



Faça acontecer



Apostila de PPJ 2022

Autogestão na Agricultura Familiar

Aonde você vai? Espero que em frente!

- Alex Pires Andrade





Escola Família Agrícola de Natalândia - EFAN
Disciplina de Projeto Produtivo do Jovem
Professor: Alex Pires Andrade
Ilustrador: Matheus Villi Soares Martins

Dados de Catalogação

Apostila de Projeto Profissional do Jovem: Autogestão na Agricultura Familiar/
organizador Alex Pires Andrade
A. P. Andrade. - Natalândia, MG. EFAN, 2022

40pág.:il; 210 X 297 mm. (Produtos Pedagogia da Alternância EFAN)

ilustrador: Matheus Villi Soares Martins - MARTINS, M. V. - Natalândia - MG. Escola Família Agrícola de Natalândia, 2021/22.

Versão atualizada de: ANDRADE, Alex - PROJETO PROFISSIONAL DO JOVEM E AUTOGESTÃO NA AGRICULTURA FAMILIAR: 3º ANO- Curso Técnico em Agropecuária - EFAN. 2021 - Disponível na biblioteca da Escola Família Agrícola de Natalândia - EFAN.

Elaborado por: Alex Pires Andrade, em 2022. formato: PDF

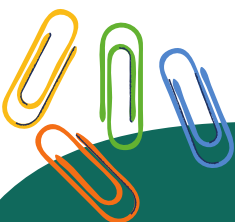


O que é o Projeto Profissional do Jovem?

Na estruturação pedagógica da Escola Família Agrícola, o PPJ é um instrumento pedagógico e ao mesmo tempo um componente curricular, que tem por função sistematizar o conhecimento construído pelo jovem em formação, organizar as informações oriundas do seu conhecimento produzido na vivência familiar e comunitária e nos momentos de aprofundamento da sua realidade sócio-profissional. Neste sentido ele pode ser considerado como um elemento provocador no momento em que instiga o jovem e a família a pesquisar, buscar respostas, estudar e construir coletivamente alternativas para o desenvolvimento da propriedade e da comunidade, contribuindo para o pilar do desenvolvimento do meio.

Assim para o jovem concluir o seu PPJ ele necessita mobilizar diferentes saberes construídos ao longo do percurso formativo, tais como: de escrita, de organização do pensamento e raciocínio lógico matemático, deve ter noções de administração e matemática para realizar todos os cálculos de análise financeira e econômica (balanço patrimonial, custo de produção, fluxo de caixa, entre outros), de oralidade, pois necessita defender em banca de avaliação e, por último um ingrediente determinante: ele deve ser implantado como uma experiência no 3º ano de estudos e estar apto para implantação ao final da formação. É um elemento construído por idas e vindas, com uma relação direta entre a teoria e a prática, num processo continuado de dois anos, sendo um excelente exemplo prático e teórico de uma avaliação mediadora de todo percorrer formativo do estudante, do professor e dos pais (família).

Como destaca GARCÍA-MARIRRODRIGA e PUIG-CALVÓ "cada estudante deve formular e pôr em prática quando seja possível, um projeto profissional ao terminar a sua formação" (2010, p.176). A implantação do PPJ é, talvez, um dos maiores desafios das EFAs. Pois, aporta em si um potencial de empreendimento, possibilidade de geração de renda, emprego e, conseqüentemente, perspectiva de qualidade de vida no meio, inserindo o jovem no mundo do trabalho, implementando um empreendimento que gere emprego e renda para o jovem e sua família.



"Se você traçar metas absurdamente altas e falhar, seu fracasso será muito melhor que o sucesso de todos"
- James Cameron, cineasta

CARTA DE APRESENTAÇÃO

O que você irá fazer em 2022, após concluir o curso Técnico?

De que forma pretende proporcionar renda para se manter?

O que você gosta de fazer?

Qual seu sonho?

- Trabalhar fazendo o que ama e gerando renda é uma das melhores coisas que podem ocorrer, profissionalmente falando.

Então, que tipo de trabalho daria prazer a você? Qual seria o investimento financeiro para isso ocorrer? Você teria condições financeiras para colocar essa ideia na prática?

Não?! O que você fará então? Você precisa viver! Seja ajudando os pais, vendendo picolé, fazendo queijo, plantando ou criando algum tipo de animal, estudando para prestar vestibular, fazer AGRONOMIA, medicina, enfim, tudo isso requer um PLANO DE NEGÓCIO.

O que se relaciona mais com sua realidade?

É hora de definir o seu TEMA DO PPJ.

► O que quer fazer?

Qual seu tema?

Quem será seu orientador?

Lembre-se que ao final o seu orientador é responsável por definir se seu trabalho está ou não apto a ir a banca examinadora.

Boas ideias!

Um novo tempo pede uma
nova forma de fazer
PPJ!
Acompanhe a apostila.





Sugestões de

Projeto Profissional do Jovem

Antes mesmo de identificar a temática que deseja prosseguir com a elaboração do Plano de Negócio (P.N.) é preciso saber se há uma identificação da sua parte para com aquele tema. É comum que o aluno tenha inúmeras dúvidas e para refrescar um pouco a memória, trago aqui um QR code que pode servir de orientação nessa escolha para o seu empreendimento, mas lembre-se a receita exata para empreendimentos não existe, o que pode ser analisando são fatores norteadores para você nessa escolha, veja em seguida:



Ao realizar o teste, irá aparecer áreas em que você pode buscar temas que talvez se adeque a sua realidade e ganhe seu coração, mas se caso não se identificar com nenhuma das áreas sugeridas, não se apavore, você ainda pode contar com as sugestões de temas que estarei listando aqui na sequência ou então poderá até mesmo trazer talvez um tema inovador que ainda não foi realizado na instituição, como as startup, você estaria inovando o padrão de P.N. já elaborados.

Lista de temáticas sugeridas:

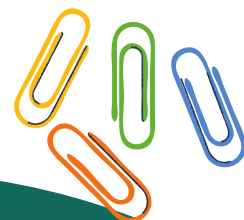
Produção de maracujá;
Produção de bonsai;
Produção de bovinos de corte;
Produção bovinocultura leiteira;
Produção de suínos (completa, recria e engorda);
Produção de hortaliças;
Produção e comercialização de marmitas congeladas (tendência do novo mercado);
Produção de café;
Produção de alevinos;
Produção de doce caseiro de leite;
Produção de feno;

Produção de Laranja;
Produção de Melancia;
Produção de ovinos;
Produção de húmus;
Assistência Técnica;
Salão de Beleza;
Manicure e Pedicure;
Produção de Aves de Corte;
Produção de Aves de Postura;
Produção de Açafrão;
Produção de Algodão Orgânico;
Marketing e publicidade digital;
Produção de bombom;

Assistência e manutenção de jardins;
Produção de alimentos minimamente processados;
Produção de farinha;
Produção de mandioca;
Produção de mudas certificadas;
Produção de Uva;
Produção de Silagem;
Produção Carpintaria;
Produção de rã;
Produção de morango;
Produção de feijão;
Produção apícola;
Produção de acerola.

Preencha o formulário abaixo com as informações em que se pede.

Preencher formulário.



ESTRUTURA DO PROJETO PROFISSIONAL DO JOVEM - PPJ 2022

Imagine que você deseja construir uma casa, organizar uma festa, viajar para o campo ou para o litoral. Com certeza, sua intenção é que tudo dê certo, mas, para que isso ocorra, é necessário fazer um cuidadoso planejamento.

Preste atenção nesta palavra: PLANEJAMENTO. Ou seja, a casa, a festa e a viagem não vão se realizar apenas porque você assim deseja, mesmo que seja um desejo ardoroso. Ideias assim nascem em nossos corações, porém, para que elas se tornem realidade, é preciso construí-las passo a passo.

Para que uma viagem aconteça, é necessário escolher o local a ser visitado, decidir o tempo da viagem, quanto dinheiro levar, comprar passagens, reservar hotel, arrumar as malas, entre tantas outras coisas. Se, para uma simples viagem, precisamos fazer tudo isso, imagine quando queremos abrir um negócio. E empreender, muitas vezes, é uma viagem para um lugar desconhecido.

Para você organizar suas ideias é que foi criado o PLANO DE NEGÓCIO. Nesta viagem ao mundo dos empreendedores, o plano de negócio será o seu mapa de percurso.

Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

ORGANIZAÇÃO DO PPJ E ESTRUTURA QUE DEVE SER ADOTADA

- ✓ **CAPÍTULO 1- INTRODUÇÃO**
- ✓ **CAPÍTULO 2- A ESCOLHA TÉCNICA DO PLANO DE NEGÓCIO**
 - 2.1 JUSTIFICATIVA
 - 2.2 OBJETIVOS
 - 2.2.1 OBJETIVO GERAL
 - 2.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS
 - 2.3 REVISÃO DE LITERATURA
- ✓ **CAPÍTULO 3- INFORMAÇÕES SOBRE O EMPREENDIMENTO**
 - 3.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA
 - 3.2 PLANO DE OPERAÇÃO
 - 3.3 PROCESSO DE PRODUÇÃO NA ATIVIDADE
- ✓ **CAPÍTULO 4-UM ESTUDO SOBRE O MERCADO DA ATIVIDADE**
 - 4.1 MERCADO CONSUMIDOR
 - 4.2 MERCADO CONCORRENTE
 - 4.3 MERCADO FORNECEDOR
 - 4.4 ESTRATÉGIAS DE VENDAS- PLANO DE MARKETING
- ✓ **CAPÍTULO 5- PLANO FINANCEIRO DA ATIVIDADE**
 - 5.1 EQUIPAMENTOS/ INSTRUMENTOS QUE INTEGRAM O PROCESSO
 - 5.2 MÓVEIS E UTENSÍLIOS NECESSÁRIOS
 - 5.3 MATÉRIAS-PRIMAS, MATERIAIS SECUNDÁRIOS E EMBALAGENS
 - 5.4 INVESTIMENTOS FÍSICOS
 - 5.5 INVESTIMENTO INICIAL
 - 5.7 CUSTOS FIXOS
 - 5.7.1 CUSTOS FIXOS MENSIS COM MANUTENÇÃO, DEPRECIACÃO E SEGUROS;
 - 5.7.2 CUSTOS COM MÃO-DE-OBRA
 - 5.8 CUSTOS VARIÁVEIS;
 - 5.9 CÁLCULO DO CUSTO UNITÁRIO DE PRODUÇÃO;
 - 5.10 ESTIMATIVA DE RECEITA
 - 5.11 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS
 - 5.12 LUCRATIVIDADE
 - 5.13 RENTABILIDADE
 - 5.14 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO
 - 5.15 PONTO DE EQUILÍBRIO
- ✓ **CAPÍTULO 6- CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO**
- ✓ **CAPÍTULO 7- AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.**
- ✓ **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**



PPJ 2022

PROJETO PROFISSIONAL DO JOVEM



FORMATAÇÃO GERAL



A) MARGEM

- Superior e Esquerda: 3 cm
- Inferior e Direita: 2 cm

B) ESPAÇAMENTO

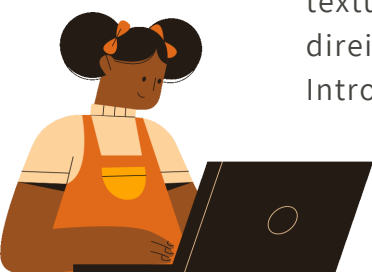
- Texto normal: usar entrelinhas com espaço 1,5 (um e meio);
- Resumo, notas de rodapé, notas explicativas, tabelas e quadro e nas referências, usasse o espaço simples 1,0 (um);
- Transcrições longas (citações diretas com mais de três linhas): espaço simples 1,0 (um) e recuo de 4 cm a partir da margem esquerda;
- Parágrafos: 1 “enter” de espaço entre os parágrafos e sem recuo;
- Títulos das seções: separadas do texto por 1 “enter”, sendo 2 “enter” o espaço do texto para o título seguinte.

C) TIPO E TAMANHO DAS FONTES

- Texto: Times New Roman ou Arial 12;
- Título de capítulos e subdivisões no texto: Times New Roman ou Arial 14;
- Transcrições longas (citações diretas com mais de 3 linhas): Times New Roman ou Arial 10;
- Tabelas, Quadros, Gráficos e Figuras – Título, Fonte e Conteúdo: Times New Roman ou Arial 10; • Notas de Rodapé: Times New Roman ou Arial 10.

D) PAGINAÇÃO

- Todas as folhas do trabalho, a partir da folha de rosto devem ser contadas sequencialmente, mas não numeradas. A numeração é evidenciada a partir da primeira folha da parte textual (introdução), em algarismos arábicos, no canto superior direito da folha. Obs.: A página 1 pode ser também a Introdução.



FORMATAÇÃO GERAL

E) NUMERAÇÃO PROGRESSIVA DOS CAPÍTULOS E DIVISÕES

Nas várias seções do texto deve-se usar a numeração progressiva com a finalidade de evidenciar a sistematização do conteúdo do trabalho, hierarquizando-o. Tanto no sumário como no desenvolvimento do texto, os títulos das seções são grafados de forma diferenciada, destacando-os gradativamente, conforme segue:

- Título de 1º nível (capítulo): em letras maiúsculas e em negrito;

- Título de 2º nível: em letras maiúsculas, sem negrito;

- Título de 3º nível: em letras minúsculas e a inicial da primeira palavra em maiúscula, em negrito;

- Título de 4º nível: em letras minúsculas e a inicial da primeira palavra em maiúscula, sem negrito. A numeração indicativa será de acordo com o nível da seção e precede o título, alinhado à margem esquerda, conforme o exemplo:

IMPORTANTE

O tamanho da fonte dos títulos é de 14 quando aparecem no desenvolvimento do texto. Já no Sumário, a fonte deve ser em tamanho 12;

No desenvolvimento do texto, os títulos da cada capítulo (1º nível) devem iniciar -se em folha distinta, uma vez que se referem às principais divisões de um texto.



PPJ 2022

PROJETO PROFISSIONAL DO JOVEM

PLANO DE NEGÓCIO - PN



O PN é um primeiro exercício para planejar a constituição de uma empresa e, assim, aumentar a margem de segurança no sucesso do seu funcionamento.

Os itens do modelo de PN sugerido a seguir orientam a reflexão e a definição dos vários aspectos a serem considerados para ajustar a visão do negócio através de refinamentos sucessivos correspondentes às inúmeras versões (revisões) do PN, até a elaboração de um dos vários modelos de Plano de Negócios (PN). Por isto, o PN não pode ser considerado como um produto pronto e acabado, ele deve ser considerado como um processo.

Para este processo de desenvolvimentos através de refinamentos sucessivos, todos os itens do PN devem ser descritos, mesmo que de modo superficial, ou ainda com a inserção da observação “pensar melhor” ou “verificar este assunto”. Da mesma forma, todos os valores das tabelas devem ser preenchidos mesmo que eles sejam imprecisos ou estimados.

Neste modelo podem ser incluídos outros itens que forem necessários e ou convenientes para melhorar o entendimento do negócio e, também, excluídos os itens que não se aplicarem ao negócio. Para apresentação do PN recomenda-se adotar os títulos estão grifados a seguir.



CAPÍTULO 01 - INTRODUÇÃO DO PPJ



A Introdução é a etapa inicial do Projeto Profissional do Jovem, devendo assim ser nomeada como "CAPÍTULO 01- INTRODUÇÃO" seguindo as normas de formatação apresentadas na apostila.

Nesse sentido, a introdução do PPJ deve conter um breve resumo do projeto, isto é, apresentar uma noção geral do que será encontrado no corpo do seu projeto. Abaixo algumas orientações sobre o que os parágrafos devem apresentar:

- No primeiro parágrafo, deve apresentar a atividade escolhida e o local em que estará sendo implantado o projeto.
- No segundo parágrafo, deve mencionar os objetivos do projeto.
- No terceiro parágrafo deve explicar o percurso adotado para atestar a viabilidade técnica e financeira do projeto.
- Nos parágrafos seguintes, deve apresentar um breve resumo de cada capítulo do trabalho.

Neste tópico faremos uma abordagem sobre o Plano de Negócios, a sua relevância no cenário empreendedor e os principais tópicos de um Plano de Negócios ideal, para que possamos identificar a viabilidade ou não do investimento, ou mesmo constituir instrumento de monitoração de negócios já existentes.

O sucesso de uma empresa é medido por meio de indicadores que se organizam em uma cadeia de causas e efeitos. (MAXIMIANO, 2006, p. 13).

EFANTÁSTICO,
vai uma dica aí?

Faça a leitura do QR code para
ficar por dentro de como
escrever uma Introdução.



CAPÍTULO 2- A ESCOLHA TÉCNICA DO PLANO DE NEGÓCIO

A escolha técnica do plano de negócio é o momento em que o estudante na condição de empreendedor, deve argumentar o que o levou, motivou ou estimulou a escolher aquela temática.

Nessa etapa, a escrita e a argumentação deve ser direcionada a evidenciar fatores que aproximam a realidade vivenciada pelo educando ao tema proposto para o projeto. Nesse sentido, o estudante irá procurar temáticas que possua uma afinidade maior, buscará temas que em algum momento de sua vida tenha tido a experiência prática ou teórica sobre o assunto.

Nessa pegada, munido de conhecimentos práticos e teóricos, o estudante irá apresentar a sua justificativa dividida em etapas e cada uma se apresentará dentro do capítulo como subtópicos.

2.1- JUSTIFICATIVA

O educando deve argumentar no sentido de explicar os motivos que levaram a escolha deste projeto. Deve apresentar ao menos três argumentos que justifiquem a sua escolha.

2.2- OBJETIVOS

2.2.1- OBJETIVO GERAL

Objetivo mais amplo. Geral, que abarque os demais (isto é, os específicos), devendo iniciar com verbo, nessa condição o objetivo geral é o elemento que resume e apresenta a ideia central do trabalho acadêmico.

Ele deve expressar de forma clara qual é a intenção daquele projeto de pesquisa que descreve e delimitar qual será o escopo do trabalho. Tendo em vista que o objetivo geral deve definir o propósito do PPJ, ele precisa conter a hipótese ou problema que será investigado e a delimitação do tema, tornando fácil a compreensão do que se espera com aquele trabalho acadêmico.

Para facilitar o entendimento, vamos supor que precisamos definir o objetivo geral de um trabalho na área da saúde. Ele poderia ser escrito assim: “Analisar a influência da mudança climática em casos de gripe no litoral paulista”.

2.2.1- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Outro elemento importante para a estrutura do PPJ, o objetivo específico apresenta os resultados que se pretende alcançar com a pesquisa de forma mais detalhada. Também busca relacionar mais profundamente o objeto do trabalho e suas particularidades, contribuindo para a delimitação do tema. Para facilitar a compreensão dos objetivos específicos e facilitar sua escrita, você pode imaginá-los como os passos necessários para se atingir o objetivo geral. Ou seja, eles descrevem as etapas da pesquisa em sequência de execução. Retomando o exemplo acima, temos que nosso objetivo geral é “Analisar a influência da mudança climática em casos de gripe no litoral paulista”. Desta forma, seus objetivos específicos poderiam ser:

- Identificar vetores do vírus da gripe;
- Verificar a variação do número de casos de gripe ao longo do ano;
- Analisar a frequência de variações do clima no litoral paulista;
- Comparar o padrão de aumento de casos de gripe com a ocorrência de alterações no clima.



Como é possível perceber pelo exemplo acima, os objetivos específicos se relacionam de maneira direta com o objetivo geral, identificando o processo para seu alcance e servindo como um guia do conteúdo abordado ao longo do trabalho acadêmico. Sempre começam com verbo!!!

EXEMPLO DE OBJETIVOS

Objetivo geral

- Produzir ovos de qualidade para atender o mercado consumidor, gerando renda e sustentabilidade familiar.

Objetivos específicos

- Ampliação da empresa;
- Implantar projetos da sociedade como filial da granja;
- Transmitir conhecimentos sobre a avicultura;
- Desenvolvimento do meio;
- Produzir em harmonia com a natureza, buscando relacionar o compromisso social e uma produção sustentável;

OBJETIVOS ESPECÍFICOS RESPONDEM O OBJETIVO GERAL

QUER SABER MAIS?
FAÇA LEITURA DO QR CODE



2.3- REVISÃO DE LITERATURA

- A revisão de literatura é a parte teórica do trabalho, é neste momento que você irá adotar análises para tratar sobre o tema e o problema de pesquisa escolhido para ser o tema do PPJ, integrando a atividade de produção, os assuntos tratados na revisão de literatura serão distintos.

Como fazer a Revisão de literatura?

- Por meio da análise de documentos já publicados você conseguirá adquirir conhecimentos teóricos que permitirá formar bagagem, fazendo uma estruturação dos conhecimentos advindos da leitura e estudo dessas matérias é que você dará sustentação a sua pesquisa.
- Para então elaborar com sucesso uma revisão de literatura é preciso adotar medidas de pesquisas bibliográficas, uma pesquisa bibliográfica se baseia na observação da literatura já existente, que se encontra em livros, artigos, teses, dissertações, trabalhos apresentados, relatórios, etc.

Não é permitido a cópia integral de pesquisas bibliográficas, se houver cópias de textos integrais você pode estar sendo sujeito a reprovação em seu estágio. Para que isto não ocorra é necessário utilizar “citações”.

Citação, segundo a ABNT é a “menção, no texto, de uma informação extraída de outra fonte. Os tipos de citações mais conhecidos são dois, as diretas e as indiretas.



CITAÇÕES: DIRETA



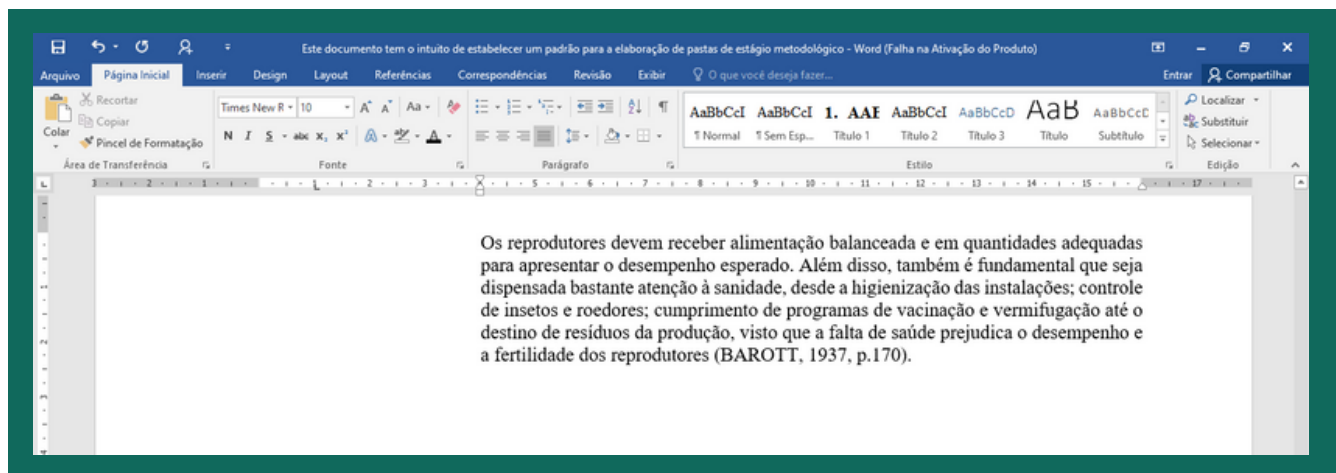
- É a escrita literal dos textos de outros autores, ou seja, copiados por você exatamente como estão no trabalho original.
- Citações diretas, no texto, de até três linhas, devem estar contidas entre aspas duplas. Deve-se informar, entre parênteses, o nome do autor, o ano de publicação e a página.

EXEMPLO

“A agricultura orgânica define o solo como um sistema vivo” (FEIDEN, 2005, p.54).

- Citações diretas, no texto, maiores do que três linhas, devem estar destacadas com recuo de 4 cm da margem esquerda, com tamanho da fonte menor do que a do texto, tamanho 10. Também deve informar o autor, o ano de publicação e a página e o espaçamento deve ser simples.

EXEMPLO



- Citação direta incluída no texto: Vieira (1990, p. 3)
- Citação direta no final da citação: (VIEIRA, 1990, p. 3)



CITAÇÕES: INDIRETA

- Em citações indiretas utilize apenas a informação que a literatura bibliográfica traz, porém com as suas palavras.

EXEMPLO

A conversão de vegetação natural para área de cultivo convencional pode proporcionar perdas de aproximadamente 25% de C para a camada 0-20 cm na região subtropical (BORSZOWSKI, 2011).

- Citação indireta incluída no texto: Vieira (1990)
- Citação indireta no final da citação: (VIEIRA, 1990)

Abaixo também seguem exemplos de citação com diferentes números de autores:

- Citação com um autor: (VIEIRA, 1990)
- Citação de dois a três autores: (OLINIK; SANTOS; VIEIRA, 1990)
- Citação com mais de três autores: (OLINIK, et al, 1990)

“É bom ter livros de citações.”
- SIR WINSTON CHURCHILL

**CONFIRA AS DICAS PRESENTE NO
VÍDEO PARA FAZER CITAÇÃO**



ESPECIFICIDADES DA REVISÃO DE LITERATURA

Agora que você já sabe o que são as famosas citações, sabe aonde procurar informações e também sabe como deve encarar esse desafio, você está pronto para iniciar a sua revisão de literatura.

Neste momento, o estudante deve se ater a livros e fazer uma pesquisa sobre o assunto ESCOLHIDO. Assim, deverá o estudante ter a atenção em destacar tudo que se refere a cultura ou atividade de produção desenvolvida. Se por exemplo, desenvolveu prática sobre milho, deve falar da seu histórico, morfologia e taxonomia, fatores edafoclimáticos, análise do solo, preparo de solo, projeto de irrigação, doenças, pragas, fertilização, produtividade, planejamento de marketing, escoamento do produto. Enfim, destacar ponto a ponto de tudo que será utilizado ao longo do trabalho e em especial no Plano financeiro.

Recomenda-se, durante a revisão de literatura que o estudante mencione a atividade desenvolvida e em seguida falar do aspecto teórico que tenha relação.

Formatação:

- Título: centralizado, tamanho 14, em negrito Formatação:
- Fonte: Times New Roman ou Arial
- Tamanho: 12
- Parágrafo: Justificado e com 1,5 cm na primeira linha.
- Espaçamento entre linhas: 1,5 entre linhas
- Espaçamento antes e depois: 0
- Subtítulos: Tamanho 12

**CONFIRA AS DICAS PARA ESCREVER
UMA BOA REVISÃO DE LITERATURA**



CAPÍTULO 03 - INFORMAÇÕES SOBRE O EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa: SALSA & SALSÃO

Razão Social: Jorge Junior

Sócios: Jorge Junior de Souza Cardoso.

Endereço: Quadra 12, conjunto H, casa 19 B - 73368589

Fone/Fax: (61) 8334-087

Pessoa para Contato: Jorge Junior. Quadra 12, conjunto H, casa 19 B. Estância II, Sobradinho/DF.

O que a empresa faz ou pretende fazer: A empresa produzirá e comercializará salsa em feiras.

Principais produtos/serviços oferecidos pela empresa: A empresa produzirá salsas para consumo (variedade salsinha italiana) sadias e bem desenvolvidas, para serem vendidas a consumidores da região de Sobradinho.

Baseado em quais competências/experiências/tecnologias: O proprietário é formado em Engenharia Agrônoma e filho de um pequeno produtor da agricultura familiar. Ao concluir seu curso de graduação e estudar de forma aprofundada economia solidária, pôde identificar a oportunidade de negócio caracterizada pela comercialização de salsinha italiana sem defensivos agrícolas.

Estimulado por quais tendências de mercado: A produção de alimentos sem a utilização de insumos químicos é uma tendência crescente e recorrente nos dias atuais, uma vez que as pessoas buscam cada vez mais estabelecer uma alimentação com alimentos mais saudáveis e livre de resíduos químicos.

Além disso, identificou que na região, as pessoas optam por comprar vegetais em feiras locais, o que faz o empreendedor acreditar que uma empresa que seja especialista na produção de salsinha, terá mercado garantido.

OUTRAS INFORMAÇÕES:

Segmento específico em que compete ou pretende competir: Inicialmente, a empresa produzirá somente salsinha italiana. Em um horizonte estimado de três anos pretende expandir os negócios, produzindo várias outras espécies como coentro e a cebolinha.

Comportamento do mercado: é um mercado que tem crescido consideravelmente devido à expressiva busca por alimentos saudáveis sem resíduos químicos.

Características principais do mercado em termos de:

Formas de vendas: inicialmente, a empresa irá oferecer suas mudas em feiras agropecuárias e no próprio local de produção. Como os clientes são pessoas conhecidas do pai do proprietário, serão todos visitados, com o propósito de tomarem conhecimento dos procedimentos de venda da empresa que está sendo formada.

CAPÍTULO 03 - INFORMAÇÕES SOBRE O EMPREENDIMENTO

Distribuição: O serviço de distribuição será apenas terceirizado, sendo que o pagamento é feito por quilometragem rodada em cada operação de entrega.

Estratégias de marketing: a estratégia de marketing pensada pela empresa será a divulgação em feiras de produtos agropecuários, folder virtual através das redes sociais que irá evidenciar os locais onde estarão sendo instalados estandes com material promocional.

Áreas de conhecimento em que a empresa tem experiência e capacitação: o proprietário da empresa tem muito conhecimento sobre as novas tecnologias envolvidas na produção de mudas de macieira. Os processos administrativos da nova empresa serão organizados com o apoio do pai do proprietário, que também é empresário do ramo e já tem os conhecimentos de administração básicos.

Tecnologias/habilidades que a empresa pretende desenvolver: a empresa já tem consolidado os processos de manejo. No entanto, seu proprietário tem como propósito manter-se atualizado, participando de cursos e congressos que possam trazer contribuições aos processos tecnológicos envolvidos no negócio. A empresa tem clara também a necessidade de contratar um profissional da área administrativa que possa se responsabilizar pelo controle financeiro da empresa.

Principais formas e fontes de capacitação e acesso a tecnologias que a empresa utiliza: a empresa busca atualizar-se por meio de sua participação em diferentes cursos, simpósios e encontros da categoria. O seu proprietário é agrônomo, tendo estagiado na Embrapa por um ano, onde acompanhou pesquisas na área de produção de mudas frutíferas. A partir da relação mantida com diferentes pesquisadores na área, mantém-se informado a respeito de eventos e novas tecnologias desenvolvidas.

AH! Hora de criar o nome da empresa!
É importante pensar em alguns aspectos antes de criar o nome do seu empreendimento. Sugiro assistir algumas dicas que estão presentes no vídeo do QR code.



CONFERE AÍ, EFANTÁSTICO!



CAPÍTULO 3.1- MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA

Você deve estar se perguntando o que pode ser esses três itens, na realidade você deve estar com uma dúvida além, deve estar imaginando o motivo para um empreendimento se posicionar a partir desses três conceitos que lhe está sendo apresentado.

Nesse momento, essas perguntas podem estar te deixando em desespero, mas tenha calma, não fique inseguro. Ter dúvidas pode ser um ponto positivo, ainda digo mais, ter dúvidas pode ser o estímulo que você precisa para despertar seu instinto empreendedor e ver uma oportunidade, traduzindo para tempos atuais os pensamentos do nosso querido filósofo Aristóteles "a dúvida nos vem como o princípio da sabedoria".

Agora, sem mais delongas, começaremos esclarecendo o que são esses três conceitos tão relevantes em um empreendimento. Iniciando pela definição do que é visão, vamos esclarecer de vez as dúvidas que podem estar rondando as suas ideias.

VISÃO: Definindo a visão do empreendimento, Biagio e Batocchio (2005) declaram que a visão é o conjunto de intenções que alinham a direção que a empresa deverá seguir para atingir o alvo determinado. Estamos falando de aspirações e das crenças que o empreendedor acredita que compõem a empresa. De uma forma bem prática, a visão também motiva as pessoas, direciona e cria uma filosofia a ser seguida. Dessa forma então, a visão deve ser apresentada de forma a deixar clara as aspirações e as crenças da organização como um todo. Abaixo, dois exemplos de visão de empresas renomadas no mercado:

"Empresa Agrícola - Vila Rica".

"Ser a Vila Rica, referência em seu setor como uma empresa comprometida, sustentável, ética e parceira de seus fornecedores, clientes e colaboradores."

"MultiMudas - Empresa de produção de mudas frutíferas"

Tornar-se a principal empresa de mudas frutíferas da região, atuando em respeito ao meio ambiente e contribuindo para conscientização das pessoas.

Filion e Dolabela (2000, p. 31) definem o empreendedor como "uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões".

CAPÍTULO 3.1- MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA

MISSÃO: Já a missão é a razão de ser da empresa; é o que a empresa representa. Dessa maneira, iremos definir como sendo a sua essência, levando para o campo da biologia, o DNA da empresa. Abrindo parênteses aqui, o DNA é compreendido como um composto totalmente orgânico o qual as moléculas contém as instruções genéticas que coordenam o desenvolvimento e funcionamento de todos os seres vivos e que permite, mesmo em indivíduos de uma mesma espécie, diferenciá-los. Relembrando Dornellas em 2008, "quase sempre a missão da empresa é curta, visualizada em duas sentenças ou um pequeno parágrafo. A missão então deve:

- Evidenciar as atividades da empresa, os mercados aos quais escoar seu produto, o nicho em que atua e os produtos ofertados.
- Evidenciar o seu diferencial, quando comparada a empresas de mesmo nicho.
- Evidenciar as metas e objetivos buscados pela empresa para os próximos anos.
- Transmitir de forma clara, concisa e cativante o que quer dizer.

"Empresa Agrícola - Vila Rica".

"Nossa razão de existir é comercializar produtos agrícolas e prestar assistência de alta performance, para entregar ao homem do campo uma ótima produção.""

"MultiMudas - Empresa de produção de mudas frutíferas"

"Produzir mudas frutíferas de qualidade, que possibilitem a produção de alimentos saudáveis e confirmem expressão para a agricultura catarinense."

VALORES: Pode-se dizer que servem como filosofia da empresa, que deve ser respeitada e seguida por todos os funcionários da empresa. Além disso, os valores representam a imposição de limites necessários para a conduta correta do dia a dia empresarial, padronizando ações e tomadas de decisões de acordo com os princípios definidos anteriormente.

"Empresa Agrícola - Vila Rica"

- Somos motivados a superar desafios a cada produção;
- Guiados por respeito ao ser humano e ao meio ambiente;
- Mantemos sólidas relações com nossos fornecedores e clientes;
- Comprometidos com a melhoria contínua de nossos serviços e capacitação de nossos colaboradores.

"MultiMudas - Empresa de produção de mudas frutíferas"

Torna-se empresa reconhecida pelo caráter agroecológico, solidário e de compromisso social.

Um novo tempo, pede uma nova forma de construir a missão, visão e valores da empresa. Confira no vídeo do QR code.



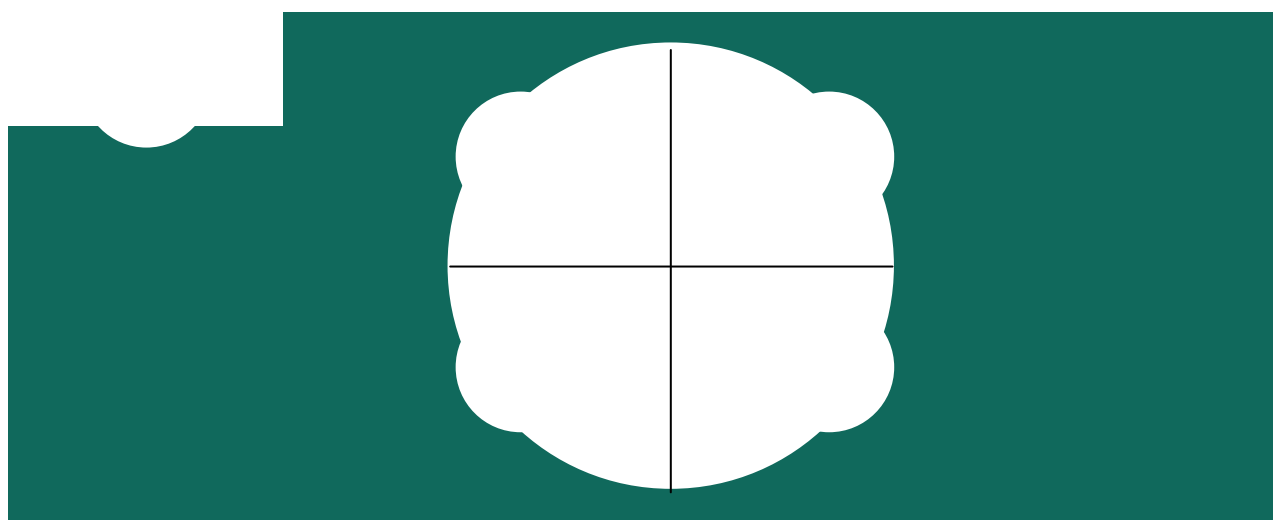
3.2 PLANO DE OPERAÇÃO

Embora apresente dois itens, o plano de operação não deve ser simplificado ou reduzido. Esta etapa é muito importante para o seu plano de negócio e para comprovar isso, utilizarei de um exemplo simplório, imagine que você seja convidado a participar de uma avaliação de uma atividade financeira de produção que está em execução, o que será avaliado é a possibilidade de expandir aquela empresa com o capital financeiro que você tem, traduzindo para um termo bem conhecido, você estará avaliando a possibilidade de se tornar sócio daquela empresa.

Desta maneira, você tem que considerar alguns aspectos antes mesmo de avaliar a proposta que estará na mesa e um dos itens dentre outros muitos a ser considerado é justamente a localização e a forma com que essa empresa está posicionada diante, fatores relacionados a logística, escoamento do produto, área e distribuição das instalações são essenciais para essa avaliação.

Diante desse exemplo, o plano de operação deve compreender a localidade em que se encontra as instalações do seu empreendimento, a forma com que será dividida as instalações, o motivo da divisão daquela forma, deve ser pensado uma representação de planta baixa para ilustrar e também um layout em 3D para evidenciar pontos característicos pensados para a estrutura da sua empresa.

Vale lembrar que a localidade da empresa não precisa se encontrar próximo a grandes centros urbanos ou bairros centrais pois, os contatos com os clientes serão diretamente nas empresas dos clientes.



Fazer uma planta baixa é difícil? Olha, embora seja um trabalho minucioso é bem divertido quando você encara com entusiasmo. VEJA NO VÍDEO AO LADO COMO FAZER PLANTA BAIXA NO WORD



3.3 O PROCESSO DE PRODUÇÃO NA ATIVIDADE

Processo de Produção: O processo de produção se inicia com a preparação da terra, a partir da aplicação de adubos orgânicos que servirão como substrato para a produção das mudas. A terra preparada é colocada em pequenos sacos de polietileno, especialmente desenvolvidos para receberem as mudas, onde em seguida são plantadas as ramas. Depois de plantadas, deve ser tomado intenso cuidado para que as ramas recebam umidade, claridade e temperatura na medida certa, possibilitando um desenvolvimento adequado. Após terem atingido o tamanho ideal, as mudas estarão prontas para ganhar o mercado. Finalmente, após serem adquiridas pelo produtor de maçãs, serão transplantadas para um local definitivo

INÍCIO DOS PROCEDIMENTOS

PREPARAÇÃO DE SUBSTRATO

VERIFICAÇÃO DAS CONDIÇÕES

PREPARO DAS UNIDADES PLÁSTICAS

OBSERVAÇÃO DA RESISTÊNCIA DOS SACOS DE POLIETILENO

PREPARAÇÃO DE MUDAS

MUDAS VIÁVEIS?
SIM

FIM DOS PROCEDIMENTOS

INÍCIO DOS PROCEDIMENTOS

TERRA É PREPARADA ADICIONANDO-SE ADUBO ORGÂNICO, OBEDECENDO À FORMULAÇÃO TÉCNICA

IDENTIFICAR EXISTÊNCIA DE PEDREGULHOS, UMIDADE E HOMOGENEIDADE DO ADUBO.

INTRODUZIR O SUBSTRATO NAS UNIDADES PLÁSTICAS INDIVIDUAIS.

IDENTIFICAR A RESISTÊNCIA DOS SACOS PLÁSTICOS APÓS INSERIDO O SUBSTRATO.

INTRODUÇÃO DAS RAMAS, SEGUINDO TÉCNICAS AGRÍCOLAS.

ASSEGURAR QUE AS MUDAS SEJAM VIÁVEIS, VIVAS, COM CONDIÇÕES DE CRESCIMENTO.

FIM DOS PROCEDIMENTOS

INÍCIO DOS PROCEDIMENTOS

AUXILIAR TÉCNICO E TÉCNICO EM AGROPECUÁRIA

AUXILIAR TÉCNICO

AUXILIAR TÉCNICO

AUXILIAR TÉCNICO

TÉCNICO EM AGROPECUÁRIA

TÉCNICO EM AGROPECUÁRIA

FIM DOS PROCEDIMENTOS

Se tens dúvidas sobre como fazer um fluxograma, faça a leitura do QR code e aprenda com o tutorial e as dicas.



CAPÍTULO 4 – UM ESTUDO SOBRE O MERCADO DA ATIVIDADE

Esta é uma pesquisa que tem por objetivo coletar dados importantes a respeito de um determinado nicho, sejam eles fatores quantitativos ou qualitativos. Envolve uma análise aprofundada sobre aspectos como: **Público-alvo. Comportamento de compra.**

4.1 MERCADO CONSUMIDOR

Se refere aos consumidores segmento ou à própria população economicamente ativa de um país, que compre ou utilize os produtos de empresas específicas.

MERCADO CONSUMIDOR

Cientes: a clientela da empresa será formada por agricultores do Oeste e Planalto catarinense.

Mensuração da demanda: o estudo de mercado desenvolvido estima a demanda de aproximadamente 15.000 mudas/mês, o que possibilita projetar também a quantidade de mudas a serem produzidas.

4.1 MERCADO CONCORRENTE

É composto pelas empresas que oferecem produtos ou serviços, iguais ou muito parecidos. Elas atendem ao mesmo público e atuam na mesma região fornecendo o mesmo produto.

Empresas Concorrentes	Pontos Fortes	Pontos Fracos
AgroFlor	Rede de clientes consolidada	Sistema de transporte ineficiente
Mudare	Equipe técnica altamente capacitada	Preço alto
Nova Paisagem	Parceria com Grandes Clientes	Baixa capacidade de prestar serviços pós-vendas
Cooperativa Planalto Catarinense	Empresa reconhecida no mercado	Não consegue atender a demanda do mercado
Cooperativa dos Plantadores de Maçã	Alto poder de representação, tendo em vista o expressivo número de agricultores filiados.	A estrutura administrativa não lhe permite avançar tecnologicamente, sendo morosa para dar respostas ao mercado.

Com essas informações dos seus concorrentes, você pode pensar em formas de como ganhar o mercado e garantir seus clientes.



4.1 MERCADO FORNECEDOR

Esta é uma pesquisa que tem por objetivo coletar dados importantes a respeito de um determinado nicho, sejam eles fatores quantitativos ou qualitativos. Envolve uma análise aprofundada sobre aspectos como: Público-alvo. Comportamento de compra.

PRINCIPAIS FORNECEDORES:	PRODUTOS/SERVIÇOS FORNECIDOS:
Superplast	Fornecedora dos sacos de polietileno
Agroterra	Fornecedora dos produtos agropecuários (produtos para o substrato, plásticos, ferramentas agrícolas etc)
Embrapa	Material genético e tecnologias operacionais
Epagri	Serviços técnicos, materiais e treinamentos
Vegetal e Cia	Produtos agrícolas

4.1 MERCADO FORNECEDOR

O mercado fornecedor compreende o conjunto de pessoas ou organizações que fornecem insumos como: equipamentos, matéria-prima, embalagens e outros materiais que sua empresa necessita para produzir e vender as mercadorias ou prestar os serviços pretendidos a seus clientes.

PRINCIPAIS FORNECEDORES:	PRODUTOS/SERVIÇOS FORNECIDOS:
Superplast	Fornecedora dos sacos de polietileno
Agroterra	Fornecedora dos produtos agropecuários (produtos para o substrato, plásticos, ferramentas agrícolas etc)
Embrapa	Material genético e tecnologias operacionais



4.4 - ESTRATÉGIAS DE VENDA E PLANO DE MARKETING

A fim de alcançar tal objetivo, é de suma importância conhecer o marketing e as ferramentas que o abrangem para assim conseguir espaço no mercado e ganhar mais visibilidade perante seus consumidores podendo tornar-se uma ameaça para a concorrência, pois o marketing é uma ferramenta que além de auxiliar como um instrumento para as ações estratégicas também pode fazer a diferença dentro da empresa para que ela se mantenha viva e estável no mercado alcançando a maturidade.

A origem do termo estratégia remonta ao grego, “strategía”, aplicada a planejamento e execução de operações militares, com vista a alcançar determinados objetivos. Na administração, de forma idêntica, a palavra é empregada para definir um curso de ação que possibilite às organizações atingirem seus objetivos de acordo com o dicionário AURÉLIO, 2ª edição (1986)

O Plano de Marketing, portanto, integra o planejamento estratégico de marketing, que por sua vez, ao ser formulado, deve considerar não apenas as variáveis controláveis da empresa (variáveis do ambiente interno da organização ou micro ambiente de marketing), mas também as variáveis externas (incontroláveis) que dizem respeito aos ambientes competitivo, econômico, tecnológico, político e legal, sócio-cultural, além, e com os recursos e objetivos da empresa.

Acompanhe a metodologia SWOT (Força, Fraqueza, Oportunidade e Ameaça)



5 - PLANO FINANCEIRO DA ATIVIDADE

Nessa etapa, você irá detalhar os itens necessários para que a sua atividade produtiva seja iniciada, se orientando pela sequência das etapas discriminadas para cada processo necessário até obter o produto final que é comercializado.

5.1 - EQUIPAMENTOS E INSTRUMENTOS QUE INTEGRAM O PROCESSO

Essa tabela sugere a organização por etapas e os equipamentos que serão utilizados.

EQUIPAMENTOS/INSTRUMENTOS QUE INTEGRAM O PROCESSO	
ETAPAS	EQUIPAMENTOS/INSTRUMENTOS UTILIZADOS
Preparação do substrato	Acessórios diversos (colheres, pás, estacas, uniformes)
Preparação das unidades plásticas	Equipamentos de jardinagem, tesouras de poda etc
Preparação das mudas	Roçadeiras, equipamentos de jardinagem, tesouras de poda, pulverizadores, caixas de suporte, etc.

Essa tabela traz a discriminação e quantidade dos itens adicionais que são essenciais para o processo de produção.

DISCRIMINAÇÃO	QUANTIDADE
Roçadeiras	02
Equipamentos de jardinagem	-
Bombas pulverizadoras	2
Tesouras de poda	10
Irigadores, caixas de suporte	-
Acessórios diversos	-
Uniformes	-
Veículos utilitários	01
Microcomputador	01
Linhas telefônicas	02
Celulares	02
Aparelho de fax	01
SOMA 01	

5.2 - MÓVEIS E UTENSÍLIOS NECESSÁRIOS

Móveis e itens que serão utilizados e necessários para a produção.

MOVEIS E UTENSILIOS QUE INTEGRAM O PROCESSO	
ETAPAS	ITENS
Preparação do substrato	Caixarias
Preparação das unidades plásticas	Cavaletes, mesas de manipulação
Preparação das mudas	Cavaletes, mesas de manipulação, regadores etc.

5.3 – MATÉRIAS-PRIMAS, MATERIAIS SECUNDÁRIOS E EMBALAGENS

Essa tabela evidencia a matéria-prima necessária para a produção, os materiais que complementam a produção e as embalagens para a comercialização do produto final.

MATERIAS-PRIMAS, MATERIAIS SECUNDARIOS E EMBALAGENS	
ETA PAS	MATERIAS-PRIMAS
Preparação do substrato	Terra, adubo orgânico.
Verificação das condições	
Preparação das unidades plásticas	Sacos de polietileno 11x20 cm cada
Observação da resistência dos sacos plásticos	
Preparação das mudas	Estacas, etiquetas.
Viabilidade das mudas	

5.4- INVESTIMENTOS FÍSICOS

Investimento a ser feito para integrar a parte estrutural da empresa, seja máquinas, ferramentas ou equipamentos que integram a estrutura física planejada.

Roçadeiras	2	800,00	1.600,00
Equipamentos de jardinagem	-	-	300,00
Bombas pulverizadoras	2	100,00	200,00
Tesouras de poda	10	30,00	300,00
Irigadores, caixas de suporte	-	-	800,00
Acessórios diversos (Mesas de manipulação, cavaletes, caixarias).	-	-	740,00
Uniformes	-	-	160,00
Veículo utilitário	1	14.000,00	14.000,00
Microcomputador	1	1.500,00	1.500,00
Linha telefônica	2	160,00	320,00
Celulares	2	600,00	1.200,00
Aparelho de fax	1	400,00	400,00
SOMA 01	-	-	21.520,00

5.5 INVESTIMENTO FINANCEIRO

Esse investimento contempla os custos que você terá para iniciar a produção, avaliando o montante necessário para ofertar ao final do ciclo o produto a ser comercializado.

CALCULO DAS NECESSIDADES DE CAPITAL DE GIRO	
RUBRICA	VALORES (R\$)
Custos fixos (30 dias)	4.000,00
Estoque de matéria-prima (30 dias)	6.000,00
Custos de comercialização (30 dias)	1.100,00
Registros e legalização	200,00
Publicidade inicial	240,00
Total	11.540,00

5.6 – INVESTIMENTO INICIAL

Apresenta o montante que é resultante da soma do investimento financeiro e o investimento físico.

INVESTIMENTO INICIAL (R\$)	
Investimento físico	21.520,00
Investimento financeiro	11.540,00
Total	33.060,00

5.7 – CUSTOS FIXOS

Custo fixo é um gasto que se mantém igual independentemente da quantidade de produtos ou serviços vendidos – por isso recebe este nome.

CUSTOS FIXOS (R\$)		
DISCRIMINAÇÃO	VALOR MENSAL (R\$)	VALOR ANUAL (R\$)
01. MÃO-DE-OBRA		
Ajudante geral	300,00	3.600,00
Técnico agrícola	1.200,00	14.400,00
Encargos	630,00	7.560,00
SOMA 01	2.130,00	25.560,00
02. OUTRAS DESPESAS		
Arrendamento de terra	800	9.600,00
Água e luz	400	4.800,00
Manutenção	205,65	2.467,77
Depreciação e Seguro	383,23	4.598,71
Telefone	400	4.800,00
Gasolina	900	10.800,00
Contadores	210	2.520,00
Pró-labore	400	4.800,00
SOMA 02	3.698,87	44.386,48
TOTAL DOS CUSTOS FIXOS	5.828,87	69.946,48



ENTENDA TUDO!
Faça a leitura do QR code e
mergulhe em um mundo de
informações relevantes
para seu P.N.

5.7.1- CUSTOS FIXOS MENSAIS COM MANUTENÇÃO, DEPRECIAÇÃO E SEGUROS

Essa tabela apresenta a representação de custos mensais que a empresa apresentará para desempenhar a atividade produtiva escolhida.

ITEM	VALOR EM R\$		
	DEPRECIACÃO	MANUTENÇÃO	SEGURO
1. Roçadeiras	13,33	8,00	Seguro global
2. Equipamentos de Jardinagem	3,00	8,00	
3. Bombas pulverizadoras	1,67	8,00	
4. Tesouras de poda	5,00	8,00	
5. Irrigadores, caixas de suporte	13,33	8,00	
6. Acessórios diversos	6,17	20,55	
7. Uniformes	5,33	4,44	
8. Veículos utilitários	233,33	80,15	
9. Microcomputador	25,00	52,50	
10. Linhas telefônicas	-	-	
11. Celulares	20,00	-	
12. Aparelho de fax	6,67	8,00	
TOTAL (R\$)	332,83	205,65	50,39

5.7.2 - CUSTOS COM MÃO-DE-OBRA

Essa tabela apresenta a representação de custos mensais que a empresa apresentará para custear a mão-de-obra empenhada no serviço.

Mão-de-obra fixa e variável (R\$)					
Classe	Função	Salário	Quantidade	Valor Mensal	Encargos * (%)
Fixa	Ajudante geral	300,00	01	300,00	126,00
Fixa	Técnico agrícola	1.200,00	01	1.200,00	504,00
TOTAL	-	-	-	1.500,00	630,00

* 42% sobre a folha.

5.8 CUSTOS VARIÁVEIS

Custo variável é um gasto que varia de acordo com a quantidade de produtos ou serviços vendidos.

CUSTOS VARIÁVEIS EM UM PERÍODO DE 30 DIAS				
ITEM	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL	Valor Mensal
TOTAL	-	-	-	1.500,00

5.9- CÁLCULO DO CUSTO UNITÁRIO DE PRODUÇÃO

E para calcular o custo unitário de produção, basta dividir o custo anual de produção pela quantidade fabricada de cada produto. Assim, o custo unitário de produção é obtido pelo custo mensal de produção dividido pela quantidade anual de produção.

CUSTOS FIXOS (R\$)	
DISCRIMINAÇÃO	VALOR MENSAL (R\$)
01. MÃO-DE-OBRA	
Ajudante geral	300,00
Técnico agrícola	1.200,00
Encargos	630,00
SOMA 01	2.130,00
02. OUTRAS DESPESAS	
Arrendamento de terra	800
Água e luz	400
Manutenção	205,65
Depreciação e Seguro	383,23
Telefone	400
Gasolina	900
Contadores	210
Pró-labore	400
SOMA 02	3.698,87
TOTAL DOS CUSTOS FIXOS	5.828,87

CUSTOS FIXOS POR PRODUTO (CFP) = Total dos custos fixos ÷ quantidade produzida

CFP = 5.828, R\$/87 = 15.000 -> 0,39

CUSTOS VARIÁVEIS POR UNIDADE =

R\$ 0,25

CUSTO UNITÁRIO DE PRODUÇÃO

(CPU) DE CADA MUDA = CPU = CFP + CUSTOS VARIÁVEIS

CPU R\$ = 0,39 + R\$ 0,25 = R\$ 0,64

5.10 ESTIMATIVA DE RECEITA

A estimativa de receita é uma previsão de receita decorrente das vendas de um determinado produto ou a prestação de serviço de qualquer natureza em determinado período do ano.

CUSTOS VARIÁVEIS EM UM PERÍODO DE 30 DIAS			
PRODUTO	VALOR UNITARIO	QUANTIDADE	TOTAL
-	-	-	

5.11- DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Trata-se de uma ferramenta que possibilita o acompanhamento do desenvolvimento do negócio, sendo possível analisar o resultado líquido por período, comparar receitas, despesas e custos das operações, entre outros aspectos ligados às finanças.

DISCRIMINAÇÃO	VALORES EM R\$ MENSAL	VALORES EM R\$ ANUAL
1. Receita operacional mensal	20.380,58	244.566,98
2. CUSTOS VARIÁVEIS	4.850,55	58.206,62
3. Margem de contribuição (1-2)	15.530,03	186.360,37
4. CUSTOS FIXOS	5.828,87	69.946,48
5. LUCRO LÍQUIDO (3-4)	9.701,16	116.413,88

5.12- LUCRATIVIDADE

A lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual, que indica o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve.

$$\text{Lucratividade} = \text{lucro líquido} \div \text{receita operacional mensal} \quad \text{Lucratividade} = 9.701,16 : 20.380,58 = 47,60\%$$

Com base neste índice podemos afirmar que, para cada R\$ 100,00 em vendas, a empresa obterá R\$ 47,60, de lucro.

5.13 - RENTABILIDADE

Trata-se da capacidade de produzir rendimento. Esse rendimento é representado, normalmente, pelo percentual sobre o que foi investido, e não pelo valor numérico do dinheiro.

$$\text{Rentabilidade} = \text{lucro líquido} \div \text{investimento inicial} \quad \text{Rentabilidade} = 9.701,16 \div 33.060,00 = 29,34\%$$

Com base neste índice podemos afirmar que o capital investido no negócio retorna sob a forma de lucro a uma taxa de 29,34% ao mês.

5.14 - PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO

Esse consiste no tempo que o empresário levará para ganhar, no mínimo, o valor investido.

Prazo de retorno do investimento = investimento inicial ÷ lucro líquido

Prazo de retorno do investimento = $33.060,00 \div 9.701,16 = 3,44$ meses

Com base neste índice podemos afirmar que em um prazo de 4 meses, todo o capital investido pelo proprietário retornará na forma de lucros.

5.14 - PONTO DE EQUILÍBRIO

O ponto de equilíbrio contábil vai lhe dizer exatamente o quanto uma empresa precisa faturar para cobrir todas as suas despesas. Ou seja, é o ponto onde a empresa não gera lucro, mas também não possui despesas.

Ponto de equilíbrio contábil = Custos e despesas fixas ÷ Margem de contribuição.

Preço de Venda

$MCU\% = R\$ 76,20 / 1,04\% = R\$1,36$

$PE\ Quant. = Custos\ Fixos / MCun\ R\$$

$5.828,87 / 1,04 = 5,63$ mudas.

A EMPRESA IRÁ ATINGIR O SEU PEŞ QUANTO OBTIVER UMA RECEITA DE R\$ 7.649,43

Leia mais sobre o assunto e fique informado sobre os principais indicadores de crescimento econômico da sua empresa.



5.15 - PAYBACK SIMPLES

Devido à simplicidade de compreensão de seu significado muitas literaturas financeiras indicam a utilização do payback como indicador de investimento. De acordo com Souza e Clemente (2004, p.98), ele pode ser percebido como uma medida de risco: quanto maior o período de retorno, maior o risco de perda, associado a diversas instabilidades imprevisíveis.

o período de payback é amplamente utilizado pelas empresas de grande porte para avaliar projetos pequenos, e pelas empresas de pequeno porte para avaliar a maioria de seus projetos. Esse fato decorre de sua simplicidade de cálculo e de sua natureza intuitiva. Também é atraente porque considera fluxo de caixa, e não lucros contábeis.

“O período de payback é dado como o período decorrido desde o tempo inicial da implantação do investimento até o tempo de amortização do mesmo, ou seja, o momento em que o fluxo de caixa acumulado se torna positivo.” (PINHO et al., 2011; , p. 2).

Segundo Bieger (2000, p. 11), payback representa o prazo necessário para a recuperação do capital investido, podendo ser simples ou descontado. Simples quando não considera o custo de capital, o valor do dinheiro no tempo, e descontado quando considera o valor do dinheiro no tempo. Esse indicador sugere o grau de risco do projeto, pois quanto menor o payback, melhor é o investimento, ou seja, quanto menor o payback, menor é o prazo para a recuperação do capital investido e, conseqüentemente, mais rápido é o ganho. (HOSS; ZENCI; GUILLERMO, 2012, p. 199).

De acordo com Endler, Steiner e Bourscheidt (2014, p. 4), para calcular o payback basta somar os fluxos de caixa líquido esperados para cada ano até que seja atingido o valor do custo inicial do projeto, assim tem-se o tempo total de recuperação do investimento, como demonstrado na fórmula abaixo:

$$\text{Payback}_s = \frac{\text{Desembolsos Líquidos}}{\text{Entradas Líquidas de Caixa}}$$

Assista a explicação sobre payback no vídeo no QR code abaixo:



CAPÍTULO 06 - CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Com base na análise SWOT, onde se definiram os fatores críticos de sucesso, elaborou-se o cronograma de ações a serem desenvolvidas e os respectivos marcos para se medir e controlar tais ações.

Esse planejamento se refere ao desenvolvimento da atividade no decorrer do ano, conforme inicia a produção até a entrega do produto final.

Atividade	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Escolha técnica do PPJ	█															
Escolha do orientador																
Introdução																
Justificativa sobre escolha do projeto																
Objetivos																
Revisão de literatura técnica sobre o assunto																
Cronograma de elaboração do plano de negócio e de execução																
Sumário executivo																
Resumo dos principais pontos do plano de negócio																
Dados dos empreendedores																
Dados do empreendimento																
Missão da empresa																
Setores de atividade																
Forma jurídica																
Capital social																
Fonte de recurso																
Análise de mercado																
Estudo dos clientes																
Estudo dos concorrentes																
Estudo dos fornecedores																
Plano de marketing																
Descrição dos principais produtos e serviços																
Preço																
Estrutura de comercialização																
Localização do negocio																
Plano operacional																
Layout ou arranjo físico																
Capacidade produtiva																
Processos operacionais																
Plano financeiro																
Estimativa dos investimentos fixos																
Capital de giro																
Investimentos pré-operacionais																
Investimento total																
Estimativa do faturamento mensal																
Estimativa do custo unitário de matéria prima, materiais diretos e terceirização																
Estimativa dos custos de comercialização																
Estimativa do custo de matéria prima, materiais diretos e terceirizações.																
Custo de comercialização																
Estimativa do custo com mão de obra																
Estimativa de custo com depreciação																
Estimativa dos custos fixos operacionais mensais																
Demonstrativo de resultado																
Indicadores de viabilidade																
Ponto de equilíbrio																
Lucratividade																
Rentabilidade																
Prazo de retorno do investimento																
Avaliação estratégica																
Avaliação do plano de negocio																
defesa do PPJ																
Estande																
Implantação																
comercialização																



CAPÍTULO 07 - AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

O empreendimento consiste na produção de mudas de maçã, cujo foco principal é trabalhar somente com a aplicação de fertilizantes orgânicos. O seu público-alvo é constituído por agricultores do Oeste e Planalto Catarinense.

A missão da empresa é produzir mudas de qualidade, sem a utilização de aditivos e defensivos agrícolas, que contribuam para a manutenção da saúde dos consumidores e tragam expressão à produção catarinense de maçãs.

O Investimento Inicial é de R\$ 33.060,00, dispondo o proprietário de todo o capital necessário. A empresa tem como pontos fortes a experiência do proprietário que é formado em Engenharia Agrônoma, e a ampla rede de relações com profissionais envolvidos no desenvolvimento de tecnologias agrícolas. Os principais indicadores financeiros do negócio são:

ÍNDICE	VALOR
PE\$	R\$ 7.649,43
LUCRATIVIDADE	47,60%
RENTABILIDADE	29,34%
PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO	4 meses

Os indicadores de desempenho evidenciam um negócio com alto potencial de sucesso uma vez que, além de proporcionar um expressivo retorno financeiro ao proprietário, o negócio também contribui com a preservação ambiental e com a qualidade de vida das pessoas.



BANNER DE EXPOSIÇÃO DO PPJ

O banner é uma parte do projeto profissional do jovem que é essencial para a avaliação e complementação, uma vez que apresenta um resumo representativo da ideia do seu projeto, evidenciando os principais pontos que devem ser notados.



Escola Família Agrícola de Natalândia - EFAN
Ensino fundamental, médio e Técnico em Agropecuária

Formando mais que técnico, formando cidadãos!



Projeto Profissional do Jovem

Produção de Melancia : uma alternativa de renda no P.A. Saco do Rio Preto, lote 10

**SOARES, Matheus Villi
ANDRADE, Alex Pires**

INTRODUÇÃO

A Introdução é a etapa inicial do Projeto Profissional do Jovem, devendo assim ser nomeada como "CAPÍTULO 01- INTRODUÇÃO" seguindo as normas de formatação apresentadas na apostila.

JUSTIFICATIVA

O educando deve argumentar no sentido de explicar os motivos que levaram a escolha deste projeto. Deve apresentar ao menos três argumentos que justifiquem a sua escolha.

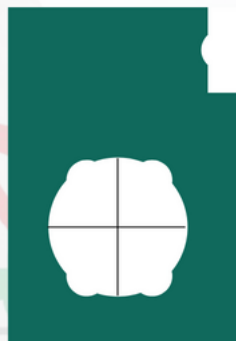
OBJETIVOS

Verificar se existe relação entre o aumento do acesso à internet com a diminuição do uso da televisão na região sudeste do Brasil.

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Copie e cole a tabela de demonstrativo de resultados aqui.

LAYOUT



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CONSOLI, R. A. G. B.; OLIVEIRA, R. L. Principais mosquitos de importância sanitária no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 1994. Disponível em: <http://www.fiocruz.br/editora/media/05-PMISB.pdf>. Acesso em: 4 set. 2021.

PARA FAZER UM BANNER UTILIZANDO A FERRAMENTA CANVA, SIGA AS ORIENTAÇÕES PRESENTES NO VÍDEO DO QR CODE AO LADO.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

É preciso inserir todas as fontes citadas, sejam elas diretas ou indiretamente. Existem regras que devem ser seguidas minuciosamente.

Para fazer as referências de livro e/ou folheto (manual, guia, catálogo, enciclopédia, dicionário, entre outros) e trabalhos acadêmicos (tese, dissertação, trabalho de conclusão de curso, entre outros) é preciso inserir os elementos essenciais que são: autor (iniciado pelo sobrenome e em maiúsculo), título, subtítulo (se houver), edição (se houver), local, editora e data de publicação.

A ORDEM CORRETA É

SOBRENOME, Nome Abreviado. Título: subtítulo. Edição. Local de publicação: Editora, data de publicação da obra.

EXEMPLO 1

LUCK, Heloisa. Liderança em gestão escolar. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

EXEMPLO 2

BAUMAN, Zygmunt. Globalização: as conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

Para fazer as referências de documentos online, além dos elementos essenciais, deve-se registrar o endereço eletrônico, e em seguida a expressão Disponível em:, e a data de acesso, depois da expressão "Acesso em".

A ORDEM CORRETA É

SOBRENOME, Nome Abreviado. Título: subtítulo. Edição. Local de publicação: Editora, data de publicação da obra. Disponível em: _____.
Acesso em: _____.

EXEMPLO 1

ALVES, Castro. Navio negreiro.: Virtual Books, 2000. Disponível em: <http://www.terra.com.br/virtualbooks/freebook/port/Lport2/navinegreiro.htm>. Acesso em: 10 jan. 2022.

EXEMPLO 2

CONSOLI, R. A. G. B.; OLIVEIRA, R. L. Principais mosquitos de importância sanitária no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 1994. Disponível em: <http://www.focruz.br/editora/media/05-PMISB.pdf>. Acesso em: 4 set. 2021.

**CONFIRA AS DICAS PARA FAZER
AS REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

POZZEBON, Adair et all. O PROJETO PROFISSIONAL DO JOVEM - PPJ COMO INSTRUMENTO DE AVALIAÇÃO MEDIADORA NA PEDAGOGIA DA ALTERNÂNCIA. CAPES. Disponível em: coral.ufsm.br/sifedocregional/images/Anais/Eixo%2008/Adair%20Pozzebon.pdf

GIMONET, Jean-Claude. Praticar e compreender a Pedagogia da Alternância dos CEFFAS. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

CALDART, Roseli. Por uma educação do campo: traços de uma identidade em construção. In: ARROYO, Miguel, CALDART, Roseli, MOLINA, Mônica C. (Orgs). Por uma educação do campo. Vozes: Petrópolis/RJ, 2009.

SAMPAIO, R. Propaganda de A a Z: Como Usar a Propaganda para Construir Marcas e Empresas de Sucesso. 2a. ed., 3a. Tiragem. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

ROCHA, A.; CHRISTENSEN, C. Marketing: Teoria e Prática no Brasil. São Paulo: Atlas, 1992.

BATISTA, Davidson et all . ANÁLISE DO TEMPO DE RECUPERAÇÃO DO CAPITAL INVESTIDO NA EXPANSÃO DE UMA EMPRESA DO SETOR MATRIMONIAL. XXXVII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA. Disponível em: www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_240_390_31751.pdf

**CONFIRA AS DICAS PARA FAZER
AS REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**





**Um novo tempo pede uma nova forma de aprender.
EFAN, educação que inspira transformação!**

**Conheça a EFAN
ou nos contate.**

