

VIABILIDADE TÉCNICA E ECONÔMICA DA PRODUÇÃO DE PIMENTÃO VERMELHO E PIMENTA AMERICANA EM ESTUFA

Jéssica Aparecida Tavares de Albuquerque

jessica1albuquerque@gmail.com✉

Soraya Regina Sacco Surian

soraya_sacco@rocketmail.com

Maria Clara Ferrari

maria.ferrari@fatec.sp.gov.br

FATEC ITAPETININGA - SP

RESUMO: O plano de negócio apresentado neste trabalho visa investigar a viabilidade de implantação de novas estufas de pimentão (*Capsicum annum* L.) e pimenta americana (*Capsicum spp.*) no Sítio Santa Maria, localizado no interior do estado de São Paulo e em atividade há dez anos, vendo como oportunidade a melhoria e aumento de sua produção para que a empresa consiga obter maiores lucros. No desenvolvimento deste estudo foram avaliados o ambiente externo e os respectivos fatores que o influenciam, quais sejam: tecnológico, político-legal, econômico, natural e sociocultural e o ambiente imediato ou operacional, no qual as cinco forças de Porter (fornecedores,

clientes, novos entrantes, produtos substitutos e os concorrentes) exercem influência. Esses fatores auxiliam na identificação das oportunidades e ameaças que podem influenciar a atividade e o ambiente interno formado por cinco capitais: natural, físico, humano, financeiro, e social, que apontam as forças e suas fraquezas do Sítio. Após a realização da análise SWOT definiram-se a missão, a visão, os valores, os objetivos e metas da empresa. Por meio do planejamento estratégico verificou-se que a empresa rural, apesar dos problemas enfrentados de gestão, possui condições de obter êxito no projeto de implantação de novas estufas, uma vez que dispõe de

equipamentos, implementos e maquinários adequados para o cultivo da produção, além da ampla experiência do proprietário na atividade. No planejamento financeiro, utilizando de técnicas de análise econômica, pode-se concluir que a implantação da estufa associada de pimentão vermelho e pimenta americana, é um projeto viável.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento. Lucratividade. *Capsicum annum L.* *Capsicum spp.*

TECHNICAL AND ECONOMIC FEASIBILITY OF RED CROP AND AMERICAN PEPPER PRODUCTION IN ESTUFA

ABSTRACT: The business plan presented in this study aims to investigate the feasibility of implementing new greenhouse chilies (*Capsicum annum L.*) and American pepper (*Capsicum spp.*) In Santa Maria, located in the interior of the state of São Paulo and in activity for ten years, seeing as an opportunity the improvement and increase of its production so that the company obtains greater profits. In the development of this study, the external environment and its influencing factors were evaluated: technological, political-legal, economic, natural and sociocultural, and the immediate or operational environment in which Porter's five forces (suppliers, clients, new entrants, substitute products and competitors) exert influence. These factors help identify the opportunities and threats that can influence the activity and the internal environment formed by five capitals: natural, physical, human, financial, and social, that point out the strengths and weaknesses of the Site. After the SWOT analysis, the mission, vision, values, objectives and goals of the company were defined. Through the strategic planning, it was verified that the rural company, despite the problems faced by management, is able to succeed in the project to implement new greenhouses, since it has equipment, implements and machinery suitable for the cultivation of production, in addition to the owner's extensive experience in the activity. In financial planning, using economic analysis techniques, it can be concluded that the

implantation of the associated greenhouse of red pepper and American pepper, is a viable project.

KEYWORDS: Development. Profitability. *Capsicum annum L.* *Capsicum spp.*

1 INTRODUÇÃO

Planejar é desenvolver processos, técnicas e atitudes de gestão para diagnosticar e avaliar as possibilidades futuras de decisões presentes, em decorrência dos objetivos e metas empresariais que auxiliarão na tomada de decisão em novos investimentos: “Dentro desse raciocínio pode-se afirmar que o exercício sistemático do planejamento tende a reduzir a incerteza envolvida no processo decisório e, conseqüentemente, provocar o aumento da probabilidade de alcance dos objetivos, desafios e metas estabelecidos para a empresa.” (OLIVEIRA, 2014, p.5).

A produção de pimentão em estufa foi uma das culturas que mais cresceram na última década. Bem aceito pelo consumidor passou a oferecer uma nova opção de renda para pequenos e médios produtores. O pimentão (*Capsicum annum L.*), é uma solanácea de alto valor alimentício de origem americana, e está entre as hortaliças mais consumidas do Brasil, apimenta é muito utilizada nos pratos culinários, tendo grande destaque nas culinárias mexicana e brasileira (MONTEIRO, 2015).

Por ser uma planta de regiões tropicais, o pimentão comporta-se melhor em

temperaturas mais altas em faixa de temperaturas entre 16°C e 34°C, adequada para a maioria das espécies e cultivares. A maioria destas pimenteirias são plantas tropicais ou subtropicais e crescem melhor em clima quente (HORTAS, 2015).

Com as oportunidades apresentadas pelo cultivo de pimentão e pimenta procurou-se aumentar a produção da empresa por meio da implantação de novas estufas e, assim aumentar a lucratividade e possibilitar uma maior autonomia em relação ao mercado comprador.

De acordo com Mendes (2007), o mercado é um sistema integrado de estágios intermediários entre o produtor e o consumidor, caracterizando-se pela presença de compradores (e de vendedores) de produtos agrícolas em todos os níveis intermediários do sistema e que influenciam diretamente no processo de formação de preços, ficando ao produtor a função de produzir e racionalizar ao máximo os seus custos, avaliando seus investimentos adequadamente e acompanhando a oscilação do preço do seu produto.

Desta forma, o objetivo do trabalho foi elaborar um plano de negócio para a empresa rural Sítio Santa Maria, a fim de analisar a viabilidade da implantação de novas estufas.

2 METODOLOGIA

A propriedade estudada, denominada Sítio Santa Maria, está localizada no bairro Campo Largo, município de Itapetininga, interior do estado São Paulo, com uma área total 21,7 hectares, sendo 1,2 hectares de área de preservação permanente (APP) e tem como sua principal fonte de renda produção de pimentão (*Capsicum annuum* L.) e pimenta americana (*Capsicum spp*) em estufa tipo londrina.

Para o desenvolvimento do plano de negócio, iniciou-se pelo planejamento estratégico da empresa rural, onde foi realizado o diagnóstico do ambiente interno formado pelos cinco capitais que são respectivamente: natural, físico, humano, financeiro e social, os quais apresentam os pontos fortes e fracos da propriedade; e do ambiente externo que é formado por um ambiente geral onde atuam os fatores tecnológico, político, legal, econômico, natural, e o sociocultural, e fazendo parte desse ambiente o ambiente imediato ou operacional caracterizado pelas cinco forças de Porter: fornecedores, clientes, novos entrantes, produtos substitutos e concorrentes. A análise desses fatores e forças foi consolidada pela análise SWOT – ferramenta de análise ambiental, que determina as oportunidades e ameaças da atividade, suas forças e fraquezas. Para a operacionalização e controle, foi aplicada a metodologia 5W2H e de indicadores de desempenho.

Para a elaboração do plano de negócio utilizou-se da metodologia preconizada por Dornelas (2008), e para elaboração do plano financeiro utilizou-se dos indicadores de viabilidade econômica: Valor Presente Líquido (VPL), Taxa de Retorno (TIR), *Payback* efetivo, Taxa Mínima de Atratividade (TMA) de 14,25% ao ano (SELIC) e a Taxa Média de Retorno (TMR).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Avaliando o ambiente externo por meio da análise SWOT (Quadro 1), verificou-se que as oportunidades eram superiores às ameaças. As maiores ameaças a serem minimizadas são: as oscilações constantes dos preços dos produtos; as pragas (mas que podem ser controladas com bom manejo); a escassez da mão de obra na colheita (resultando em um aumento no valor das diárias pagas); e o alto número de concorrentes na atividade.

Como oportunidade, observou-se que o conhecimento está nas mãos de pessoas com acesso a cursos e, neste sentido, a internet é uma importante ferramenta que mostra direções seguir para aprimoramento em algumas áreas, sendo uma das valiosas, a tecnologia para a industrialização da pimenta, objetivando a agregação de valor por meio do processamento de molhos e conservas produzidos dentro da empresa.

Outra oportunidade observada para a empresa está relacionada à realização de

cursos de especialização e treinamentos oferecidos pelo Sindicato Rural em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR) que capacitam os agricultores familiares em diversas atividades.

Na análise do ambiente interno, verificou-se ser uma empresa rural estável, apresentando como pontos fortes: um proprietário que atua na atividade há mais de 50 anos, com experiência na área da agropecuária, comprometido com a vida rural e, somando-se a isso, o fato da empresa dispor de alguns equipamentos e implementos próprios, aproveitando isso a seu favor, por atuar na área e possuir tradição na atividade desenvolvida. Com isso, apesar dos pontos fracos, ficou demonstrado que a empresa está apta a sobreviver e vencer na atividade.

Os pontos fortes identificados na empresa foram: área própria; solo adequado para uma boa produção da cultura; utilização de técnicas apropriadas para o plantio e manejo das culturas do pimentão e da pimenta; mão de obra familiar preparada por meio de cursos práticos e com formação superior, e recursos próprios para investimentos.

Por sua vez, os pontos fracos diagnosticados foram: a dependência no processo de comercialização (sendo feito por meio de intermediários), uma falta de percepção e de tempo para contatar novos clientes e identificar novos mercados consumidores (visão conservadora

dificultando a aceitação de inovação na produção e na gestão da empresa); mão de obra familiar reduzida para execução da

colheita (sendo necessário contratar pessoas nesse período).

Quadro 1 - Análise SWOT

<p style="text-align: center;">PONTOS FORTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terra própria; • Solo apto para a produção; • Mão de obra própria familiar; • Técnicas apropriadas para o plantio do pimentão e da pimenta; • Mão de obra familiar preparada por meio de cursos e formação superior; • Apto para acessar financiamento agrícola; • Infraestrutura adequada para a produção; • Disponibilidade de recursos próprios. 	<p style="text-align: center;">PONTOS FRACOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercialização por meio de intermediários; • Falta de percepção e do tempo para contatar clientes e novos mercados consumidor; • Empresa tradicional, dificuldade para aceitar inovação na produção e na gestão da empresa; • Mão de obra familiar reduzida para execução da colheita, sendo necessário contratar pessoas nesse período.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Novos mercados e clientes; • Tecnologia para industrialização da pimenta objetivando a agregação de valor por meio de processamento de molhos e conservas; • Assistência técnica por meio das revendas e fornecedoras de insumos; • Treinamento por meio do sindicato e do SENAR; 	<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oscilação dos preços dos produtos oriundos da atividade; • Número significativo de concorrentes na atividade; • Fatores biológicos como; insetos e doenças incontroláveis; • Fatores climáticos: vento excessivos, chuva de granizo e em alguns casos geada; • Escassez de mão de obra na colheita, resultando em aumento das diárias, pela concorrência dessa época.

Fonte: Autores(2015)

Verificando e analisando tais informações, foram definidos os objetivos, metas e as ações estratégicas, e formalizou-

se com um plano de ação de acordo com o Quadro 2:

Quadro 2 – Plano de Ação

O QUE?	QUEM?	QUANDO ?	PORQUÊ?	ONDE?	COMO?	QUANTO?
Construir 01 estufa	José Tavares	2016	Aumentar a produção.	Sítio Santa Maria	Por meio de Linha de Crédito	\$ 22.843,56
Comercializar diretamente a produção	José Tavares	A partir de 2017	Para reduzir dependência do intermediário no processo de comercialização	Sítio Santa Maria e região	Identificar compradores; Visita aos compradores; Avaliar idoneidade.	\$1.000,00
Aquisição de um Caminhão baú refrigerado	José Tavares	Até janeiro de 2020	Para poder comercializar diretamente e fazer as entregas dos produtos para que cheguem frescos e com qualidade.	Sítio Santa Maria	Linha de crédito para o possível financiamento do veículo	\$100.000,00

Fonte: Autores (2015)

Finalizando, o planejamento com os indicadores de desempenho para permitir um

acompanhamento da evolução de cada meta a ser atingida pela empresa rural (Quadro 3).

Quadro 3 – Evolução

Objetivo	Meta	Indicador	Status atual	Nível alcançado	Velocímetro de medição
Construir 4 estufas de 1.300 m ² tipo londrina	Implantar as 4 estufas até janeiro de 2018	Quantidade de estufas implantadas /total de estufas	0/4	0%	
Aumentar a produção	Aumentar a produção em 25%, alcançando 50 toneladas por ha até agosto de 2016	Nível de produtividade = produção média alcançada ha /50 toneladas	40/50	80%	
Comercializar diretamente a produção com os compradores e conquistar novos mercados.	Comercializar 40% da produção de forma direta sem a utilização de atravessadores	Porcentagem da produção comercializada diretamente = quantidade comercializada diretamente / total da produção da propriedade	0/36.000 Kg	0%	
Aquisição de um caminhão baú refrigerado	Comprar caminhão em até janeiro de 2020	Quantidade de caminhões comprados	0	0%	

Fonte: Autores(2015)

Como a empresa não dispunha de declarações institucionais, juntamente com o proprietário e seus colaboradores elaboraram-se tais declarações, descritas abaixo:

3.1 MISSÃO

“Fornecer pimentão de excelente qualidade e padrão e procurar atender a todos os aspectos de qualidade ou a todas as exigências em relação à segurança do

alimento bem como à responsabilidade para com a saúde do consumidor”.

3.2 VISÃO

“Ampliar o negócio e vender diretamente para os nossos clientes”.

3.3 VALORES

“Honestidade, seriedade, profissionalismo, respeito ao meio ambiente, sustentabilidade e comprometimento”.

3.4 OBJETIVOS E METAS

- a) Construir quatro novas estufas tipo londrina e, assim, aumentar a produção, iniciando em 2016 com uma estufa e, até 2018, com as três estufas;
- b) Aumentar a produção em 25%, a partir de agosto de 2016;
- c) Comercializar diretamente a produção com os compradores e conquistar novos mercados, sendo 30% no primeiro, 30% no segundo e 40% no terceiro ano;

d) Fazer com que a empresa fique sustentável financeiramente, a partir de dezembro 2016;

- e) Desenvolver uma marca, a partir de 2019;
- f) Aquisição de um caminhão Truck de 10 toneladas com baú refrigerado, em outubro de 2019.

Com o planejamento estratégico realizado, pode-se avaliar a decisão de se investir observando as oportunidades e pontos fortes da empresa. Os resultados do planejamento financeiro apresentados no fluxo de caixa (Tabela1) mostram que o investimento da construção de uma estufa para o ano de 2016 é viável.

Tabela 1 - Fluxo de Caixa do Projeto em R\$/ano de 1 estufa, Custo do capital: 14,25% ao ano

Ano	ENTRADA	SAÍDA	INVESTIMENTO	SALDO	SALDO AC
0			22.843,55	-22.843,55	-22.843,55
1	82.739,20	74.828,80		7.910,40	-14.933,15
2	82.739,20	74.828,80		7.910,40	-7.022,75
3	82.739,20	74.828,80		7.910,40	887,65
4	82.739,20	74.828,80		7.910,40	8.798,05
5	82.739,20	74.828,80		7.910,40	16.708,45

Fonte: Autores (2015)

Os indicadores utilizados e os resultados estão apresentados na tabela 2.

Tabela 2 - Indicadores de Viabilidade Econômica

INDICADOR	RESULTADOS
TMA	14,25% ao ano
VPL	R\$ 4.151,11
TIR	22%
TMR	35%, cada real investido retornou R\$1,35
	<i>Payback</i> efetivo 2 anos, 10 meses e 19 dias

Fonte: Autores (2015)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O plano estratégico é essencial para a tomada de decisão de qualquer projeto de investimento, pois, sem ele, não se consegue avaliar os cenários e tendências do setor para verificar a viabilidade e os riscos de se investir em um negócio.

Pode-se concluir por meio dos diagnósticos e avaliações realizados que a empresa rural Sítio Santa Maria, apesar de enfrentar problemas tais como a dependência no processo de comercialização, a escassez de mão de obra, a oscilação de preço dos produtos oriundo da atividade, entre outros, possui condições para realizar a construção de novas estufas na propriedade, considerando: o domínio e experiência do proprietário na atividade, a disponibilidade de equipamentos, implementos e maquinários próprios para realizar o plantio e manejo da cultura, e lastro financeiro para captar recursos por meio de linha de crédito para investimento.

Os indicadores de viabilidade econômica mostraram que o investimento é viável considerando o valor do VPL positivo e maior que zero, de R\$ 4.151,11, e a TIR de 22% superior à taxa de atratividade (TMA) de 14,25% ao ano e o retorno do capital investido se dará em 2ano, 10 meses e 19 dias.

A decisão de implantar esse projeto deve-se ao fato da empresa ter apresentando resultado econômico positivo

na projeção do fluxo de caixa das entradas e saídas num horizonte de cinco anos, além de um maior volume de produto e escalonamento da produção, que proporcionará um poder de negociação ao proprietário para comercializar seus produtos diretamente, evitando assim, que haja intermediários nas negociações e, conseqüentemente, uma melhoria no poder de compra e venda dos seus produtos.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios** / José Carlos Assis Dornelas. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

HORTAS. **Como plantar pimenta**, 2015. Disponível em: <<http://hortas.info/como-plantar-pimenta>> Acesso em: 30 ago 2015.

MENDES, Judas Tadeu Grassi, et al. **Agronegócio: Uma abordagem econômica**. São Paulo, Pearson, 2007.

MONTEIRO, I. **Pimentão cultivado em estufa**. 2016. Disponível em: <<http://grupocultivar.com.br/artigos/pimentão-cultivado-em-estufa>>. Acesso em: 28 ago 2015.

OLIVEIRA, Nome et al. **Planejamento Estratégico**. 32.ed. São Paulo, Atlas, 2014.