venda dos produtos para os programas do governo destinados a hospitais públicos, merenda escolar, creches, entre outros;



Se você quiser mais informações sobre o PAA – Programa de aquisição de Alimentos – acesse:

<http://www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-paa/sobre-o-programa>

http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_arquivos_64/CARTILHA_PAA_FINAL.pdf

Para mais informações sobre o PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar – acesse:

<http://www.fn-de.gov.br/programas/alimentacao-escolar>

- **Cooperativas / Associações** – realizam a articulação para aquisição e/ou comercialização da produção;
- **Atacadistas** – realizam compras em grandes lotes, tendo assim maior poder de negociação, consequentemente permitindo a venda dos produtos a preços menores. Para fornecer aos atacadistas, é preciso ter frequência na entrega;

- **Distribuidores** – posicionados em localidades estratégicas, mantêm contratos de exclusividade com produtores, os quais entregam seus produtos para serem revendidos;
- **Representantes** – trabalham com catálogos e mostruários oferecendo os produtos em diversos pontos de vendas.

Diante do mercado competitivo em que nos encontramos, a escolha dos canais de comercialização é uma decisão importante na estratégia comercial de qualquer negócio. Por ser necessário encontrar as mais diversas maneiras de levar seus produtos e/ou serviços ao cliente/consumidor, essa etapa também faz parte do seu planejamento.

Além de planejar para quem comercializar, você precisa definir também como será a entrega do seu produto até chegar ao seu cliente, caso não faça a venda da sua mercadoria direto na sua propriedade. Isso também vale para os serviços a serem prestados, ou seja, como você chegará ao seu cliente, ou como o seu cliente chegará até você.

Para que você tenha bons resultados também, nessa fase, é necessário criar mecanismos para entregar os produtos ao destino final em tempo mais curto possível, reduzindo os custos de transporte e armazenagem, além de satisfazer as necessidades dos seus clientes.

Por isso, é importante realizar um planejamento destacando os dias de entrega, a rota a ser realizada, a utilização, ou não, de algum transporte alternativo, a possibilidade de se contar com entregadores, entre outros detalhes que podem ajudar você nesse momento.

Anotações



a) Quais serão os canais de comercialização que serão utilizados (onde os produtos serão vendidos)?

b) Como será a distribuição e o transporte do seu produto?

4. Última característica empreendedora



Agora que já finalizamos as etapas do nosso planejamento, vamos conversar sobre mais uma **característica do comportamento empreendedor**, que fará toda a diferença em seu negócio: a **superação**.

Se você quer se destacar, é preciso estar disposta a fazer mais, melhor, mais rápido e barato, superando sempre as expectativas de prazos e padrões de qualidade, ou mesmo reduzindo os custos de produção. Isso significa ter eficiência.

Pessoas com essa característica nunca se mostram satisfeitas com os resultados alcançados, pois estão sempre preocupadas com a qualidade dos produtos, perseguindo os melhores resultados. Por isso, estão frequentemente se aperfeiçoando e buscando o seu melhor.

5. Atendimento

É no momento da comercialização que você precisa colocar em prática toda a sua habilidade em relação ao atendimento ao cliente, afinal o consumidor é parte fundamental de qualquer negócio.

Quando falamos em atendimento, muitas pessoas pensam logo em simpatia e boa educação. Sem dúvida, são questões importantes, porém é necessário compreender que o conceito ultrapassa esses aspectos, até porque **todo cliente deseja ser bem tratado e bem atendido.**



Ao buscar um produto ou serviço, o cliente naturalmente deseja ser bem atendido, sentindo-se acolhido e satisfeito.

Tanto a gentileza quanto a cordialidade são tratamentos que o cliente espera receber de quem está comercializando um produto ou serviço. Não se trata de um diferencial, mas, sim, de uma obrigação por parte de qualquer empreendedora que queira ter sucesso.

O atendimento, portanto, está relacionado a um julgamento de valor como um todo, por parte do cliente. Além do tratamento, também são considerados a disponibilidade do produto, a qualidade, o espaço ou ambiente de venda limpo e agradável.



O atendimento deve superar as expectativas, surpreender o cliente.

Você já pensou no que pode fazer para surpreender o seu cliente?

Apesar de tanto se falar em atendimento ao cliente, é possível, porém, evitar alguns pecados cometidos, os quais podem comprometer suas vendas:

- **Desinteresse** – não demonstrar importância em relação ao cliente;
- **Má-vontade** – tentar livrar-se do cliente sem resolver o problema ou sem atendê-lo;
- **Frieza** – tratar o cliente de forma desagradável, distante e indiferente;
- **Desdém** – tratar o cliente como se ele não soubesse nada;
- **Ser inflexível** – não ter flexibilidade junto ao cliente.

Estudos comprovam que um cliente satisfeito faz propaganda positiva para, no máximo, cinco pessoas, enquanto um cliente insatisfeito relata a sua insatisfação para, pelo menos, 20 pessoas, fazendo propaganda negativa sobre o negócio.

Se você quiser ter novos clientes ou, no mínimo, manter os clientes atuais, é fundamental que esteja atenta ao atendimento prestado.

Para que você tenha sucesso em suas vendas, ao atender o seu cliente, no momento da comercialização, é preciso observar os seguintes itens:



- **Dê as boas-vindas**

Cumprimente a todos com um sorriso. É um modo de nos mostrarmos agradáveis e receptivas, o que facilita o contato com o cliente.

Antes de tudo, apresente-se, fale o seu nome, pergunte o nome do cliente e se mostre disposta a auxiliá-lo.

- **Atenda de imediato**

Nunca deixe uma pessoa esperando, principalmente se o serviço que estiver fazendo não tiver relação com o assunto que o cliente irá tratar.

Para quem espera, a sensação é a de que um minuto pode virar uma eternidade. Há pessoas que aguardam por dois minutos, e depois são capazes de dizer que esperaram por mais de dez! Se precisar deixar o cliente aguardando, realize um atendimento inicial, o que, sem dúvida, vai acalmá-lo.

- **Dê atenção ao cliente**

Faça com que o cliente se sinta bem-vindo. Trate-o como alguém importante. Comentários agradáveis valorizam a relação, mas nunca fale além do necessário, dando o devido tempo para que ele explique o que deseja.

- **Fale a verdade**

Nas informações prestadas ao cliente, falar sempre a verdade é extremamente importante. Mesmo sendo desagradável, é preferível assumir uma falha do que passar ao cliente a impressão de que esconde informações ou omite problemas.

- **Dê atenção às reclamações**

Fique atenta a qualquer reclamação, queixa ou sugestão vinda do cliente, buscando resolver a situação o mais rápido possível.

• Garanta qualidade para seu ambiente de trabalho

Apresente um ambiente limpo e organizado, mantenha a qualidade em tudo que faz.

• Cuide da sua postura e aparência

A imagem que as pessoas constroem a seu respeito está relacionada à forma como elas percebem, inicialmente, os seus comportamentos, habilidades e atitudes.

Essa construção da imagem ocorre normalmente em três momentos distintos:

- 1) Primeira impressão** - formada nos quatros primeiros segundos de contato, através da imagem que a outra pessoa percebe em você. A observação da sua aparência, postura e vestuário, bem como os seus cuidados pessoais e expressão facial, fazem toda a diferença nesse primeiro momento.
- 2) Imagem inicial** - formada nos primeiros contatos.
- 3) Imagem verdadeira** - aquela que realmente demonstra quem você é, sendo construída ao longo do relacionamento.



6. Negociação

Negociação é o meio pelo qual as pessoas buscam entendimento e consenso.

Negociar é buscar o acordo por meio do diálogo, a forma para as pessoas minimizarem ou eliminarem as suas diferenças.

Podemos chamar de negociação, desde um simples e breve diálogo com os familiares, como uma longa conversa para fechar a compra de um bem – isso porque todos somos únicos, com opiniões e desejos diferentes.

As negociações sempre estiveram presentes nas relações humanas. Antes mesmo do ser humano desenvolver a fala, já barganhava e trocava objetos e alimentos. Hoje, todos nós precisamos negociar diariamente, seja na família ou nos negócios.

O processo de negociação possui diferentes momentos, em que as partes envolvidas inicialmente divergentes, ou seja, com pontos de vista e opiniões diferentes, movimentam-se em direção a um ponto comum, a um acordo possível.



Para que você tenha sucesso na sua negociação, você deve buscar uma negociação ganha-ganha, na qual, além de pensar no seu problema, também assume uma postura positiva, avaliando a questão do outro, compreendendo o ponto de vista e analisando as melhores possibilidades para que ambos saiam satisfeitos.

Essa negociação tem uma característica incomum: ninguém perde, todos ganham! São os casos em que é possível sair da competição para a cooperação, buscando um resultado que beneficie a todos os envolvidos.

Para que você alcance esse resultado na sua negociação, que pode ser com um fornecedor, cliente, ou mesmo familiares, algumas atitudes podem lhe ser úteis:

- **Saiba ouvir** – ouça o que a outra pessoa tem a dizer, não apenas aquilo que você deseja ouvir;

- **Seja honesta** – fale a verdade, sendo sempre clara e realista. Isso facilita a negociação e amplia a relação de confiança;
- **Seja gentil** – evite a arrogância;
- **Seja justa** – colabore e esteja comprometida com o bom resultado da negociação;
- **Busque soluções** – ao negociar, se possível, ofereça alternativas ou conte com a ajuda de outras pessoas;
- **Seja flexível** – em alguns momentos, é preciso ceder, “abrir mão” ou mudar de opinião;
- **Tenha empatia** – coloque-se no lugar do outro, pois os interesses da outra pessoa também são importantes. Pense nisso, procure entendê-los;
- **Fique à vontade** – para negociar bem, é preciso sentir-se à vontade com as pessoas. Para isso, se for possível, planeje antes a sua negociação e confie em você!



“Negociação é a arte de chegar a um acordo sem ceder nos princípios. Fora de situações limites, o confronto apenas infla o ego de quem agride” – Frei Betto

Anotações



b) Análise FOFA da comercialização

| | |
|----------------------|------------------|
| Forças | Fraquezas |
| Oportunidades | Ameaças |



Chegamos ao final do nosso quarto encontro!

Agora que você encerrou todo o planejamento de sua ideia de negócio, já está preparada para aplicar o que aprendeu em outras atividades que tenha interesse em desenvolver na sua propriedade.

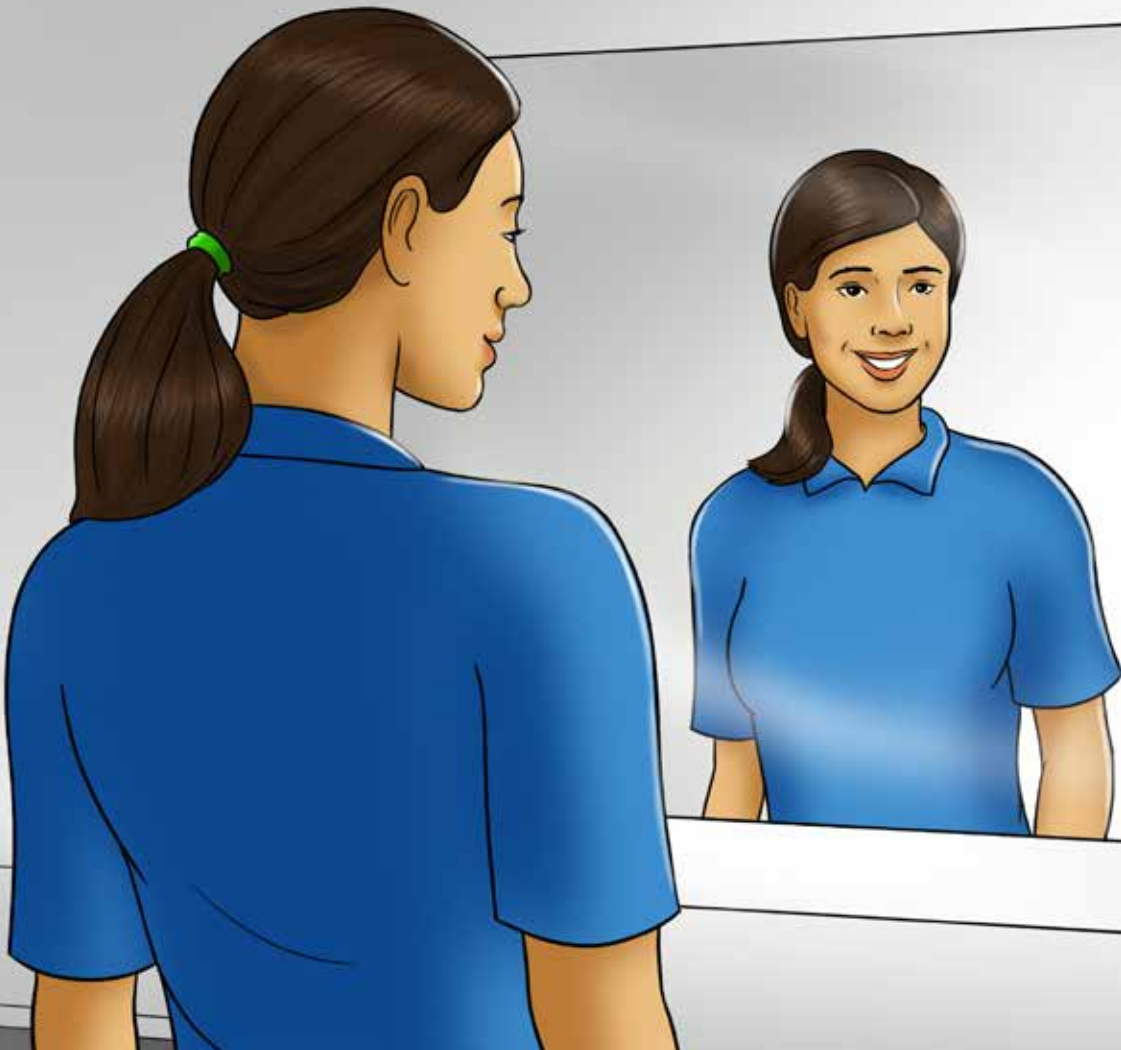
Também poderá utilizar os conhecimentos adquiridos para avaliar a viabilidade das atividades que já estão sendo realizadas na sua propriedade, com o objetivo de garantir a eficiência do negócio.

Aproveite todos os conhecimentos adquiridos sobre a comercialização, o atendimento e a negociação para também aplicá-los no seu dia a dia.

Lembre-se de que as oportunidades e possibilidades de geração de renda estão em todos os lugares, bastando identificá-las e aproveitá-las!

Sucesso!

Desenvolvimento Pessoal



ENCONTRO 5

Neste encontro, você terá a oportunidade de compreender a importância dos valores, da ética, da motivação e da resolução de conflitos.

Também reconhecerá as suas competências pessoais, bem como a importância do *feedback* e da realização de um planejamento pessoal.

1. Reconexão com o encontro anterior



Durante os quatro últimos encontros, você teve a oportunidade de olhar para a sua propriedade, as suas potencialidades e limitações, realizando também o planejamento de uma ideia de negócio e colocou em prática o processo de comercialização, desenvolvendo as suas características empreendedoras.

Agora é a hora de olhar para você mesma!

2. O papel da mulher

No passado, as mulheres se restringiam ao cuidado do lar e da família, atuando como donas de casa, mães e esposas. Sem dúvida, uma época na qual eram pouco valorizadas pela sociedade.

Atualmente, além do papel de mulher, filha, mãe, amiga, também são trabalhadoras, participativas e capazes de contribuir efetivamente para a mudança das propriedades e da sociedade.

Em suas propriedades, exercem um papel fundamental, auxiliando no processo produtivo, na gestão do negócio, cuidando do lar e da família e ainda sendo mediadoras dos conflitos.

Essa contribuição na família, nos negócios e na sociedade tem tido destaque, já que passaram a ser protagonistas de muitas mudanças e melhorias. Começaram a exercer funções e cargos, antes realizados apenas por homens, em função de sua percepção, senso crítico e capacidade de unir a emoção com a razão, demonstrando, desse modo, as suas competências.



3. Competências




As competências estão relacionadas aos conhecimentos, habilidades e atitudes que as pessoas possuem. Elas são representadas pelo **CHA**.

O CHA pode ser definido da seguinte forma:

| | |
|----------|---|
| C | O C significa conhecimento. É o saber sobre um determinado assunto que seja importante para você e o seu negócio. |
| H | O H significa habilidade. É o saber fazer e está relacionado ao uso do seu conhecimento, ou seja, colocar em prática o que foi aprendido, para gerar resultados. |
| A | O A significa atitude. É o ser e o querer fazer , está relacionado a própria iniciativa, isto é, não ficar esperando as coisas acontecerem, agindo sempre de forma assertiva. |

Desenvolver o tripé que sustenta a competência é importante para obter melhores resultados.



Ser competente em algo implica em dominar o conhecimento a respeito do assunto, conseguir aplicar esse conhecimento para produzir algum resultado, ter atitude para colocar isso em prática e fazer acontecer.

Se o seu comportamento for sempre o mesmo, é pouco provável que você tenha resultados diferentes daqueles obtidos em outras situações.

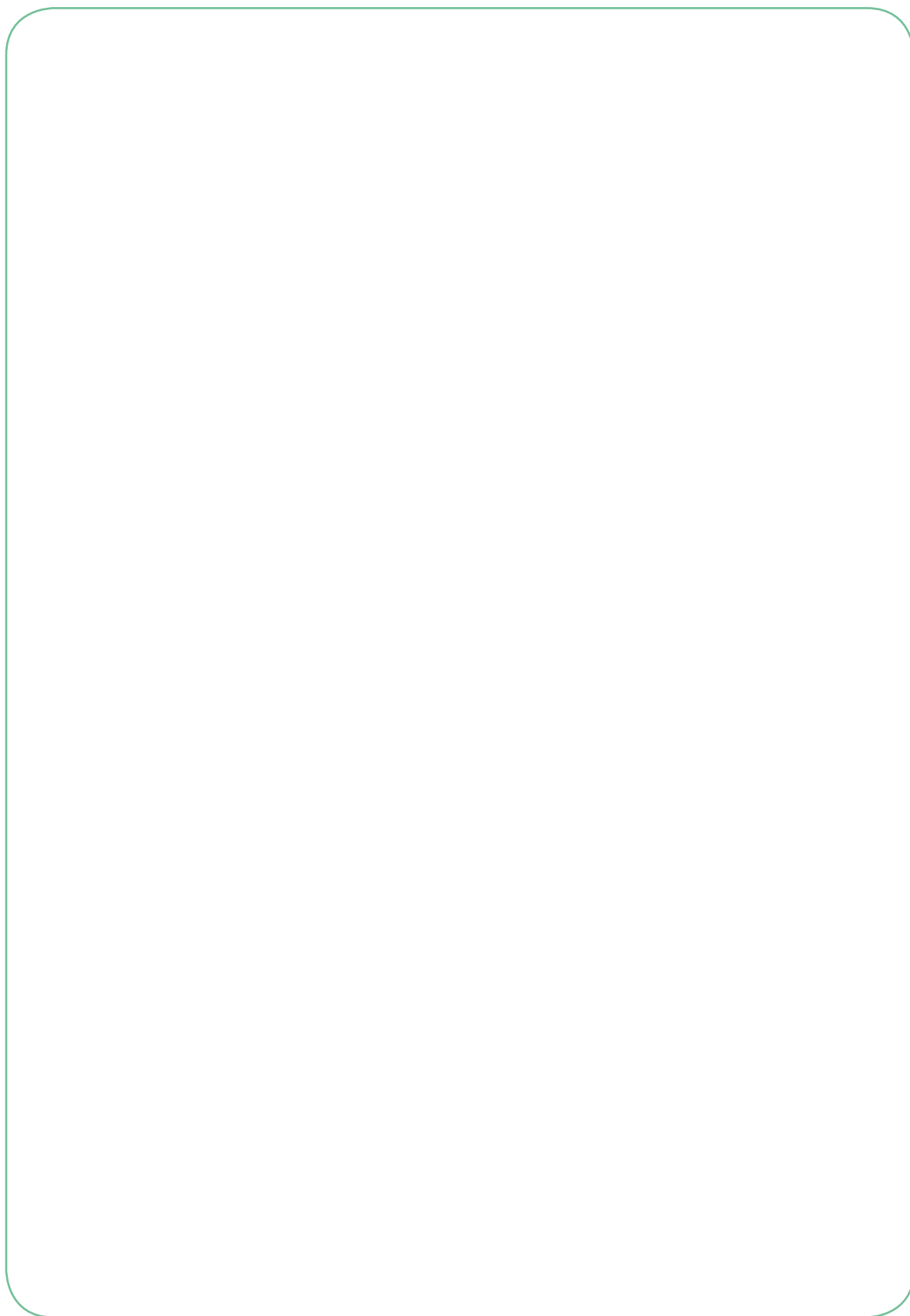
3.1 Atividade – Reconhecimento das competências

Para reconhecer as suas competências, você pode fazer a si mesma os seguintes questionamentos:

- O que eu faço de melhor?
- Quais são as minhas características mais elogiadas pelas outras pessoas?
- Quais são as minhas forças identificadas pelos outros?
- Quanto eu conheço sobre o meu trabalho ou a respeito das atividades que pretendo desenvolver?
- Quais os cursos que eu possuo que podem me ajudar a atingir os meus objetivos?
- Quais as minhas maiores habilidades?
- Qual o meu maior diferencial?

Para reconhecer as competências que ainda precisam ser desenvolvidas, você também deve fazer a si mesma os seguintes questionamentos:

- Que tipo de atividade eu não gosto de executar?
- Quais os conhecimentos que eu não disponho, mas que me fazem falta?
- Quais as habilidades que eu preciso melhorar?
- Quais as atitudes eu preciso melhorar?
- Quais os meus outros pontos de melhoria?
- Eu possuo comportamentos que atrapalham o meu desenvolvimento (comportamentos sabotadores)? Quais?
- Quais são as minhas maiores dificuldades?
- Quais são as minhas fraquezas identificadas pelos outros?





4. Valores pessoais

Os valores podem ser entendidos como os princípios e as crenças que orientam as pessoas, as questões realmente importantes e que acabam definindo as suas ações e prioridades.

Os valores pessoais são as suas convicções básicas, que determinam e influenciam os seus comportamentos, servindo como guia em sua vida.

São os seus valores que direcionam as suas próprias ações e atitudes, cujo impacto é direto tanto na sua vida, quanto na sua família, bem como no ambiente onde vive e na rotina das pessoas com as quais você se relaciona.

A formação dos valores começa na infância. Os pais são os primeiros exemplos, pois aprendemos e repetimos o que eles fazem. Famílias em que as pessoas têm um bom relacionamento, nas quais o amor e o respeito estão presentes, fazem com que aquela criança se torne um adulto que cultiva os mesmos valores, mantendo relacionamentos parecidos. O mesmo ocorre se o ambiente familiar é atravessado por discussões e brigas constantes.

Se você aprendeu a importância da honestidade, acreditando nisso, não irá enganar o próximo ou pegar algo que não é seu sem autorização, por exemplo. Do mesmo modo, aqueles que aprenderam o que é ser justo certamente não ficarão indiferentes diante de um ato de injustiça.

No entanto, você pode ter percebido que os seus valores mudaram ou evoluíram, de acordo com seu aprendizado e experiência ao longo da vida. Isso é perfeitamente normal.

É importante lembrar que os seus valores não servem para agradar a outras pessoas, ou porque isso faz você parecer alguém melhor, ou ainda por achar que é mais adequado comportar-se de determinada maneira. Valores, dessa forma, não a ajudarão a ter uma vida saudável, até porque, nos momentos de tensão, você certamente os deixará de lado.

Um valor deve ser algo a respeito do qual você tenha sentimentos fortes ou que seja realmente importante para você (França, 2014).

**Mulheres
em Campo**



**“O que você tem, todo mundo
pode ter, mas o que você é...
ninguém pode ser”**

Anotações

5. Ética

A palavra ética está sempre presente na vida das pessoas, destacando a importância dos bons comportamentos, da responsabilidade de cada um perante os seus próprios atos e condutas na sociedade.

Mas, na prática, o que é ter ética e ser ético?

A ética está relacionada ao seu modo de ser, ao seu caráter e comportamento.

Ser uma pessoa ética implica ser íntegra, honesta, correta, justa, respeitando as diversidades existentes – sejam elas étnicas, culturais, políticas, de gênero ou religiosas.

Ser ético também está relacionado a cumprir os valores da sociedade em que se vive, a um modo agir sem prejudicar o próximo, responsabilizando-se sempre pelas consequências de suas ações. Todo ser ético pensa antes de agir e age sabendo que terá de assumir os resultados de suas ações.



Se você quer saber se uma atitude é ética, faça a si mesma a seguinte pergunta:

“Eu ficaria orgulhosa de ver essa atitude sendo publicada em um jornal?”

Se a sua resposta for não, reveja o seu comportamento!



Para que você possa ter ética no seu dia a dia, algumas atitudes são importantes:

- Fale positivamente das pessoas;
- Assuma a responsabilidade. Admita os seus erros, não se esconda atrás de desculpas, nem culpe outras pessoas pelas suas falhas;
- Se for fazer alguma crítica, faça diretamente para a pessoa interessada e apenas para ela;
- Seja coerente, falando naquilo em que acredita e que está disposta a repetir e a defender;
- Respeite as ideias das outras pessoas e dê créditos a elas, não usando uma ideia como se fosse sua;
- Explique as coisas de forma aberta e honesta. Não exagere, não minta;
- Não adie decisões desagradáveis, repreensões ou más notícias;
- Seja gentil, breve e direta, sem ser agressiva.



Se você ainda estiver em dúvida quanto ao que fazer em determinada situação, faça as seguintes perguntas:

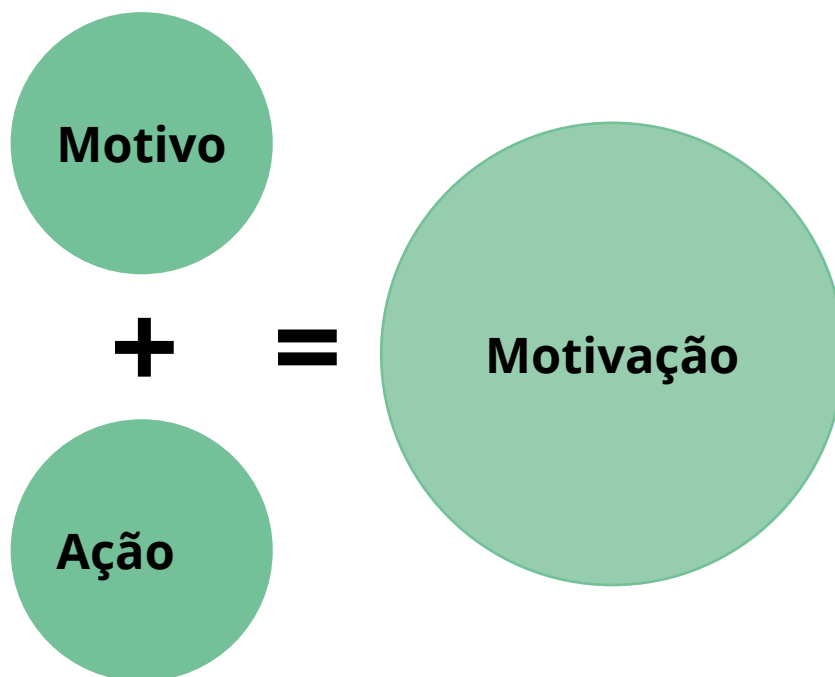
***Isso é correto? Como me sinto a esse respeito?
Gostaria que fizessem isso comigo?***

Anotações

6. Motivação

A motivação é a força que estimula a ação. Motivar significa encorajar e inspirar, é um incentivo poderoso capaz de dar energia para as pessoas seguirem em frente e buscarem o seu sucesso pessoal e profissional.

Quando você tem um objetivo definido na sua vida e sabe qual caminho precisa percorrer para alcançá-lo, podemos dizer que tem um motivo que a leva à ação.



É esse motivo que a impulsiona a agir e a ter comportamentos que irão auxiliá-la no alcance do seu objetivo. Esse impulso pode ser provocado por um estímulo externo (do ambiente) ou um estímulo interno (dos processos mentais do indivíduo).

É a necessidade ou o objetivo desejado que desencadeia o ciclo motivacional, no qual você tem o estado de equilíbrio rompido, e as tensões, insatisfações e desconfortos aparecem para suprir essa demanda ou exigência.



Na sequência, temos o impulso, que é a força que leva o organismo a dirigir o seu comportamento em direção ao objetivo, ou seja, a buscar uma solução ou resposta.

E, então, finalmente vem a resposta, ou seja, o conjunto de ações desenvolvidas pela pessoa, as quais permitem satisfazer a necessidade.

Por exemplo, se você está com fome, irá se esforçar para conseguir atingir o seu objetivo: saciar essa fome. Quando você se alimentar e ficar satisfeita, recuperará, portanto, o seu equilíbrio.

Se a necessidade ou objetivo é atingido, você reestabelece o seu equilíbrio. Caso contrário, um novo ciclo se desencadeia ou ainda pode ocorrer um sentimento de frustração.



A pessoa, ao sentir-se frustrada, pode agir no sentido de mudar o seu comportamento ou ação para atingir a satisfação; ficar agressiva e nervosa; ter distúrbios relacionados ao sono, digestão, circulação; mostrar-se desinteressada pelas demais tarefas ou objetivos; apresentar comportamentos de baixa estima, pessimismo, insegurança.

Quando a necessidade não é satisfeita, não significa que a pessoa permanecerá eternamente frustrada. De alguma maneira a necessidade será transferida ou compensada. Dessa forma, percebe-se que a motivação é um estado cíclico e constante na vida pessoal e ela depende muito de você!

A mais poderosa motivação vem de você! Para que você possa fazer a diferença e se mantenha motivada, é preciso acreditar no que faz, no seu potencial e aceitar a sua responsabilidade diante da sua vida.

E você sabe quais são os elementos motivadores que podem ser utilizados na sua vida?

Vamos conhecê-los:

- Demonstrar reconhecimento;
- Demonstrar respeito;
- Saber ouvir;
- Ter objetivos e traçar metas;
- Aprender sempre;
- Ter desafios;
- Ajudar o outro.



7. Conflitos

Cada pessoa é única, com um conjunto próprio de interesses, desejos e necessidades. Dessa forma, quando se lida com pessoas é comum que surjam conflitos.

Conflitos não significam brigas, mas, por vezes, trazem consigo sentimentos de insatisfação, medo, impaciência e insegurança.

Um conflito pode surgir de uma pequena diferença de opiniões, podendo agravar-se e atingir um determinado nível de agressividade, por nós denominado como conflito grave ou destrutivo.

A evolução de um conflito pode seguir as seguintes etapas:

- 1. Diálogo:** é a etapa inicial, caracteriza-se normalmente pela cordialidade e racionalidade.
- 2. Debate:** as diferenças começam a ser percebidas e os argumentos começam a ser consistentemente apresentados com o objetivo de se chegar a uma conclusão.
- 3. Discussão:** a qualidade dos argumentos diminui, enquanto a quantidade aumenta. As diferenças se tornam evidentes.
- 4. Disputa:** as partes envolvidas passam a não ouvir nem considerar os argumentos do outro, adotando uma postura de resistência, demonstrando muita certeza no que pensam. Nessa etapa, os envolvidos não admitem voltar atrás ou dar o braço a torcer, pois significaria perder a batalha.
- 5. Desavença:** ao adotarem uma postura inflexível, as partes apresentam argumentos emocionais e opiniões ofensivas. O tom de voz aumenta, as pessoas se alteram, o nervosismo toma conta do ambiente.
- 6. Ataque:** nessa etapa, o único objetivo dos envolvidos é derrotar ou prejudicar o outro. Não importam os prejuízos que a derrota do outro possa gerar, paga-se qualquer preço pela satisfação de ver o outro liquidado.

Entre as causas mais comuns dos conflitos estão:

- **Frustração** – quando há impossibilidade de atingir os objetivos em função de alguma limitação.
- **Diferenças de personalidade** – incompreensão do modo de ser do outro, gerando antipatia e tratamento hostil.
- **Diferenças de percepções e entendimento** - incompreensão de que as pessoas possuem pontos de vista diferentes e formas diferentes de entender as mesmas coisas.
- **Diferenças de objetivos** – quando existe divergência de interesses entre as pessoas.

Além disso, temos os conflitos pelas disputas de poder, falta de recursos, diferenças culturais, ambiente hostil, acomodação, manipulação, necessidades insatisfeitas, informações insuficientes e preconceitos.

A intensidade do conflito varia em decorrência da forma como as pessoas se comportam diante do problema. Quando você está atenta aos fatores que geraram o conflito, a sua capacidade de negociação e resolução da questão aumenta.



Os conflitos não estão relacionados apenas a crises e desentendimentos. Um conflito pode representar uma fonte de novas ideias, quando ocorrem discussões sobre assuntos de interesse comum, em que as pessoas expressam seus diferentes interesses e opiniões.

O ideal é agir sempre no sentido de eliminar os conflitos, buscando a melhor alternativa para acabar com os comportamentos de resistência. Para uma solução eficaz dos conflitos, vale seguir estas dicas:

1. Procure soluções, não culpados

Sempre que há um conflito, pessoas estão envolvidas. Concentrar os seus esforços na procura de culpados não ajudará na solução do problema. Nesse caso, evite acusar o outro e busque o diálogo, com sinceridade, respeito e foco. Além de tratar as causas do conflito, o objetivo é de que situações parecidas não se repitam.

2. Analise a situação

Antes de iniciar uma discussão, faça a si mesma as seguintes perguntas:

- Qual é realmente o problema?
- Quem está envolvido?
- Desde quando ele vem ocorrendo?
- Por que ocorreu o conflito?
- O conflito poderia ter sido evitado? Se sim, como?



3. Mantenha um clima de respeito

Ao conversar, mantenha sempre um clima de respeito e consideração, buscando o entendimento. Fale baixo! Evite todo o tipo de sarcasmo, ironia ou agressividade, pois isso pode funcionar como um combustível para aumentar a fogueira.



4. Saber comunicar

Não interrompa quando a outra pessoa estiver falando, saiba escutar, ouvindo também as entrelinhas, isto é, saiba entender o que ela não está dizendo, mas comunicando por gestos, tom de voz e postura. Faça perguntas que levem ao esclarecimento do problema, aceite a sugestão do outro.

5. Evite preconceitos

Preconceitos são, talvez, os piores bloqueadores na solução dos conflitos.

Os preconceitos mais comuns estão relacionados a etnia, religião, sexo, nacionalidade, ideologia política e deficiências.

Como já vimos, toda pessoa é única, não há dois seres iguais, por mais semelhanças que possam ter, e todo conflito é singular, pois os fatores que o originaram nunca são totalmente idênticos e, se o são, os desdobramentos podem tomar rumos inusitados.

Pense nisso da próxima vez que precisar solucionar um conflito sobre o qual você ache que já sabe tudo, por já ter enfrentado situações iguais e pessoas parecidas.

6. Mantenha a calma

Durante uma situação de conflito, mantenha a calma, tenha uma atitude de tranquilidade e confiança. Escolha sempre o momento mais adequado para tratar da questão, lidando com o problema diretamente com o envolvido ou envolvidos, evitando fofocas e comentários a respeito.

Se a situação estiver muito confusa e os ânimos exaltados, às vezes é bom “dar um tempo”, para que as cabeças “esfriem” – pensar e analisar a situação para estabelecer a estratégia de abordagem.

7. Quando estiver errado, reconheça o erro

Quando você reconhece que está errada, ganha o respeito dos outros por demonstrar que o seu interesse não é provar que é perfeita ou que sabe tudo, mas, sim, buscar a melhor solução para o conflito.

8. Não varra os problemas para debaixo do tapete

Se houver um conflito, enfrente o problema, não ignore a situação, nem se acomode, achando que o tempo irá sanar o desentendimento. O tempo, quase sempre, só agrava a discórdia. Pode, no entanto, haver situações especiais em que é mais vantajoso não encarar o conflito do que enfrentá-lo, pois a relação custo-benefício seria desfavorável. Nesse caso, use o bom senso.

9. Procure a solução ganha-ganha

O ganha-perde, ou o perde-perde, é a pior forma de solucionar conflitos. Sempre restarão alguns estilhaços doloridos, aguardando a melhor hora para o contra-ataque. Procure a relação ganha-ganha em que ambos os lados saiam ganhando, sem impor ou humilhar a outra parte. Os conflitos não são casuais, pois ocorrem quando as pessoas se sentem frustradas ou humilhadas, ignoradas, não reconhecidas, injustiçadas, inseguras, traídas, ou algo assim.

Por outro lado, felizmente, em geral, as pessoas evitam conflitos, tornando-se cooperativas sempre que percebem algo de vantajoso para elas ou para o grupo. As pessoas cooperativas são aquelas que têm algo a ganhar com isso, e grande parte das vezes não se trata de dinheiro. Elas podem querer, por exemplo, segurança, estabilidade, reconhecimento, promoção, crescimento pessoal, harmonia em equipe, desafios profissionais, elogio, entre outros. Mostre, portanto, à outra parte, o que é possível ganhar com a solução do conflito (ou o que se tem a perder se perdurar o problema) e terá dado um grande passo para a solução do desentendimento.



8. Feedback


Os melhores relacionamentos têm como principal força a boa comunicação. Relacionamentos sólidos são construídos quando as pessoas dispõem de abertura para conversar sobre os pontos positivos e outros a serem melhorados.

A palavra **feedback** vem do inglês, sendo uma junção dos termos **feed** e **back**. O termo **feed** pode ser traduzido como alimentação/alimentar, e **back** como volta, retorno, resposta.



O **feedback** constitui uma fonte riquíssima de conhecimentos sobre si, trazendo ainda reais oportunidades de melhoria. É ainda capaz de solucionar conflitos importantes e evitar outros, além de transformar vidas, fortalecer relacionamentos e melhorar a forma de realização das ações. A ausência do **feedback**, ou a sua realização de forma incorreta, pode gerar, entretanto, resultados inversos.

Dar e receber feedback é uma “arte”, e desenvolver essa habilidade exige empatia (colocar-se no lugar do outro), autopercepção, humildade e confiança.



Para desenvolver as suas competências, é importante conhecer e reconhecer os seus pontos fortes, bem como outros passíveis de melhoria. Um grande aliado nesse momento, no qual você poderá sair da sua área cega, é a visão da outra pessoa. Nesse sentido é que **o feedback pode ser reconhecido como um presente.**

Antes de dar um *feedback* – seja um elogio ou uma crítica a alguém, por exemplo –, é preciso que você tenha em mente o porquê de fazer isso. Caso a sua resposta seja no sentido de ajudar o outro a alcançar os seus objetivos de forma mais efetiva, vá em frente! Caso contrário, se a sua intenção é punir, desabafar, mostrar-se superior, certamente o seu *feedback* não será eficaz.

Sobre o que falar no momento do *feedback*? De forma bem simples, podemos dizer que o *feedback* responde à pergunta: “Como eu estou?”.

Por isso, para responder a essa questão, você deve ser gentil, honesta e objetiva, visando a criar a confiança esperada e proporcionar o crescimento do outro, que poderá avaliar melhor o seu comportamento, reforçando, assim, os pontos fortes ou modificando-os, caso necessário.

Algumas dicas, podem ajudar você a ser mais assertiva (direta) durante um *feedback*:

- **Clareza e objetividade** – inicialmente deixe claro o motivo do *feedback*, sendo objetiva na sua fala.
- **Feedback é sobre as ações da pessoa e não sobre ela** - fale sobre um fato que você tenha observado e não sobre a pessoa. Por exemplo, em vez de dizer que a sua filha é preguiçosa, você pode comentar sobre as ações que a fazem parecer preguiçosa e os efeitos daquele comportamento. Note que é uma diferença bem sutil, mas que pode fazer toda a diferença, pois a pessoa terá oportunidade de refletir sobre as suas próprias atitudes, buscando melhorá-las.
- **Seja honesta, mas sem ser rude** – você pode falar tudo que quiser sobre o comportamento que o outro está apresentando, mas não há necessidade de ser rude ou cruel.
- **Dê a sua opinião e não as opiniões de outros** – quando você for dar um *feedback*, esse retorno deve estar baseado no que você viu, sentiu ou pensou a respeito do comportamento do outro, não sobre o que alguém lhe falou. Não existe certo ou errado, mas a sua percepção.



Ao dar um feedback, você pode utilizar estas três palavras:

Eu vejo...

Eu sinto...

Eu penso...

- **Esteja disponível para esclarecer as dúvidas** – ao finalizar o seu *feedback*, questione se a pessoa entendeu o seu objetivo. Se precisar, faça perguntas para garantir o entendimento e, se necessário, esclareça as dúvidas.
- **Lembre-se dos pontos fortes** - Destaque os pontos positivos que ela pode aprimorar e usar.
- **Ajude o outro a refletir – você pode fazer alguns questionamentos:** “Na sua opinião, o que está acontecendo?”; “O que você pode fazer para melhorar?”, “Como posso ajudar?”.
- **Aproveite a oportunidade de dar *feedback*** – o *feedback* deve ser individual e em um local adequado, quando você puder falar e a outra pessoa ouvir. Não se recomenda que também seja feito após muito tempo do fato ter ocorrido, pois pode perder o efeito de melhoria.
- **Utilize o amor verdade** - a forma como se dá um *feedback* é tão importante quanto o conteúdo do que se está falando. Seja honesta, tenha cuidado e respeito, utilize o amor verdade.
- **Feedbacks também são positivos (reconhecimento)** - muitas vezes usamos o termo *feedback* como sinônimo de crítica, mas na verdade pode ser algo também muito positivo. Como um retorno para o outro, pode ser um reconhecimento ou até um ponto a ser melhorado. Muitas vezes, um elogio é a melhor forma de ajudar alguém a se desenvolver. Use sempre o *feedback*, mesmo o negativo, como uma excelente oportunidade de aprendizado e de estímulo para o fortalecimento da motivação e das habilidades criativas.

Infelizmente, não temos muito a cultura do *feedback*, pois as pessoas têm medo de se expor e perder as amizades, temendo que o outro fique magoado ou tenha atitudes negativas, ou ainda serem mal interpretadas, por não saberem lidar com esse assunto tão importante.

Se falar não é fácil, ouvir um *feedback*, por vezes, mostra-se uma tarefa muito mais difícil. Tudo isso porque algumas pessoas interpretam como crítica, e não como oportunidade de crescimento e melhoria.

No momento de receber um *feedback*, você precisa estar preparada.

Para que você possa aproveitar ao máximo essa oportunidade, ouça com atenção, não interrompendo ou se justificando. No momento de escuta do outro, se tiver dúvidas sobre o *feedback*, faça perguntas para esclarecer e, ao final, agradeça.

Posteriormente reflita, assimile e avalie, de forma honesta e objetiva, tudo o que ouviu.



Concordar ou não com o feedback é uma decisão sua. Lembre-se, porém, de que o feedback sempre vai oferecer a você uma oportunidade de reflexão e de aprendizado.

Anotações

9. Planejamento pessoal

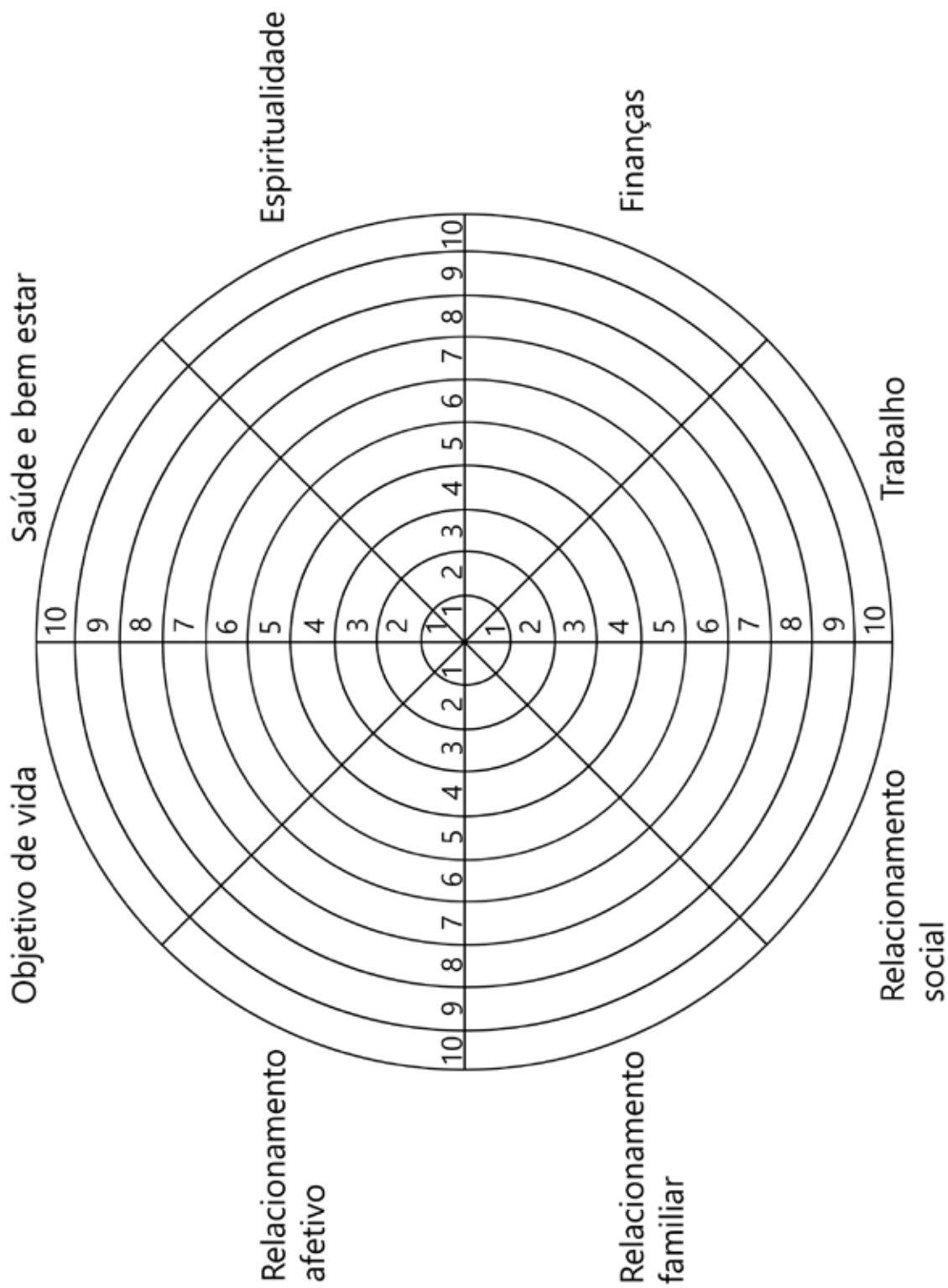
9.1 Avaliação da sua vida

Você já parou para pensar na sua vida?

Para que você possa avaliar cada parte importante da sua vida, com o propósito de identificar os pontos que lhe trazem felicidade e os outros que precisam de atenção, vamos utilizar a “Roda da Vida”. Trata-se de uma técnica de avaliação pessoal, a qual aborda os diversos setores de sua vida, que lhe são essenciais para o seu equilíbrio pessoal.

A Roda da Vida apresenta as seguintes áreas e descrições:

| Área | Descrição |
|--------------------------------|---|
| Saúde e bem-estar | Cuidado com a sua saúde Realização de exames periódicos Ter boa alimentação Realizar exercícios físicos Ter momentos de lazer Realizar atividades prazerosas |
| Espiritualidade | Como está a sua relação com a fé Ter tempo para a espiritualidade |
| Finanças | Ter rendimentos suficientes para suprir as necessidades básicas Ter uma vida confortável |
| Trabalho | Estar satisfeita com as atividades que realiza Ter conhecimento suficiente para que a sua atividade tenha os melhores resultados |
| Relacionamento social | Como está a sua relação com os seus amigos? Como está a sua rede de contatos? Você possui amigos com quem pode contar? |
| Relacionamento familiar | Como está a sua relação com a família? Presença de afetividade, diálogo e resolução dos conflitos |
| Relacionamento afetivo | Amor e relacionamento amoroso (relação casal) Sentimentos Respeito mútuo Metas em conjunto |
| Objetivo de vida | Você tem seus objetivos e metas definidos? Sabe o que quer para a sua vida? |



9.2 Plano de ação pessoal

Agora é a hora de construir um plano de ação, uma etapa fundamental para o alcance dos seus objetivos.

A partir da avaliação das suas competências, dos *feedbacks* recebidos e da sua Roda da Vida, **escolha três áreas que gostaria de melhorar em sua vida**, determinando ações que a levarão ao alcance do seu objetivo.

| Plano de ação pessoal | | | | | |
|-----------------------|---------------------|-------------|---------------|-------------|----------------|
| Área | O que fazer? (ação) | Como fazer? | Quando fazer? | Onde fazer? | Por que fazer? |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

| Plano de ação pessoal | | | | | |
|------------------------------|----------------------------|--------------------|----------------------|--------------------|-----------------------|
| Área | O que fazer? (ação) | Como fazer? | Quando fazer? | Onde fazer? | Por que fazer? |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |



Chegamos ao final do nosso programa Mulheres em Campo!

Durante esses cinco encontros, você teve a oportunidade de desenvolver as suas características empreendedoras em relação à gestão do seu negócio.

Você pôde ainda conhecer um pouco mais sobre si, além de descobrir e redescobrir suas potencialidades, qualidades e competências.

Mulheres em Campo



QUAIS FORAM OS APRENDIZADOS MAIS IMPORTANTES PARA SUA PROPRIEDADE E PARA VOCÊ?



Lembre-se de buscar, em cada minuto motivos de alegria e esperança. Escolha sempre ser feliz, mantendo o amor e o entusiasmo pela vida. Por fim, busque sempre aprender e adquirir mais conhecimentos que transformem a sua vida e melhorem o seu negócio.

Parabéns por todo o seu esforço e dedicação!

Sucesso!

Referências bibliográficas

- BARBOSA, Christian. CERBASI, Gustavo. **Mais tempo, mais dinheiro**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2009.
- BENVENUTTI, Maurício. **Incansáveis: como empreendedores de garagem engolem tradicionais corporações e criam oportunidades transformadoras**. São Paulo: Editora Gente, 2016
- BIZZOTTO, C. E. N. **Plano de negócios para empreendimentos inovadores**. São Paulo: Atlas, 2008.
- BRASIL. Decreto n.º 3.048 de 6 de maio de 1999: Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3048.htm. Acesso em: 11 fev. 2017
- BRASIL. Lei n.º 5.889, de 8 de junho de 1973. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5889.htm. Acesso em: 11 fev. 2017.
- BRASIL. Lei n.º 8.212 de 24 de julho de 1991. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8212cons.htm. Acesso em: 11 fev. 2017.
- BRASIL. Lei n.º 8.213, de 24 de julho de 1991. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8213cons.htm. Acesso em: 11 fev. 2017.
- BRASIL. Lei n.º 11.718, de 20 de julho de 2008. Disponível em: www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2008/lei-11718-20-junho-2008-576871-norma-actualizada-pl.html Acesso em: 11 fev. 2017.
- CHÉR, R. **Empreendedorismo na veia: um aprendizado constante**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- CHIN-NING CHU. **A arte da guerra para mulheres**. São Paulo: Editora Fundamento, 2003.
- Companhia Nacional de Abastecimento. **Custos de produção agrícola: a metodologia da CONAB. Brasília: CONAB**, 2010.
- CONNELLAN, Thomas K. **Nos bastidores da Disney: os segredos do sucesso da mais poderosa empresa de diversões do mundo**. São Paulo: Futura, 1998.
- CURY, Augusto. **Gestão da emoção**. São Paulo: Editora Saraiva, 2015.
- DOLABELA, Fernando. **Empreendedorismo, a viagem do sonho: como se preparar para ser um empreendedor**. Brasília, Agência de educação para o desenvolvimento, 2002.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro, Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4ª ed., Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. Tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- FARAH, Osvaldo. CAVALCANTI, Marly. MARCONDES, Luciana Passos (coords). **Empreendedorismo: estratégias de sobrevivência para pequenas empresas**. São Paulo: Saraiva: 2012.
- GUIDUCCI, Rosana. et. al. **Viabilidade econômica de sistemas de produção agropecuários: metodologia e estudos de caso**. Brasília: Embrapa, 2012.

- HERMANN, Ingo Louis. **Empreendedorismo**. 3ª ed. revista e atualizada. Palhoça: UnisuVirtual, 2011.
- HISRICH, Robert D. PETERS, Michael P. SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Tradução: Teresa C. Felix de Sousa. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- KAY, R. D.; EDWARDS, W. M.; DUFFY, P. A. **Gestão de propriedades rurais**. 7ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.
- KHERA, Shiv. **Você pode vencer: saia da zona de conforto, faça diferente**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2006.
- KRUPP, Juliana; FERNANDES, Gumercindo. **Negócio certo rural: manual do facilitador**. 3ª. Edição. Brasília: SEBRAE, SENAR, 2015
- LAZZARI, João Batista. et. al. **Prática processual previdenciária: administrativa e judicial**. 8. ed. ver., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense: 2016.
- MAXIMIANO, Antônio Cesar A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- MENDES, Jerônimo. **Manual do empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso**. São Paulo: Atlas, 2009.
- NETO, Antônio A. et. al. **Negociação e administração de conflitos**. Rio de Janeiro: FGV, 2009.
- RIES, Eric. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. São Paulo: Lua de Papel, 2012.
- SAKAR, Soumodip. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- SANTOS, Gilberto José dos; MARION, José Carlos; SEGATTI, Sonia. **Administração de custos na agropecuária**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- SEBRAE. **Atendimento ao cliente**. Disponível em: www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/15-dicas-para-atender-bem,e565438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD Acesso em 20 mar. 2017.
- SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. **Módulo Gerencial: Fruticultura**. Brasília: SENAR, 2014.
- SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. **Módulo Gerencial: Horticultura**. Brasília: SENAR, 2014.
- SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. **Gestão de custos**. Brasília: SENAR, 2015.
- STONE, Douglas. **Obrigado pelo feedback: a ciência e a arte de receber bem o retorno de chefes, colegas, familiares e amigos**. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2016.
- TORRES, Danielle et. al. **Competitividade de cadeias agroindustriais brasileiras**. Brasília: Embrapa, 2013.
- WILLIAMS, Richard L. **Preciso saber se estou indo bem!** Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2006.