



**WILLIAM RICARDO DE ARRUDA**

**PLANO DE NEGÓCIOS: PITAIAS DO VALE**

**LAVRAS - MG  
2021**

**WILLIAM RICARDO DE ARRUDA**

**PLANO DE NEGÓCIOS: PITAIAS DO VALE**

**Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Universidade Federal de  
Lavras, como parte das exigências do Curso  
de Agronomia, para a obtenção do título de  
Bacharel.**

**Orientador: Prof. Dr. Wilson Magela Gonçalves**

**Coorientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Leila Aparecida Salles Pio**

**LAVRAS - MG  
2021**

# **TERMO DE APROVAÇÃO**

**WILLIAM RICARDO DE ARRUDA**

## **PLANO DE NEGÓCIOS: PITAIAS DO VALE**

**Trabalho de conclusão de curso para a  
aprovação no bacharelado em Agronomia na  
Universidade Federal de Lavras.**

### **BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof. Dr. Wilson Magela Gonçalves – UFLA**  
**Orientador**

---

**Prof<sup>ª</sup>. Dra. Leila Aparecida Salles Pio - UFLA**  
**Coorientadora**

---

**Dr. Pedro Maranhã Peche – UFLA**  
**Examinador**

**LAVRAS – MG**  
**2021**

# SUMÁRIO

<b>1 SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>6</b>
<b>2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Objetivos da empresa .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Posicionamento estratégico.....</b>	<b>7</b>
<b>2.3 Análise de mercado .....</b>	<b>8</b>
<b>2.3.1 Análise SWOT .....</b>	<b>8</b>
<b>2.4 Dados do empreendimento .....</b>	<b>9</b>
<b>2.5 Estrutura Organizacional.....</b>	<b>9</b>
<b>2.6 Aspectos legais .....</b>	<b>10</b>
<b>3 RECURSOS HUMANOS.....</b>	<b>10</b>
<b>3.1 Organograma.....</b>	<b>10</b>
<b>3.2 Cargos.....</b>	<b>11</b>
<b>3.2.1 Gerente.....</b>	<b>11</b>
<b>3.2.2 Colaboradores sazonais.....</b>	<b>11</b>
<b>3.3 Prestação de serviços .....</b>	<b>11</b>
<b>3.3.1 Contador.....</b>	<b>11</b>
<b>3.4 Salários .....</b>	<b>11</b>
<b>4 PLANO DE OPERAÇÕES .....</b>	<b>12</b>
<b>4.1 Capacidade Produtiva.....</b>	<b>12</b>
<b>4.2 Estrutura Física .....</b>	<b>12</b>

<b>4.3 Fluxograma .....</b>	<b>12</b>
<b>5 PLANO MERCADOLÓGICO .....</b>	<b>13</b>
<b>5.1 Mix de marketing .....</b>	<b>13</b>
<b>5.1.1 Produto .....</b>	<b>13</b>
<b>5.1.2 Preço .....</b>	<b>13</b>
<b>5.1.3 Comunicação .....</b>	<b>13</b>
<b>5.1.4 Distribuição.....</b>	<b>13</b>
<b>5.2 Clientes .....</b>	<b>13</b>
<b>5.3 Fornecedores.....</b>	<b>14</b>
<b>6 PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>14</b>
<b>6.1 Projeções Financeiras.....</b>	<b>14</b>
<b>6.1.2 Despesas .....</b>	<b>15</b>
<b>6.1.2.1 Depreciação .....</b>	<b>15</b>
<b>6.1.3 Custos .....</b>	<b>16</b>
<b>6.1.4 Demonstração de Resultado do Exercício.....</b>	<b>16</b>
<b>6.2 Estudo de viabilidade econômico-financeira.....</b>	<b>16</b>
<b>6.2.2 Análise de lucratividade.....</b>	<b>17</b>
<b>6.2.3 Valor Presente Líquido e Taxa Interna de Retorno.....</b>	<b>18</b>
<b>7 CONCLUSÃO .....</b>	<b>20</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>21</b>

## **1 SUMÁRIO EXECUTIVO**

O presente trabalho tem como objetivo elaborar um plano de negócios com propostas de implantação de um cultivo de pitaiá numa pequena propriedade localizada no Sul de Minas.

Um plano de negócios é um instrumento indispensável para a concepção de um empreendimento. É por meio do plano de negócios que se avalia a viabilidade do empreendimento. Ele reduz a possibilidade de erros e fracassos do negócio.

Para melhor compreensão do plano de negócios ele foi dividido em várias partes:

A primeira parte é a apresentação da organização, com os objetivos, posicionamento estratégico e dados do empreendimento.

Em seguida é apresentada a segunda parte, os recursos humanos, com a definição do cargo, pró-labore, prestação de serviços e definição do organograma da empresa.

A quarta parte define o plano de operações. São apresentados os itens de produção, a capacidade produtiva e a estrutura física do empreendimento. São apresentados todos os maquinários e implementos necessários para o manejo do pomar.

O plano de marketing é apresentado na quinta parte. Nesta etapa é definido o composto de marketing, com a apresentação dos produtos, a estratégia de preço, a comunicação da empresa e a distribuição, detalhando os processos desde a produção até o ponto de entrega ao consumidor final. É no plano de marketing que são analisados os clientes e os fornecedores.

A sexta parte descreve o plano financeiro da empresa, demonstrando por meio de projeções de receitas, investimentos, custos, despesas e o tempo de retorno do investimento, no qual será possível avaliar e projetar as perspectivas do negócio.

Por último é apresentado a conclusão do trabalho com a análise da viabilidade do negócio.

## 2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

### 2.1 Objetivos da empresa

O projeto refere-se a elaboração de um Plano de Negócios para o cultivo de pitaiá a nível comercial. Com o objetivo de agregar valor e buscar preços mais rentáveis na comercialização, as frutas serão ofertadas ao PAA (Programa de Aquisição de Alimentos) e ao PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar). As vendas ocorrerão por meio da instrução da EMATER e posse do DAP (Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Agricultura Familiar). No início o foco das vendas será para esses programas do governo, mas caso o empreendimento cresça, vai ser explorado outros nichos de mercado e clientes. O nosso diferencial vai ser colher frutas no ponto correto de maturação e entregar o quanto antes ao consumidor, no qual poderá consumir uma fruta fresca e com teor adequado de brix, bem como buscar certificações como orgânico e Global Gap por exemplo.

O pomar vai ser implantado numa pequena propriedade rural, na cidade de Turvolândia, estado de Minas Gerais, numa área de um hectare de topografia levemente ondulada e de latossolo vermelho. O município é destaque na produção de frutas exóticas na região Sul Mineira.

### 2.2 Posicionamento estratégico

O planejamento estratégico é a forma de posicionamento da empresa diante do mercado, com o caminho a ser seguido para a realização de seus objetivos, metas, valores, visão e missão (Biagio e Batocchio, 2017). Permite à empresa direcionar seu futuro, seguindo suas metas e objetivos.

**Missão:** alimentar as pessoas com frutas de excelência.

**Visão:** ser referência em produção de pitaias, oferecendo frutas de qualidade.

**Valores:** ética, honestidade, sustentabilidade, organização e comprometimento.

## 2.3 Análise de mercado

### 2.3.1 Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta estrutural utilizada na análise do ambiente interno e externo das empresas, com o objetivo de formular estratégias. A partir da análise dos ambientes é possível identificar forças, fraquezas, ameaças e oportunidades. Segue abaixo, a análise SWOT:

Quadro 1 - Análise SWOT – Pitayas doVale

<p><b>FORÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Conhecimento técnico</li> <li>* Maquinário</li> <li>* Imóvel próprio</li> <li>* Localização / Clima</li> </ul>	<p><b>FRAQUEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Mão-de-obra qualificada</li> </ul>
<p><b>AMEAÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Concorrência</li> <li>* Desconfiança dos consumidores</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Marketing da fruta</li> <li>* Novos nichos de mercado</li> </ul>

Analisando as características encontradas na análise podemos elaborar estratégias de melhorias para a empresa.

- Plantar variedades que produzam na entressafra, como Palora e Amarela Colombiana;
- Aproveitar os cladódios de podas e vendê-los como mudas ou fazer forragem;
- Treinar os colaboradores para a colheita;
- Oferecer uma fruta fresca e de qualidade para diferenciar dos demais concorrentes;
- Ficar atento aos novos nichos de mercado;
- Otimizar cada vez mais o sistema de produção;
- Buscar certificações que agreguem valor;
- Contribuir com ações sociais da cidade.



### **2.3.2 Concorrentes**

Ao analisar a concorrência, verifica-se que há alguns produtores de pitaia no município, porém não utilizam a cultura como principal fonte de renda, e a comercialização geralmente é feita no CEAGESP. Deve-se levar em consideração também os novos entrantes, pois se forem fornecer as frutas por meio dos programas do governo, a quantidade ofertada de fruta aumentará, podendo haver alguma limitação de fornecimento.

### **2.3.3 Vantagem Competitiva**

A empresa terá como vantagem competitiva frente à concorrência o fornecimento de frutas frescas onde serão colhidos frutos no ponto correto de maturação e distribuído o mais rápido possível após a colheita. Outros fatores importantes que podem significar uma vantagem competitiva frente à concorrência seria a busca por certificações e selos de qualidade.

## **2.4 Dados do empreendimento**

Nome: Pitaias do Vale

Setor de atividade: Agricultura

Forma de propriedade: Propriedade rural de pequeno porte

Proprietário: William Ricardo de Arruda

Localização: Sítio Paraíso, Turvolândia/MG

## **2.5 Estrutura Organizacional**

A estrutura organizacional da empresa é composta por um gerente (proprietário) e alguns colaboradores que prestam serviços esporádicos. O gerente, que fica responsável pelas decisões de compras, controle de caixa, pagamentos, também acumula a função de manejo do pomar de maneira geral, sendo que os tratamentos culturais são facilitados com a utilização de trator e implementos agrícolas. E os colaboradores sazonais terão a função de realizar serviços de colheita no pitaial. Pode haver também a necessidade de contar com serviços de um contador, conforme as exigências de fornecimento dos programas do governo.

## 2.6 Aspectos legais

Para uma empresa exercer suas atividades no país, é necessário que ela obtenha, entre outras exigências registro na prefeitura da cidade onde ela vai funcionar, no Estado, na Receita Federal e na Previdência Social. Dependendo da atividade exercida pode ser necessário também o registro na Entidade de Classe, na Secretaria de Meio-Ambiente entre outros órgãos de fiscalização.

É importante saber que, independente do imóvel rural, o proprietário deve cuidar e tomar providências para cumprir uma série de deveres que vão da entrega da declaração do imposto sobre propriedade rural, exigida pela receita federal, ao cumprimento adequado da sua utilização. Deve-se atentar que a utilização do imóvel está ligada a uma série de institutos legais, relacionados às leis agrárias.

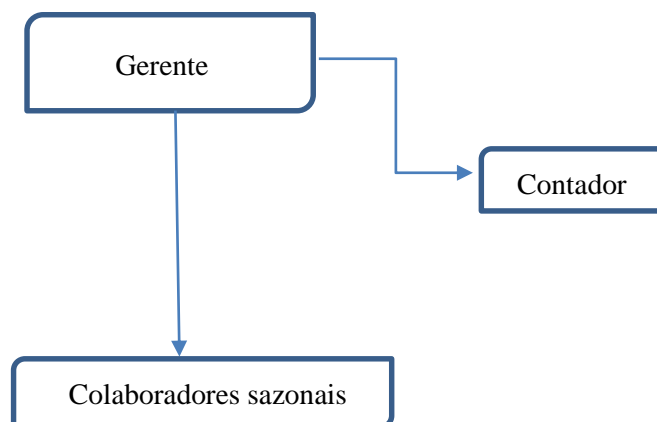
### 2.6.1 Tributação

A tributação neste caso será somente do ITR e do INCRA sobre a propriedade rural, como as vendas das frutas serão internas, não haverá cobrança de ICMS.

## 3 RECURSOS HUMANOS

### 3.1 Organograma

Figura 1: Organograma da Pitaias Vale do Sapucaí



O empreendimento apresenta uma estrutura organizacional bem simples, pois possui apenas, o gerente, que é o proprietário e os colaboradores sazonais.

## 3.2 Cargos

### 3.2.1 Gerente

Nesse caso o gerente vai desempenhar as mais diversas funções que vão desde a administração do negócio, até o manejo do pomar. Na parte administrativa deverá ser responsável pela cotação e compra dos insumos, contratação de mão-de-obra, realizar pagamentos a fornecedores e colaboradores, planejar a logística tanto de entrada de insumos, quanto da distribuição das frutas vendidas, ser responsável também pelas negociações e vendas da produção. Já na parte de campo, terá como responsabilidade a condução das plantas como tutoramento, podas, desbrotas, adubação, pulverização, roçadas, capinas, monitoramento de pragas/doenças e colheita.

### 3.2.2 Colaboradores sazonais

Os colaboradores sazonais terão como principal função a prestação de serviços de colheita, porém caso haja alguma demanda para serviços pontuais no manejo do pomar, também poderão ser acionados. De início o pagamento será combinado por dia trabalhado, podendo sofrer alterações, podendo ser feito conforme a produtividade do colaborador, como por caixa colhida por exemplo.

## 3.3 Prestação de serviços

### 3.3.1 Contador

O serviço de contabilidade será terceirizado, conforme demanda.

## 3.4 Salários

Os salários serão pagos baseados no valor da diária para a categoria de trabalhador rural autônomo da região. O gerente como é o proprietário não recebe salário, apenas o pró-labore.

Tabela 1 - salários e prestação de serviços

Cargo	Salário/ Pró-Labore
Gerente	R\$ 5.000,00
Colaboradores	R\$ 80,00/dia trabalhado
Contador	R\$ 300,00

## 4 PLANO DE OPERAÇÕES

### 4.1 Capacidade Produtiva

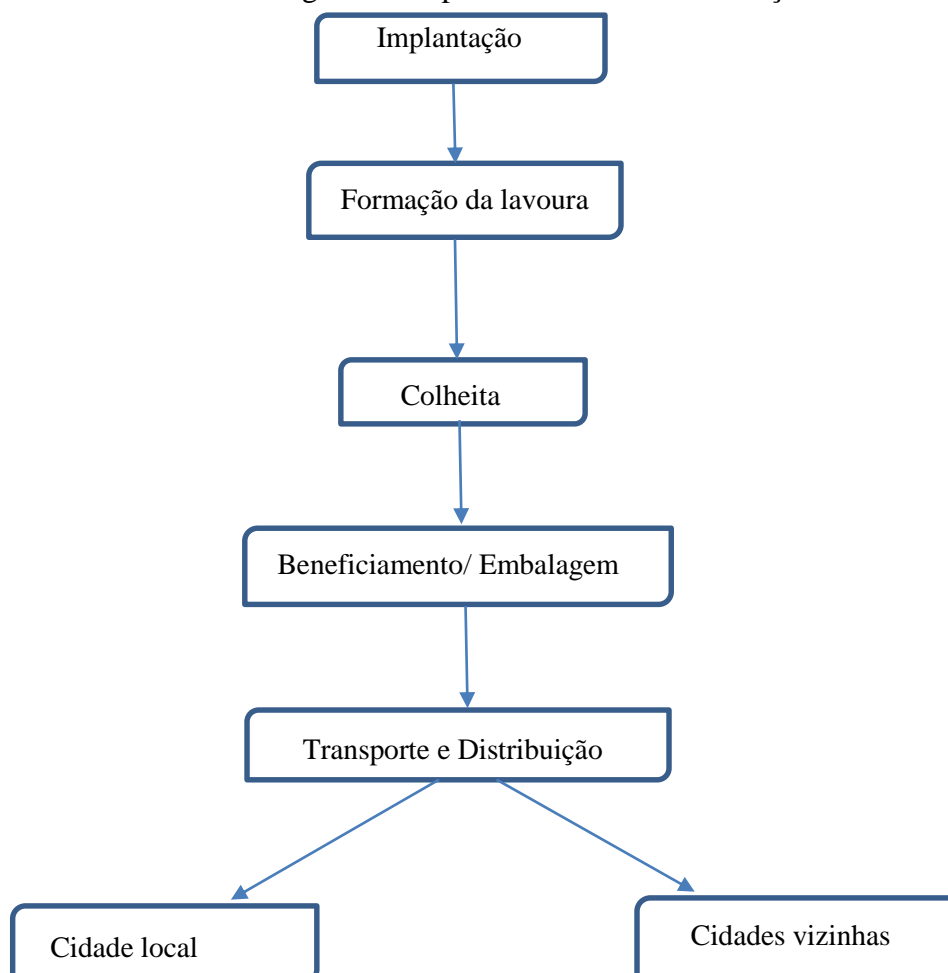
A estimativa de produção à partir do terceiro ano é de 11,25 toneladas de fruta, descontando 10 % de perdas na lavoura e frutas fora de padrão para comercialização in natura.

### 4.2 Estrutura Física

- Área de 10.000 m<sup>2</sup> para implantação;
- Represa para captação de água;
- Trator 75 cv;
- Pulverizador;
- Adubadeira;
- Roçadeira ecológica;
- Carreta;
- Ferramentas de poda;
- Mourões de concreto;
- Barracão de 150 m<sup>2</sup> (Packing house);
- Caixas de plástico.

### 4.3 Fluxograma

Figura 2: Etapas da colheita e distribuição.



## **5 PLANO MERCADOLÓGICO**

### **5.1 Mix de marketing**

#### **5.1.1 Produto**

Pitaia da espécie *Selenicereus polyrhizus*, autógama, fruta de casca vermelha e polpa vermelha com peso médio de 500 gramas.

#### **5.1.2 Preço**

Martins (2018) afirma que calcular preço baseado em custos é determinar o “preço de dentro para fora”, onde o ponto de partida é o custo do bem ou serviço apurado segundo um método de custeio. O preço pago pelos programas do governo se baseiam na média de preços praticados nos supermercados da cidade e região, sendo assim o preço mínimo pago ao produtor fica em torno de 15 reais por kilo.

#### **5.1.3 Comunicação**

Kotler (2019) diz que é por meio das comunicações de marketing que as empresas buscam informar, persuadir e lembrar os consumidores sobre as marcas que eles comercializam. Inicialmente a empresa não investirá muito em marketing, pois já tem um cliente fixo, mas conforme expansão da área e produção, poderá explorar novos clientes e conseqüentemente fazer um investimento significativo na divulgação das frutas. A princípio a ideia é divulgar somente através de redes sociais.

#### **5.1.4 Distribuição**

O transporte e distribuição das frutas será feita o mais rápido possível após a colheita, planejando o destino e quantidade dos lotes a serem entregues. Na lavoura, a produção será escoada por trator e carreta em caixas de plástico até o packing house para limpeza, classificação e embalagem, após essa etapa, as frutas seguirão via caminhão ou caminhonete até os pontos de entrega no município.

### **5.2 Clientes**

O público-alvo nesse início é o governo federal. Futuramente com a expansão do negócio os clientes podem ser também supermercados, ceasas, indústrias de alimento, indústrias de cosméticos e indústria farmacêutica.

### 5.3 Fornecedores

O fornecimento é um fator importante para a atividade e deverá visar desde estacas (cladódios) de pitaia para a implantação, até embalagens para a comercialização, abrangendo todas as etapas do negócio. As estacas de pitaia serão fornecidas por um produtor rural da cidade de Motuca/SP. Os mourões serão confeccionados por uma empresa de concretos da cidade de Turvolândia-MG. Os insumos necessários para os tratamentos culturais serão adquiridos da cooperativa da cidade. Futuramente com o início da produção e comercialização será necessário a busca por fornecedores de embalagens para a comercialização.

## 6 PLANO FINANCEIRO

“O plano financeiro dentro de um plano de negócios procura demonstrar um conjunto de projeções abrangentes que possam refletir o desempenho futuro da empresa em termos financeiros”. (Biagio e Batocchio, 2017)

A gestão financeira serve como um alicerce para a tomada de decisões nas empresas.

### 6.1 Projeções Financeiras

#### 6.1.1 Investimento Inicial

O investimento inicial foi subdividido em quatro grupos: operações pré-plantio, investimento em mourões de concreto, compra inicial de insumos e um capital de giro. Os valores estão expressos na tabela a seguir:

Tabela 2 - Investimento inicial

<b>Investimento Inicial</b>	
<b>Descrição</b>	<b>Total</b>
Operações pré-plantio	R\$ 7.000,00
Mourões de concreto	R\$ 50.000,00
Mudas	R\$ 5.000,00
Insumos	R\$ 3.000,00
Capital de giro	R\$ 20.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 85.000,00</b>

## 6.1.2 Despesas

As despesas estão relacionadas aos gastos dos recursos consumidos direta ou indiretamente para a obtenção das receitas do negócio. Envolve a estrutura administrativa e comercial da empresa, podendo ser fixas ou variáveis. As despesas fixas são aquelas que não dependem do valor ou do volume de vendas e as despesas variáveis são as que têm seu valor definido a partir da relação direta com o valor vendido.

As despesas se diferenciam dos custos por estarem relacionadas com a administração geral da empresa e a comercialização dos produtos, os custos, por sua vez estão ligados à produção. As despesas de comercialização são aquelas relacionadas com as vendas da empresa, variam conforme o volume de vendas. As despesas operacionais e despesas de venda estão descritas na tabela 3 e 4 respectivamente:

Tabela 3 - Despesas operacionais

<b>Despesas operacionais</b>	
<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Pró-labore	R\$ 60.000,00
Serviço contábil	R\$ 300,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 60.300,00</b>

Tabela 4 – Despesa de vendas

<b>Despesa de vendas</b>	
<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Frete sobre entregas	R\$ 5.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 5.000,00</b>

### 6.1.2.1 Depreciação

A depreciação de bens do ativo consiste na diminuição do valor dos bens, resultante do desgaste pelo uso, ação da natureza ou obsolescência normal. Para fins de simplificação foi considerada uma depreciação linear ao longo do tempo. Uma alíquota de 25 % foi usada para calcular a depreciação de máquinas e equipamentos. Os valores encontram-se na tabela 5:

Tabela 5 - Depreciação

<b>Depreciação de maquinário</b>		
<b>Vida útil do maquinário</b>	<b>Depreciação anual</b>	<b>Depreciação mensal</b>
10 anos	R\$ 10.500,00	R\$ 875,00

### 6.1.3 Custos

Tabela 6 - Custo estimado da produção de pitaya

<b>Custo de produção por hectare</b>		
<b>Descrição</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Mão de obra colheita	R\$ 30.000,00	65,94
Insumos	R\$ 5.000,00	10,99
Embalagem	R\$ 6.000,00	13,18
Operações com maquinário	R\$ 3.000,00	6,60
Equipamentos e ferramentas	R\$ 1.000,00	2,20
Outros	R\$ 500,00	1,09
<b>Total</b>	<b>R\$ 45.500,00</b>	<b>100</b>

### 6.1.4 Demonstração de Resultado do Exercício

Para fins de cálculos da DRE vai ser considerado um cenário de produção a partir do 3º ano do pomar:

Tabela 7 - Demonstração do Resultado do Exercício

<b>DRE</b>	
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>R\$ 168.750,00</b>
(-) Despesas de vendas	R\$ 5.000,00
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>R\$ 163.750,00</b>
(-) Custo da Mercadoria Vendida	R\$ 45.500,00
<b>Lucro Bruto</b>	<b>R\$ 118.250,00</b>
(-) Despesas operacionais	R\$ 60.300,00
(-) Depreciação	R\$ 10.500,00
<b>Resultado Operacional Líquido</b>	<b>R\$ 47.450,00</b>

## 6.2 Estudo de viabilidade econômico-financeira

### 6.2.1 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio ocorre quando a receita total se iguala ao custo total, não ocorrendo lucro nem prejuízo.

Para isso precisamos encontrar o índice da margem de contribuição com a seguinte fórmula: Índice da Margem de Contribuição =  $Vendas - Custo Variáveis / Vendas$ . Encontrado o índice pode-se calcular o ponto de equilíbrio dividindo-se os custos fixos pelo índice da margem de contribuição ( $PE = CF / IMC$ ). Segue o cálculo do ponto de equilíbrio:



Quadro 2: Ponto de equilíbrio

$$\text{IMC} = \text{R\$ } 168.750,00 - \text{R\$ } 45.500,00 / \text{R\$ } 168.750,00 = 0,73$$

$$\text{PE} = \text{R\$ } 60.300,00 / 0,73 = \text{R\$ } 82.602,74$$

Isso significa que, ao atingir o valor de R\$ 82.602,74 nas vendas e igualmente nos custos a empresa estará equilibrada, não apresentando lucro nem prejuízo.

### 6.2.2 Análise de lucratividade

- Margem de lucro bruto:

A margem de lucro bruto mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas que resta após o pagamento do custo dos produtos vendidos. (Gitman, 2017).

O cálculo é demonstrado na fórmula abaixo:

$$\text{MLB} = \text{RV} - \text{CPV} / \text{RV}$$

Onde temos:

MLB = margem de lucro bruto

RV = receita líquida de vendas

CPV = custo dos produtos vendidos

Assim, o pomar possui a seguinte margem de lucro bruto:

$$\text{MLB} = \text{R\$ } 163.750,00 - \text{R\$ } 45.500,00 / \text{R\$ } 163.750,00$$

$$\text{MLB} = 0,72 = 72\%$$

- Margem de lucro líquido:

A margem de lucro líquido representa a proporção de cada unidade monetária de receita de vendas restante após a dedução de todos os custos e despesas, incluindo juros, impostos e dividendos por ações preferenciais (Gitman, 2017). O cálculo é apresentado na fórmula abaixo:

$$\text{MLL} = \text{LL} / \text{RV}$$

Onde:

MLL = margem de lucro líquido, LL = lucro líquido, RV = receita de vendas

Assim, o pomar possui a seguinte margem de lucro líquido:

$$MLL = R\$ 47.450,00 / R\$ 163.750,00$$

$$MLL = 28 \%$$

### 6.2.3 Valor Presente Líquido e Taxa Interna de Retorno

O Valor Presente Líquido (VPL), de acordo com Gitman (2017) “é o retorno mínimo que deve ser obtido em um projeto para que o valor de mercado da empresa fique inalterado”. Segundo Gitman (2017) o valor presente líquido é o resultado da subtração do investimento inicial de um projeto pelo valor presente de suas entradas de caixa, descontadas a uma taxa igual ao custo de capital da empresa.

A taxa interna de retorno (TIR) é a “taxa de desconto que iguala o VPL de uma oportunidade de investimento a zero” (Gitman, 2017). Quando a TIR for maior que o custo do capital, o projeto deve ser aceito e quando for menor, o projeto deve ser rejeitado (Gitman, 2017). A seguir é apresentado o Fluxo de Caixa Contábil, VPL, TIR e Payback:

Tabela 8 – Fluxo de caixa contábil

Fluxo de caixa contábil						
	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	-	-	56.250,00	168.750,00	168.750,00	168.750,00
(-) Despesas de vendas	-	-	1.500,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
<b>Receita Líquida</b>	-	-	54.750,00	163.750,00	163.750,00	163.750,00
(-) Custo operacional	-	6.000,00	15.000,00	45.500,00	45.500,00	45.500,00
<b>Lucro Bruto</b>	-	-	39.750,00	118.250,00	118.250,00	118.250,00
(-) Despesas operacionais	-	-	21.700,00	60.300,00	60.300,00	60.300,00
(-) Depreciação	-	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00
<b>Resultado Op. Bruto</b>	-	-16.500,00	7.550,00	47.450,00	47.450,00	47.450,00
(+) Depreciação	-	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00
<b>Fluxo de Caixa Livre</b>	-85.000,00	-6.500,00	18.050,00	57.950,00	57.950,00	57.950,00

Tabela 9 – Viabilidade financeira

<b>Viabilidade financeira do projeto</b>			
Investimento inicial	R\$ 85.000,00		
TMA*	8% a.a		
<b>Período (Ano)</b>	<b>Fluxo de Caixa</b>	<b>Valor Presente</b>	<b>VP acumulado</b>
0	-R\$ 85.000,00	-R\$ 85.000,00	-R\$ 85.000,00
1	-R\$ 6.500,00	-R\$ 6.018,52	-R\$ 91.018,52
2	R\$ 18.050,00	R\$ 15.474,97	-R\$ 75.543,55
3	R\$ 57.950,00	R\$ 46.002,58	-R\$ 29.540,97
4	R\$ 57.950,00	R\$ 42.594,98	R\$ 13.054,01
5	R\$ 57.950,00	R\$ 39.439,80	R\$ 52.493,80
<b>VPL do Projeto</b>	<b>R\$ 52.493,80</b>		
<b>TIR</b>	<b>22%</b>		
<b>Payback</b>	<b>3 anos e 8 meses</b>		

\*Taxa Mínima de Atratividade (TMA) é o percentual mínimo que um investidor está disposto a ganhar a partir de uma aplicação financeira. Nesse caso foi utilizada a taxa selic prevista para 2021 a 8% ao ano.

## **7 CONCLUSÃO**

O trabalho teve como objetivo elaborar um plano de negócios com propostas de um cultivo de pitaia. Para alcance deste objetivo, estudou-se a empresa em seus diversos aspectos.

A elaboração de um plano de negócio, antes de se abrir uma empresa, demonstra ser de muita importância, pois mitiga os erros e apresenta estimativas próximas da realidade.

Ao analisar os dados obtidos, conclui-se que o empreendimento é viável, pois o valor presente líquido é positivo e a taxa interna de retorno é maior que o custo de capital da empresa, portanto fica evidente que, nos moldes de fornecimento de pitaia para programas do governo o negócio é rentável para o pequeno produtor, e isso é de extrema importância para evitar o êxodo rural e aumentar a qualidade de vida das famílias que vivem no campo. Porém, essa análise deve ser constantemente revista e monitorada, pois qualquer mudança no ambiente externo ou interno pode acarretar modificações na estrutura do empreendimento.

## REFERÊNCIAS

ASSISTÊNCIA SOCIAL. **Vender gêneros alimentícios da agricultura familiar para o Programa de Aquisição de Alimentos.** Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/acesar-as-unidades-de-distribuicao-da-agricultura-familiar>.

Acesso em: 24 de out. 2021

CUSTOS DE PRODUÇÃO AGRÍCOLA. **A metodologia da Conab.** Disponível em: [https://www.conab.gov.br/images/arquivos/informacoes\\_agricolas/metodologia\\_custo\\_producao.pdf](https://www.conab.gov.br/images/arquivos/informacoes_agricolas/metodologia_custo_producao.pdf).

Acesso em: 24 de out. 2021

DEPRECIÇÃO DE MÁQUINAS. **Todos os cálculos de forma rápida.** Disponível em: <https://blog.aegro.com.br/depreciacao-de-maquinas/>.

Acesso em: 24 de out. 2021

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA. **Saiba tudo o que é necessário para administrar seu negócio.** Disponível em: <https://atendimento.sebraemg.com.br/biblioteca-digital/content/caderno-de-gestao>.

Acesso em: 19 de out. 2021

MORAIS, F. **Imóvel rural demanda e preocupações legais.** Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2010-out-15/quem-adquire-imovel-rural-preocupar-obrigacoes-legais>.

Acesso em: 19 de out. 2021.

BIAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A.. **Plano de negócios: estratégia para micro e pequenas empresas.** 14ª edição. Barueri-SP: Manole, 2017.

GITMAN, Lawrence J.. **Princípios de Administração Financeira.** 14ª edição. São Paulo: Pearson, 2017.

KOTLER, P.; KELLER, K **Administração de Marketing.** 15ª edição. São Paulo :Pearson, 2019

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos.** 11ª ed. São Paulo: Atlas, 2018.