



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTERDISCIPLINAR

GESTÃO EMPREENDEDORA

AGRICULTURA FAMILIAR – PRODUTOR RURAL

ANTÔNIO SÉRGIO ROVARON

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO 2017



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTERDISCIPLINAR

GESTÃO EMPREENDEDORA

AGRICULTURA FAMILIAR – PRODUTOR RURAL

ANTÔNIO SÉRGIO ROVARON

Módulo 04 - Gestão Empreendedora

Empreendedorismo – Prof. Luis Antonio C. Petreca

Ética Geral e Profissional – Prof. Rodrigo Marudi

Gestão Estratégica de Tributos – Prof. José Marcos do Prado

Gestão Orçamentária – Prof. Danilo Morais Doval

Planejamento Estratégico – Prof. Rodrigo Marudi

Alunos:

Amanda Alves Casadei, RA 16001728

Bárbara da Silva Corrêa, RA 16001208

Bruna Karoline da Silva Martins, RA 16000133

Tais Cristina Gomes de Paula, RA 16000927

Thais Marcelli Gazatto da Silva, RA 16000554

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO 2017

Sumário

1	- SUMÁRIO EXECUTIVO	4
1.1	- RESUMO	4
1.2	- DADOS DOS EMPREENDEDORES	4
1.6	- SETORES DE ATIVIDADE	6
1.7	- FORMA JURÍDICA	6
1.8	- ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	6
1.9	- CAPITAL SOCIAL	6
2	- ANÁLISE DE MERCADO	8
2.1	- ESTUDO DOS CLIENTES	8
2.2	- ESTUDO DOS CONCORRENTES	9
2.3	- ESTUDO DOS FORNECEDORES	10
3	- PLANO DE MARKETING	12
3.1	- PRODUTOS E SERVIÇOS	12
3.2	- PREÇO	12
3.3	- ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS	12
3.4	- ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO	13
3.5	- LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	13
4	- PLANO OPERACIONAL	13
4.1	- LEIAUTE	14
4.3	- PROCESSOS OPERACIONAIS	14
4.4	- NECESSIDADE DE PESSOAL	15
5.4	- INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	19
5.7	- CUSTO UNITÁRIO	22
5.9	- APURAÇÃO DO CUSTO DE MD E/OU MV	23
5.10	- CUSTOS DE MÃO-DE-OBRA	24
5.13	- DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS	27
6	- CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO	25
6.1	- AÇÕES PREVENTIVAS E CORRETIVAS	25
8	- AVALIAÇÃO DO PLANO	27
8.1	- ANÁLISE DO PLANO	27

1 - SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 - RESUMO

O projeto teve como objetivo realizar uma análise do negócio de Antônio Sérgio Rovaron, que consiste de uma propriedade rural de 4,5 alqueires, localizado próximo a Serra da Paulista, na cidade de São João da Boa Vista, no interior de São Paulo. O proprietário é intitulado como pessoa física com CNPJ de produtor rural, ademais, este já possui grande experiência com plantações, porém essa é a primeira da sua própria propriedade.

O produto fornecido é o tomate, que será plantado de forma diferenciada dos demais concorrentes, já que a plantação será realizada diretamente no solo e em estufa, buscando uma melhor qualidade do tomate e uma maior quantidade colhida. Futuramente, o proprietário tem planos de investir em outros tipos de produtos como frango caipira e abóbora.

Seus principais clientes serão supermercados, que buscam por produtos de melhor qualidade e com menor uso de corretivos agrícolas, feiras da região e também contratos de fornecimento para alimentação escolar.

O capital a ser investido será fruto de um empréstimo realizado a partir das linhas de crédito que o produtor tem acesso no PRONAF e parte de recursos próprios.

O faturamento foi projetado de forma cautelosa, ocorrendo a cada quatro meses, sendo três vezes ao ano e girando em torno de R\$ 207.500,00, considerando colher aproximadamente 10 kg de tomate por pé que serão vendidos em caixas de 20 kg. Dessa forma, o prazo de retorno no investimento para o produtor será de cerca de 11 meses.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 118.243,97
Lucratividade	77,46 %
Rentabilidade	112,50 %
Prazo de retorno do investimento	11 meses

1.2 - DADOS DOS EMPREENDEDORES

O projeto foi realizado com um produtor de tomate que se enquadra como produtor

rural pessoa física. Ele se chama Antônio Sérgio Rovaron, e durante muitos anos exerceu sua atividade junto a seu pai em um sítio em São João da Boa Vista. Atualmente trabalha em seu próprio sítio, que adquiriu a cerca de dois anos e com toda a sua experiência desenvolveu alguns projetos e técnicas de cultivo. Um desses projetos, o qual será abordado é o da plantação de tomate em estufa.

Nome:	ANTONIO SERGIO ROVARON		
Endereço:	Rua Basilidio Largos Campos, 162.		
Cidade:	São João da Boa Vista	Estado:	São Paulo
Perfil:	Sócio – proprietário		
Atribuições:	<ul style="list-style-type: none">•Principal Administrador;•Compra de insumos e sementes;•Manutenção;•Operação das atividades;•Venda das mercadorias.		

1.3 - MISSÃO DA EMPRESA

Proporcionar uma alimentação mais saudável, com um sabor diferenciado praticamente sem uso de corretivos e a saborear a sensação de estar mais próxima ao campo.

1.4 – VISÃO DA EMPRESA

Ser o agricultor líder em qualidade de tomates, utilizar inovações em sua produção, para minimizar o uso de corretivos agrícolas.

1.5 – VALORES DA EMPRESA

- Compromisso com a qualidade;
- Dedicção para reduzir o uso de corretivos agrícolas;
- Inovação para produzir;
- Confiabilidade no produto.

1.6 - SETORES DE ATIVIDADE

- Agropecuária
 Comércio
 Indústria
 Serviços

1.7 - FORMA JURÍDICA

- Empresário Individual
 Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
 Microempreendedor Individual – MEI
 Sociedade Limitada
 Outros: Produtor Rural (Pessoa Física)

1.8 - ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Âmbito federal

Regime Simples

- Sim
 Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS - Imposto sobre Serviços

1.9 - CAPITAL SOCIAL

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	ANTONIO SERGIO ROVARON	R\$ 459.577,96	100,00
Total		R\$ 459.577,96	100,00

1.10 - FONTE DE RECURSOS

Parte do capital necessário para abertura do negócio e início das atividades foi obtidos por meio de terceiros. No caso, por se tratar de um pequeno agricultor rural que tem o documento de identificação de agricultura familiar, a DAP, o empréstimo foi realizado por meio de linhas de créditos do PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. A outra parte do capital deriva de recursos próprios.

2 - ANÁLISE DE MERCADO

2.1 - ESTUDO DOS CLIENTES

Público-alvo (perfil dos clientes)

Supermercados de médio e grande porte, localizados em São João da Boa Vista e cidades vizinhas, que estejam interessados em oferecer um produto com qualidade diferenciada aos seus clientes.

Exemplos:

Supermercados Big Bom que tem como objetivo principal “a inovação em todos os processos, aprimorando o relacionamento com a sociedade, funcionários e clientes, além de firmar as melhores parcerias para surpreender sempre.” Dessa forma, uma parceria traria ganhos para ambas as partes já que o produtor também procura trabalhar com inovação em busca de produtos melhores e mais saudáveis.

Sempre Vale Supermercados que pratica a “política de qualidade total em tudo que faz”. Assim, os produtos que tem foco na qualidade seriam uma boa opção para a rede.

Supermercado Corso que tem como “filosofia de trabalho a de sempre oferecer produtos de qualidade, a preços competitivos, através de um atendimento diferenciado”. Portanto, também seriam potenciais clientes, já que os produtos atendem as suas exigências de qualidade.

Hortifrúti da cidade e de toda a região.

Feiras Livres em São João da Boa Vista, que acontecem nos seguintes locais e horários:

- Domingo – Bairro São Benedito (CEAGESP) 3h às 12h.
- 3ª feira – Rua Henrique Martarello (Jd. São Paulo) 3h às 12h.
- 4ª feira – Rua Silva Jardim, largo dos Tavares (Pratinha) 3h às 12h.
- 5ª feira - Avenida Guilherme Guerreiro (Durval Nicolau) 3h às 12h e Bairro São Benedito (CEAGESP) 16h às 22h.
- Sábado – Rua Benedito Cavaleiro (Jardim Teresa Cristina) - 3h às 12h.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

O comportamento dos nossos clientes depende da compra dos consumidores finais. O tomate é uma das hortaliças mais vendidas do país, assim a procura pelo produto acontece praticamente durante todo o ano.

Geralmente, os supermercados e hortifrúteis compram direto com os produtores, e os preços variam de acordo com a época do ano.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

- Região de Campinas

Os produtos serão apresentados por meio de visitas do produtor a potenciais clientes. Além disso, os consumidores poderão encontrar os produtos diretamente nas feiras.

2.2 - ESTUDO DOS CONCORRENTES

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Tomates Mallmann	<p>A empresa possui certificações:</p> <p>HACCP - Sistema que faz uma abordagem preventiva para a gestão da segurança de alimentos (foodSafety), atendendo às normas internacionais e às exigências da ANVISA para indústrias alimentícias.</p> <p>Global G.A.P - Tem como objetivo qualificar a propriedade conforme os aspectos de produção, meio ambiente, bem-estar, animal, segurança alimentar, análises de riscos, manejo, gestão e responsabilidade social.</p>	R\$ 4,00/kg	30 / 60 DIAS	Av. José Augusto Caveanha, 231 - Jd. Fantinato – CEP 13.848-290 - Mogi Guaçu - SP	Lojas Físicas e Vendas diretas	A Mallmann possui parceria de fornecimento diário com as melhores e maiores redes varejistas de várias regiões do Brasil. Isso a “obriga” a ser uma empresa com melhoria contínua em seus processos, investindo em inovação, com gestão profissional e com equipe de alto desempenho.
Miguel Bruno	AAA	R\$ 3,00/KG	À Vista	Estrada Velha de São João a Vargem Grande, Sítio Vô Nico - São João da Boa Vista - SP	Venda direta	<ul style="list-style-type: none"> • Produtos com alto padrão de seleção.O14 • Uso correto de agrotóxico (com até 50% a menos do que plantação em campo aberto).

Conclusões

A concorrência do setor é bem abrangente na região, já que inclui produtores de pequeno, médio e grande porte, além de empresas especializadas no cultivo do produto. Os concorrentes diretos serão os pequenos produtores que cultivam os mesmos tipos de tomate, já que estarão disputando o mesmo espaço no mercado.

Porém, empresas grandes como Tomates Mallmann também podem ser consideradas concorrentes, já que o grande objetivo dela é entregar aos clientes um produto com maior qualidade, que também é a prioridade desse negócio.

2.3 - ESTUDO DOS FORNECEDORES

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Calcário Agrícola Itaú - Dolomítico PRNT 82% Gesso Agrícola	Agrovecal	R\$35,00 /tonelada do Calcário R\$22,00 /tonelada de Gesso	30 dias	15 dias	Rua Campos Salles, 261. São João da Boa Vista.
2	Sementes de tomate: - tipo Italiano - tipo Débora	TOMATEC - Agro Comercial Ltda	R\$ 39,00 - 1 pacote com 100 sementes do tipo Italiano. R\$ 37,00 - 1 pacote com 100 sementes do tipo Débora.	30/60 dias	Entrega Imediata	Rua Sylvia da Silva Braga, 972. Jardim Santa Mônica - Campinas - SP.
3	Fítilho	Têxtil São João S/A	R\$ 19,11/Kg	30 dias	Entrega Imediata	Rod. SP 342 - Km 231 - Bairro Alegre - São João da Boa Vista/SP
4	Nitrato de Cálcio Fosfato mono amônico (MAP)	Fertiliza Insumos e Implementos Agrícolas	R\$ 170,00/25 Kg R\$ 253,00/25 Kg	30/60 dias	5 dias	Rua General Carneiro, 549 - Centro, São João da Boa Vista

5	Kasumin	Fuliagro Insumos Agrícolas	R\$ 91,00/Lt	30 dias	10 dias	Avenida da Saúde, 400 - Jardim Primavera, Santo Antônio do Jardim
	Mospilan		R\$ 32,00/Pct			

3 - PLANO DE MARKETING

3.1 - PRODUTOS E SERVIÇOS

O produtor trabalhará com dois tipos de tomate:

Italiano: tipo de tomate possui um formato mais alongado. Ideal para a fabricação de molhos, porém tem como desvantagem o fato de não durar muito tempo.

Débora: Ideal para fazer saladas, também pode ser utilizado para fazer molhos, porém não é tão bom quanto o Italiano.

Nº	Produtos / Serviços
1	Tomate Débora (Salada)
2	Tomate Itália

3.2 - PREÇO

As estratégias para a formação do preço de venda passaram primeiramente por uma análise minuciosa dos custos de produção.

É necessário levantar toda matéria prima a ser utilizada no processo de plantação, sendo estes os custos diretos. Também precisa-se identificar os custos indiretos, como energia elétrica, combustível, manutenções, entre outros, para a realização de um rateio desses valores para descobrir o custo por unidade do produto.

Além disso, outros fatores influenciaram na precificação do tomate. O produto sofre com grandes variações de preço ao longo do ano e esse fenômeno pode ser explicado dentre outros motivos por:

- Mudanças climáticas que podem influenciar na quantidade e na qualidade do produto que chegará ao consumidor;
- Demanda do produto em determinadas épocas do ano;
- Média de preço dos mercados consumidores;

3.3 - ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

O produtor atenderá pessoalmente os seus clientes para levar mais informações sobre

o seu produto. Sendo assim, o produto será apresentado por meio de visitas pessoais aos locais para realizar a venda do produto.

Haverá também um acompanhamento constante, para verificar se o produto atende as necessidades de seus clientes.

Outro ponto que será utilizado para a divulgação do produto é a rede de contatos que o produtor já possui dentro do mercado.

3.4 - ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A venda do produto é realizada diretamente pelo proprietário, que visita os locais e conversa pessoalmente com os compradores. Além disso, também podem ser firmados contratos de fornecimento no decorrer da plantação, seja pessoalmente ou por telefone.

Ademais, a divulgação do produto ocorre de maneira tradicional, onde o produtor com toda a sua experiência de mercado, seja trabalhando em feiras ou vendendo para grandes redes, pode utilizar sua rede de contatos, não somente para divulgar seu produto, mas também para conseguir novos clientes.

3.5 - LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Endereço:	ESTRADA PEDRA BALAO, s/n, SÍTIO DOURADINHO
Bairro:	Jardim Guanabara
Cidade:	São João da Boa Vista
Estado:	São Paulo
Fone 1:	(19) 3633-1337
Fone 2:	(19) 8267-3452
Fax:	() -

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

É vizinha a uma propriedade que já era de sua posse e também pela facilidade de acesso à água, idealizou que a localização seria apropriada para a construção da estufa.

4 - PLANO OPERACIONAL

4.1 - LEIAUTE



4.2 - CAPACIDADE INSTALADA

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

A capacidade máxima de produção para a estufa com área de 6.500 m² é de 12 mil pés de tomates, e a colheita pode chegar a 10 mil caixas de tomate.

4.3 - PROCESSOS OPERACIONAIS

Para iniciar suas atividades, o produtor procura primeiramente por fornecedores para a compra de sementes e insumos para a plantação. Os insumos adquiridos consistem de matéria orgânica e calcário, que são utilizados na preparação da terra. Já as sementes são enviadas a um viveiro para a produção de mudas.

A preparação da terra deve ser feita de acordo com a análise do solo realizada, para logo após receber as mudas. Realizada a plantação, a irrigação é feita de forma mecanizada a partir de um sistema operado pelo produtor.

Além disso, é importante que o produtor acompanhe constantemente todo o processo de desenvolvimento do tomate, para monitorar a possível existência de pragas ou doenças que podem exigir medidas específicas de combate, caso necessário.

É de preferência do produtor que a venda do produto ocorra antes da colheita, já que o tomate é um produto que não pode ser armazenado por muito tempo, portanto muitos contratos de fornecimentos podem ser firmados.

Na colheita é utilizado um trator que auxilia o produtor no transporte das caixas onde é armazenado o tomate. O processo inicia-se entre 90 e 110 dias, dependendo das condições da plantação, da demanda pela compra do produto e da distância dos mercados aos quais se destinam.

Se o produto não for vendido totalmente antes da colheita o produtor realiza as vendas diretamente nos locais de compra. E o transporte é feito pelo produtor que utiliza os seus próprios veículos para entregar a mercadoria.

4.4 - NECESSIDADE DE PESSOAL

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Trabalhador Rural	Experiência em plantio, monitoramento e colheita.

5 - PLANO FINANCEIRO

5.1 - INVESTIMENTOS FIXOS

A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Estufa	1	R\$ 100.000,00	R\$ 100.000,00
2	Galpão	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
SUB-TOTAL (A)				R\$ 105.000,00

B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Trator	1	R\$ 42.600,00	R\$ 42.600,00
2	Sistema de Irrigação (tanque, encanamento, bomba d'água)	1	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 60.600,00

C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (C)				R\$ 0,00

D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Tesoura poda	1	R\$ 25,25	R\$ 25,25
2	Cavadeira	1	R\$ 61,90	R\$ 61,90
SUB-TOTAL (D)				R\$ 87,15

E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Caminhão F4000	1	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
2	Camionete D10	1	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00
SUB-TOTAL (E)				R\$ 54.000,00

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (F)				R\$ 0,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):	R\$ 219.687,15
---	-----------------------

5.2 - ESTOQUE INICIAL

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Semente Tomate Débora	5000	R\$ 0,37	R\$ 1.850,00
2	Semente Tomate Italiano	5000	R\$ 0,39	R\$ 1.950,00
3	Fitolho	36	R\$ 19,11	R\$ 687,96
4	Gesso Agrícola	1	R\$ 22,00	R\$ 22,00
5	Calcário	1	R\$ 35,00	R\$ 35,00
6	Kasumin (Defensivo)	5	R\$ 91,00	R\$ 455,00
7	Mospilan (Defensivo)	3	R\$ 32,00	R\$ 96,00
8	Fosfato mono amônico (MAP)	1	R\$ 253,00	R\$ 253,00
9	Nitrato de cálcio	1	R\$ 170,00	R\$ 170,00
TOTAL (A)				R\$ 5.518,96

5.3 - CAIXA MÍNIMO

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À Vista	100,00	1	1,00
Prazo médio total			1

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À Prazo (1)	50,00	30	15,00
À Prazo (2)	50,00	60	30,00
Prazo médio total			45

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	120

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	1
2. Estoques – necessidade média de estoques	120
Subtotal Recursos fora do caixa	121
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	45
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	45
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	76

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 9.275,73
2. Custo variável mensal	R\$ 82.450,00
3. Custo total da empresa	R\$ 91.725,73
4. Custo total diário	R\$ 3.057,52
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	76
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 232.371,85

Capital de giro (Resumo)

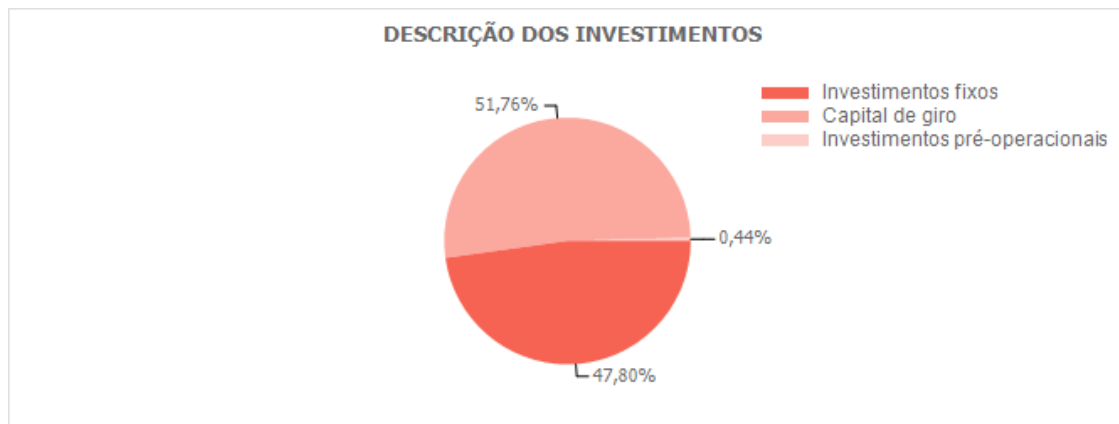
Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 5.518,96
B – Caixa Mínimo	R\$ 232.371,85
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 237.890,81

5.4 - INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

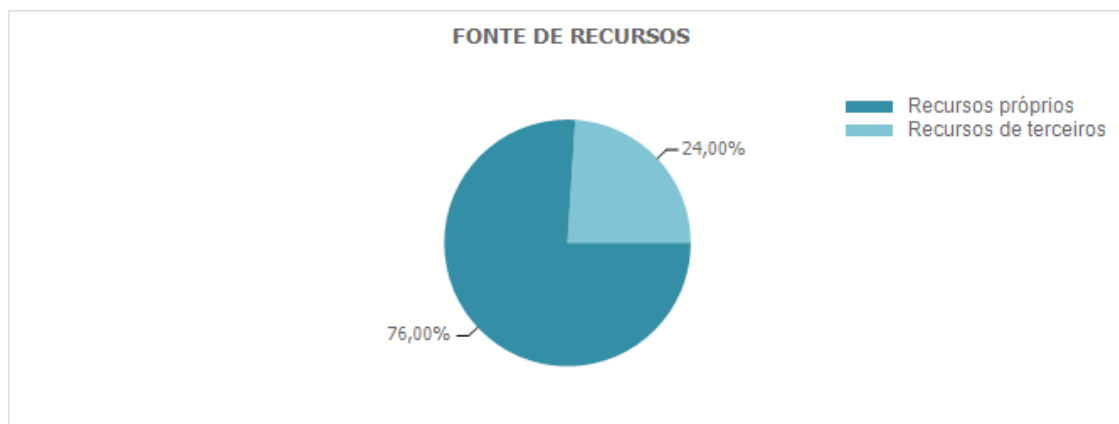
Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 0,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 2.000,00
Divulgação	R\$ 0,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 2.000,00

5.5 - INVESTIMENTO TOTAL

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 219.687,15	47,80
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 237.890,81	51,76
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 2.000,00	0,44
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 459.577,96	100,00



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 349.279,25	76,00
Recursos de terceiros	R\$ 110.298,71	24,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 459.577,96	100,00



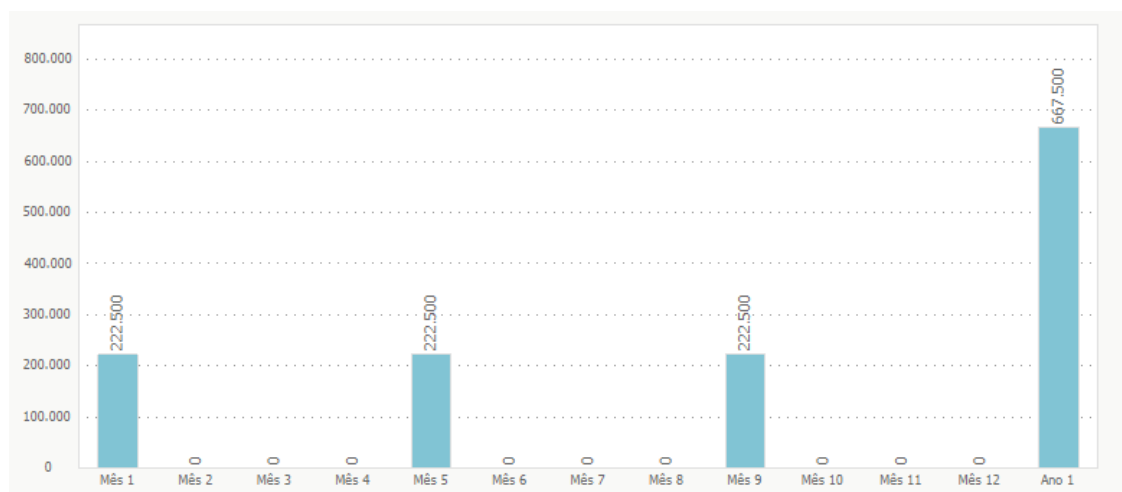
5.6 - FATURAMENTO MENSAL

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Tomate Débora (Salada)	2500	R\$ 40,00	R\$ 100.000,00
2	Tomate Itália	2500	R\$ 43,00	R\$ 107.500,00
TOTAL				R\$ 207.500,00

Projeção das Receitas:

- Sem expectativa de crescimento
- Crescimento a uma taxa constante: 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses 0,00 % ao ano a partir do 2º ano
- Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 222.500,00
Mês 2	R\$ 0,00
Mês 3	R\$ 0,00
Mês 4	R\$ 0,00
Mês 5	R\$ 222.500,00
Mês 6	R\$ 0,00
Mês 7	R\$ 0,00
Mês 8	R\$ 0,00
Mês 9	R\$ 222.500,00
Mês 10	R\$ 0,00
Mês 11	R\$ 0,00
Mês 12	R\$ 0,00
Ano 1	R\$ 667.500,00



5.7 - CUSTO UNITÁRIO

Produto: Tomate Débora (Salada)

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 14,00	R\$ 14,00
TOTAL			R\$ 14,00

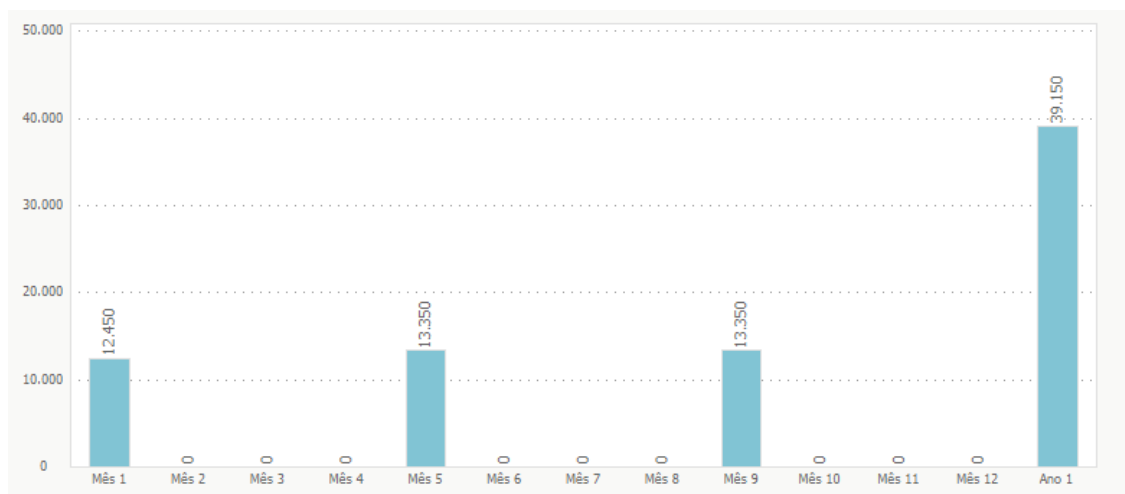
Produto: Tomate Itália

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 14,00	R\$ 14,00
TOTAL			R\$ 14,00

5.8 - CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	6,00	R\$ 207.500,00	R\$ 12.450,00
Comissões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 207.500,00	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 207.500,00	R\$ 0,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 207.500,00	R\$ 0,00
Total Impostos			R\$ 12.450,00
Total Gastos com Vendas			R\$ 0,00
Total Geral (Impostos + Gastos)			R\$ 12.450,00

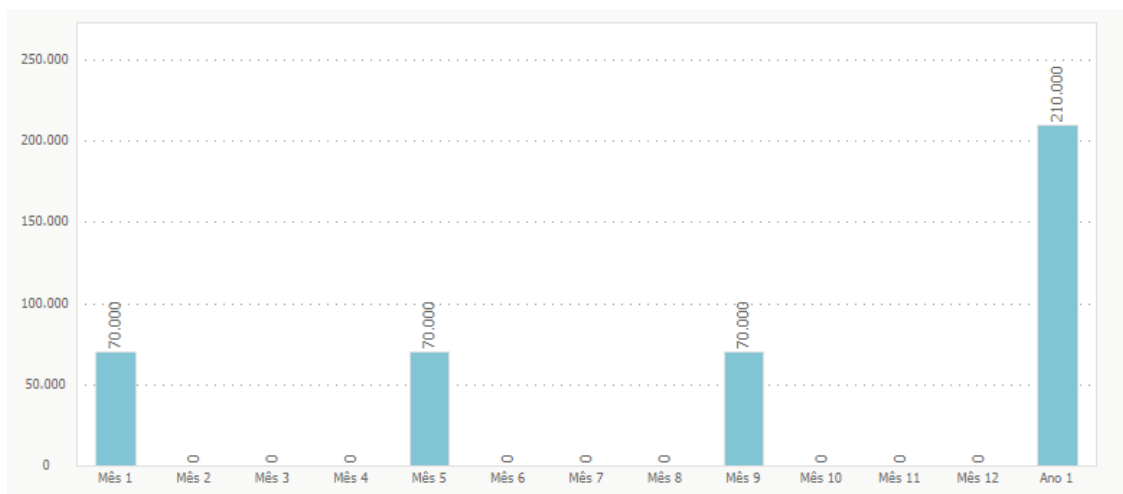
Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 12.450,00
Mês 2	R\$ 0,00
Mês 3	R\$ 0,00
Mês 4	R\$ 0,00
Mês 5	R\$ 13.350,00
Mês 6	R\$ 0,00
Mês 7	R\$ 0,00
Mês 8	R\$ 0,00
Mês 9	R\$ 13.350,00
Mês 10	R\$ 0,00
Mês 11	R\$ 0,00
Mês 12	R\$ 0,00
Ano 1	R\$ 39.150,00



5.9 - APURAÇÃO DO CUSTO DE MD E/OU MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Tomate Débora (Salada)	2500	R\$ 14,00	R\$ 35.000,00
2	Tomate Itália	2500	R\$ 14,00	R\$ 35.000,00
TOTAL				R\$ 70.000,00

Período	CMD/CM V
Mês 1	R\$ 70.000,00
Mês 2	R\$ 0,00
Mês 3	R\$ 0,00
Mês 4	R\$ 0,00
Mês 5	R\$ 70.000,00
Mês 6	R\$ 0,00
Mês 7	R\$ 0,00
Mês 8	R\$ 0,00
Mês 9	R\$ 70.000,00
Mês 10	R\$ 0,00
Mês 11	R\$ 0,00
Mês 12	R\$ 0,00
Ano 1	R\$ 210.000,00



5.10 - CUSTOS DE MÃO-DE-OBRA

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Trabalhador Rural	1	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	35,00	R\$ 490,00	R\$ 1.890,00
TOTAL	1		1.400,00		R\$ 490,00	R\$ 1.890,00

5.11 - CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
IMÓVEIS	R\$ 105.000,00	25	R\$ 4.200,00	R\$ 350,00
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 60.600,00	10	R\$ 6.060,00	R\$ 505,00
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 87,15	10	R\$ 8,72	R\$ 0,73
VEÍCULOS	R\$ 54.000,00	5	R\$ 10.800,00	R\$ 900,00
Total			R\$ 21.068,72	R\$ 1.755,73

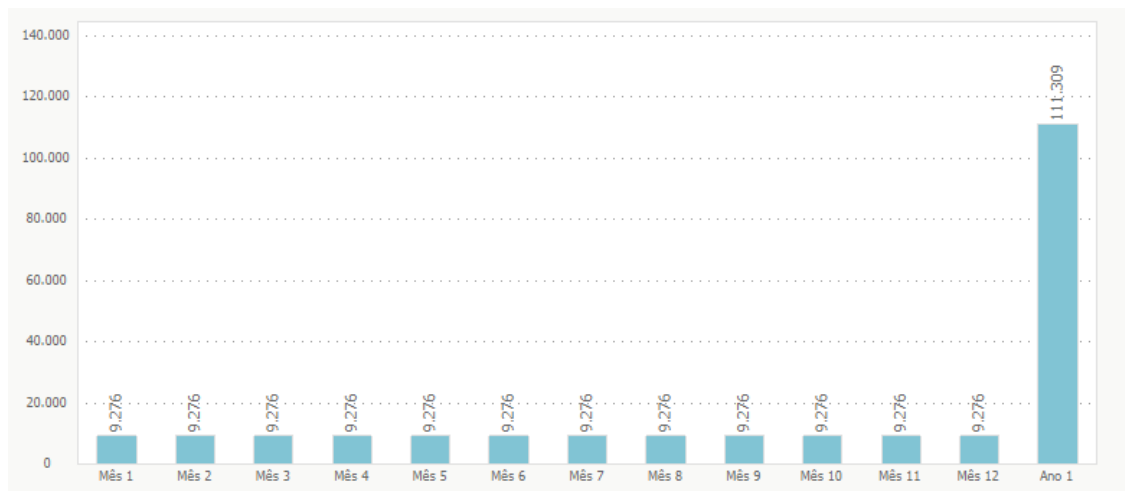
5.12 - CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 0,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 0,00
Energia elétrica	R\$ 200,00
Telefone + internet	R\$ 0,00
Honorários do Contador	R\$ 180,00
Pró-labore	R\$ 5.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 250,00
Salários + encargos	R\$ 1.890,00
Material de limpeza	R\$ 0,00
Material de escritório	R\$ 0,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 1.755,73
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
ITR	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 9.275,73

Projeção dos Custos:

- (x) Sem expectativa de crescimento
- () Crescimento a uma taxa constante:
 - 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
 - 0,00 % ao ano a partir do 2º ano
- () Entradas diferenciadas por período

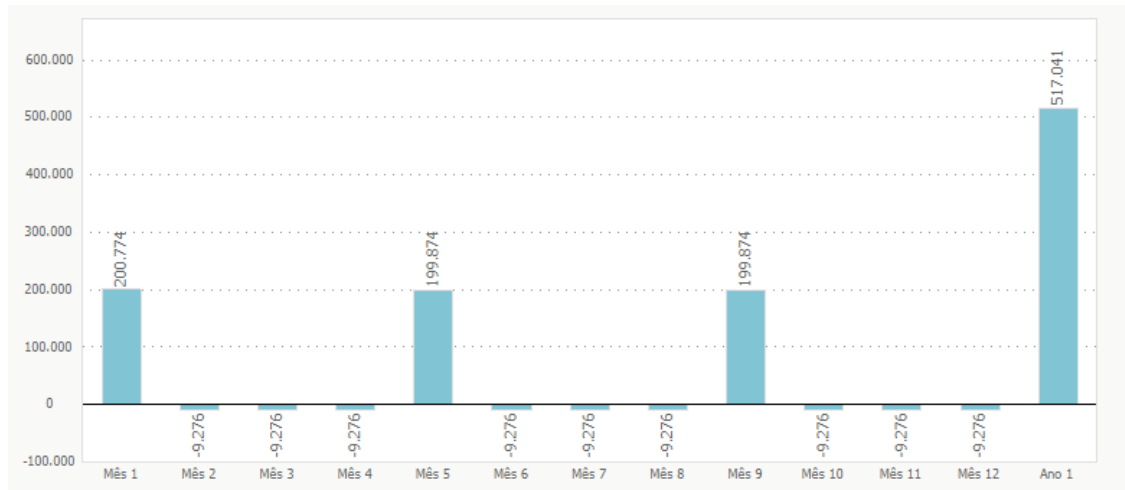
Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 9.275,73
Mês 2	R\$ 9.275,73
Mês 3	R\$ 9.275,73
Mês 4	R\$ 9.275,73
Mês 5	R\$ 9.275,73
Mês 6	R\$ 9.275,73
Mês 7	R\$ 9.275,73
Mês 8	R\$ 9.275,73
Mês 9	R\$ 9.275,73
Mês 10	R\$ 9.275,73
Mês 11	R\$ 9.275,73
Mês 12	R\$ 9.275,73
Ano 1	R\$ 111.308,76



5.13 - DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 207.500,00	R\$ 652.500,00	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 70.000,00	R\$ 70.000,00	33,73
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 12.450,00	R\$ 39.150,00	6,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de custos Variáveis	R\$ 82.450,00	R\$ 109.150,00	39,73
3. Margem de Contribuição	R\$ 125.050,00	R\$ 543.350,00	60,27
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 9.275,73	R\$ 111.308,76	4,47
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 115.774,27	R\$ 432.041,24	55,79

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 115.774,27
Mês 2	R\$ -9.275,73
Mês 3	R\$ -9.275,73
Mês 4	R\$ -9.275,73
Mês 5	R\$ 199.874,27
Mês 6	R\$ -9.275,73
Mês 7	R\$ -9.275,73
Mês 8	R\$ -9.275,73
Mês 9	R\$ 199.874,27
Mês 10	R\$ -9.275,73
Mês 11	R\$ -9.275,73
Mês 12	R\$ -9.275,73
Ano 1	R\$ 432.041,24



5.14 - INDICADORES DE VIABILIDADE

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 118.243,97
Lucratividade	77,46 %
Rentabilidade	112,50 %
Prazo de retorno do investimento	11 meses

6 - CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

6.1 - AÇÕES PREVENTIVAS E CORRETIVAS

Receita (pessimista) 20,72 %	Receita (otimista) 34,94 %
-------------------------------------	-----------------------------------

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 207.500,00	100,00	R\$ 164.506,00	100,00	R\$ 280.000,50	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 70.000,00	33,73	R\$ 55.496,00	33,73	R\$ 94.458,00	33,73
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 12.450,00	6,00	R\$ 9.870,36	6,00	R\$ 16.800,03	6,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 82.450,00	39,73	R\$ 65.366,36	39,73	R\$ 111.258,03	39,73
3. Margem de contribuição	R\$ 125.050,00	60,27	R\$ 99.139,64	60,27	R\$ 168.742,47	60,27
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 9.275,73	4,47	R\$ 9.275,73	5,64	R\$ 9.275,73	3,31
Resultado Operacional	R\$ 115.774,27	55,79	R\$ 89.863,91	54,63	R\$ 159.466,74	56,95

Ações corretivas e preventivas:

- Utilizar produtos de qualidade, que irão ajudar para uma melhor qualidade do tomate e maior quantidade colhida;
- Utilizar técnicas de cultivo, reduzindo custos e aumentando a produtividade;
- Minimizar a ação de fatores externos;
- Inovação para combater a falta de tecnologia;
- Controle da gestão do negócio.

7 - AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

7.1 - ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	<p>FORÇAS</p> <p>Baixo gasto com mão-de-obra; Qualidade do produto; Preocupação com meio ambiente; Produção constante durante o ano; Disponibilidade de Água.</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Aumento na Demanda por produtos com menos agrotóxicos; Procura no mercado por produtos de qualidade; Incentivos Governamentais.</p>
PONTOS FRACOS	<p>FRAQUEZAS</p> <p>Alto Investimento Inicial; Pouca tecnologia; Perecibilidade do produto.</p>	<p>AMEAÇAS</p> <p>Preço inicial abaixo do esperado; Variação constante do preço; Mudanças Climáticas.</p>

Ações:

- Manejo integrado;
- Manejo de irrigação;
- Investimento em Cursos;

- Refrigeração do produto pós-colheita;
- Produção coincidir na entre safra;
- Contrato de fornecimento, antes da safra.

8 - AVALIAÇÃO DO PLANO

8.1 - ANÁLISE DO PLANO

O Plano de Negócios foi realizado para obter uma melhor visão da viabilidade do negócio que foi analisado. Todos os dados utilizados foram obtidos diretamente com o proprietário e através de pesquisas. É importante ressaltar que as projeções foram realizadas por meio de estimativa já que o produtor ainda não está realizando a plantação.

A estufa, a parte inovadora do projeto, tem como objetivo diminuir os gastos do produtor com agrotóxicos, pois a partir dela é possível se ter um maior controle de pragas e doenças. Além disso, utilizando menos agrotóxicos o produtor consegue oferecer um tomate mais saudável e de maior qualidade aos seus clientes, agregando valor ao produto. Ademais, a plantação ocorrerá diretamente no solo, o que permite uma maior produção em relação aos seus concorrentes que realizam a plantação em vasos, possibilitando ao produtor vender suas caixas de tomate com o preço menor do que a média de mercado, já que com a maior produção o custo unitário do produto será inferior ao da concorrência.

Com os dados obtidos junto ao produtor, foi simulado como seria o cenário provável do seu negócio, tendo como base apenas o faturamento, onde seria possível colher 10 Kg por pé de tomate, que resultariam aproximadamente em 5.000 caixas que seriam vendidas ao preço de R\$ 44,50, o que se prevê um faturamento de R\$ 207.500.

Com essas informações foi possível simular situações tributárias, sendo se o produtor optar por ser uma pessoa física ou jurídica, optante pelo lucro presumido, real ou simples nacional. Após a análise a opção com maior vantagem tributária seria o lucro presumido, onde teria uma economia de 27% em relação ao simples nacional, isso porque ao optar pelo lucro presumido, o produtor pode ter alguns benefícios que o simples nacional não contempla, como isenção de ICMS e tributar com alíquota zero PIS e COFINS.

Assim, foi possível estabelecer um planejamento estratégico não só de custos ou das possibilidades do mercado, mas também para realizar uma análise tributária a fim de utilizar as elisões fiscais dentro do código tributário nacional, com o objetivo de ter uma economia dos impostos.

O plano contempla todas essas informações, possibilitando uma análise da viabilidade do negócio a partir da taxa de retorno do capital investido, que é de 11 meses, prazo

considerado curto para a agricultura, além dos percentuais de lucratividade, 77,46% e rentabilidade, 112,50%, que indicam que o negócio é totalmente viável e que trará o retorno desejado ao produtor.

Anexo 1

DAP – Declaração de Aptidão ao PRONAF



Ministério do Desenvolvimento Agrário
Secretaria de Agricultura Familiar
Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

Declaração de Aptidão ao Pronaf

Extrato de DAP

Chave do extrato: 1971884613387136

Emitido em: 07/10/2017 às 18:01:48

Informações Gerais

DAP: SDW0154542808520408150233	Versão DAP: 1.9.3	Enquadramento: V
Emissão: 04/08/2015	Validade: 04/08/2018	Município/UF: São João da Boa Vista/SP
Última Versão: Sim	DAP Válida: Sim	DAP Expirada: Não

Titular(es)

Nome: ANTONIO SÉRGIO ROVARON	Nome: STELA MARCI CORNETA ROVARON
CPF: 154.542.808-52	CPF: 113.301.518-28

Categoria

Demais agricultores familiares	Condição e posse de uso da terra
	Arrendatário/a

Emissor da DAP

Emissor: SECRETARIA DE AGRICULTURA E ABASTECIMENTO	CNPJ: 46.384.400/0002-20
Nome do Responsável: JOAO CARLOS LUHMANN DEJESUS	CPF: 024.978.068-29

A autenticidade e veracidade deste documento poderá ser comprovada por meio do endereço:
<http://dap.mda.gov.br>

Termo de Aceite

SOFTWARE CEPN 3.0 - COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO

O software tem como objetivo oferecer uma ferramenta simples e prática para a elaboração de um plano de negócios. Criar uma empresa é um desafio e o plano de negócios, enquanto instrumento de planejamento, é adotado em todo o mundo, por diversas instituições e por empresas dos mais diversos porte e setores.

Um plano de negócios tem como proposta fazer com que o empreendedor seja capaz de estimar se, a partir da sua visão de futuro, experiência e conhecimento de mercado, seu projeto é viável ou não. Apesar de não eliminar totalmente os riscos, evita que erros sejam cometidos pela falta de análise.

O sistema foi preparado para orientá-lo no preenchimento de cada seção do plano a partir das informações coletadas por você. Para ajudá-lo, a ferramenta explica as etapas do plano, apresentando dicas, alertas e recomendações. Os exemplos disponibilizados são fictícios, de natureza pedagógica e trazem informações e valores meramente ilustrativos.

Informações Gerais

- Um plano de negócios não garante por si só o sucesso de uma empresa. Fatores externos também influenciam o negócio, portanto monitore ameaças e oportunidades.
- Fatores internos também determinam a existência e o crescimento de uma empresa. Esses fatores estão sob controle do empreendedor e são relacionados à implantação de controles e à uma gestão eficiente.
- Informação é a matéria-prima para qualquer ação de planejamento e quanto mais precisa for, maior será a qualidade do plano de negócios. Portanto, leia revistas especializadas, consulte associações e entidades do seu segmento, participe de feiras e cursos, faça pesquisas na Internet, converse com outros empresários, clientes, fornecedores e especialistas (consultores, contabilistas, advogados, etc.).
- O plano de negócio deve ser revisado periodicamente, pois é flexível e está sujeito a ajustes em função das mudanças no mercado ou do ambiente interno da empresa.
- Apesar de o plano ser um instrumento de gestão importante, há outras ferramentas que devem ser utilizadas por você na administração da empresa.
- O plano de negócios pode ser solicitado por uma instituição financeira ou por um investidor para a captação de recursos. Entretanto, este plano não assegura a obtenção dos recursos em si, pois cada instituição tem processos próprios, requisitos e exigências.
- Um plano de negócio pode ser utilizado para obter sócios e investidores, estabelecer parcerias com fornecedores e clientes ou mesmo buscar recursos. Porém, o usuário mais importante do plano de negócios é o próprio empreendedor.

Tenho ciência e concordo com os termos acima.