



FACULDADE VALE DO AÇO – FAVALE

TECNÓLOGO EM AGRONEGÓCIO

FABRICIO FACUNDO CASTRO

**SISTEMA INTEGRAÇÃO LAVOURA PECUÁRIA: CONSULTORIA E
ASSESSORIA NA RECUPERAÇÃO DE SOLOS E PASTAGENS**

**AÇAILÂNDIA- MA
2020**

FABRICIO FACUNDO CASTRO

**SISTEMA INTEGRAÇÃO LAVOURA PECUÁRIA: CONSULTORIA E
ASSESSORIA NA RECUPERAÇÃO DE SOLOS E PASTAGENS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado a faculdade FAVALE como requisito para recebimento do diploma do curso tecnólogo em agronegócio.

Orientador; (ME) Jeferson Ribeiro
Bandeira
Coorientador; (ME) Larlo Macedo
Andrade

**AÇAILÂNDIA-MA
2020**

**Ficha catalográfica - Biblioteca José Amaro Logrado
Faculdade Vale do Aço**

C355s

Castro, Fabricio Facundo.

Sistema Integração Lavoura Pecuária : consultoria e assessoria na recuperação de solos e pastagens. / Fabricio Facundo Castro. - 2020.

70 f.

Orientador: Prof. Me. Jefferson Ribeiro Bandeira.

Coorientador: Prof. Me. Larlo Macedo Andrade.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Tecnologia em Agronegócios, Faculdade Vale do Aço, Açailândia, 2020.

1. Ecologia agrícola. 2. Integração lavoura-pecuária. 3. Sustentabilidade - agropecuária. I. Bandeira, Jefferson Ribeiro (orientador). II. Andrade, Larlo Macedo (coorientador). III. Título.

CDU 631.95:005

FACULDADE VALE DO AÇO - FAVALE
FABRICIO FACUNDO CASTRO

**SISTEMA INTEGRAÇÃO LAVOURA PECUÁRIA: CONSULTORIA E
ACESSÓRIA NA RECUPERAÇÃO DE SOLOS E PASTAGENS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado a faculdade FAVALE como requisito para recebimento do diploma do curso tecnologia em agronegócio.

Orientador: Prof. M. Sc. Jefferson Ribeiro
Bandeira
Coorientador: Profa. M. Sc. Larlo Macedo
Andrade

Aprovada em: ____/____/____

Banca Examinadora:

Prof. Dr Bruno Lucio Meneses Nascimento
Faculdade Vale do Aço - FAVALE

Profa. M. Sc. Lucicleide Lopes Campelo
Faculdade Vale do Aço - FAVALE

Prof. Larlô Antônio Macedo Andrade Nascimento
Faculdade Vale do Aço - FAVALE

RESUMO

O presente trabalho consiste em demonstrar a potencialidade da cadeia produtiva de duas culturas no sistema ILP (Integração Lavoura Pecuária), onde vai ter como finalidade o melhoramento físico e biológico, servindo o milho para deixar a palhada e o capim de cobertura para a planta milho, contando os mesmos para melhoramento dos pastos e solos, tornando mais produtiva e competitiva sua propriedade. Como muitos produtores não conhecem sobre o sistema, o mesmo demonstra sua capacidade de recuperar solos e pastos ao mesmo tempo que é sustentável e baixo custo de implantação, trabalhando em áreas pequenas como piquetes, sendo resposta rápida para problemas no campo.

Posteriormente o sistema poderá ser adotado por uma empresa de consultoria e assessoria que terá como fundamento agregar valor nas propriedades e gerir rentabilidade ao mesmo tempo que a palhada do milho serve como insumo agrícola para estimular a produção, consegue também ter um controle de ervas daninhas, pois se trata do sistema de rotação de culturas que tem também por característica quebrar os ciclos das pragas e doenças, sendo que o produtor vai optar em trabalhar em pequenas áreas como piquete, ou até mesmo em toda a propriedade, não comprometendo outra atividade ali trabalhada.

Palavras Chaves: Sistema ILP, Produção, Características Físicas Biológicas.

ABSTRACT

The present work consists of demonstrating the potentiality of the production chain of two crops in the ILP system (Integração Lavoura Pecuária), where it will have as purpose the physical and biological improvement, serving the corn to leave the straw and cover grass for the corn plant, counting them to improve the pastures and soils, making your property more productive and competitive. As many producers do not know about the system, it demonstrates its capacity to recover soils and pastures while it is sustainable and low implementation cost, working in small areas like paddocks, being a quick answer to problems in the field.

Subsequently, the system may be adopted by a consulting and advisory company that will be based on adding value to properties and managing profitability at the same time that corn stubble serves as an agricultural input to stimulate production, it also manages to control weeds, because it is a system of crop rotation that also has the characteristic of breaking the cycles of pests and diseases, and the producer will choose to work in small areas such as picket, or even in the entire property, not compromising another activity worked there.

Keywords: ILP System, Production, Biological Physical Characteristics.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Dados do empreendedor.....	30
TABELA 2: Relação do capital Social.....	31
TABELA 3: Metas para concluir o plano de negócios, o local e as licenças.....	34
TABELA 4: Concorrência, colaboradores e delimitação.....	35
TABELA 5: Abertura da empresa.....	35
TABELA 6: Colaboradores e clientes.....	36
TABELA 7: Marketing e fidelização.....	37
TABELA 8: Investimentos da empresa.....	37
TABELA 9: Preço do Serviço.....	38
TABELA 10: Principais concorrentes no mercado de Açailândia.....	40
TABELA 11: Instituições financeiras de Açailândia.....	41
TABELA 12: Aumentar a carteira de clientes.....	46
TABELA 13: Adquirir bem para o patrimônio.....	46
TABELA 14: Ser referência em consultoria agrícola.....	47
TABELA 15: Quadro comparativo.....	47
TABELA 16: Máquinas e equipamentos.....	49
TABELA 17: Móveis e utensílios.....	49
TABELA 18: Material necessário.....	50
TABELA 19: Prazo médio de vendas.....	50
TABELA 20: Prazo médio de compras.....	50
TABELA 21: Estoque da empresa em dias.....	50
TABELA 22: Estimativa de capital de giro.....	51
TABELA 23: Caixa mínimo.....	51
TABELA 24: Capital de giro necessário no caixa da empresa.....	52
TABELA 25: Investimentos pré-operacionais.....	52

TABELA 26: Representação do investimento total.....	52
TABELA 27: Fontes de recurso	53
TABELA 28: Faturamento mensal da empresa	53
TABELA 29: Descrição dos custos de comercialização	54
TABELA 30: Custos materiais diretos de mercadoria vendida.....	55
TABELA 31: Custos com mão de obra	55
TABELA 32: Custos de depreciação	56
TABELA 33: Custos operacionais fixos mensais	56
TABELA 34: Custos variáveis.....	57
TABELA 35: Representação de resultados	57
TABELA 36: Representação dos possíveis cenários.....	60
TABELA 37: cálculo dos cenários.....	61
TABELA 38: representação da Matriz F.O.F.A.....	62

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Elos e Processos da bovinocultura de corte.....	22
Figura 2: Fluxograma da empresa.....	44
Figura 3: Layout da empresa, planta baixa do local.....	45
Figura 4: Ilustração da logomarca Du Campo.....	46

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	13
2.	Integração-Lavoura-Pecuária.....	14
3.	Pecuária.....	16
4.	CAPÍTULO I – CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA.....	22
5.	ASPECTOS INSTITUCIONAIS.....	23
5.1	Agência Estadual de Defesa Agropecuária do Maranhão – AGED/MA.....	23
5.2	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR.....	23
5.3	Sindicato dos Produtores Rurais de Açailândia (SINPRA).....	23
6.	Produção.....	24
7.	Fornecedores/Oferta de Insumos.....	26
8.	Processamento.....	27
9.	Comercialização.....	28
10.	Consumo.....	29
11.	CAPÍTULO II – PLANO DE NEGÓCIO.....	30
12.	INTRODUÇÃO – SUMÁRIO EXECUTIVO.....	30
12.1	Descrição do Negócio.....	30
12.2	Empreendedor.....	30
12.3	Dados do Empreendimento.....	30
12.4	Setores de Atividades.....	30
12.6	Formas Jurídicas.....	31
12.7	Registro da Empresa.....	31
12.8	Enquadramento Tributário.....	31
12.9	Âmbito Federal.....	31
12.10	Capital Social.....	31
12.11	Fontes de Recursos.....	31
13.	METODOLOGIA.....	32
14.	IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA.....	32
15.	PLANO ESTRATÉGICO.....	32
15.1	Missão.....	32

15.2	Visão.....	32
15.3	Valores.....	33
16.	Estratégias promocionais.....	33
17.	Estrutura de comercialização.....	33
17.1	Metas de Curto Prazo.....	34
17.2	Metas de Médio Prazo.....	36
17.3	Metas em Longo Prazo.....	37
18.	PRODUTOS E SERVIÇOS.....	38
18.1	Descrição.....	38
18.2	Preço.....	38
19.	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	39
20.	DEFINIÇÃO E ANÁLISE DE MERCADO.....	39
20.1	Metodologia.....	39
21.	Definição dos parâmetros.....	39
21.1	Clientes.....	39
21.2	Concorrentes.....	40
22.	Fornecedores.....	41
22.1	Instituições Financeiras.....	41
23.	Análise da Concorrência.....	42
24.	PLANO OPERACIONAL.....	43
24.1	Descrição da Operação.....	43
24.2	Fluxograma Operacional.....	44
25.	Plano de Marketing.....	45
25.1	Layout.....	45
25.2	Plano de Marketing.....	45
25.3	Quadro de Ações, Objetivos e Resultados Esperados.....	46
25.4	Quadro Comparativo com as Ações da Concorrência.....	47
26.	Estrutura de Capitalização.....	48
27.	Fontes de Recursos.....	48
28.	Alavancagem.....	48

29.	Plano Financeiro.....	49
29.1	Máquinas e Equipamentos.....	49
29.2	Móveis e Utensílios.....	49
30.	Capital de giro.....	50
30.1	Estimativa do Estoque Inicial.....	50
30.2	Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras.....	50
30.3	Cálculo de necessidade média de estoque.....	50
30.4	Necessidade Líquida de Capital de Giro.....	51
30.5	Caixa Mínimo.....	51
30.6	Capital de Giro (Resumo).....	52
30.7	Investimentos Pré-Operacionais.....	52
31.	Investimento Total (Resumo).....	52
31.1	FONTES DE RECURSO.....	53
32.	Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa	53
32.1	Estimativa do Custo Unitário de Matéria Prima, Materiais Diretos e Terceirizações.....	54
32.2	Estimativas dos Custos de Comercialização.....	54
32.3	Apuração dos Custos de Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas.....	55
32.4	Estimativas dos Custos com Mão-de-Obra.....	55
32.5	Estimativa dos Custos de Depreciação.....	56
33.	Estimativas de Custos Fixos Operacionais Mensais.....	56
34.	Estimativas de custos variáveis operacionais mensais.....	57
35.	Demonstrativo de Resultados.....	57
36.	Ponto de Equilíbrio.....	58
37.	Lucratividade.....	58
38.	Rentabilidade.....	58
39.	Prazo de retorno do investimento.....	59
40.	ebitda.....	59
41.	Construção de Cenário.....	60
41.1	Cálculo da Tabela de Construção de Cenários.....	61
42.	Avaliação Estratégica.....	62

42.1	Análise da Matriz F.O.F.A.....	62
43.	Considerações Finais.....	63
44.	Bibliografia.....	64
45.	Anexo.....	68

1 INTRODUÇÃO

A temática abordada é de suma importância, pois possibilita o conhecimento de forma detalhada, acerca do tema estudado, Sistema Integração Lavoura e Pecuária, sendo que o mesmo possui uma aceitação maior nos climas brasileiros. A pesquisa foi desenvolvida no município de Açailândia no Estado do Maranhão.

Desta forma a problemática desse trabalho está em torno, da falta de conhecimento dos produtores acerca do sistema ILP, bem como sua importância e seus benefícios.

Assim foram levantadas as seguintes hipóteses com o intuito de nortear o caminho a ser seguido, dando embasamento para essa pesquisa. O sistema ILP de fato diminuem os gastos em propriedades. A falta de conhecimento por parte dos produtores dificulta a implantação do sistema. O consórcio do milho com bráquiaria de fato traz benefícios ao solo, e melhora a capacidade de produção.

Sendo assim uma das maiores áreas que cresce no Brasil e no mundo e conhecida como o agronegócio, responsável 44,8% das exportações totais do Brasil (RIBEIRO, 2018).

No que diz respeito ao procedimento metodológico utilizado para a realização deste trabalho foi um aprofundamento teórico e reflexivo acerca das teorias que abordam as categorias de análise desta linha de pesquisa, e assim fora realizado um levantamento bibliográfico acerca do tema em questão, onde podem-se definir os rumos dessa pesquisa, objetivando a coleta de dados através de questionário com produtores rurais da cidade de Açailândia, a fim de proporcionar maior veracidade ao tema estudado.

Desta forma o presente trabalho visa demonstrar a importância e a potencialidade das cadeias produtivas usado no sistema ILP, bem como uma atividade que se adapta aos diversos climas, tais como o tropical, subtropical e temperado.

2 INTEGRAÇÃO-LAVOURA-PECUÁRIA

A integração-lavoura-pecuária (ILP) ou agropastoril, consiste em um sistema de produção integrado entre produção agrícola e animal, com o objetivo de diversificar as culturas, como características marcantes a quebra do ciclo de pragas, melhoramento físico biológico da terra.

Com uso frequente da terra com exploração de madeira, café, cana-de-açúcar, os colonizadores tornavam essas produções como uma monocultura. Com passar dos tempos, essas áreas tornavam-se improdutivas, pois exploravam de maneira extrativista. Dessa forma, era necessárias longas extensões de terras e abertura de novas áreas produtivas.

O mesmo acontecia com a pecuária de corte, pressionando o meio científico a procurar soluções de aumentar a produtividade e conservação de recursos hídricos. A partir de então, a EMBRAPA entre os anos de 1980 e 1990 trabalhou sistemas para recuperação de tais áreas, um sistema desenvolvido ficou conhecido como “Barreirão”.

No que tange o desenvolvimento desses sistemas no final da década de 1990, dava início a esse processo de aperfeiçoamento onde foram trabalhadas na produção de grãos e lavoura-pastagem, dentre as plantas de cobertura utilizadas, a braquiária (*Brachiaria* spp.) tem assumido importância crescente pela facilidade de cultivo e expressiva massa de forragem produzida (± 20 t/ha de massa verde). (EMBRAPA) o sistema santa fé tem sido um dos trabalhos mais importantes, ao demonstrar como funciona e a aplicabilidade do ILP.

O sistema ILP consiste em cultivar lavouras por um, dois ou mais anos em áreas de pastagem degradadas. Após o período de agricultura, retorna-se com a pastagem, aproveitando os nutrientes residuais das lavouras na produção de forragem (COSTA RAMON et al, 2007).

O consórcio de milho com braquiária é uma prática agrícola que pode ser usada em diferentes sistemas de produção para minimizar os problemas relacionados ao solo, através da sua cobertura com plantas; melhorar sua capacidade produtiva e, também, para o estabelecimento de pastagens (Kluthcouski J et al., 2013). O capim-braquiária além de ser resistente e vantajoso, por um grande número de palhada contribui para estruturar o solo, gerando qualidade e produtividade das culturas, e muito utilizado no sistema de plantio direto, aumenta a sua produtividade de 5 a 10 sacos de grãos por hectare (CALDAS, 2018), sendo um dos mais utilizados no município, destacando seu preço que esta, mas em conta que outros capins.

A Embrapa desenvolveu um sistema conhecido como o sistema santa fé, integrado com o sistema ILP consegue desenvolver forragem para o período da entressafra e ao mesmo tempo a palhada em grande quantidade e com qualidade para o plantio direto. Observa-se que quando maiores quantidades de sementes de capim, maiores serão a quantidades de plantas e forragem, mas quando o objetivo é grãos, menores serão as sementes de braquiária, pois o objetivo vai ser só a cobertura.

Com a implantação desses sistemas desenvolvidos o plantio direto vem se tornando destaque no mesmo, podendo ser definido como o sistema de produção que tem por fundamentos três princípios básicos de manejo do solo: o não-revolvimento, a cobertura permanente (morta ou viva) e a rotação de culturas (FILHO, 2005).

Para implementação da ILP, deve-se levar em consideração os seguintes aspectos: um estudo prévio, capital, maquinário disponível, tecnologias, mão de obra e o tamanho da propriedade ou piquete que irá ser trabalhado. Portanto se o capim for usado para palhada, seu uso é em menor quantidade ao tempo que o milho vai ser usado em maior proporção, se for ao inverso para formação de pastagem aumenta a quantidade de sementes do capim, observado o espaçamento e a utilização de herbicidas que poderá matar o capim e aumentar o custo da produção.

Outra questão a ser avaliação é a taxa de lotação da área. A superlotação de animais é um problema corriqueiro, a Embrapa define que o mesmo podendo provocar a redução da quantidade de plantas da forrageira e com isso, o solo fica exposto, aumenta a incidência de plantas daninhas e começa um processo de degradação da pastagem (EMBRAPA, 2018).

3 PECUÁRIA

A história da pecuária de corte no Brasil teve início com a chegada do gado vacum de corte, no continente Sul Americano, em embarcações holandesas e portuguesas. Os animais chegavam em sua maioria gado europeu (*Bos taurus*), embora houvesse mestiços de gado zebu (*Bos indicus*), com desenvolvimento e abertura de novas capitâneas no final do século XVI, o rebanho de bovinos no litoral brasileiro e em todas as Capitâneas Portuguesas se tornaram abundantes (CORRÊA, MARCELO et al., 2012).

A produção da monocultura cana-de-açúcar, uma das primeiras a serem instaladas no país, na região nordeste, propiciou ao gado novas utilidades, passando a ser usado como força de trabalho, além da alimentação. Os animais passaram a ser utilizados para mover o moinho e para transportar a produção (CORRÊA, MARCELO et al., 2012).

A partir de então a evolução do gado foi significativa, levando em consideração o aumento de produção, graças às novas tecnologias, nos grupos de produção, onde tem suas características no sistema, com foco para organizar e distinguir a cadeia (COSTA, RODRIGO et al 2017).

Com grandes proporções e adoção de medidas de higiene e qualidade o gado passou a ser consumido mundialmente e os produtores a cada momento buscavam a atender mercados onde a produção passou em 1997 de 427.123.728 para 1.107.938.639 em 2019, (IBGE, 2019). Garantindo destaque e se consolidando como um dos maiores exportadores.

Os sistemas de produção são importantes modos de criação dos animais, onde observa-se destaque em vastas áreas com climas predominantes, matas, cerrados e outros, ao qual distingue-se três modos de criação do gado de corte, eles podem ser definidos como, sistema extensivo onde o animal vai estar diretamente na pastagem, criado solto, e como forma de suplementar é feito o fornecimento de sal e mineral aos animais, sistema semi-intensivo, entre a pecuária intensiva e a extensiva, os animais são criados soltos, tomando alguns cuidados em relação à seleção e o aprimoramento do rebanho, e pode ser criado na pastagem, e no sistema intensivo, no que diferencia e que os animais eles são criados em uma pequena área, e faz-se necessários o emprego de técnicas bem mais avançadas tendo como principal objetivo de aumentar a produtividade.

As atividades de produção do gado de corte são compreendidas em três etapas: cria, recria e engorda. As propriedades podem realizar uma ou mais de uma, ou todas as etapas de produção. A produção somente da cria corresponde ao produtor que produz

bezerros desmamados entre 6 a 8 meses e de 6 a 8 arroba, mantendo um rebanho de novilhas e vacas em reprodução (CEZAR, 2005).

O Produtor que realiza cria e cria mantém os animais produzidos por mais tempo, chegando ao “boi magro”, que corresponde a idade de 15 a 24 meses e 14 @ arroba de peso vivo. O boi magro é adquirido por agentes que realizam a terminação destes animais. O criador de ciclo completo, como denomina o nome, realiza todas as etapas, produzindo os próprios animais de reposição e animais destinados ao abate com 18 @ arroba de peso vivo. Essa modalidade permite margens maiores, entretanto, requer maior investimento imobilizado como rebanho e terra.

O Brasil se posicionou como maior rebanho (209 milhões de cabeças), seguido como segundo maior consumidor (38,6 Kg por habitante/ano) e também segundo maior exportador (1,9 milhões de toneladas) (Embrapa, 2015). Tudo isso graças aos melhoramentos na produção, diversificação, genética, cruzamentos e outros.

A cultura do milho por deixar palhada cria um ambiente propício para o solo, favorável ao crescimento Vegetal, contribuindo para a estabilização da produção e para a recuperação ou manutenção das características e propriedades físicas, químicas e biológicas do solo, de tal modo que a sua qualidade seja melhorada desta forma a vantagem da consorciação do milho com o pasto segundo é (CRUZ et al., 2001).

O plantio consorciado de milho com braquiária viabiliza a fixação de carbono no solo, reduzindo a emissão de Co₂ e contribuindo com a redução do efeito estufa. Favorece também o menor desenvolvimento de plantas daninhas reduzindo a aplicação de agroquímicos na lavoura, além disso a utilização do consórcio proporciona cobertura do solo na entressafra com consequente supressão das ervas daninhas (CONGRO, 2013).

Dependendo de qual fase o produtor optar na sua produção, as atividades estão ligadas entre si, onde uma depende da outra para poder completar ou fechar seu ciclo. Deve-se observar o que cada etapa exige e os cuidados ao adquirir esses animais, tanto em idade como peso, pois pode atrasar o ciclo.

O Brasil se consolida como um dos maiores e mais importantes exportadores de carne bovina, aumentando sua participação em mais de 150 países, com o segundo maior rebanho 232 milhões de cabeças (ZIA, 2019). Correspondeu às expectativas de aumento de produção, passando então a movimentar em torno de 597,22 R\$ bilhões, o que colocou a pecuária de corte a responder a 8,7% do PIB total do Brasil em 2018, (ABIEC, 2019).

O país é um dos grandes promissores, além de terras agricultáveis, espaço para aumentar produção, o mesmo vem adotando tecnologias e aprimorando o conhecimento. Destaca-se com sendo o maior exportador de carne bovina, com cerca de 2.205,2 mil toneladas. Em segundo lugar encontra-se a Austrália com 1.535,2 mil toneladas em exportações, seguida por EUA, Índia (ABIEC, 2019). O principal mercado comprador da carne brasileira é o Chinês, responsável pela importação de 736.576 toneladas de carne, um total de 1,75 bilhão de dólares (CURY, 2017).

As importações de carne para o país são consideradas importantes quando atendem demandas e carências de tais produtos. O Brasil se trata de um país de característica exportadora, mas o mesmo não deixa de importar, tendo como principal fornecedor EUA, ao qual teve como marco principal em 2016 a retomada da importação da carne bovina, pois desde 2003 tinham suspenso as importações de carne, após o surgimento da doença vaca louca (Encefalopatia Espongiforme Bovina, ou EEB) (ESTADÃO, 2017).

Assim como segundo maior produtor os Estados Unidos da América têm uma população com cerca de 332 072 862, (COUNTRYMETERS, 2019), comparado com o Brasil que ultrapassa cerca de 210 milhões de habitantes, o EUA além de ser grande exportador também tem característica de país importador, sendo destaque com aproximadamente 1.299,4 MIL, seguida da China com 906,5 MIL e Vietnã (ABIEC, 2019).

A produção brasileira de carne bovina tem como cerca de 80% destinada ao mercado externo, contando com mercado exigente, principalmente de qualidade e higiene. Toda via alguns aspectos retraem o mercado e tendo o país produtor a se readaptar a essas novas exigências. O Brasil por exemplo passou por um período não muito agradável, onde ficou impossibilitado de exportar carne bovina para seus principais compradores como china e Hong Kong em 2017, após alguns frigoríficos estarem envolvidos como esquema de corrupção, onde a operação ficou conhecido como carne fraca. O único país que não suspenderam suas importações foram os EUA.

Mas nos anos seguintes o Brasil vem superando e demonstrando sua credibilidade e capacidade de produção, mantendo qualidade e sanidade, livres de doenças, segundo o MAPA 2018 o último registro da doença febre aftosa foi em 2006 e de lá para cá não se tem, mas registro da doença. Passado este momento, em 2019 o país é considerado como segundo maior exportador de carne a nível nacional, comparado com igual ano o aumento chega a cerca de 20,1%, O bom desempenho é puxado, principalmente, pelo crescimento das vendas para China, com alta de 10,9% no volume, chegando a quase 175 mil toneladas nos primeiros

sete meses de 2019 (ABIEC, 2019).

Alguns Estados do Brasil lideram como enorme vantagem sobre outros. Deve-se considerar essa significância por facilidades e disponibilidades de tecnologias e alimentos para seus rebanhos.

A região de centro-oeste, por exemplo, é considerada como a maior produtora de carne bovina do país, onde Mato Grosso lidera com o maior rebanho de bovinos em seguida de Minas Gerais. Dentre os maiores produtores do gado de corte, o estado de Mato Grosso segue líder na produção, contando aproximadamente 30,2 milhões de cabeças, em seguida Goiás com 22,6 milhões, Minas Gerais com 21,8 milhões, Mato Grosso do Sul com 20,9 milhões e o Pará com 20,6 milhões de cabeças. O Estado do Maranhão conta com aproximadamente 7 793 180 cabeças de bovinos ao qual a cidade de Açailândia segue uma produção de 327689, correspondendo a 4.2 % do total do estado (IBGE 2018).

Assim como os principais estados produtores de carne bovina, a maior exportação também advém desses estados, em 2016 São Paulo por exemplo detinha este mercado de exportação, a partir de então Mato Grosso lidera como sendo o maior exportador de carne bovina sendo responsável por 20% do abate brasileiro, tendo como principal fornecedor a china, gerando uma movimentação de 1.119 bilhão de dólares (G1 GLOBO 2019). Em segundo lugar encontra-se o estado de São Paulo responsável por cerca de 28.397 toneladas de carne exportada, logo em seguida vem Goiás com cerca de 17.143 toneladas seguida por Rondônia responsável por 13.470 toneladas (ABIEC, 2017).

O país não se consolida apenas como maior produtor de gado de corte, tem sua contribuição no abate de aves e suínos, tanto para o mercado interno como o externo, os suínos por exemplo, a Região Sul respondeu por 65,9% do abate nacional de suínos. Os estados brasileiros mais produtores encontram-se o estado de Santa Catarina continua liderando o abate de suínos, com 26,4% da participação nacional, seguido por Paraná (21,5%) e Rio Grande do Sul (18,0%). Onde no 4º trimestre de 2017, foram abatidas 11,05 milhões de cabeças de suínos (IBGE, 2018).

Santa Catarina como maior produtor também responde como maior exportador de carne suína do país, entre esses mercados exportadores encontra-se a china que aumentou suas exportações comprou 21,1 mil toneladas em maio, o equivalente a 31,9% do total de embarques. Tudo isso se deve ao momento de um surto da peste suína vivida pela china, onde a mesma foi obrigada a sacrificar seus animais. Também aumentaram suas importações o Vietnã que chegou a ser em 7000%, (G1 GLOBO, 2019).

A carne de frango também considerada como umas das mais consumidas no

mundo, a maior produção encontra-se no estado do Paraná que responde por cerca de 31,79 mil toneladas, em seguida Santa Catarina 15,35 mil toneladas, dados da EMBRAPA 2017, sendo também estes estados como maiores exportadores. Essas exportações, considerando todos os produtos, entre in natura e processados, totalizaram 381,1 mil toneladas em maio (CANAL RURAL, 2019).

Uma cadeia produtiva compreende todo o processo de produção e comercialização de um produto, tendo origem na matéria prima e fim na entrega ao consumidor final. O processo de uma cadeia produtiva de origem rural, tem seus elos divididos em três fases: antes, durante e depois da porteira. O mercado consumidor, a rede de distribuição do produto, as propriedades agropecuárias e os fornecedores de insumos são os principais elos das cadeias produtivas agropecuárias e florestais (TIRADO GEOVANA, et al, 2008).

A etapa antes da porteira da cadeia produtiva da pecuária de corte, é composta principalmente pelos fornecedores de insumos, mão de obra como os vaqueiros, maquinários, tecnologias, casas agropecuárias. Na etapa dentro da porteira, que ocorre todo o processo de produção, onde os animais são divididos por categorias, além do acompanhamento operacional, técnico e gerencial. Por último, encontra-se a etapa depois da porteira, onde os animais estão prontos para serem comercializados pelas agroindústrias, (frigoríficos), onde os mesmos se especializam para redes atacadistas e varejista contando com mercado interno e externo.

Os entraves da cadeia produtiva do gado de corte estão associados aos elos de todos os processos da cadeia. Os primeiros entraves é a competição dos insumos com outras cadeias produtivas. Outros problemas são a dificuldade no acesso a tecnologias para aumento de produção, falta de informação principalmente na parte administrativa, questões sanitárias, adequação de plantas e exigências impostas pelo mercado consumidor. (VIELA FERNANDO, 2017). As consequências desses problemas é que os produtores não conseguem contabilizar o custo e lucro, falta de manejo adequado, produtividade média de cada área, alimentação correta, suplementação em tempo de inverno e verão, não tendo sua propriedade como uma empresa.

Quando se trata dos entraves entre esses elos surge um dos mais conhecidos problemas que são os conflitos existentes entre os produtores rurais e os frigoríficos, isso acontece ao longo dos anos e prejudica de forma significativa o fluxo e estabilidade desse sistema.

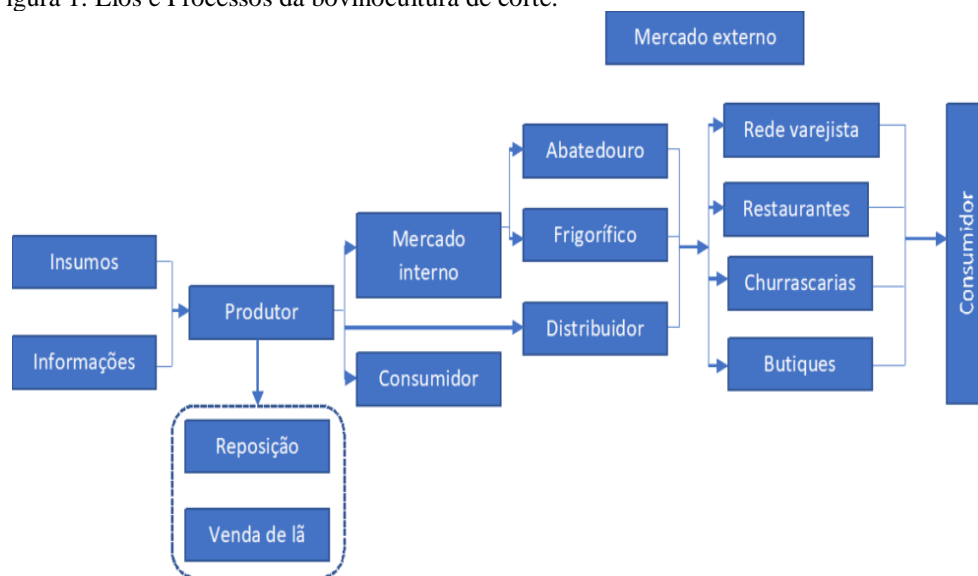
Entretanto encontra-se por último o entrave advindo dos elos que estão ganhando espaço ao longo dos anos, que são os atacadistas e varejistas. O problema começa pelo aumento do poder de barganha ocorrido pelos elos de comercialização (VIELA FERNANDO, 2017). Os atacadistas e varejistas definem quais são as características desejadas nos produtos, de acordo com as demandas estão cada vez estão mais exigentes, seja elas por qualidade, sabores, gostos e corte.

4 CAPÍTULO I – CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA

Os principais elos e processos da cadeia produtiva do gado de corte compreende em uma divisão macro, os seguintes elementos: aspectos institucionais, produção, fornecedores de insumos, processamento, comercialização e consumo.

Na figura 1 está expressa, todos elos e processos da cadeia produtiva.

Figura 1: Elos e Processos da bovinocultura de corte.



Fonte: Agromove, 2019.

Nos elos e processos identifica-se o antes, durante e depois da porteira. Nos Insumos e informações, tem o predomínio técnicas necessárias para gerir a plantação e propriedade, bem como o uso de fertilizantes e maquinários necessários, identificado como o antes da porteira. Após e conhecido como o dentro da porteira, que nada mas e do que a propria produção em si, utilizando meios necessários para o desenvolvimento da produção. Pode acontecer da produção sofrer algum tipo de processamento e beneficiamento.

E por fim, depois da porteira vem a comercialização do produto , tanto a venda para a industria, atacadista, varejista e até mesmo da produção para o consumidor final. Observa-se que cada vez que o produto passa por industrias, atravessadores, o mesmo tende a ser mais caro para o consumidor.

5 ASPECTOS INSTITUCIONAIS

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), instituto público, entre suas atribuições está a realizar censos, organizar essas informações e disponibilizar para entidades governamentais federal, estadual e municipal, e para a população em geral.

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), foi criada em 26 de abril de 1973 e é vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), tem como objetivo pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e soluções tecnológicas.

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), é responsável pela gestão das políticas públicas de estímulo à agropecuária, pelo fomento do agronegócio e pela regulação e normatização de serviços vinculados ao setor.

CONAB (Companhia Nacional de Abastecimento) é uma empresa pública, vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Tem como fundamento de gerir as políticas agrícolas, também de abastecimento, onde visar e assegurar o atendimento das necessidades essenciais da sociedade, preservando e alavancando os mecanismos de mercado.

Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC) reúne 30 empresas do setor no País, responsáveis por 92% da carne negociada para mercados internacionais.

5.1 Agência Estadual de Defesa Agropecuária do Maranhão – AGED/MA.

E uma autarquia vinculada à Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Pesca (Sagrma), assegurar a oferta de produtos de origem animal e vegetal com qualidade à população, por meio da Defesa e Inspeção Agropecuária, atuando na promoção da saúde pública e do meio ambiente.

5.2 Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR

Promove cursos e capacitações para desenvolver competências profissionais e sociais do meio rural.

5.3 Sindicato dos Produtores Rurais de Açailândia (SINPRA)

Defendem os interesses profissionais, sociais e políticos de seus associados.

6 PRODUÇÃO

A produção do gado de corte no Brasil, inicia quando o produtor adquirir o animal, seja ele para recria ou fruto de algum gado fêmea da propriedade, onde vai passar algum tempo para que atinja o peso e ganho esperado.

Atualmente trabalha-se com três tipos mais conhecidos de produção, extensivo, semi-intensivo e intensivo.

O sistema extensivo é o mais adotado no Brasil, correspondendo a 80% da produção. Caracteriza-se pela de pastagem nativa, sendo utilizada como único alimento para o animal. Essas pastagens são normalmente deficientes em fósforo, zinco, sódio, cobre, cobalto e iodo, incluindo-se também enxofre e selênio, todos fornecida via suplementos minerais (MARTINS IVO et al., 2005).

No sistema semi-intensivo encontra-se a parte nativa, mas é fornecido suplemento proteico para os animais. O objetivo é alcançar uma pecuária de ciclo mais curto, suplementando os animais em suas diversas fases de crescimento (aleitamento, recria e engorda), dependendo das metas de produção de cada sistema. E por fim no sistema intensivo, onde cria é predominante a criação dos animais em confinamento, diferenciando assim do semi- intensivos. São desenvolvidas as atividades de cria, recria e engorda, de recria e engorda ou mesmo de engorda, como uma atividade isolada (CEZAR, 2005).

Na microrregião de imperatriz MA, cidade de Açailândia, verifica-se que muitos produtores têm a tendência de trabalhar com gado de corte no sistema semi-intensivo, e poucos no intensivo, por ser de alto custo e a tendência ser maior o volume trabalhado.

Após 7 ou 8 meses de vida do animal, o esforço na produção é garantir que o animal tenha crescimento saudável e atinja seu potencial em menos tempo possível, contando com a pastagem e suplementação. Dependendo da alimentação e do sistema de criação, os animais conseguem atingir o peso esperado em até 3 anos de idade.

A pastagem é fundamental para o animal, sua produção consiste em local específico, ao qual o produtor almeja trabalhar. Mas para que o pasto seja rico e bem saudável, é preciso criar condições favoráveis para seu crescimento e controle da taxa de lotação dos animais em cada área.

Para a formação da pastagem envolve todo um processo de revolvimento do solo. A gradagem é utilizada até três vezes, a primeira para abertura do solo, feito com uma grade mais profunda, para melhor desempenho da planta, a segunda para abertura e revolvimento

do 1º corte, e a último corte para a plantação, feito esse último corte dependendo do solo, igual observado no município faz necessário a nivelção da terra com intuito de quebrar torrões e padronizar a terra.

Após todo o preparo do solo, inicia-se o processo do plantio, nas propriedades observadas constata-se uma variação, ou seja, no pequeno produtor o mesmo adota o milho em 2 anos consecutivos, no primeiro ano só milho e no segundo ano milho com braquiária, consorciado. Já o grande produtor que realiza as análises dos solos, em alguns pontos da propriedade utiliza a planta na mesma modalidade que o pequeno produtor, mas em algumas áreas ou piquetes, no primeiro ano já consorcia o milho com barachiaria.

Depois de nascidos tanto a capim quanto o milho, para atingirem seus objetivos, faz-se necessário um adubo de cobertura objetivando manter o nível dos nutrientes no solo.

7 FORNECEDORES/OFERTA DE INSUMOS

De início verifica-se, o que os solos necessitam com a análise, após coletadas vão ser entregues para a análise em Tocantins ou em Goiânia, sendo esses locais, mas pertos. Feito isso o produtor vai detectar quais macro e micronutrientes o solo está necessitando.

*A adubação, tem por característica fornecer nutrientes ao solo, dependendo da análise, pode ser adquirido também na cidade de Açaílândia como cidades vizinhas, casas agropecuárias e atravessadores. Como a fábrica de adubos fica muito longe os produtores acabam adquirindo no município.

*Sementes tem como função gerir a planta após o preparo do solo, é fundamental para dá início na planta, encontrado em casas agropecuárias como distribuidores, sendo elas, sementes triangulo, terra produtos agropecuários e outras.

*Fertilizantes, fornece um ou mais nutrientes essências para crescimento da planta, tendo como objetivo melhorar a produção, fornecido por casas agropecuárias, mas dependendo do volume que será utilizado, ha fertilizantes Tocantins prepara e vende de acordo com a necessidade do cliente.

*A calagem (calcário) que tem como objetivo elevar os teores de cálcio e magnésio e neutralização do alumínio, esta é fornecida por diversas empresas no município, tendo o produtor como opção adquirir na cidade e ir buscar em outras localidades, e também da própria empresa realizar a entrega na propriedade. Alguns produtores com quantidades expressivas de terras e também com frota própria opta por buscar em outro estado bem próximo, como o Tocantins, alegando ser mais em conta e os impostos valerem a pena.

*A gessagem (Gesso) ela fornece cálcio e enxofre aplicado junto a calagem e fornecida por empresas da cidade de Açaílândia, casas agropecuárias e atravessadores, como cidade vizinhas, muitos dos produtores optam por adquirirem em Grajaú, na cidade de xambióa.

*Máquinas e equipamentos, são encontrados nas localidades do município principalmente em dia de feiras agropecuárias, a cidade mais próxima imperatriz conta com um número maior de maquinário podendo ser adquirido em conjunto ou não. Tem como objetivo o desenvolvimento da propriedade afim de melhorar os serviços e a qualidade da planta. Alguns equipamentos são encontrados em casa agropecuárias como a Purinutre, Agrocampo ao qual presta serviço de montagem de equipamento e acompanhamento no campo, outro exemplo e a empresa John deere no fornecimento de maquinário.

8 PROCESSAMENTO

A partir do momento que o produtor vende o animal, é obrigatório o Guia de Trânsito Animal (GTA), ao qual vai ser tirado na AGED, para transportar o mesmo em veículos próprios, adequados e estruturados com capacidade de acordo com o tamanho do caminhão.

Após chegar no frigorífico, os animais são mantidos no curral de espera para retirar o estresse da viagem e aguardar sua vez na linha de abate. Essa espera dá-se em jejum, para evitar contaminação da carne durante a evisceração, posteriormente é submetido a uma limpeza (Ducha) ao qual o animal é limpo e mantido com bem-estar. O abate dá-se o início com a insensibilização dos animais, processo que evita que o animal sinta dor na sangria, que é o próximo passo e onde o animal é morto.

Alguns desses frigoríficos se especializam em cortes e raças, agregando maior valor nos produtos. No município de Açailândia encontra-se um único abatedouro particular ao qual abate os animais de pequenos e grandes produtores, com uma demanda ainda pequena. Muitos produtores optam por vender na cidade de imperatriz por estar localizado um grande frigorífico ao qual disponha de frota própria para comercializar a carne, e também por ter capacidade de comprar toda a produção dos produtores, chegando a abater 1000 animais por dia, contando com selo de inspeção federal (SIF).

Para a cultura de milho existem processamentos ao qual o grão pode sofrer, o mais comum, e o mais utilizado na região e a quebra do milho para a ração, consiste em adquirir o grão, triturar e misturar nas rações para alimentação dos animais. A quebra do milho proporciona que o animal consiga ingerir de forma rápida e eficaz todo o alimento.

Já para alimentação humana o milho é consumido de forma bruta, vendido nos mercados ainda verde para um tipo específico ao qual o produtor irá definir seus clientes, outra característica e venda para agroindústrias onde o produto vai sofrer um tipo de beneficiamento e processamento, transformando o milho em diversas utilidades de consumo.

9 COMERCIALIZAÇÃO

Considerados como maior riqueza do Brasil e estados, os bovinos tem sua comercialização empregada no mercado interno e externo, aproveitado todas as partes do seu corpo, que vão dos pés a cabeça.

Quando se obtém o animal o proprietário já tem em mente qual finalidade o mesmo vai seguir, então tem seus cuidados no campo e terminação, de acordo com princípios pré estabelecidos, ou seja pra qual frigorífico vai ser vendido?, mercado interno ou externo?, qual raça rende mais?, qual é resistente a certas doenças e temperaturas?, e quais tem os melhores cortes?. Essas perguntas e respostas fazem diferença na hora de obterem os animais pois os produtores conseguem produzir e elevar suas produções.

As pastagens fazem toda a diferença, ao qual vai fidelizar a quilo que o produtor espera do animal, pastos bons rendem grandes animais sadios e também o produtor pode até vender um pouco da pastagem como arrendamento de piquetes por dias meses e anos.

O gado de corte é pesado sobre dois aspectos, vivo e morto. Na propriedade é chamado de peso vivo, onde uma arroba consiste em 30 kg. Já no frigorífico essa média corresponde à metade do peso do animal, onde a arroba consiste em 15 kg, considerando apenas a carcaça, chamado do peso de carcaça, alguns ainda conseguem render até 55%, vai depender muito do animal e da alimentação. A carcaça consiste em músculo e ossos, após a retirada da pele, cabeça, patas e vísceras.

A média de peso depende do mercado, geralmente em torno de 17 e 18 arrobas, vendido diretamente para frigoríficos localizados em outra cidade com capacidade, estrutura e mercado mais desenvolvido. Pois o frigorífico que atua na cidade de Açailândia não tem capacidade abater todos os animais, contando com um mercado limitado.

10 CONSUMO

O país está em constante desenvolvimento e aumento de produção, mas por passar por um período de trocas de governos, e alguns escândalos, atingiu diretamente a renda da população, fazendo com que seu consumo retraia sobre alguns alimentos, procurando substituto próximo.

A bovinocultura de corte por exemplo o consumo per capita tem caído, a estimativa da Conab indica uma queda de 3,8% na produção de carne neste ano, para 8,431 milhões de toneladas. É a menor dos últimos 12 anos, segundo os dados da série histórica (FERREIRA, 2017). Contudo a exportação em contrapartida teve um aumento significativo de 55,5 % em abril, comparado com o mesmo mês de 2018 teve aumento de 43,3 %. As informações são da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), divulgados pela Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne (ABIEC, 2019).

O Brasil produz cerca de 47,3 kg de carne bovina por habitante, e seu consumo esteja em torno de 27 kg por ano, implicando assim como um dos grandes produtores e exportadores da carne bovina, tendo como referência a produção de carne de frango que lidera as exportações brasileiras de carne (FORMIGONI, 2019).

Já para consumo local no estado existem barreiras a serem quebradas, como origem e procedência de animais ao qual o município que fica amercer de um matador municipal em açailandia, não tendo o mesmo, acontece a matança do gado na moita, popurlamente conhecido como frigomato. Ainda sim tem um frigorifico particula ao qual abastece a cidade, mas falta muito por parte do município propocionar carne de qualidade, ao qual neste trabalho não obtive dados de consumo de carne advinda do mesmo.

O consumo do milho tem crescido para os mais diversos fins, vai do produtor a definir com segmento usufruir, seja ela para a silagem, garnate alimento o ano todo para seus animais, seja ele para venda do milho verde no mercado, gerando renda extra, ou seja, para a venda de toda sua produção para cooperativas ou para empresas que vão beneficiar e até mesmo exportar. O milho é utilizado principalmente na alimentação humana e de animais, como fonte de energia, e mais recentemente, na produção de etanol (basicamente nos Estados Unidos) (GARCIA e DUARTE, 2010).

11 CAPÍTULO II – PLANO DE NEGÓCIO

12 INTRODUÇÃO – SUMÁRIO EXECUTIVO

12.1 Descrição do Negócio

A Du Campo consultoria irá atuar com consultorias, elaboração de projetos e análise de solos e assistência ao meio rural.

Na tabela consta dados do empreendedor, tais como seu nome, seu endereço telefone e cidade ao qual fica disponível para entrar em contato ou até mesmo contato direto com o proprietário.

TABELA 1: Dados do empreendedor

Nome: Fabrício Facundo Castro	Endereço: Rua do comércio
Cidade: Açailândia	Estado: Maranhão
Telefone 1: (99) 98459-4168	Telefone 2: (99) 99124-1698

Fonte: Autoral.

12.2 Empreendedor

Fabricio Facundo Castro nascido e criado na zona rural da cidade de Açailândia, mudou-se para a zona urbana, com intuito de estudar e concluir o ensino médio. Atualmente trabalha na área de vendas, tendo um empreendimento voltado para a construção civil e estudante do curso de Tecnólogo em Agronegócio na faculdade FAVALE. Trabalhou como motorista na empresa Ceará alimentos Ltda., em um período 3 anos e 8 meses. Possui experiência no campo por ser nascido e criado, sempre ajudou na produção e no desenvolvimento dos animais, tendo como atividade principal o gado de corte.

12.3 Dados do Empreendimento

Nome: Du campo consultoria
CNPJ/CPF:

Ainda não se tem CNPJ, por se tratar de um plano de negócio que vai ter como objetivo abrir a empresa, no momento ainda não está aberta.

12.4 Setores de Atividades

A empresa Du Campo Consultoria atuará como prestadora de serviço de consultoria agrícola no campo, trabalhando com projetos e soluções agrícolas, com objetivo

de melhorar rendimentos nas propriedades e também capacitar, gerindo novas ideias para inserir novas tecnologias.

Além de contar com mercado bem amplo de consultoria, a Du Campo se especializa em projetos agrícola, para captar recursos de investimentos, bem como treinar, monitorar, afim de garantir melhores resultados possíveis.

12.5 Formas Jurídicas

Empresa optante pelo Simples Nacional

12.6 Registro da Empresa

Junta Comercial.

Secretaria da Receita Federal (CNPJ).

Secretaria Estadual da Fazenda.

Prefeitura do município para obter o alvará de funcionamento.

12.7 Enquadramento Tributário

A empresa Du Campo Consultoria será optante pelo Simples Nacional, visto que perceberá uma receita bruta anual estimada em até R\$ 180.000,00 a partir do qual serão recolhidos os seguintes tributos de forma unificada em um único DARF do Governo Federal.

12.8 Âmbito Federal

Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”.

12.9 Capital Social

Na tabela está descrito o nome do sócio proprietário que terá participação total nos lucros, como também o valor investido

TABELA 2: Relação do capital Social.

Nome do Proprietário	Valor (R\$)	% de Participação
Fabricio Facundo Castro	R\$ 25.000,00	100%

Fonte: Autoral.

12.10 Fontes de Recursos

A empresa de consultoria irá aplicar recursos próprios de um sócio proprietário, que dispõe de todo capital necessário para o empreendimento, tanto para adquirir maquinários e equipamentos quanto para o capital de giro.

13 METODOLOGIA

A Du Campo consultoria é uma empresa de consultoria agrícola voltada para pequenos e grandes produtores que tem como objetivo sancionar e resolver problemas recorrentes em suas propriedades agrícolas. Diferenciada no atendimento aos clientes, a mesma faz o acompanhamento, além e claro de visitas na propriedade. Utilizando metodologia quanti e qualitativa, pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo

Localizada no centro da cidade dispõe de um consultor trainee, uma secretária e um proprietário formando na área agrícola e se possível poderá contar com um consultor máster trabalhando autônomo quando solicitado.

Outro fator determinante da Du Campo consultoria além do acompanhamento com o cliente e a rápida resposta ao serviço solicitado, terá como pilares visão sistêmica, foco no trabalho e foco no resultado buscando sempre a satisfação.

A empresa irá buscar um mercado aproximadamente 100 km, contando com sua circunvizinhança e com o desenvolvimento e aprimoramento do trabalho, buscará atingir um público ainda maior, mas longe em outras cidades vizinhas.

14 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Composta por um sócio proprietário a Du campo consultoria, se encontrara no centro da cidade de Açailândia - MA, prestando consultoria agrícola e assistência a pequenos e grandes produtores. Também contará com outros tipos de serviço, como consultorias e treinamentos individuais, e também treinamentos empresarias, voltados principalmente para a área agrícola

15 PLANO ESTRATÉGICO

15.1 Missão

Prestar assistência especializada nas propriedades rurais, buscando alternativas de melhoramento de produção.

15.2 Visão

Ser referência em consultoria agrícola no Estado Maranhão em 2022 tendo como pilares compromisso e sustentabilidade.

15.3 Valores

Comprometimento com clientes, atender de forma eficiente e eficaz, qualidade do serviço e ser uma empresa sustentável.

16 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

A empresa adotara estratégias de promoção, bem como marketing digital, redes sociais, panfletagem e rádios. Também serão entregues canetas e bonés com o slogan da empresa.

17 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

De início o cliente irá ter o primeiro contato na empresa, buscando uma consultoria que adequada a seu perfil, e quais informações precisa para gerir seu objetivo.

Feito isso a empresa vai propor uma visita na propriedade com intuito de avaliar a mesma e verificar informações pertinentes para elaboração do projeto, bem como tamanho, pessoas envolvidas na atividade e outros.

Após a visita entender quais créditos possíveis, é hora de limitar e determinar o que o projeto irá contemplar, necessitando então de elaboração de acordo com banco solicitado, após será encaminhado para o banco com toda documentação solicitada e espera aproximadamente 30 dias para aprovação.

Contudo a empresa continuará em contato com o cliente afim de sanar alguma dúvida e acompanhar o mesmo. Havendo a liberação do crédito para o projeto a empresa recolherá 2% do valor que o mesmo contemplar.

A empresa ficara a disposição para qualquer dúvida a qualquer momento que o cliente precisar e terá contato frequentemente com o mesmo para ajudar no que for possível.

Já para atendimentos individuais, ou treinamentos empresarias a empresa solicitará qual tempo disponível o mesmo tem, qual melhor dia e horário para início das atividades. Feito esse processo a empresa vai necessitar da metade de valor combinado e o restante poderá ser parcelado ou entregue no fim dos trabalhos propostos, tendo como opção treinamento na empresa de consultoria ao qual terá uma sala de reunião ou mesmo na empresa solicitante.

Os valores cobrados por este tipo de serviço dependeram do corpo da empresa sendo em média 15 a 20 pessoas, se por acaso for menos pessoas a empresa optará por um preço por pessoas ou um valor, sendo 150,00 por pessoa e 1.800,00 por pacote.

17.1 Metas de Curto Prazo

Para dá início no processo de abertura da empresa faz necessário, concluir o plano de negócio, escolher o local para abertura que seja no centro da cidade, e após a obtenção do local, procurar entidades envolvidas para realização de vistorias e licenças para abertura da empresa.

TABELA 3: Metas para Concluir plano de negócio, o local e as licenças
PLANO DE AÇÃO / PLANEJAMENTO

Ação/Estratégias (Como fazer?)	Prazo (Quando)?	Recursos Necessários (Quanto)?	Responsável (Quem?)
Concluir o plano de negócio	Mês de dezembro de 2019	Estudar	Fabricio
Escolher o local para abertura	Mês de dezembro de 2019	Bem localizado no centro da cidade no valor de até R\$1.000,00	Fabricio
Conseguir licenças e Autorização	A partir da finalização do projeto e escolha do local para abertura	Deslocar até órgãos responsáveis e visitas dos mesmos	Fabricio

Fonte: Autoral.

Na tabela está descrito quando e onde foi feita a análise de mercado, bem como verificou o corpo necessário de colaboradores, ao qual a empresa de pequeno porte necessitava, também ouve a delimitação do trabalho prestado pela empresa de consultoria.

TABELA 4: Concorrência, colaboradores e delimitação

PLANO DE AÇÃO / PLANEJAMENTO			
Ação/Estratégias (Como fazer?)	Prazo (Quando)?	Recursos Necessários (Quanto)?	Responsável (Quem?)
Fazer Análise de preço da concorrência	Mês de novembro e dezembro e meses subsequentes	Pesquisa De orçamento	Fabricio
Escolher Os colaboradores	Mês de novembro e dezembro e meses subsequentes	Consultor Trainee e uma secretaria e atuação de um consultor sênior	Fabricio
Quais cidades atender	Mês de novembro e dezembro e meses subsequentes	Distância de Até 150 Km	Fabricio

Fonte: Autoral.

A empresa Du Campo consultoria terá como meta de curto prazo a abertura nos meses que sucedem a partir de fevereiro, necessitando de conhecimentos na área, bem como clientes e conhecimentos de tecnologias voltados para o meio agrícola.

TABELA 5: Abertura da empresa

PLANO DE AÇÃO / PLANEJAMENTO			
Ação/Estratégias (Como fazer?)	Prazo (Quando)?	Recursos Necessários (Quanto)?	Responsável (Quem?)
Poupar	A partir do primeiro mês de abertura em fevereiro	Clientes	Fabricio
Trabalhar na área prestando consultoria e elaboração de projetos	A partir da abertura da empresa em fevereiro	Conhecimentos, tecnologias na área	Fabricio

Pagar as contas e reservar o que sobrar para ser reinvestido na empresa	A partir da abertura da empresa em fevereiro	Poupar o máximo possível	Fabricio
---	--	--------------------------	----------

Fonte: Autoral.

17.2 Metas de Médio Prazo

A partir de 90 dias de atuação com conhecimento necessários a empresa terá mais clientes, e consequência disso empregará mais mão de obra qualificada aumentando ainda mais sua participação e seu nome no mercado.

TABELA 6: Colaboradores e clientes

PLANO DE AÇÃO / PLANEJAMENTO

Ação/Estratégias (Como fazer?)	Prazo (Quando)?	Recursos Necessários (Quanto)?	Responsável (Quem?)
Obter mais colaboradores	A partir de 90 dias de atuação	Uma carteira boa de clientes	Fabricio
Ser reconhecido no mercado	A partir do trabalho prestado	Clientes	Fabricio
Ter uma boa carteira de clientes	Até 90 dias	No mínimo 30 clientes	Fabricio

Fonte: Autoral.

Desta forma a empresa não se limitará e estará sempre em busca de empresas parceiras, clientes, produtores e outros. Através das redes sociais, como marketing digital, telefonemas e visitas na propriedade, com objetivo de aumentar clientela e ao mesmo tempo fidelizar clientes.

TABELA 7: Marketing e fidelização

PLANO DE AÇÃO / PLANEJAMENTO

Ação/Estratégias (Como fazer?)	Prazo (Quando)?	Recursos Necessários (Quanto)?	Responsável (Quem?)
Promover Publicação	Depois de 2 meses da abertura	Facebook, Instagram, panfletagem, palestra	Fabricio
Manter contato com clientes que já prestou e presta serviço	A partir da abertura da empresa	Telefone, e-mail	Fabricio
Visitar Clientes	A partir do início dos trabalhos	Veiculo	Fabricio

Fonte: Autoral.

17.3 Metas em Longo Prazo

Como a empresa está dando seus primeiros passos, tem uma carência para se locomover, principalmente visitas em propriedades por ter apenas um veículo próprio na qual pertence ao dono da empresa, e necessita de um ponto comercial próprio ao qual está sujeita a qualquer momento ficar à mercê de dependências de outrem.

TABELA 8: Investimento da empresa

PLANO DE AÇÃO / PLANEJAMENTO

Ação/Estratégias (Como fazer?)	Prazo (Quando)?	Recursos Necessários (Quanto)?	Responsável (Quem?)
Adquirir ponto comercial próprio	90 dias depois da abertura da empresa	Poupar o máximo possível	Fabricio
Adquirir Um novo veículo	90 dias depois da abertura da empresa	Poupar o máximo possível	Fabricio

Fonte: Autoral.

18 PRODUTOS E SERVIÇOS

18.1 Descrição

*Consultoria agrícola: Planejamento de compra e venda de insumos e animais; Manejo do solo, nutricional, sanitário e reprodutivo; Análise de mercado.

*Avaliação de propriedade: Diagnósticos aprofundados da situação atual com intuito de identificar pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças do negócio; apresentar ao produtor o sistema mais adequado para sua propriedade rural.

*Análise de solo: Coleta de solos na propriedade e encaminhamento para o centro de análise.

*Projetos agropecuários: Análise completa do negócio; Definições de um business-plan, composto de metas, retorno esperado do investimento e riscos; Orientação sobre o que deve ser feito para tornar a propriedade lucrativa e o que se pode esperar de resultado técnico e econômico com a atividade.

18.2 Preço

Os preços vão ser muito relativos, e variáveis em relação ao tamanho e a quantidade de atividade desenvolvida. Contando com um salário mínimo para a visita na propriedade, se for uma propriedade de até 50 alqueire para elaborar o projeto e posteriormente se for maior será cobrado um valor considerável, divide o valor do salário pela quantidade, ($998,00/50 = 19,96$ por alqueire) esse será o valor base. Após será cobrado um valor de 2% para cada projeto aprovado sendo cobrado também um valor de R\$ 200,00 para a coleta e análise do solo se solicitado.

TABELA 9: Preço do serviço.

Consultoria empresarial ou individual	Avaliação de propriedade	Análise de solo	Projetos agropecuários	Auxílio para implantação de negócio
R\$ 100,00 hora por pessoa ou pacote R\$ 1.800,00	A partir de R\$ 1.000,00 isso vai depender do tamanho da propriedade	R\$ 200,00	R\$ 2 e 3%	R\$ 300,00

Fonte: Autoral.

Já em uma consultoria empresarial, diagnóstico de propriedade e entre outros e cobrado um valor entre R\$ 100,00 a hora. Para poucas pessoas até 15, dependendo da quantidade, a empresa solicitante pode optar por um pacote de 1.800,00 que será durante todo o dia para treinamentos dependendo de qual consultoria adquirirem.

19 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Irá ser composto de um sócio proprietário envolvido em todas as atividades, e dois consultores, sendo um trainee e outro sênior, e uma secretaria.

Disponibilizará de um veículo próprio do proprietário para uso da empresa e dependera de aluguel de ponto comercial para a atividade empregada.

20 DEFINIÇÃO E ANÁLISE DE MERCADO

20.1 Metodologia

A metodologia aplicada tem como fundamento uma pesquisa de campo realizada no município de Açailândia, entrevistando 5 produtores sobre quais possibilidades de adquirirem o modelo de implantação ILP, como forma de melhorar seus pastos. Dentre os produtores questionados encontram-se, pequenos e grandes produtores.

De início procurou a atentar sobre o sistema, e quantos produtores utilizavam na região. Obtido o dado foi analisado as possibilidades de implantação, como clima e tecnologias disponíveis.

Logo após foi feita uma pesquisa no município de Açailândia, onde obtinham perguntas relacionadas à procura de projetos para pequenos e grandes produtores com intuito de renovação de pastos, ou até mesmo abertura de novas áreas.

21 DEFINIÇÃO DOS PARÂMETROS

21.1 Clientes

Após levantamento de dados no município, constata-se o perfil dos clientes da empresa Du Campo Consultoria como sendo fazendeiros, tomadores e prestadores de serviços, pequenos e grandes proprietários de terra, com idade de 30 a 50 anos de idade, em uma circunferência de até 100 km de distância, tais localidades como sendo Imperatriz, Cidelândia, São Francisco do Brejão, Itinga, Novo Bacabal e Bom Jesus das Selvas. Todos

esses clientes como sendo produtores de gado de corte, ou atividade assimilada, que tem a propriedade voltada principalmente para atividade de cria, recria e engorda de gado.

Algumas das propriedades não conseguem produzir com capacidade total de produção, por se tratar de uma atividade que exige muito do pasto, com tempo o mesmo necessita de cuidados ou até mesmo rotacionar culturas para quebrar ciclos de pragas e desgaste da forrageira.

21.2 Concorrentes

O concorrente da Du Campo Consultoria encontra-se no município de Açailândia como sendo consultorias voltadas para o meio agrícola.

Contata-se três consultorias agrícolas na cidade, voltadas para o pequeno e grande produtor, e possivelmente em imperatriz um número bem superior.

TABELA 10. Principais concorrentes no mercado de Açailândia

Concorrente	Paio Consultoria	A S Consultoria	Pro Serve projetos Agrícolas	Du Campo Consultoria
Localização	Açailândia	Açailândia	Açailândia	Açailândia
Preço da Consultoria	R\$ 998,00	R\$ 998,00	R\$ 998,00	R\$ 998,00
Taxa de deslocamento	R\$ 2,00 por Km	Taxa mínima, levando e trazendo o engenheiro agrícola	Não vai na propriedade só em casos de preferência do produtor	R\$ 2,00 por Km em veículo próprio. Sem taxa no veículo do cliente
Análise do Solo	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 180,00
Valor cobrado por projeto	R\$ 2%	R\$ 2%	R\$ 2% até 35 Alqueire após 35 e cobrado R\$ 3%	R\$ 2%

Fonte: Autoral.

O valor apresentado tem as mesmas características de 2% por projeto, contata-se uma alteração em relação ao tamanho da propriedade, outra característica idêntica são os valores cobrados da análise do solo, R\$ 200,00 sendo direcionado para

Goiânia, e também o preço da consultoria R\$ 998,00.

O único que foi constatado uma diferença foi a empresa Pro Serve projetos Agrícolas, que acima de 35 alqueire e cobrado mais de 2%, cerca de 3%.

22 FORNECEDORES

22.1 Instituições Financeiras

Como descrito na tabela os bancos responsáveis por gerir fomento e liberar crédito são eles, Banco do Brasil, do Nordeste, Bradesco e Sicoob. Todos estes bancos dispõem de créditos para produtores rurais ou empresas, com taxas de juros semelhantes sendo 4,6% ao ano, ao qual o banco do Nordeste se mostra mais positivo em relação a propriedades agrícolas com o programa FNE Rural e com carência de até 4 anos para pagar.

TABELA 11: Instituições Financeiras de Açailândia

Bancos	Banco do Brasil	Banco do Bradesco	Banco sicoob	Banco do nordeste
Localização	Açailândia	Açailândia	Açailândia	Açailândia
Programas	Pronaf custeio	Pré-custeio e custeio agrícola	Custeio, comercialização e investimento	FNE Rural
Valores	R\$ 250 mil por ano agrícola	Até 100% do valor orçado	Financiamento 100%, como garantia a propriedade	Financiamento 100%, como garantia a propriedade
Taxa de Juros	4,6% a.a.	4,6% a.a.	4,6% a.a.	4,6% a.a.
Tempo de carência	Até 2 anos	Até de 14 meses	Depende do tipo de programa	Investimento fixo: até 12 anos, incluídos até 4 anos de carência

Os principais fornecedores da Du campo consultoria encontra-se no município de Açailândia sendo elas responsável pelo fornecimento de utensílios moveis, locação de veículos, empresas terceirizadas e instituições financeiras.

Magazine Luiza responsável por todos os móveis e utensílios para o funcionamento da empresa, contando também com maquinas e equipamentos, pois a mesma se mostrou, mas em conta do que as outras, onde foi levantado um orçamento em três empresas, magazine Luiza, Paraíba e a loja centro. Para a aquisição de cada produto a

empresa optará por compra à vista pois tem melhores condições, conseguindo preço bem mais em conta.

Opção veículos terá como fornecimento locação de veículos, carros pequenos para visitas técnicas na propriedade, se necessário ou quando a empresa tiver um número maior de colaboradores e clientes, podendo ser solicitado um acordo para locação mensal.

Solocria atuará com o fornecimento de análise do solo, todo e qualquer coleta será encaminhada para a mesma localizada em Goiânia através dos correios.

Papelaria Açailândia, fornecimento de materiais de escritório, pastas e outros arquivos, como blocos, cadernos, papel A 4, canetas etc. Localizada no centro da cidade tendo facilidade para o acesso.

Recicladora Manaaim, responsável quando solicitado pela manutenção de computadores e impressoras como também irá prestar serviço de recarga de cartuchos.

Cemar atuará como fornecimento de energia para funcionamento de todas as atividades de escritório.

Caema fornecerá água limpa e potável para limpeza e outros fins.

Distribuidora Açailândia, localizada na cidade, tem como fundamento fornecimento de água mineral em galão potável para o bebedouro, sendo para o consumo da empresa.

23 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

A concorrência trabalha com uma margem idêntica uma da outra, questionado algumas pessoas responderam que a paiol consultoria tem o melhor atendimento e resposta rápida ao serviço solicitado, prestando total esclarecimento.

Em questões de atendimento identifica-se que a Paiol consultoria por ser movimentada e ter uma boa clientela, demora cerca de 30 minutos a uma hora para a pessoa ser atendida. Observa-se também que o número de consultores e sócios e bem maior tendo como colaboradores uma estagiária, um secretário, e dois consultores, sendo duas salas disponíveis para atendimento. Dependendo de qual consultoria for adquirir, como por exemplo um agrícola, já tem um responsável que responde por o setor e em outra sala tem outro que responde por outro departamento.

A S consultoria localizada no centro de Açailândia também é conhecida por seu trabalho prestado tendo como ponto forte engenheiro agrícolas e outros que trabalham autônomos. Seu espaço de escritório é um pouco limitado comparado com outras tendo uma

sala para a reunião e outra para o atendimento, observa-se que no seu atendimento trabalham duas mulheres no escritório.

Para o trabalho de consultoria agrícola tendo como foco adquirir capital a mesma indica para ir ao banco antes mesmo de ir lá, não tendo como forte o acompanhamento ao cliente e as devidas orientações, ao mesmo vai interessar se o cliente vai ter condições de ir ao banco aprovar, eles estarão à disposição para a elaboração do projeto.

Questionado sobre a visita técnica na propriedade para afim de avaliação, a mesma cita um valor mínimo (não estipulado) sendo o engenheiro agrícola que irá se deslocar até o local. Tem um valor estipulado para o proprietário levar o mesmo até sua propriedade e outro valor mínimo para o engenheiro e por conta própria.

Pro Serve projetos agrícolas, esta empresa atua com foco em projetos, foco no cliente e bom atendimento. No escritório encontra-se só uma pessoa na parte da tarde a qual tirou todas as dúvidas no assunto de projetos agrícolas.

Também questionado sobre visita na propriedade não se viu como obrigatório, a não ser que o produtor exija. Alegando que se o banco aprovar para alguma linha de crédito ou empréstimo pessoal o mesmo elabora o projeto.

Comparada as outras ela tem como única função projetos ao qual está limitada e não trabalha com gestão e outras atividades afins.

24 PLANO OPERACIONAL

24.1 Descrição da Operação

A empresa Du Campo consultoria inicialmente irá sanar todas as dúvidas e dá suporte para os clientes, e desde já averiguar possível perfil, tamanho da propriedade, e quanto irá buscar de recursos e quais linhas de créditos disponíveis para tal atividade, isso tudo com acompanhamento da empresa direcionando e sanando todas as dúvidas.

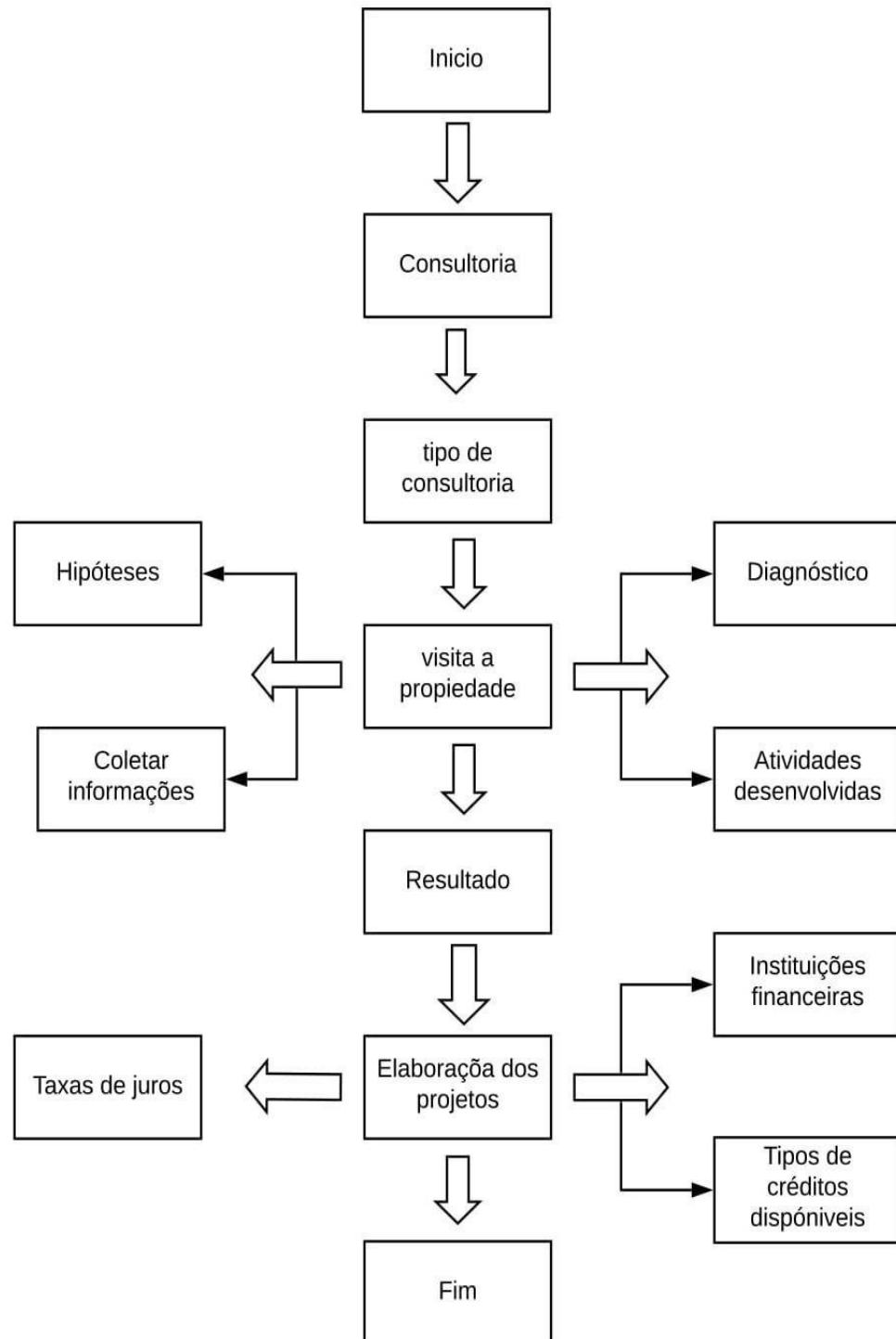
Se for para outra atividade como avaliação de propriedade e outras, irá ser feito um acompanhamento de perto seguido de uma visita para entender todos os elos e processos ao qual o cliente está passando em sua propriedade/empresa.

Para consultoria individual será adotada uma quantidade de pessoas que a empresa atendera, bem como horários definidos e locais, adotando métodos de pacote ao qual o cliente se beneficiara com as vantagens da Du Campo consultoria.

Já implantação do negócio a empresa buscara entender o que se almeja para atender e satisfazer da melhor forma possível.

24.2 Fluxograma Operacional

Figura 2: Fluxograma da empresa, cada etapa do operacional padrão do empreendimento.



Quando o solicitante do serviço buscar auxílio para projetos e prestações de serviço na Du Campo consultoria, a empresa buscara entender em qual modalidade e prestação de serviço vai se encaixar, no segundo passo a empresa irá verificar qual tipo de consultoria, onde vai realizar diagnósticos, levantamento de dados, quais atividades desenvolvidas. Após a visita será recolhido todas as informações e problemas detectados bem como hipóteses, daí define-se quais tipos de créditos disponíveis para tais investimentos seja ele para reforma de propriedade, compra de maquinário e outros.

25 PLANO DE MARKETING

25.1 Layout

Na imagem podemos identificar o espaço físico da empresa, como a entrada na recepção, banheiros a frente no corredor, um escritório e a sala de reunião. Esse é o modelo base que a empresa irá buscar para alugar.

Figura 3: Layout da empresa, planta baixa do local.



Fonte: Autoral.

25.2 Plano de Marketing

A Du Campo consultoria adotará metodologias de marketing como palestras, estratégias promocionais, panfletos, marketing digital e outros, contando ainda com sua marca própria.

Através de meios como internet e também contando com pessoas e colaboradores ao qual entregaram panfletos com informações a cerca da empresa, meios de contato e outros.

O slogan da empresa com sua marca própria, tendo como fundamental requisito um novo conceito em consultoria agrícola.

Figura 4: Ilustração da logomarca Du Campo.



Fonte: Autoral.

25.3 Quadro de Ações, Objetivos e Resultados Esperados

Em dois meses buscar novos clientes através do uso de redes sociais, bem como panfletagem e palestras, objetivando conquistar no mínimo 15 clientes.

TABELA 12: Aumentar carteira de clientes.

Objetivo	Ações	Resultados esperados
Atrair e aumentar o número de clientes	Divulgação em redes sociais, palestras e panfletagem	Ter uma carteira de atendimento com no mínimo 15 clientes

Fonte: Autoral.

Com o passar do tempo, e com o serviço prestado, a empresa obterá bons resultados, em consequência, irá crescer aumentando suas receitas e com isso poderá barganhar e adquirir dinheiro para aquisição do seu próprio ponto comercial, bem como veículos, podendo livrar de alugueis, e não ficando a mercê de alugar pontos comerciais.

TABELA 13: Adquirir bem para o patrimônio.

Objetivo	Ações	Resultados esperados
Adquirir ponto comercial próprio e veículos	Ter uma boa carteira de clientes, reservar o possível para ser reinvestido	Não ter gastos com alugueis de pontos comerciais e veículos

Fonte: Autoral

A Du Campo consultoria tem como principais objetivos, adquirir uma boa carteira de cliente, tendo como foco, resultado na tarefa e compromisso, buscando solucionar possíveis problemas mais rápido possível. Com isso vai expressar um bom desempenho, e será referência em consultoria agrícola no mercado de Açailândia.

TABELA 14: Ser referência em consultoria agrícola.

Objetivo	Ações	Resultados esperados
Ser referência em consultoria agrícola	Resposta rápida aos problemas propostos Foco na tarefa Foco no cliente	Atingir todo o município e regiões vizinhas

Fonte: Autoral.

25.4 Quadro Comparativo com as Ações da Concorrência

O quadro faz comparação da Du Campo consultoria com a concorrência, onde foi constatado como principal diferencial o quesito acompanhamento, e também uns valores de treinamentos empresárias ao qual a empresa tem o melhor preço do mercado, e também na análise do solo torna-se diferencial pelo fato do preço ser menor além das facilidades.

TABELA 15: Quadro comparativo

Du Campo Consultoria	Concorrência
Atenção total ao cliente, inclusive encaminhamento e acompanhamento ao Banco	Só encaminha ao banco
Visita a propriedade para conhecer todos os elos e processos da empresa, cobrada um valor mínimo, dependendo da distância	Visitas cobradas um valor referente a um salário mínimo, e não obrigatoriedade de visitas
O valor da análise de solo, de início será cobrado R\$ 100,00 e depois, mas R\$ 100,00 quando o projeto aprovado, se não um valor de R\$ 180,00 a vista	Valor de R\$ 200,00 a vista, fora os custos para se deslocar até o local
Treinamentos empresarias será cobrado um valor de R\$ 1.800,00 por pacote e R\$ 100,00 individual por pessoa a hora	A concorrência trabalha com pacotes fechados no valor de R\$ 2.000,00 por pacote e R\$ 100,00 a hora por pessoa

R\$ 998,00 para elaboração de projeto e posteriormente 2% do que o projeto contemplar	R\$ 998,00 para elaboração de projeto e posteriormente 2% a 3% do que o projeto contemplar
---	--

Fonte: Autoral.

26 ESTRUTURA DE CAPITALIZAÇÃO

A Du Campo Consultoria irá iniciar suas atividades com recurso próprio e de um sócio proprietário, onde irá trabalhar na modalidade a vista, contando com um salário para a visita na propriedade e elaborar o projeto, ao qual ficara de responsabilidade do cliente pagar uma taxa de 2% do valor ao qual o projeto irá contemplar. Sendo esses recursos disponibilizados por instituições financeiras.

Também tem como fundamento captar recursos de empresas ao qual solicitará serviços de treinamentos e consultorias individuais.

O valor para cada empresa varia dependendo do serviço, onde o objetivo principal será a vista, cerca de 60%, onde os outros 40% vai consistir em 20% em até 15 dias no boleto e a outra parte 20% será cobrado mensalmente.

27 FONTES DE RECURSOS

Os recursos serão capital próprio do sócio proprietário. Não haverá necessidades de empréstimos de instituições financeiras para abrir o negócio, contando todos os equipamentos e maquinas necessárias, bem como capital de giro.

Para dá início na empresa necessitara de um valor fixo para comprar equipamentos de R\$ 14.687,56 que será disponibilizado por um sócio proprietário, e um capital de giro no valor de R\$ 8.141,11. Todo o custo totalizara em R\$ 22.828,67.

28 ALAVANCAGEM

Para alavancar o serviço prestado irá investir em tecnologias voltados a gestão da propriedade e também para funcionamento de empresas, onde optara por pagar diária ao consultor máster (se caso necessitar), ao qual está classificado quanto a sua competência e resposta rápida aos problemas propostos.

Para alavancar as vendas serão feitas promoções para clientes e empresas ao qual receberão brindes e dicas importantes.

29 PLANO FINANCEIRO

29.1 Máquinas e Equipamentos

Na tabela demonstra os equipamentos necessários para início e funcionamento da empresa, bem como suas necessidades. Todo material foi orçado na Magazine Luiza

TABELA 16: Máquinas e equipamentos

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Impressoras	2	799,00	1.598,00
2	Microcomputador desktop	2	1.309,00	2.618,00
3	Notebook	2	1.859,91	3.719,82
4	Central de ar	2	1.154,25	2.308,50
5	Bebedouro de água	1	449,00	449,00
6	Telefone fixo	3	88,90	177,80
7	Telefone móvel	2	200,00	400,00
8	Trado holandês	1	500,55	500,55
9	Balde	5	9	45,00
Sub-total (A)				\$ 11.816,67

Fonte: Autoral.

29.2 Móveis e Utensílios

Estes foram todos os móveis e utensílios necessários para abrir a empresa, e seus respectivos valores. Todo orçamento feito na Magazine Luiza.

TABELA 17: Móveis e utensílios

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Mesa de reunião 8 lugares já com Cadeiras	1	512,91	512,91
2	Sofás	1	597,46	597,46
3	Estante	1	197,91	197,91
4	Mesa para computador	2	664,91	1.329,82
5	Cadeiras	5	139,90	699,50
6	Mesa para bebedouro	1	78,84	78,84
Sub-total (A)				\$ 3.416,44
Total dos investimentos fixos		Sub-total(A+B)		\$ 15.233,11

Fonte: Autoral.

30 CAPITAL DE GIRO

30.1 Estimativa do Estoque Inicial

Na tabela consta materiais necessários para o funcionamento da empresa, necessitando em estoque, para que não haja falta, como kit de tintas para impressora, material geral de escritório como canetas, caderneta, agenda e também necessita de chamex para impressão de projetos dentre outros.

TABELA 18: Material necessária

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Kit tintas para Impressora	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
2	Material de escritório	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
3	Papel Chamex A4	1	R\$ 229,99	R\$ 229,99
TOTAL				R\$ 729,99

Fonte: Autoral.

30.2 Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

O prazo para compras tendo como objetivo de adquirir bens, tecnologias e outras ferramentas vai consistir em 80% das compras serão a vista, e os outros 20%. Serão a prazo no boleto bancário de até 30 dias úteis mensalmente.

TABELA 20: prazo médio de compras

Prazo médio de Compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
A vista	80,00	1	0,80
A prazo	20,00	30	6,00
Prazo médio total			7

Fonte: Autoral.

30.3 Cálculo de necessidade média de estoque

Como vai se tratar de uma empresa de consultoria que trabalha com vendas de informação e treinamentos, não há necessidade de estoque. Estima-se um prazo de 10 dias, pois não a produto com data de validade, a saber que os 10 dias vai ser para a reposição de tintas e compras de papel A 4 para empresa.

TABELA 21: Estoque da empresa em dias

Necessidade média de estoque	
Número de dias	10

Fonte: Autoral.

30.4 Necessidade Líquida de Capital de Giro

No quadro demonstra a necessidade líquida de contas a receber, os dias necessários de mercadoria em estoque, e os fornecedores. Totalizando cerca de 30 dias a necessidade líquida de capital.

TABELA 22: Estimativa de capital de giro

	Número de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	4
2. Estoques – necessidade média de estoques	4
Subtotal 1 (item 1 + 2)	8
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	30
Subtotal 2	38
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2)	30

Fonte: Autoral.

30.5 Caixa Mínimo

O caixa mínimo da empresa conta com custos fixos e variáveis, ao qual será somado e dividido por 30 dias, que equivale ao custo diário da empresa, e posteriormente para saber o custo mensal do caixa mínimo só multiplicar o custo diário por 30 dias.

TABELA 23: Caixa mínimo

1. Custo fixo mensal (tabela 33)	R\$ 6.452,40
2. Custo variável mensal (Subtotal 2 da tabela 34)	R\$ 800,00
3. Custo total da empresa (item 1 + 2)	R\$ 7.252,40
4. Custo total diário (item 3 ÷ 30 dias)	R\$ 241,74
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (divide resultado do quadro anterior)	30
Total de B – Caixa mínimo (item 4 x 5)	R\$ 7.252,20

Fonte: Autoral.

30.6 Capital de Giro (Resumo)

O capital de giro necessário para funcionamento da empresa, contempla o estoque inicial, mais o valor do caixa mínimo.

TABELA 24: Capital de giro necessário no caixa da empresa.

Investimentos financeiros	R\$
A - Estoque inicial	729,99
B - Caixa mínimo	7.252,20
Total dos investimentos financeiros (A +B)	7.982,19

Fonte: Autoral.

30.7 Investimentos Pré-Operacionais.

Todo gasto realizado no início das atividades da empresa, como marketing, legalização, o alvará disponibilizado pela prefeitura, como também cursos e treinamentos para os colaboradores.

TABELA 25: Investimentos pré-operacionais.

Marketing	R\$ 300,00
Despesas de legalização	R\$ 1.500,00
Licenças e alvará	R\$ 1.000,00
Cursos e treinamentos	R\$ 500,00
Total	R\$ 3.300,00

Fonte: Autotal.

31 INVESTIMENTO TOTAL (RESUMO)

A empresa no geral contempla os investimentos fixos, mais o capital de giro, mais os investimentos pré-operacionais. Somados totalizara o valor correspondente a todos as aplicações necessárias da empresa.

TABELA 26: Representação do investimento total.

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimentos Fixos – (Tabela 17)	15.233,11	
2. Capital de Giro – (Tabela 24)	7.982,19	
3. Investimentos Pré-Operacionais – (Tabela 25)	3.300,00	

Total (1 + 2 + 3)	26.515,30	100,00
-------------------	-----------	--------

Fonte: Autoral.

31.1 FONTES DE RECURSO

A empresa disponibilizá recursos de um sócio proprietário, ao qual fica responsável por todo capital necessário para gerir o negócio. Não necessita de recursos de terceiros como empréstimos e outros.

TABELA 27: Fontes de recurso.

Fontes de recursos	Valor (R\$)	(%)
1. Recursos próprios	30.000,00	100
2. Recursos de terceiros		
3. Outros		
Total (1 + 2 + 3)	30.000,00	100,00

Fonte: Autoral.

32 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

No quadro demonstra o faturamento mensal da empresa, bem como trabalhos prestados e seus respectivos valores, e a quantidade estimada por mês para cada trabalho definido. Para projeto aprovado a uma taxa de 2%, a empresa tem que elaborar no mínimo dois projetos que contemplem valores de R\$ 150.000,00, podendo o mesmo atender pequenos produtores, não precisando ser na ordem de 2 produtores com esses valores, poderá elaborar projetos pequenos e juntado para obter essa meta proposta.

TABELA 28: Faturamento mensal da empresa.

Produto/ Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
Projeto aprovado	2	3.000,00	6.000,00
Auxilio para implantação do negócio	4	998,00	3.992,00
Consultoria Individual por pessoa	3	300,00	900,00
Treinamentos para Empresas	2	1.800,00	3.600,00
Elaboração de projetos	2	998,00	1.996,00
Total			16.488,00

Fonte: autoral.

Para treinamentos empresariais este valor proposto é de um pacote fechado, podendo o mesmo optar em pagar por hora ou por pessoa um valor de R\$ 100,00. Juntando todos estes trabalhos o valor estimado em R\$ 3.600,00.

Já para elaboração de projetos o número proposto contempla e elabora só dois projetos podendo o mesmo ser superior, elaborando mais de dois projetos por mês. Valores dos projetos são fixos não variam conforme tamanho da propriedade.

Na implantação do negócio e consultoria individual os valores propostos são semelhantes, o que diferencia é que, o proposto para implantar negócio tem um número superior, enquanto a consultoria individual vai consistir em 3, e em cada um desses três, vai ser aproximadamente 3 horas por pessoa.

32.1 Estimativa do Custo Unitário de Matéria Prima, Materiais Diretos e Terceirizações

Não terá custo quanto a produtos, pois se trata de uma empresa que trabalha com venda de informações, ao qual não necessita de materiais, como matéria prima, materiais terceirizados e outros.

32.2 Estimativas dos Custos de Comercialização

A empresa será optante pelo Simples Nacional, ao qual estará sujeito todos os impostos a serem recolhidos.

TABELA 29: Descrição dos custos de comercialização.

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1. Impostos			
Optante pelo simples nacional	15,33	16.488,00	2.473,20
Subtotal 1			2.473,20
2. Gastos com vendas			
Comissões			
Propaganda	2	16.488,00	329,76
Taxa de administração do cartão de Crédito	5	16.488,00	824,40
Subtotal 2			1.154,16
Total (Subtotal 1 + 2)			3.627,36

Fonte: Autoral.

Hoje para empresas de consultoria, ao qual prestam serviços de venda de informações, bem como treinamentos e outros o valor fixo e final e de 15,33% da participação de todas as receitas. Também a Du Campo terá custo com propaganda no valor de 2% e cartão de crédito 5%.

32.3 Apuração dos Custos de Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas

Os custos acima mencionados, uma parte tem a contribuição para o combustível do veículo, para deslocamento nas propriedades e para deslocamento para instituições financeiras. Os demais custos são com impressões de papel, também se caracteriza como uso de panfletagem e outros.

TABELA 30: custos materiais diretos/de mercadoria vendidas.

Produto/ Serviço	Custo Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
Projeto aprovado	300,00	300,00
Auxilio para implantação do Negócio	300,00	300,00
Consultoria Individual por Pessoa	100	100,00
Treinamentos para Empresas	200,00	200,00
Elaboração de projetos	300	300,00
Total		1.200,00

Fonte: Autoral.

32.4 Estimativas dos Custos com Mão-de-Obra

A empresa terá como colaboradores uma secretaria para atendimento de clientes na recepção, um consultor trainee, que vai auxiliar nas consultorias, um consultor máster formado em engenheiro agrônomo e outras atribuições que o qualificam. Será pago um valor mensal para o mesmo, irá trabalhar quando solicitado, sendo independente, terá como requisito, experiência na área. A empresa contará também com um consultor sócio proprietário, envolvido em todas as atividades

TABELA 31: Custos com mão-de-obra.

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal (R\$)	(%) de encargos sociais	Encargos sociais (R\$)	Total (R\$)
Secretaria	1	1.000,00			1.000,00

Consultor trainee	1	1.000,00			1.000,00
Consultor Proprietario	1	1.000,00			1.000,00
Consultor master	1	1.000,00			1.000,00
Total					4.000,00

Fonte: Autoral.

32.5 Estimativa dos Custos de Depreciação

A vida útil das máquinas e equipamentos são idênticos a dos moveis e utensílios, com durabilidade em 10 anos, somados e divididos pela quantidade de anos tem o valor anual, e para saber o mensal basta dividir o valor encontrado anualmente e dividir pela quantidade de meses em um ano, ou seja, divide-se por 12 e encontrara o valor de depreciação mensal.

TABELA 32: Custos de depreciação.

Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Máquinas e Equipamentos	11.816,67	10	1.181,66	98,47
Móveis e Utensílios	3.416,44	10	341,64	28,47
Total			1.523,30	126,94

Fonte: Autoral.

33 ESTIMATIVAS DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Os custos fixos operacionais mensais se caracterizam como custo para manter a empresa. Algumas empresas como industrias, esses valores alteram por mês segundo seu volume de produção, principalmente energia elétrica. Já a Du Campo consultoria não haverá alterações desses valores, pois as máquinas utilizadas serão ligadas todos os dias úteis de serviço, com ou sem serviço.

TABELA 33: Custos operacionais fixos mensais.

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Aluguel	1.000,00
Água	50,00
Energia elétrica	300,00
Telefone	80,00

Honorários do contador	500,00
Manutenção dos equipamentos	100,00
Salários + encargos	4.000,00
Material de limpeza	50,00
Material de escritório	150,00
Internet	100,00
Depreciação	122,40
Total	6.452,40

Fonte: Autoral.

34 ESTIMATIVAS DE CUSTOS VARIÁVEIS OPERACIONAIS MENSAIS

Os custos variáveis são muito poucos, avista que se trata de uma empresa de consultoria e não de uma indústria, onde se utiliza o uso de muita energia dependendo do volume de produção. Todos os dias será ligado normalmente todos os equipamentos da empresa.

TABELA 34: Custos variáveis.

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Material de limpeza	50,00
Manutenção dos equipamentos	100,00
Material de escritório	150,00
Honorários do contador	500,00
Total	800,00

Fonte: Autoral.

35 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Tirando todos os custos variáveis, custos com mercadoria vendida e custos fixos, da receita, a Du Campo consultoria se mostrou eficiente, pois seu resultado no final do mês constata um lucro positivo.

TABELA 35: Representação de resultados

Tabela	Descrição	(R\$)
28	1. Receita Total com Vendas	16.488,00
34	2. Custos Variáveis Totais	800,00
30	(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	1.200,00
29	(-) Impostos sobre vendas	2.473,20
(Subtotal 1)		

29 (Subtotal 2)	(-) Gastos com vendas	1.154,16
	Subtotal de 2	5.627,36
	3. Margem de Contribuição (1 - 2)	10.860,64
33	4. (-) Custos Fixos Totais	6.452,40
	5.Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3 - 4)	4.408,24

Fonte: Autoral.

36 PONTO DE EQUILÍBRIO

Para achar o ponto de equilíbrio utilizou se a formula de Custo Fixo / (Receita – Custo Variável)) x 100. Formula disponibilizada pelo Sebrae

$$\begin{aligned} \text{Receita Total} &= 16.488,00 \\ \text{Custo Variável Total} &= \\ 800,00 \text{ Custo Fixos Total} &= \\ &6.45 \end{aligned}$$

2,4

Margem de contribuição = receita – custo variável

$$\text{ME} = (16.488,00 - 800,00) / 16.488,00 \times 100 = \mathbf{95,14 \%}$$

$$\text{PE} = (6.452,40 / 95,14) = \mathbf{67.82}$$

Após os cálculos os valores obtidos contemplam entre 95,14 % do total e em R\$ 6.782,00 onde se encontra o ponto de equilíbrio.

37 LUCRATIVIDADE

A lucratividade demonstra o ganho que a empresa consegue gerir ao longo de seu trabalho prestado, tendo como formula a Lucratividade = (Lucro Líquido / Receita Total) x 100. Seguindo os passos vamos obter o seguinte:

$$\begin{aligned} \text{Lucro Líquido} &= 4.408,24 \\ \text{Receita Total} &= 16.488,00 \\ \text{Lucratividade} &= 4.408,24 / 16.488,00 = 0,26 \times 100 = \mathbf{26,73\%} \end{aligned}$$

Com esse resultado implica dizer que a empresa de todo o trabalho prestado terá como lucratividade 26,73% de 100%.

38 RENTABILIDADE

Na rentabilidade tem se um cálculo de Rentabilidade = (lucro líquido/investimento) x 100, que tem por objetivo verificar se o negócio é rentável ou não, demonstrado no cálculo a seguir:

$$\begin{aligned} \text{Lucro líquido} &= \\ &4.408,24 \\ \text{Investimento} &= \\ &26.515,30 \\ \text{RE} &= (4.408,24/26.515,30) \times \\ &100 \text{ RE} = 0,16 \times 100 = \mathbf{16,62 \%} \end{aligned}$$

Com esse cálculo obtém que a rentabilidade da empresa é 16,62 %, devido as máquinas e equipamentos serem todos adquiridos novos.

39 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO

O retorno do investimento se caracteriza como o retorno do dinheiro investido na empresa, seja ele para compra de máquinas e equipamentos, móveis ou utensílios. A fórmula é simples, basta calcular $\text{PRI} = \text{Investimento Total} / \text{Lucro Líquido}$,

$$\begin{aligned} \text{Investimento} &= \\ &26.515,30 \\ \text{Lucro líquido} &= 4.408,24 \\ \text{PRI} &= 26.515,30/4.408,24 = \mathbf{6,10 \text{ (06 meses e 10 dias)}} \end{aligned}$$

A partir dos cálculos constatou-se que a Du Campo consultoria terá o retorno do dinheiro investido em 6 meses e 10 dias, considerando os gastos e custos e vendas projetados nos quadros anteriores.

40 EBITDA

A Ebitda pode ser entendida como uma operação que vai mostrar o potencial do caixa da empresa, bem como está gerando com suas atividades operacionais. A sua fórmula é dada a seguir;

$$\begin{aligned} \text{Ebit} &= \text{Lucro líquido} + \text{Depreciação} + \\ &\text{Amortização} \\ \text{Lucro líquido} &= 4.408,24 \\ \text{Depreciação} &= 1.523,30 \\ \text{Ebit} &= 4.408,24 + 1.523,30 = \mathbf{5.931,54} \end{aligned}$$

Ja para saber em porcentagem tem o seguinte calculo; $\text{Ebit} / \text{Receita Total} \times 100$

Ebit = 5.931,54

Receita Total = 16.488,00

$5.931,54/16.488,00 = 0,35 \times 100 =$

35,97%

Portanto a empresa tem uma ebitda positiva, contando com um lucro de 5.931,54 e um percentual de 35,97%. Nos cálculos acima percebe que a empresa não tem amortização, devido a não ter veículos próprios, e não dispor de ponto comercial próprio, e vale ressaltar que o sócio proprietário tem veículo.

41 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

A construção de cenários é definida como uma ferramenta de visão ao empreendedor, onde pode ser visualizado todos os processos financeiros da empresa, e seu possível resultado final, de lucro ou prejuízo.

TABELA 36: Representação de possíveis cenários.

Tabela	Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
		Valor (R\$)	(%)	Valor (R\$)	(%)	Valor (R\$)	(%)
28	1. Receita total com vendas	16.488,00	100	13.190,40	100	18.961,20	100
34	2. Custos variáveis totais	800,00	4,85	640,00	4,85	920,00	4,85
30	(-) Custos com materiais diretos e ou CMV	1.200,00	7,27	960,00	7,27	1.380,00	7,30
29 (Subtotal 1)	(-) Impostos sobre vendas	2.473,20	15	1.978,56	15	2.844,18	15
29 (Subtotal 2)	(-) Gastos com vendas	1.154,16	7,0	923,32	7,0	1.327,28	7,0
	Subtotal 2	5.627,36	34,13	4.501,88	34,13	6.471,46	34,13
	3. Margem de contribuição (1 – 2)	10.860,64	65,86	8.688,52	65,86	12.489,74	65,86
33	4. (-) Custos fixos totais	6.452,40	39,13	6.452,40	48,91	6.452,40	34,02
	Lucro/Prejuízo Operacional (3 – 4)	4.408,24		2.236,12		6.037,34	

Fonte: Autoral.

Após verificar a receita possível e tirar todos os gastos possíveis, percebeu-se que a Du Campo consultoria tem resultado positivo no cenário provável, tornando-se

decisivo para os demais cenários, pessimistas e otimista.

41.1 Cálculo da Tabela de Construção de Cenários

Para saber o cálculo da construção de cenários, a empresa adotou como pessimista -20%, já para saber do otimista foi adotada uma porcentagem de +15%. Os cálculos serão demonstrados a seguir na tabela:

No cenário pessimista adotou uma redução de - 20% nas receitas e percebeu que os custos com materiais tiveram redução. Já os impostos também baixaram pôr a receita baixar, os gastos com vendas também tiveram uma redução, e em contrapartida os custos fixos se mantem no mesmo patamar, sendo as maquinas e equipamentos ligados normalmente todos os dias de trabalho.

TABELA 37: Cálculo dos cenários.

Descrição	Cenário pessimista- - 20%	Total	Cenário otimista +15%	Total
Receita total com Vendas	16.488,00 – 20%	13.190,40	16.488,00+ 15%	18.961,20
Custos variáveis totais	800,00 – 20%	640,00	800,00 + 15	920,00
Custos com materiais diretos e ou CMV	1.200,00 - 20%	960,00	1.200,00 + 15%	1.380,00
Impostos sobre Vendas	2.473,20 - 20%	1.978,56	2.473,20+15%	2.844,18
Gastos com Vendas	1.154,16 - 20%	923,32	1.154,16+15%	1.327,28
Soma dos quadros Anteriores	1+2+3	4.501,88	1+2+3	6.471,46
	13.696 – 4.501,88	8.688,52	18.961,20- 6.471,46	12.489,74
Custos fixos totais		6.452,40		6.452,40
Lucro/Prejuízo Operacional	TOTAL	2.236,12	TOTAL	6.037,34

Fonte: Autoral.

No otimista a empresa adotou uma porcentagem de +15% nas receitas, os custos com matérias ou mercadoria vendida tiveram aumento, impostos também por vender mais produtos, e também os gastos com vendas. Os custos fixos se mantem no mesmo valor das

outras projeções, sendo máquinas como computadores e outros ligados todos os dias normalmente.

42 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

42.1 Análise da Matriz F.O.F.A.

A empresa adota como pontos fortes em forças, ter colaboradores com conhecimento na área, e dar suporte e acompanhamento aos clientes, fazendo visita na propriedade, contando com um número pequeno de concorrentes e também a disponibilidade de linhas de créditos voltadas para pequenos e grandes produtores. Já em oportunidades para empresa, o mercado é muito abrangente, tem crescimento surpreendente, respondendo pela economia brasileira e demonstrado capacidade de produção contanto com abertura de novas áreas e reaproveitamento da mesma, além e claro da capacitação de novos colaboradores formando na área para trazer consigo informações e novos métodos como conhecimentos.

TABELA 38: Representação matriz F.O.F.A.

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Pontos fortes	FORÇAS Conhecimento na área das culturas Número pequeno de concorrentes Diversidade de linhas de créditos disponíveis	OPORTUNIDADES Mercado abrangente Destaque no PIB brasileiro Áreas em expansão Formação e conhecimento sobre as culturas
	FRAQUEZAS Falta de conhecimento sobre algumas pragas Falta de conhecimento com empresas e proprietários de terras	AMEAÇAS Concorrentes Falta de clientes
Pontos fracos		

Fonte: sebrae

Para os pontos fracos a empresa necessita de qualificação sobre tudo o que diz respeito no campo, como surgimento de novas pragas e desenvolvimento de pesquisas ao qual vai proporcionar os melhores resultados possíveis, e a falta de conhecimento com proprietários, empresas e empresários, ao qual dificulta o relacionamento e desempenho da Du Campo.

Já as ameaças são os concorrentes, sendo como ponto fraco para a Du Campo, pôr os mesmos já ter clientes e nome no mercado, ao qual vai dificultar um pouco, em um novo conceito de consultoria na cidade e região, só após um bom periodo de tempo e boa relação que a empresa vai ser reconhecida como prestadora de serviço. A falta de clientes pode ser prejudicial, como se trata de uma nova empresa, ganha a queelas que tem nome no mercado e tem recursos para barganhar.

43 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos maiores problemas encontrados no campo se da pelo desgaste das terras, bem como pastagens e lavouras, recorrentes do uso intensivo, sem tempo de descanso os mesmos chegam a ficar improdutivos diminuindo o lucro do produtor e até mesmo ficando improdutiva.

Muitos metodos tem sido adotado para inibir os desgastes nas propiedades, muitos produtores ainda não tem conhecimento de sistemas sustentaveis e rentáveis, bem como um sistema já utilizado algum tempo, que tem dado resposta significativa, sistemas ILPF e sistema ILP.

Já e bastante utilizado na região do nordeste e município de açailandia o sistema Integração Lavoura e Pecuaria, que tem se tornado uma opção para pequenos e grandes produtores, mas muito ainda tem que ser feito para que pequenos produtores tem acesso aos créditos disponíveis, incentivos como demonstrações e trabalhos de pesquisas sobre o tema.

O que faz o sistema ser interessante para todos os produtores, é sua facilidade em implantar e o tamanho da área que o mesmo abranje, ou seja qualquer área e piquete, além é claro dos beneficios ja mencionados.

44 BIBLIOGRAFIA

ABIEC. ABIEC, 2017. Disponível em: <<http://www.abiec.com.br/download/release-061017.pdf>>. Acesso em: 17 agosto 2019.

ABIEC. ABIEC, 2019. Disponível em: <<http://www.abiec.com.br/>>. Acesso em: 16 agosto 2019.

ABIEC. perfil da pecuária no Brasil, 2019. Disponível em: <<http://www.abiec.com.br/control/uploads/arquivos/sumario2019portugues.pdf>>. Acesso em: 06 setembro 2019.

AGED/MA. AGED. Disponível em: <<http://www.aged.ma.gov.br/aged/>>. Acesso em: 20 setembro 2019.

CALDAS, J. Braquiária muito além da alimentação animal. EMBRAPA, 2018. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/31795514/braquiaria-muito-alem-da-alimentacao-animal>>. Acesso em: 23 setembro 2019.

CANAL Rural. Canal Rural, 2019. Disponível em: <<https://canalrural.uol.com.br/noticias/pecuaria/aves/frango-exportacoes-sobem-mais-de-14-em-um-ano-diz-abpa/>>. Acesso em: 18 agosto 2019.

CONAB. Produção de grãos cresce 3,4% e chega a 235,3 milhões de toneladas. CONAB, 11 abril 2019. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/ultimas-noticias/2845-producao-de-graos-cresce-3-4-e-chega-a-235-3-milhoes-de-toneladas>>. Acesso em: 13 julho 2019.

CONGRO, C. Consórcio milho-braquiária beneficia o solo e o agricultor. EMBRAPA, 18 fevereiro 2013. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/en/busca-de-noticias/-/noticia/1473003/consorcio-milho-braquiaria-beneficia-o-solo-e-o-agricultor>>.

CORTE, C. P. A. P. D. Pecuária intensiva X extensiva para gado de corte: Quais são as diferenças. revista agropecuária, 2019.

COUNTRYMETERS. População dos Estados Unidos da América, 2019. Disponível em: <[https://countrymeters.info/pt/United_States_of_America_\(USA\)](https://countrymeters.info/pt/United_States_of_America_(USA))>. Acesso em: 06 setembro 2019.

CRUZ, J. C. et al. AGEITEC. Disponível em: <https://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/milho/arvore/CONTAG01_72_59200523355.html>.

CURY, T. veja, mar. 2017.

EMBRAPA. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/qualidade-da-carne/carne-bovina>>. Acesso em: 15 ago. 2019.

EMBRAPA. EMBRAPA, 2018. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/31857566/dez-erros-para-nao-cometer-na-ilpf>>. Acesso em: 19 agosto 2019.

ESTADÃO. Brasil volta a importar carne bovina in natura dos EUA após 13 anos de bloqueio. GLOBORURAL, maio 2017. Disponível em:

<<https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Criacao/Boi/noticia/2017/05/globo-rural-brasil-volta-a-importar-carne-bovina-in-natura-dos-eua-apos-13-anos-de-bloqueio.html>>. Acesso em: 16 agosto 2019.

FERREIRA, V. Consumo per capita de carnes no Brasil é o menor em oito anos. Revista Globo Rural, julho 2017. Disponível em:

<<https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Criacao/noticia/2017/07/consumo-capita-de-carnes-no-brasil-e-o-menor-em-oito-anos.html>>. Acesso em: 16 julho 2019.

FILHO, A. P. Mecanização do Sistema Plantio Direto, 2005. Disponível em:

<http://www.iac.sp.gov.br/publicacoes/agronomico/pdf/v57-1_MecanizacaoSistemaPlantioDireto.pdf>. Acesso em: 12 Julho 2019.

FILHO, K. E. Cruzamento em gado de corte. Brasília: Embrapa 1996,

1996. FORMIGONI, I. farmnews. farmnews, 2019. Disponível em: <<http://www.farmnews.com.br/mercado/pproducao-mundial-de-carne-bovina/>>. Acesso em: 16 agosto 2019.

FORMIGONI, I. farmnews. farmnews, 2019. Disponível em:

<<http://www.farmnews.com.br/historias/maiores-consumidores-de-carne-bovina/>>. Acesso em: 26 setembro 2019.

FORMIGONI, I. Produção per capita de carne bovina, no Brasil e no mundo. Farmnews, 11 março 2019. Disponível em: <<http://www.farmnews.com.br/pesquisa/producao-per-capita-de-carne-bovina/>>.

G1 Globo. GLOBO, 2019. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/economia/agronegocios/noticia/2019/06/10/exportacao-de-carne-suina-do-brasil-cresce-41percent-em-maio-puxada-pela-china.ghtml>>. Acesso em: 18 agosto 2019.

G1.GLOBO. MT é responsável por 20% da carne bovina exportada pelo Brasil em 2018. g1, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mt/mato-grosso/noticia/2019/01/08/20-da-carne-bovina-exportada-pelo-brasil-em-2018-foi-produzida-em-mt-2o-maior-exportador-do-pais.ghtml>>. Acesso em: 26 setembro 2019.

HOMERO BERGAMASCHI, R. M. O MILHO E O CLIMA. In: _____ O MILHO E O CLIMA. Porto Alegre: Emater/RS-Ascar, 2014. Disponível em:

<http://www.emater.tche.br/site/arquivos/milho/O_Milho_e_o_Clima.pdf>. Acesso em: novembro 2019.

IBGE - Pesquisa Trimestral do Abate de Animais. Sistema IBGE de Recuperação Automática - SIDRA. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/1092#resultado>>. Acesso em: 05 setembro 2019.

IBGE. censo agro, 2017. Disponível em:

<https://censos.ibge.gov.br/agro/2017/templates/censo_agro/resultadosagro/pecuaria.html?loc_alidade=0&tema=75652>. Acesso em: 16 agosto 2019.

INDICADORES IBGE. IBGE, 2018. Disponível em:

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/13cd1316db83af017e82a7621772766c.doc>. Acesso em: 18 agosto 2019.

INTEGRAÇÃO Lavoura Pecuária Floresta - ILPF. EMBRAPA. Disponível em:

<<https://www.embrapa.br/tema-integracao-lavoura-pecuaria-floresta-ilpf/nota-tecnica>>. Acesso em: 19 agosto 2019.

IVO MARTINS CEZAR, H. P. Q. L. R. L. D. S. T. F. L. G. C. F. P. C. Sistemas de Produção de Gado de Corte no Brasil: Uma Descrição com Ênfase no Regime Alimentar e no abate, Mato Grosso do Sul, outubro 2005. Disponível em:

<http://old.cnpqg.embrapa.br/publicacoes/doc/doc_pdf/doc151.pdf>. Acesso em: 26 agosto 2019.

JOÃO CARLOS GARCIA, J. D. O. D. Produção e consumo do milho, 2010. Disponível em:

<<http://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/48026/1/Producao-consumo.pdf>>. Acesso em: 2019.

JOÃO KLUTHCOUSKI, L. A. M. C. G. C. P. D. O. Braquiária na Agropecuária.

In: CECCON, G. Consórcio milho-braquiária. Brasília: EMBRAPA, 2013.

LANDAU, E. C.; MAGALHÃES, P. C.; GUIMARÃES, D. P. Arvore do conhecimento milho. Ageitec, 2019. Disponível em:

<https://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/milho/arvore/CONTAG01_17_168200511157.html>.

MAPA. MAPA, 2018. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/saude-animal-e-vegetal/saude-animal/programas-de-saude-animal/febre-aftosa/brasil-livre-da-aftosa>>. Acesso em: 16 agosto 2019.

MARCELO CORRÊA DA SILVA, V. M. B. M. C. S. F. HISTÓRIA DO POVOAMENTO BOVINO NO BRASIL CENTRAL. Revista UFG, Dezembro 2012. Acesso em: 15 ago. 2019.

MUSTAFA ZIA, J. H. . K. H. E. C. V. Brasil novamente se torna o maior exportador mundial de carne bovina. USDA, 2019. Disponível em: <<https://www.ers.usda.gov/amber-waves/2019/july/brazil-once-again-becomes-the-world-s-largest-beef-exporter/>>. Acesso em: 06 setembro 2019.

ODILSON RIBEIRO, S. Á. Exportações do agronegócio garantiram superávit da balança comercial. MAPA, 2018. Disponível em:

<<http://www.agricultura.gov.br/noticias/exportacoes-do-agro-garantiram-superavit-da-balanca-comercial>>. Acesso em: 26 setembro 2019.

PESQUISA da Pecuária Municipal - PPM. IBGE, 2018. Disponível em:

<<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9107-producao-da-pecuaria-municipal.html?=&t=resultados>>. Acesso em: 23 setembro 2019.

PRODUÇÃO da Pecuária Municipal 2018. IBGE, 2018. Disponível em:

<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/84/ppm_2018_v46_br_informativo.pdf>. Acesso em: 23 setembro 2019.

RAMON C. ALVARENGA, M. M. G. N. J. H. R. J. C. G. M. C. M. V. A. A. D. N. C.

Sistema de Integração Lavoura-Pecuária: O modelo implantado na Embrapa Milho e Sorgo, Dezembro 2007.

RODRIGO DA COSTA GOMES, G. L. D. F. L. C. Evolução e Qualidade da Pecuária Brasileira. EMBRAPA Gado de corte, 24 março 2017. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/documents/10180/21470602/EvolucaoQualidadePecuaria.pdf/64e8985a-5c7c-b83e-ba2d-168ffaa762ad>>. Acesso em: 05 setembro 2019.

SANTOS, FERNANDO VIELA DE ALMEIDA. Entraves na Cadeia Produtiva de Carne Bovina no Brasil: uma revisão bibliográfica, Brasília, junho 2017.

GEOVANA TIRADO. et al. CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DA CARNE BOVINA NO ESTADO DE SÃO PAULO, junho 2008. Acesso em: 18 agosto 2019.

45 ANEXO

FACULDADE VALE DO AÇO
QUESTIONÁRIO

Nome:

Fones () _____

Município: _____

Endereço p/correspondência: _____

I. PERFIL DO PRODUTOR

01. Idade: _____

02. Naturalidade: _____

Escolaridade: _____

3. INFRAESTRUTURA DA FAZENDA

11. Posse: () própria () arrendada () cedida

12. Área total (ha): _____

15. Pastejo: () contínuo () rotacionado () Outro

18. Limpeza da pastagem?

() Manual () Mecânica () Química () Não

19. Manejo do solo da pastagem:

() Análise de fertilidade () Calagem () Não

() Adubação. Com o que? () esterco () químico

20. Faz melhoramento dos solos?

21. Qual maquinário utilizado.

Próprio () ou de terceiros ()

22. Quanto tempo ocorre a renovação de pastos?

23. Algum tipo de semente específica de capim?

24. Existe alguma parte da propriedade que e trabalhada outra cultura? Qual.

25. Já trabalhou ou trabalha atualmente com rotação de cultura?

26. Já utilizou capim consorciado com milho?

30. Aluga pasto? Qual o tamanho.

32. Suplementa com minerais?

Sal comum mineral Proteinado Não

33. Equipamentos e máquinas:

Trator Animal de tração grade arado Picadeira de forrageira
 Ensiladeira Tronco Brete Misturador de ração Balança/ animal
 Triturador de grãos

34. Fonte de água:

poço rio açude outro. _____

39. Faz controle financeiro?

Despesas Receitas Não

52. Raça ou grau de sangue do rebanho?

Gir Girolando Holandês Jersey Nelore Guzerá Outra

60. Gostaria de participar de palestras/cursos sobre produção do gado de corte?

Sim Não.

Entrevistador: _____

Data: ____/____/____