

FATORES QUE TÊM CONTRIBUÍDO PARA O FRACASSO DE ESTUDANTES NA COLPORTAGEM: UMA REFLEXÃO SOB O PARECER DOS ESTUDANTES DO SALT-IAENE⁵

RESUMO

O seguinte estudo tem como temática: Fatores que têm contribuído para o fracasso de estudantes na colportagem. Buscou-se responder a questão: Quais os fatores que têm contribuído para o fracasso de estudantes do SALT- IAENE na colportagem? Objetivou-se identificar os fatores que têm contribuído para o fracasso desses estudantes, e a partir dessa identificação, oferecer aos mesmos uma análise desses fracassos. A pesquisa se desdobrou com os estudantes do SALT-IAENE, com um caráter quantitativo em que foi utilizado um questionário com perguntas objetivas e os dados tabulados para análise no programa SPSS. Dessa maneira, analisamos os resultados quantitativos e comparamos aos dados teóricos. Os dados revelaram que muitos dos líderes não refletiram ótima espiritualidade aos seus liderados, menos da metade dos entrevistados receberam treinamento técnico e um número considerável dos colportores não conseguiu aplicar as técnicas de vendas adquiridas nos treinamentos. Os dados também revelaram que a espiritualidade dos mesmos foi considerada boa no período da última férias em que colportaram, porém o nível de entusiasmo desses não foi satisfatório. A análise dos dados em comparação com o marco teórico mostrou que os resultados obtidos contribuíram para que a maioria dos colportores não alcançasse a bolsa no final das férias.

Palavras-chave: Colportagem. Fracassos. SALT-IAENE.

ABSTRACT

The following study has as its theme: Factors that have contributed to the failure of students in canvassing. We sought to answer the question: What factors have contributed to the failure of students in the SALT-IAENE canvassing? This study aimed to identify factors that have contributed to the failure of these students, and from that identification, they offer an analysis of these failures. The research unfolded with students SALT-IAENE with a quantitative approach where it was used a questionnaire with objective questions and the tabulated data for analysis in SPSS. Thus, we analyze the quantitative results and compared to the theoretical data. The data revealed that many leaders did not show their spirituality to their folks, less than a half of the respondents received technical training and a considerable number of canvassers failed to apply sales techniques acquired in training. The data also revealed

¹ Bacharelado em Teologia pelo Seminário Adventista Latino-Americano de Teologia (SALT/IAENE).

² Bacharelado em Teologia pelo Seminário Adventista Latino-Americano de Teologia (SALT/IAENE).

³ Doutor em Ministério pela Andrews University - Orientador específico.

⁴ Doutora em Educação e Sociedade pela Universidade de Barcelona- Professora do SALT e FADBA. Orientadora metodológica.

⁵ Artigo apresentado ao Seminário Adventista Latino-Americano de Teologia como requisito obrigatório parcial para a obtenção do título de Bacharel em Teologia.

that their spirituality was considered good during the last vacation they canvassing, but the level of enthusiasm was not satisfactory. The data analysis compared with theoretical data showed that the results contributed to most colporteurs not reach their scholarship in the end of vacation.

Keywords: Canvassing. Failures. SALT-IAENE.

INTRODUÇÃO

A colportagem estudantil tem sido diretamente responsável pela manutenção de muitos estudantes no decorrer de décadas, pois por causa desse trabalho existem hoje vários pastores, enfermeiros, administradores, pedagogos, etc. Outros além de obter os recursos para sua formação acadêmica, utilizaram também os benefícios da obra de publicações para sua autossustentação. Entretanto, ao mesmo tempo em que muitos obtêm o sucesso na colportagem, outros não conseguem alcançar seus objetivos, causando nesses uma grande frustração com respeito a esta obra que primeiramente nasceu no coração do “Todo Poderoso” e tem como objetivo exaltar a Deus e apresentar aos homens as verdades vivas de Sua palavra. (WHITE, 1985, p. 152).

White (1985), ainda afirma que, o colporteur pode realizar uma grande e boa obra. O Senhor deu aos homens tato e habilidades. Aos que usam para sua glória esses talentos, valendo-se dos princípios bíblicos, será concedido êxito. Portanto, questionamos o que tem levado as pessoas a fracassarem nesta obra ou quais seriam os fatores que têm contribuído para estes fracassos? Assim, por meio dos resultados finais deste estudo, muitos colportores poderão se beneficiar podendo identificar de forma mais nítida, pontos específicos que podem ser ajustados ou, até mesmo, melhorados para o seu próprio aprimoramento, visualizando assim, uma trajetória de grande sucesso, não somente financeiro, mas acima de tudo, espiritual.

Esta pesquisa se desdobrará com os estudantes do SALT-IAENE, com um caráter quantitativo em que será utilizado um questionário com perguntas objetivas e os dados serão tabulados para análise no programa SPSS. Desta maneira esperamos analisar os resultados quantitativos e comparar aos dados teóricos. Tendo essas informações que nos auxiliam a detectarmos que pontos estão fragilizados e o que pode ser feito para que este trabalho seja fortalecido, tencionamos auxiliar os estudantes que têm se envolvido nesta obra e pelos fatores descobertos neste estudo não encontraram o sucesso.

A COLPORTAGEM DE ACORDO COM A VISÃO ADVENTISTA

O termo “Colporteur” significa literalmente “levar ao pescoço”, pois, a palavra colporteur provém do francês antigo e tem sua origem nos valdenses, que a usaram primeiro. Em suas viagens como mercadores, eles levavam embaixo de suas roupas uma espécie de bolsa na qual carregavam escondidas as publicações que liam para as pessoas e ofereciam como venda. Esse termo é formado de dois elementos: col que em francês significa: gola do casaco ou camisa (ou melhor cou, que quer dizer pescoço de uma pessoa), e porteur, que na mesma língua significa portador ou aquele que leva. Em suma, pode-se afirmar que o termo colporteur foi criado pelos valdenses, foi usado pelos reformadores e é usado pelas Sociedades Bíblicas e pela Igreja Adventista para denominar os que

vendem Bíblias, livros religiosos e de saúde. Os colportores valdenses deram origem a esse método missionário, semeando a Palavra de Deus e preparando o caminho para a Reforma. A colportagem atual é uma continuação dessa sementeira que prepara o caminho para o regresso do Senhor. (TIMM, 2000; RIFFEL; OSTROWSKI, 1986).

A Colportagem teve início na Europa, no período da Idade Média. Por volta de 1170 a.D. depois de ouvir uma canção que tocou profundamente seu coração, Pedro Valdo, um rico e próspero comerciante de Lyon, França, deixou os seus negócios e se dedicou a distribuir porções das Escrituras ao povo. Por meio do seu incansável trabalho, Valdo cercou-se de missionários e fundou o Movimento da Colportagem. Esse movimento caracterizou-se pela venda de mercadorias, distribuição dos Escritos Sagrados e explicação do Evangelho.

No ano 1184 a.D. no Sínodo de Verona os valdenses foram excomungados pelo papa e duramente perseguidos. Então se dispersaram por todo o continente, onde continuaram sua obra evangelizadora. No século XIII centralizaram-se nos vales do Piemonte, (Itália). Nos Alpes, os valdenses tiveram centros de educação, onde os jovens se preparavam e eles mesmos escreviam porções da Palavra de Deus, que logo saíam a espalhar. (TIMM, 2000; RIFFEL; OSTROWSKI, 1986). O colportor é comparado a um missionário. Também pode ser chamado de missionário de sustentação própria, pois trabalha por seu próprio sustento, obtido pela aquisição e revenda de literatura religiosa.

Na época da Reforma, os colportores estudantes eram incentivados a distribuir, durante as férias escolares, os livros que continham os conceitos doutrinários expostos por Lutero. No final do século XIX, os pioneiros adventistas implantaram no Brasil as primeiras instituições de ensino, foi nesse clima de desbravadorismo educacional que acredita-se que os primeiros colportores estudantes tenham sido alunos do Colégio de Taquari, no período entre 1902 e 1910. Em 1915 com a abertura do Colégio Adventista Brasileiro (CAB) a colportagem estudantil ganhou força e tornou-se um movimento de grande expressão. Hoje a colportagem se tornou um meio pelo qual jovens, além de levar essa mensagem de casa em casa, conseguem meios para ingressar em uma Universidade e realizar seus sonhos profissionais, além da emocionante e marcante experiência que carregarão para o resto da vida. (TIMM, 2000).

MÉTODOS DE VENDAS COMUMENTE UTILIZADOS

À medida que o tempo foi passando, tornou-se necessária a busca de novos métodos com a finalidade de aumentar o número de vendas, alcançando assim, uma gama maior de pessoas com possibilidades de adquirir os manuais. Dentre esses métodos podemos destacar:

“O método tradicional de visitas, mais conhecido como porta em porta, continua sendo utilizado na maior parte dos lugares, trazendo bons resultados.” (APPENZELLER, 1997, p. 99). Muitos dos iniciantes na colportagem não querem passar pelo método tradicional, entretanto, Appenzeller (1997), apresenta pelo menos quatro razões pelas quais o método de porta em porta é recomendado:

1. Dá oportunidade para o Espírito Santo conduzir o colportor às almas que necessitam da luz, encontrando assim as ovelhas perdidas do Senhor.
2. Faz o evangelista da página impressa enfrentar diversas situações de venda, mantém sua mente alerta, e também o ajuda a responder às objeções à porta.
3. Concede economia de despesas nas viagens de um lugar para outro em busca de endereços e das indicações, poupando-lhe também o tempo.
4. Pode ser executado sem necessidade de ter um meio de transporte próprio.

Considerando a relevância desse método, Cristianini (1959, p. 28), expõe que “a arte de vender de porta em porta é reclamada pela igreja como o principal meio de propagação do evangelho.” É muito provável que seu comentário seja uma reflexão sobre o que disse White (2007, p. 146), de que “nossas publicações estão hoje espalhando a semente do evangelho e, da mesma maneira que a palavra falada do púlpito são instrumentos em trazer muitas almas para Cristo.”

As indicações constituem outro método muito utilizado, em que vários colportores têm alcançado com êxito seus objetivos. Segundo Appenzeller (1997), esse método consiste em pedir referências a clientes satisfeitos. O autor continua exemplificando que ao vender um livro em um lar, o colportor deve pedir ao cliente que lhe recomende amigos ou parentes que ele considera que poderiam ter interesse em seu material, e se o autoriza a utilizar seu nome ao visitar essas casas.

Outro método comumente utilizado é a venda no setor comercial, onde no sul da Ásia, no Extremo Oriente, na América do Sul e na África, numerosos colportores vão diretamente aos comércios para vender. Especializam-se em fazer apresentações rápidas, destinadas à gente ocupada. (APPENZELLER, 1997).

Palestra em empresas é um método evangelístico financeiro que tem crescido, sendo alvo de desejo de muitos evangelistas da página impressa. Esse método é dividido em duas partes: Abertura da empresa e a palestra na empresa que culmina com a venda dos livros para os funcionários no final da apresentação mediante ao desconto em folha de pagamento. (SIMÕES, 2004).

FATORES QUE LEVAM OS ESTUDANTES AO FRACASSO NA COLPORTAGEM

Para que possamos avaliar os fatores que contribuem para o fracasso dos estudantes na colportagem é importante compreender os fatores que podem levá-los ao êxito. Portanto, conquistar o êxito financeiro na colportagem requer uma quantidade consideravelmente grande de livros vendidos, e isso não acontece por acaso, na análise de Marroni (2004), é necessário desenvolvimento na habilidade de vender por parte do colportor.

De acordo com Ferreira, H. (2001, p. 705), vender significa, “Alienar ou ceder por certo preço; negociar com; não conceder gratuitamente”. Marroni (2004, p. 18) contribui dizendo que “vender é a capacidade de concender ou persuadir as pessoas a comprar e trocar bens, propriedades ou serviços, de acordo com o que melhor atende às suas necessidades.” Luppá (2005, p. 29), define venda como:

A arte milenar praticada por pessoas altamente qualificadas, que busca preencher a lacuna entre a necessidade e a expectativa de uma solução, explicitando de forma contagiante e equilibrada todos os benefícios deste processo a alguém muito especial.

Pouco êxito será obtido pelo colportor que não está adequadamente habilitado para a venda de nossas publicações, visto que na análise de Chaij (1998, p. 62), encontramos a seguinte afirmação:

Diz-se que 5% das pessoas comprem nossos livros mesmo que sejam apresentados de forma defeituosa; mas os outros 95% não os compra a menos que os apresentemos da devida maneira. Devemos preparar-nos de tal modo que as pessoas comprem por causa de nossa eficiência, e não apesar de nossa deficiência. O colportor medíocre pode tomar uma encomenda para cada cinco a dez apresentações. Se aprender melhor sua arte, poderá tomar uma encomenda para cada três apresentações. E se estudar e adestrar-se melhor, poderá tomar uma encomenda ou mais, para cada duas apresentações.

O estudo para o aprimoramento nessa área é tão significativo que Chaij (1998, p. 67), enfatiza que “o colportor precisa estudar cuidadosamente os bons livros sobre a arte de vender, para dominar melhor os princípios e o tato com que lidar com as pessoas.” A capacitação do colportor poderá fazer com que ele não corra o risco de fracassar, pois “a primeira e principal obra do colportor consiste em vender publicações. Quanto mais vender, tanto melhor, pois deixará mais mensagens nos lares.” (RIFFEL; OSTROWSKI, 1986 p. 23).

Tendo em mente que a venda das publicações é fundamental para que um evangelista da página impressa não fracasse, torna-se relevante a atenção do mesmo em alguns pontos na hora da negociação:

ENTUSIASMO

O entusiasmo é um fator de grande importância na vida do colportor. Um colportor talentoso de nada valerá se não estiver imbuído de entusiasmo, pouco pode realizar; é como o vapor sem máquina, inútil se deixado a escapar, mas produzindo resultados espantosos se corretamente dirigido. (CRISTIANINI, 1959).

Percebe-se que Maxwell (1947), faz uma análise parecida ao relacionar o entusiasmo com paixão, sustentando o seu pensamento quando diz que pessoas apaixonadas agem com entusiasmo provocando a energia necessária para irem em frente. E é essa energia que habilita o colportor-evangelista a contagiar o seu cliente chamando a sua atenção para o que está sendo apresentado, podendo criar um interesse pelos seus materiais, facilitando assim a concretização da venda.

PERSUASÃO

É uma palavra proveniente do verbo persuadir, que é definida como levar a crer ou a aceitar; (decidir fazer alguma coisa); aconselhar; induzir; levar o convencimento ao ânimo de alguém. (POZZOLI, 2008). Esse elemento se torna fundamental na venda, pois, tem a ver com vários aspectos internos e externos do colportor, tais como: “A apresentação pessoal, roupa, asseio, linguagem corporal e com o dom da palavra.” (MARRONI, 2004, p. 20,21 e 22).

O colportor precisa ter em mente que a venda de publicações está diretamente ligada com a oportunidade de salvação para o possível comprador, por isso, é necessário atentar para o que diz Appenzeler (1997, p. 61), que todo o possível deve ser feito para persuadir as pessoas a comprarem os livros. “Na apresentação das publicações apela-se muito para o intelecto das pessoas mediante argumentos favoráveis que mostram benefícios, e isso é importante; mas é fundamental apelar aos corações e aos sentimentos que movem e arrastam.” (RIFFEL; OSTROWSKI, 1986, p. 165).

PREPARO TÉCNICO

O colportor precisa ter em mente que é importante estar preparado tecnicamente. Na perspectiva de Marroni (2004), dentro da arte cristã de vendas são aplicados alguns passos que consistem:

1. Saudação: Tem como propósito convencer o provável comprador a recebê-lo para uma entrevista. Ela definirá o sucesso ou o fracasso dos passos seguintes. É o momento de ser entusiasta, alegre, gentil, claro e sincero. (MARQUES; BERTOTTI; SOUZA, 2011).
2. Contato amistoso: Tem como propósito tornar-se amigo do provável comprador ganhando sua simpatia e confiança.
3. Introdução: Tem como objetivo tornar o possível comprador extremamente interessado, esperando ansiosamente pela demonstração dos livros.
4. Demonstração: Consiste na apresentação dos livros. O colportor precisa atingir as reais necessidades do provável comprador, deve tomar o cuidado para não exceder nas palavras.
5. Conclusão: Este é o momento em que o colportor solicita ao cliente que compre a literatura que lhe foi apresentada. Essa é a última parte da entrevista e o ponto alto da venda.

OBJEÇÕES

Se existe algo que aterroriza a mente de muitos colportores ou daqueles que trabalham com venda é o momento em que se deparam com as objeções. Chaij (1998, p. 153), comentando sobre o assunto, faz a seguinte afirmação:

A habilidade de afastar as objeções é um das qualidades invejáveis do colportor. Quase 90% dos prováveis compradores levantam alguma pergunta ou objeção antes de encomendar o livro. A metade dos que objetam acabam comprando, se o colportor sabe aproveitar as objeções.

Ele ainda declara que, com frequência, o indivíduo quer comprar o livro, porém, ainda não está totalmente convencido dos benefícios do material comparado ao valor que terá que desembolsar. Por isso, afirma Chaij (1998), que as objeções são um pedido inconsciente do provável comprador para que lhe explique melhor os benefícios do livro.

Muitos são os argumentos criados por causa das temidas objeções, algumas pessoas estão muito equivocadas quando dizem que elas são apresentadas quando o cliente não está interessado em adquirir os materiais, entretanto, na visão de Góis (2003, p. 47), podemos entender que:

O motivo pelo qual o provável comprador faz uma objeção é porque ele quer ter certeza de que outra pessoa não vai comprar por um preço menor, pode ser também que ele esteja testando a vulnerabilidade de preços do vendedor, ou quer ver até onde o vendedor pode resistir diante das dificuldades.

Não se devem temer as objeções apresentadas pelos clientes, mas elas devem ser consideradas como degraus para alcançar a venda. O colportor de sucesso aprenderá a transformar cada objeção num motivo porque o cliente deve comprar, deverá o evangelista da página impressa aprender a lidar com as objeções. (CRISTIANINI, 1959). Diante desses argumentos que acabamos de observar, concluímos que, para não fracassar, o colportor precisa está preparado para lidar com as objeções. Na perspectiva de Appenzeller (1997, p. 89), existem algumas atitudes importantes que poderão ajudar o evangelista da página impressa a lidar com as objeções:

1. Escute o cliente;
2. Responda com uma pergunta que cause impacto;
3. Responda a objeção rapidamente, com calma e de forma total;
4. Seja breve.

A IMPORTÂNCIA DO LÍDER NO ÊXITO DO COLPORTOR

Deve-se levar em consideração que o líder pode contribuir e muito para que o colportor alcance suas metas, supere as suas dificuldades e não termine seu trabalho frustrado. Segundo Oliveira e Marinho (2006), seguidores olham para o líder em busca de empatia e apoio emocional. A compreensão desse importante papel das emoções no ambiente de trabalho destaca os melhores líderes do restante das pessoas, tanto em termos de desempenho e resultados financeiros como em aspectos menos tangíveis, como moral elevado, motivação e comprometimento.

TREINAMENTO

Como já identificamos, o preparo técnico do colportor é fundamental para o seu desempenho nas vendas, entretanto o papel do líder se torna imprescindível, pois de acordo com Zamataro (2008), a preparação de um treinamento exige muita dedicação do líder, que ocupa uma posição importante nesse processo. Uma equipe com vendedores tecnicamente fracos, porém com um bom líder, até alcança bons resultados. Já uma equipe com bons vendedores e um líder fraco dificilmente consegue bons resultados. Um líder que busca o desenvolvimento deve dedicar 80% de seu tempo a três coisas: Treinar, motivar e avaliar seus liderados. Maxwell (2004, p. 105), corrobora com essa declaração afirmando que “uma das maneiras mais rápidas de desenvolver as pessoas é treiná-las. As pessoas que recebem treinamento percebem que a organização acredita nelas. E são mais produtivas porque ficam muito mais hábeis.”

ASSISTÊNCIA

Muitos líderes são excelentes e dinâmicos na execução e gerenciamento de treinamentos, todavia se esquecem que o acompanhamento de seus liderados no campo de trabalho é o meio pelo qual poderão identificar problemas. Zamataro (2008), aponta que ao avaliar os vendedores, o assistente tem obrigação de identificar aqueles que, diante dos obstáculos da rotina de venda, não querem vender.

É trabalho do líder assistir de perto os seus liderados, pois conforme Maxwell (2004), as pessoas não podem ser estimuladas por rápidos e infrequentes ataques de atenção ou à distância. Elas precisam que o líder passe tempo com elas, e esse tempo deve ser planejado.

ESPIRITUALIDADE

A vida interior dos que são chamados para liderar pode ser uma bênção ou uma maldição àqueles que estão a sua volta, visto que o líder exerce grande influência na vida espiritual e prática de sua equipe. Eims (1998), declara que o líder precisa viver uma vida pura, pois se ele tenta vender uma imagem exterior sem consistência interior de pureza e santidade diante de Deus, um dia uma prova revelará seu verdadeiro caráter.

Se espera alcançar sucesso precisa separar tempo para se relacionar com Deus por meio da meditação e oração. Warren (2008), apresenta que o tempo de meditação é essencial para a eficácia do líder e que os grandes líderes sabem, por intuição, que precisam equilibrar seu tempo estando com as pessoas e passando momentos a sós com Deus.

O PREPARO ESPIRITUAL DO COLPORTOR

O colportor evangelista poderá ter entusiasmo, poder de persuasão e ser um exímio conhecedor das técnicas de vendas, todavia, se não estiver em conexão com o Senhor da obra de publicações todos esses atributos se tornarão irrelevantes. White (1890), aponta que, “a obra da colportagem deve ser considerada sagrada e os que têm as mãos impuras e o coração manchado não devem ser encorajados a dedicar-se a ela.” White (2004, p, 399), aconselha que, “ninguém cuja mão esteja manchada com o pecado, ou cujo coração não seja reto para com Deus deve ter qualquer parte na colportagem.” A serva do Senhor acrescenta mais ao dizer que “os colportores precisam converter-se diariamente a Deus, a fim de que suas palavras e ações sejam um cheiro de vida para vida, para que possam exercer uma influência salvadora.” (WHITE, 2007 p. 31).

No que diz respeito ao preparo espiritual Appenzeller (1997, p. 43, 44), declara:

O colportor deve dedicar tempo para suas devoções particulares, o estudo e a oração. Sem essa fonte de poder, não estará preparado para enfrentar o desânimo e as provas que costumam apresentar-se em seu trabalho. Habitue-se a ter uma comunhão diária com Deus. Se há algo que tem a maior importância na preparação do colportor, é isso.

O PODER DA PALAVRA DE DEUS

Meditar na Palavra de Deus é uma ferramenta de inestimável importância e indispensável para o crescimento espiritual diário do crente, a mente é posta em contato com o Infinito, e assim, o poder da Bíblia se torna o maior de todos os poderes no desenvolvimento da natureza espiritual. Josué aprendeu a buscar na meditação diária da Bíblia poder e coragem. Foi designado por Deus para ser o substituto de um dos maiores líderes deste mundo e a levar o povo de Deus a conquistar cidades fortemente guardadas. Josué sabia que sem Deus seria impossível vencer, entretanto, acreditava que somente o Senhor poderia lhe conceder a vitória. (BULLÓN et al., 2008). A Bíblia diz que o Senhor dos Exércitos foi ao seu encontro e disse:

Sê forte e corajoso para teres o cuidado de fazer segundo toda a lei que Meu servo Moisés te ordenou; dela não te desvies, nem para direita, nem para esquerda, para que sejas bem-sucedido por onde quer que andares. Não cesses de falar deste livro da lei; antes medita nele dia e noite, para tenhas cuidado de fazer segundo tudo quanto nele está escrito; então farás prosperar o teu caminho e serás bem sucedido. (Js 1:7 e 8).

Josué foi bem sucedido em levar o povo à terra prometida porque obedeceu a Deus, e da mesma forma o colportor que se dedica ao estudo e meditação diária da Bíblia colocando em prática seus ensinamentos, poderá alcançar o êxito em tudo o que executar.

O PODER DA ORAÇÃO

Quando mencionamos sobre o grande valor do estudo e meditação na Palavra de Deus, não podemos deixar de falar da relevância da oração na vida do ser humano. Ferreira (2001, p. 11), declara que a “oração é essencial para o crescimento espiritual de cada indivíduo, também é uma ferramenta primordial, para buscar e salvar aqueles que estão perdidos.” Diz ainda que “quando um servo de Deus se esforça através da oração, para buscar e salvar o perdido, uma bênção especial é enviada ao seu encontro”. A oração para White (2007, p.59), “é o abrir do coração a Deus como a um amigo.”

A intimidade com o Senhor é uma arma essencial para a vitória contra o mal. Deus nos convida para fazermos amizade com Ele (VENDEN, 2003), por meio de um relacionamento íntimo e profundo produzido pelo estudo da Bíblia e da oração. Em João 15:14 e 15, Jesus disse: “Vós sois meus amigos[...] já não vos chamo servos, mas tenho-vos chamado amigos.” De acordo com Villareal (1999, p. 34), além da oração e estudo da Bíblia existem outras coisas que poderão contribuir para o crescimento espiritual do colportor, são elas: Estudar a lição da Escola Sabatina; estudar as meditações matinais; celebrar vigílias; ter retiros espirituais; celebrar culto familiar, matutino e vespertino.

Na perspectiva de White (1985, p. 536), quanto aos fracassos obtidos na obra de publicações encontramos a seguinte declaração:

A razão por que muitos fracassaram na colportagem, está em não terem sido cristãos genuínos; não conheciam o espírito da conversão. Tinham uma teoria a respeito de como a obra devia ser feita, mas não sentiam sua dependência de Deus.

Sendo assim, o colportor que deseja vencer alcançando elevados resultados, precisa crescer em

sua comunhão diária com Cristo, pois só assim estará pronto e preparado para enfrentar com ânimo os desafios que acompanham essa obra todos os dias. De acordo com Timm (2000, p. 110-111), observamos:

Para que a Colportagem siga brilhante em seu caminho de desenvolvimento, sugerimos alguns passos. O Primeiro é referente ao Diretor de Publicações. Este precisa ser apaixonado pela Colportagem estudantil e sentir prazer em exercer seu ministério ao lado dos jovens, acreditando no enorme potencial que eles possuem para realizar essa obra. Em segundo lugar, é necessário que os campos tenham um programa estrutural, dinâmico e eficaz. Há que se investir com paciência, sem imediatismos, no descobrimento e formação de líderes. Os campos precisam oferecer também bons alojamentos, programas organizados de treinamentos e cursos de férias. Aos colégios diria que é importante continuar apoiando o recrutamento e as semanas de Colportagem.

Esta é uma obra sublime e destaca-se muito mais “ao saber-se que milhares de pessoas nunca conheceriam a mensagem final, e muitos se perderiam se não fosse o trabalho do colporteur.” (CHAIJ, 1998, p. 12).

Assim, podemos avaliar a obra de publicações com outra dimensão ao observar o que diz White (2007, p. 27), quando afirma que “a colportagem é o meio mais bem-sucedido para salvar pessoas.”

METODOLOGIA

A pesquisa realizada foi do tipo descritivo, com características de uma pesquisa-diagnóstico que é um estudo que visa explorar o ambiente, levantar e definir problemas. Para atender aos objetivos do presente estudo o instrumento de coleta de dados (questionário) buscou coletar informações que possibilitassem descrever quais os fatores que têm contribuído para o fracasso de estudantes na colportagem.

A pesquisa apresentou uma abordagem quantitativa, verificando aspectos importantes para a resolução do problema proposto. A análise quantitativa nos oferece a possibilidade de desenvolver os resultados de maneira mais ampla. Em um projeto quantitativo, o problema é mais bem trabalhado entendendo-se quais os fatores ou variáveis que influenciam um resultado. Esse tipo de pesquisa tem o objetivo de testar ou de verificar uma teoria, o pesquisador propõe uma teoria, coleta os dados para testá-la e reflete sobre sua confirmação ou não por meio de resultados. A teoria torna-se uma estrutura para todo o estudo e para o procedimento de coleta dos dados. (CRESWELL, 2010, p. 85).

Segundo Gil (2008, p. 55), esse tipo de pesquisa se caracteriza pela:

Interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes dos dados coletados e desta maneira constatar quais são os verdadeiros problemas.

O público-alvo neste estudo é composto por todos os estudantes que estão cursando o segundo semestre de 2012 do Seminário Adventista Latino Americano de Teologia (SALT) com idade que varia entre 17 a 46 anos, e que se envolveram diretamente com o trabalho da colportagem. Mediante

essa pesquisa temos uma visão mais ampla, pois os próprios estudantes apontaram os principais problemas, e temos assim uma amostragem completa.

Foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário com perguntas objetivas. Segundo Gil (2008, p. 121), o questionário é uma técnica de investigação que abrange uma série de perguntas que são submetidas às pessoas a fim de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, expectativas etc. Essas informações foram de suma importância para que pudéssemos verificar a opinião daqueles que estão envolvidos diretamente no trabalho da colportagem e assim constatássemos o que de fato tem ocorrido no campo de trabalho.

Os dados quantitativos foram tabulados para análise no programa SPSS. Depois da coleta e tabulação de todos os dados, realizamos uma comparação entre as informações bibliográficas e os dados coletados por meio da pesquisa, verificando assim o que de fato tem ocorrido e apresentando as respostas para esses questionamentos de acordo com a literatura.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Veremos a seguir, os dados obtidos na pesquisa feita com os estudantes do SALT- IAENE que favoreceram para que encontrássemos as possíveis respostas para o fracasso de muitos estudantes na colportagem.

Indicadores	Frequência	Porcentagem
IDADE		
17-25	117	39,5
26-35	162	54,7
36-45	17	5,7
Mais de 46	0	0
COMUNHÃO DIÁRIA		
Péssima	3	1,0
Ruim	16	5,4
Regular	75	25,3
Boa	146	49,3
Ótima	56	18,9
ESPIRITUALIDADE DO LÍDER		
Péssima	23	7,8
Ruim	29	9,8
Regular	86	29,1
Boa	115	38,9
Ótima	43	14,5

ASSISTÊNCIA REALIZADA PELO LÍDER		
Péssima	51	17,2
Ruim	57	19,3
Regular	79	26,7
Boa	70	23,6
Ótima	39	13,2
FORMA COMO O CAMPO FOI DIVIDIDO?		
Péssima	47	15,9
Ruim	44	14,9
Regular	76	25,7
Boa	88	29,7
Ótima	41	13,9
O NÍVEL DE ENTUSIASMO COM O QUAL DESEMPENHOU O TRABALHO?		
Péssimo	15	5,1
Ruim	16	5,4
Regular	84	28,4
Bom	129	43,6
Ótimo	52	17,6
NÍVEL DOS ALOJAMENTOS?		
Péssima	31	10,5
Ruim	30	10,1
Regular	72	24,3
Bom	81	27,4
Ótimo	82	27,7
O DIRETOR CUMPRIU AS PROMESSAS DE RECRUTAMENTO?		
Sim	138	46,6
Não	69	23,3
Parcialmente	89	30,1
RECEBEU TREINAMENTO PARA A SUA ÁREA ESPECÍFICA DE TRABALHO?		
Sim	136	45,9
Não	98	33,1
Parcialmente	62	20,9

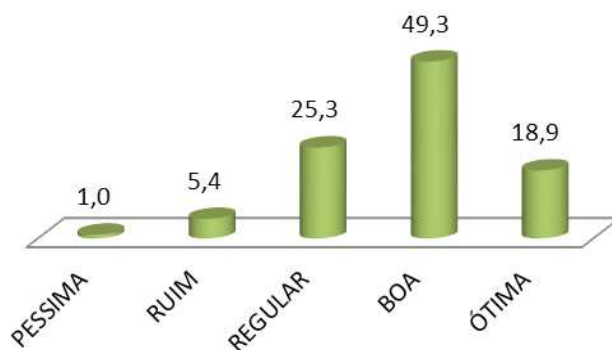
O TREINAMENTO CONTRIBUIU PARA O SEU DESEMPENHO NAS VENDAS?		
Sim	123	41,6
Não	103	34,8
Parcialmente	70	23,6
VOCÊ CONSEGUIU APLICAR AS TÉCNICAS DE VENDA?		
Sim	140	47,4
Não	50	16,8
Parcialmente	106	35,8
ACREDITA QUE PARA ALCANÇAR ÊXITO É NECESSÁRIO DEDICAR VÁRIAS HORAS DE TRABALHO DIÁRIO?		
Sim	233	78,7
Não	24	8,1
Parcialmente	39	13,2
EM MÉDIA QUANTAS HORAS DIÁRIAS VOCÊ DEDICOU AO SEU TRABALHO?		
1-4 horas	13	4,4
5-8 horas	142	48,0
9-12 horas	118	39,9
Mais de 12 horas	23	7,8
NO ÚLTIMO PERÍODO DE FÉRIAS QUANTAS BOLSAS VOCÊ ALCANÇOU?		
Nenhuma	173	58,4
Uma	97	32,8
Duas	19	6,4
Mais de duas	7	2,4

Fonte: Dados da pesquisa

De forma geral, os estudantes que participaram da pesquisa apresentam uma faixa etária maior entre 26 e 35 anos (54,7%); entre todos os entrevistados 49,3% afirmam que tiveram uma boa comunhão com Deus enquanto estavam colportando; 38,9% disseram ser boa a espiritualidade do líder; porém, 26,7% afirmaram que o trabalho de assistência realizado pelo líder foi regular; 29,7% relataram que a divisão do campo de trabalho foi boa; 43,6% consideraram que trabalharam de forma entusiasmada; 27,7% informaram que o nível dos alojamentos onde se hospedaram estava ótimo; 46,6% confirmaram

que o diretor do campo cumpriu as promessas feitas no período de recrutamento; 45,9% receberam treinamento para a sua área específica de trabalho; 41,6% acreditam que o treinamento que receberam contribuiu para o desempenho nas vendas; 47,4% conseguiram aplicar as técnicas de vendas; 78,7% relataram que para alcançar êxito é necessário dedicar várias horas de trabalho diário; porém, apenas 48% dedicaram entre 5-8 horas de trabalho diário; 58,4% não alcançaram nenhuma bolsa no último período em que estiveram colportando.

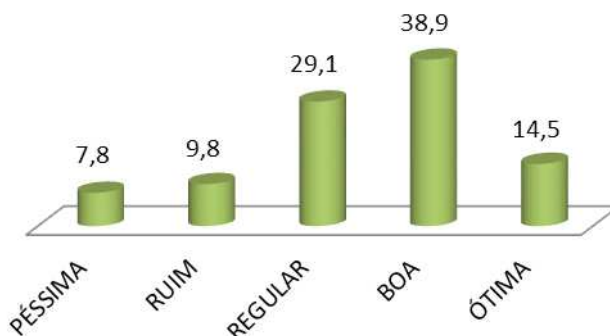
GRÁFICO 1: COMUNHÃO COM DEUS



Fonte: Dados da pesquisa

Percebe-se no gráfico 1 que a comunhão com Deus dos estudantes no último período em que estiveram colportando não foi satisfatória, pois no somatório dos índices Boa e Ótima observa-se que apenas 68,2% dos estudantes dedicou tempo para sua devoção enquanto que 25,3% consideraram sua devoção regular. O primeiro índice está relacionado com o que diz Appenzeller (1997, p. 43, 44), quando afirma que o colportor deve dedicar tempo para suas devoções particulares como a oração e o estudo da palavra de Deus, visto que sem esse preparo não poderá enfrentar o desânimo e as provas que surgem nesse trabalho, e conclui declarando que se existe algo que tem maior importância no preparo do colportor: a comunhão.

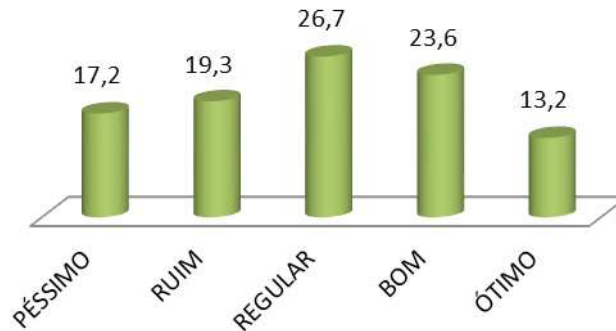
GRÁFICO 2: ESPIRITUALIDADE DO LÍDER



Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico 2 retrata a visão dos entrevistados quanto a espiritualidade dos seus respectivos líderes onde 38,9% responderam está Boa, seguido de Regular 29,1% e Ótima somente 14,5%. Ao compararmos os resultados do gráfico acima com a perspectiva de Warren (2008), que os grandes líderes devem tomar tempo para devoção particular com Deus, entendemos assim, como preocupante o resultado do gráfico em estudo.

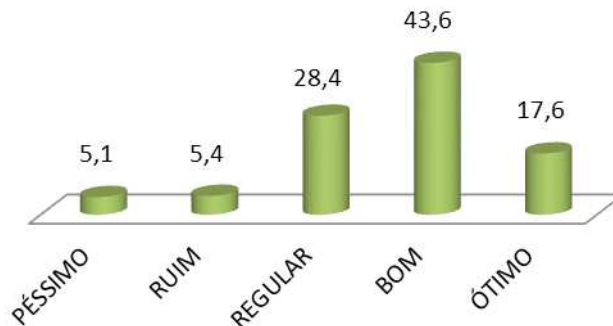
GRÁFICO 3: ASSISTÊNCIA DO LÍDER



Fonte: Dados da pesquisa

Observamos no gráfico 3 que a resposta dos entrevistados quanto ao trabalho de assistência realizado pelo líder tem como maioria Regular (26,7%) seguido por Bom 23,6% e Ruim 19,3%. É preciso dar atenção especial a esse gráfico, pois mostra um fato preocupante como resposta a um quesito de suma importância no processo de acompanhamento dos colportores. De acordo com Maxwell (2004), as pessoas não podem ser estimuladas por rápidos e infrequentes ataques de atenção ou à distância. Elas precisam que o líder passe tempo com elas, e esse tempo deve ser planejado. Infelizmente não encontramos essa realidade no gráfico acima.

GRÁFICO 4: NÍVEL DE ENTUSIASMO

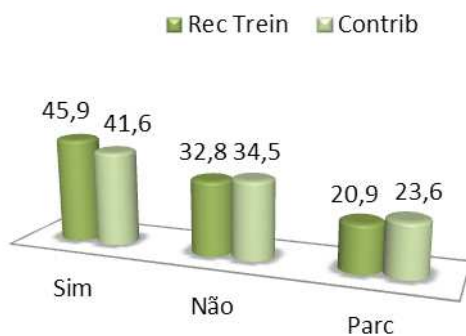


Fonte: Dados da pesquisa

No gráfico 4 notamos que a maioria dos estudantes respondeu que seu nível de entusiasmo foi

Bom (43,6%), enquanto que 28,4% consideram Regular. É necessário dar mais atenção ao índice Ótimo 17,6%, porque não corresponde com a afirmação de Cristianini (1959), ao declarar que um colportor talentoso de nada valerá se não estiver imbuído de entusiasmo, se assemelha ao vapor sem máquina, inútil se deixado escapar, mas produzindo resultados espantosos se corretamente dirigido. Assim, podemos concluir que o entusiasmo dos entrevistados se encontra abaixo do ideal.

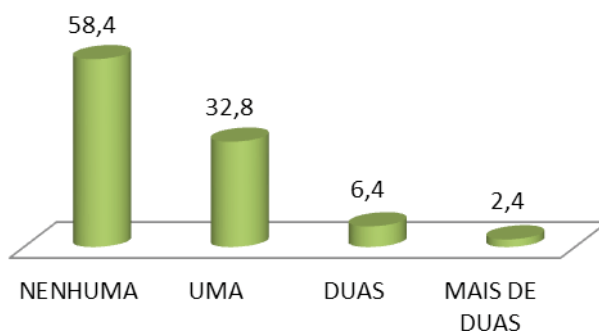
GRÁFICO 5: DADOS COMPARATIVOS ESTRE AS PERGUNTAS: RECEBEU TREINAMENTO VERSUS O TREINAMENTO CONTRIBUIU PARA O DESEMPENHO NAS VENDAS?



Fonte: Dados da pesquisa

Com base no gráfico 5, observamos que 45,9% dos estudantes receberam treinamento específico para a sua área de trabalho na colportagem, porém 32,8% dos entrevistados disseram que não receberam treinamento. 41,6% afirmaram que o treinamento contribuiu para o desempenho nas vendas, enquanto que 34,5% responderam que o treinamento não contribuiu para o seu desempenho. Isto faz-nos entender que um número muito pequeno de estudantes tem sido treinados para o desenvolvimento do trabalho, e que um número expressivo dos que receberam treinamento afirmam que o mesmo não contribuiu para o seu desempenho nas vendas. A análise final desse gráfico revela que ainda temos um longo caminho a trilhar, pois segundo Maxwell (2004, p. 105), treinar as pessoas é uma das maneiras mais rápidas de desenvolvê-las. A responsabilidade de capacitar ou dar suporte técnico ao colportor recai sobre o líder, visto que na visão de Zamataro (2008), um líder que busca o desenvolvimento deve dedicar 80% de seu tempo a três coisas: Treinar, motivar e avaliar seus liderados.

GRÁFICO 6: QUANTIDADE DE BOLSAS ALCANÇADAS



Fonte: Dados da pesquisa

Por meio do gráfico 6 percebemos um fato alarmante, pois a maioria dos entrevistados (58,4%) não conseguiu alcançar nenhuma bolsa no último período de férias que estiveram colportando. Será

que esse lamentável resultado não estaria relacionado com os índices negativos apresentados nos gráficos 1, 2, 3, 4 e 5? Como pode um colportor ser bem sucedido sem dar prioridade para sua comunhão com Deus, não podendo contar com o apoio espiritual do seu líder que também está em baixa? Há alguma possibilidade de a maioria dos colportores alcançar bons resultados em tirar um estipêndio, sem passar por um treinamento sistemático e de qualidade? É possível trabalhar com entusiasmo se o colportor não recebe a assistência necessária para possíveis correções na aplicação das técnicas de vendas? Alguns podem até pensar que este gráfico não é tão significativo, visto que pouco mais de 40% atingiram uma bolsa ou mais. Entretanto, é necessário abrir os olhos para a realidade de que quase 60% dos estudantes entrevistados do SALT-IAENE que já colportaram, fracassaram em suas últimas férias, ou seja, muitos saíram frustrados, desacreditados, com sua autoestima em baixa e passando por dificuldades financeiras ao longo do semestre. Portanto, em se tratando de um ministério que contribui e muito para a salvação de pessoas, o resultado do gráfico 6 transparece como vergonhoso e passível de melhora urgente, tanto por parte dos próprios colportores como da liderança no geral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal dessa pesquisa foi investigar os fatores que têm contribuído para o fracasso de estudantes na colportagem. Segundo o modelo proposto para a pesquisa, os resultados obtidos indicaram que cerca de 58,4% dos estudantes entrevistados não obtiveram o êxito esperado no último período em que estiveram colportando, pois depois de trabalhar durante todo o período de férias voltaram para a faculdade sem alcançar nenhuma bolsa.

Dentre todos os fatores que foram apresentados nesse estudo, queremos ressaltar os pontos mais relevantes que contribuíram para o resultado negativo de muitos estudantes como a comunhão com Deus, em que 30% dos entrevistados apresentaram sua devoção pessoal de péssima à regular, como também a espiritualidade do líder cujas respostas estão muito abaixo do ideal proposto. A maioria dos estudantes alega não ter recebido o devido treinamento para a realização do trabalho, e ainda reiteram que não foram acompanhados pelo líder. Além disso, muitos dos que receberam treinamento tiveram dificuldades ou não conseguiram aplicar o que aprenderam nos treinamentos de capacitação técnica. Partindo do princípio que o êxito na obra de publicações está relacionado diretamente a venda de literaturas, visto que quanto mais vender, tanto melhor, pois as mensagens serão deixadas nos lares (RIFFEL; OSTROWSKI, 1996), constatamos assim que o aprimoramento das técnicas de venda e assistência do líder tornam-se indispensáveis para o sucesso dos evangelistas da página impressa. Isso sem contar com importância da espiritualidade tanto do colportor, quanto do assistente que é ressaltada com mais veemência por White (1890), quando declara que a obra da colportagem deve ser considerada sagrada e os que têm as mãos sujas e cujo coração não foi purificado não devem ser encorajados a dedicar-se a ela.

Dessa forma, podemos concluir dizendo que o estudante precisa está bem preparado espiritualmente, receber treinamento técnico e acompanhamento devidos para que possa aplicar as

técnicas de venda, pois se não passar por todo esse processo o resultado final acaba sendo frustrante e desanimador manchando assim, a obra de Deus chamada de Colportagem Evangelista, “o meio mais bem sucedido de ganhar almas.” White (2007, p. 27).

REFERÊNCIAS

A FORMAÇÃO DE UM LÍDER: princípios de liderança espiritual. Tradução de Jorge Camargo. São Paulo: Mundo Cristão, 1998.

APPENZELLER, Ronald E. **Curso básico para colportores**. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 1997.

BROWN, J. L. **Manual do colportor adventista**. São Paulo: Casa Publicadora Brasileira, 1937.

BULLÓN, Alejandro et, al; **Intimidade com Deus**: seminário de enriquecimento espiritual. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, s/d.

CRESWELL J. W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto, Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRISTIANINI, Arnaldo B. **A arte cristã de vender**. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 1959.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda; **Minidicionário século XXI**: minidicionário da língua portuguesa: Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

FERREIRA, Otoniel de Lima. **21 dias de poder**: preparando a igreja para buscar e salvar o perdido. Feira de Santana, BA: Clínica dos Livros, 2011.

GIL A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GÓIS, Maurício. **53 mentiras da venda. deixando de ser Pinóquio!**: elimine estas mentiras e transforme-se em um campeão de vendas. Salvador: Casa da Qualidade, 2003.

LUPPA, Luís Paulo. **Vendax**: alívio imediato para as fortes dores causadas pela falta de vendas/Luís Paulo Luppa. São Paulo: Landscape, 2005.

MARQUES, Tercio; Bertotti, Rodrigo; Souza, Marcos. **Diário do colportor**. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 2011.

MARRONI, Almir. **Colportando com sucesso**: manual de capacitação do colportor evangelista. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 2006.

MAXWELL, John C. **Talento não é tudo**: descubra os 13 princípios para você superar seus talentos e maximizar suas habilidades. Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2007.

_____. FERNANDES, Valéria Lamim Delgado. **Desenvolvendo líderes em sua equipe de trabalho**. São Paulo: Mundo Cristão, 2004.

OLIVEIRA, Jayr Figueiredo; MARINHO, Robson M. **Liderança**: uma questão de competência. São Paulo: Saraiva, 2011.

POZZOLI, Thereza C; **Dicionário Barsa da língua portuguesa**. São Paulo: Barsa Planeta Internacional 2008.

RIFFEL, Benjamin; OSTROWSKI, Benjamin. **Êxito sem limite**. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 1986.

SIMÕES, Agenor Pereira; **TCC: o desenvolvimento da colportagem de palestras em empresas**: Faculdade Adventista de Teologia, Centro Universitário Adventista de ensino: Engenheiro Coelho: São Paulo, 2004.

TIMM, Alberto R. **A colportagem adventista no Brasil**: uma breve história: Engenheiro Coelho, SP: Imprensa Universitária Adventista, 2000.

VENDEN, Morris L; BRITO, Azenilto G. **95 teses sobre justificação pela fé**. 5.ed. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 2006.

VILLAREAL, Isai V. **Curso inicial manual de capacitacion**. Santa fé de Bogotá D.C: Stilo Impressores Ltda, 1999.

WARREN, Rick. **Liderança com propósitos**: princípios eficazes para o líder no século XXI. Tradução de Jorge Alberto Russo. São Paulo: Vida, 2009.

WHITE, Ellen G. **Serviço cristão**. 9.ed. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 2007.

_____. **O colportor evangelista**. São Paulo: Casa Publicadora Brasileira, 2007.

_____. **Testemunhos para a igreja**. V. 5. São Paulo: Casa Publicadora Brasileira, 2004.

_____. **Caminho a Cristo**. Trad. DELMAR F. Freire Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 2007.

_____. **Testemunhos seletos**: conselhos para a igreja, selecionados de “Testimonies for the church”. Trad. de Isolina Waldvogel, Rafael de Azambuja Butler. 6. ed. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 2009. 2 v.

_____. **Testemunhos seletos**: conselhos para a igreja, selecionados de “Testimonies for the church”. Tradução de Isolina Waldvogel, Rafael de Azambuja Butler. 6. ed. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 1985. 3 v.

ZAMATARO, Fabrícia. Como Formar, treinar e dirigir equipes de vendas. **Venda Mais**, Curitiba, v. 14, n. 168, p. 18-19. Abr. 2008.