



Feira semanal PAIS

Realização da feira semanal, na unidade florestal da Votorantim Siderurgia, em Vazante-MG

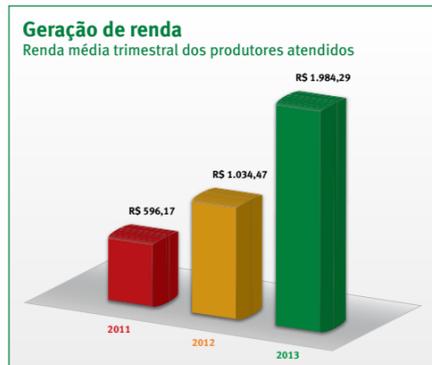
“Para nós é muito importante a feira, pois temos acesso a produtos frescos e não precisamos ir até a cidade para comprar! A feira está aprovada!”

Daniel (funcionário da área de silvicultura Unidade Florestal Votorantim Siderurgia Vazante).



“Foi muito bom, continuem assim!”

Edmilson Tavares da Silva (mora há 13 anos na vila da Votorantim Siderurgia) e sua esposa é professora na escola da Fazenda.



Todas as propriedades possuem placa de identificação na entrada, como na foto acima.

Comunidades produtoras em Vazante/MG:

- Barreiro
- Brejo Grande
- » Bagres
- » Correias
- » Veredas
- » Biboca
- » Brejinho
- » Gameleira

www.biosistemico.com.br

SEDE SÃO PAULO: Av. Antônia Pazzinato Sturion, 337
Jd. Petrópolis Piracicaba SP CEP 13420-640
Tel.: (19) 3411-4329

SEDE PARANÁ: Rua Dr. Elias César, 55 Sala 401
Jd. Caiçaras Londrina PR CEP 86015-640
Tel.: (43) 3026-7095



agência OICOMAR



Inovação para a Sustentabilidade

Projeto PAIS Instituto Votorantim Vazante-MG



Consultoria especializada, aplicada nas comunidades beneficiadas pelo projeto PAIS no município de Vazante-MG, contratada pelo Instituto Votorantim, focada no desenvolvimento da organização social, planejamento da produção e comercialização.



Desenvolvimento da organização social

Ações estratégicas

› Desconstrução de quatro conceitos consagrados:

- › **Configuração dos Grupos:** grupo formado pela necessidade do projeto e não pela dinâmica das relações entre os produtores.
- › **Identidade dos Grupos:** apresentação pelo que falta e não pelo positivo.
- › **Liderança:** líder é alguém que “puxa” o grupo e não liderança compartilhada e pelos talentos.
- › **Ética:** falta de cumprimento de tratos básicos — ética nas relações.



Resultados

- › Trabalhos de **organização** por comunidades com a **estruturação** de quatro grupos (Bagres, Barreiro, Bibocas e Gameleira).
- › Grupos adotaram uma **dinâmica** de reuniões e contato facilitando a **comunicação**.
- › Desenvolvimento do **senso de pertencimento** em ações e resultados dos produtores.
- › **Ações conjuntas** de compra de insumos e comercialização de produtos.
- › Interesse de **outros** produtores de **ingressarem** na produção de hortaliças, a partir dos resultados dos produtores do projeto.



Organização da produção e oferta

Ações estratégicas

- › Planejamento e elaboração de **cronograma** de produção.
- › Regularização da **oferta** e **volume**, via a organização dos grupos.
- › Retomada do **atendimento técnico** a campo.
- › Estudo para aquisição de mudas em **viveiro especializado**.



Resultados

- › **Implantação processo de aquisição conjunta das mudas:** produtores efetuando compra de viveiro especializado no município de Patos de Minas, com apoio da Prefeitura de Vazante que, em parceria, disponibiliza o veículo para transporte, baixando o custo final.
- › **Implantação do planejamento da produção sequenciada:** produtores restabelecendo a oferta regular de hortaliças para atender às diferentes demandas de mercado.



Comercialização e acesso ao mercado

Ações estratégicas

- › Definição de um **articulador**, representando os produtores, **por grupo**, para interação com comunidade e negociação com mercado.
- › Estudo para **identificação** do potencial e expectativas de **mercado**.
- › Definição de **forma para acesso** ao mercado.
- › Reuniões para **contatos de negócios** com potenciais mercados.
- › Adoção de **ações de marketing** para tornar o projeto PAIS conhecido na comunidade.



Resultados

- › **Contrato** de venda de hortaliças junto ao restaurante que atende os colaboradores da empresa **Votorantim Siderurgia**.
- › Efetivação da **feira semanal** do projeto PAIS na unidade florestal da **Votorantim Siderurgia** da cidade de Vazante.
- › **Negociação** com a APAF, Associação dos Produtores, para comercialização junto aos **Programas Governamentais**, como o PAA e PNAE
- › **Divulgação do projeto e comercialização:** realização das ações de marketing, com desenvolvimento de folders, flyers, sacolas e identidade visual das barracas de feira.