

DEIVID MARLON BERTI  
MARCIONEI BEDIN

PROJETO DE VIABILIDADE PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA UNIDADE  
VITIVINÍCOLA NO EXTREMO OESTE CATARINENSE

São Miguel do Oeste - SC  
2018

DEIVID MARLON BERTI  
MARCIONEI BEDIN

PROJETO DE VIABILIDADE PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA UNIDADE  
VITIVINÍCOLA NO EXTREMO OESTE CATARINENSE

Artigo Científico apresentado ao  
Curso Superior de Tecnologia em  
Alimentos do Campus São Miguel do  
Oeste do Instituto Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do grau de  
Tecnólogo em Alimentos.

Orientador:

- Prof. Cherilo Dalbosco, Dr.

Coorientadores:

- Prof. Stefany Arcari, Dr.

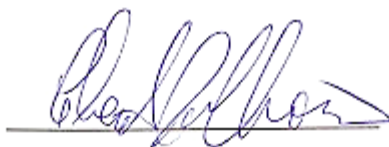
- Prof. Adinor José Capellesso, Dr.

PROJETO DE VIABILIDADE PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA UNIDADE  
VITIVINÍCOLA NO EXTREMO OESTE CATARINENSE

DEIVID MARLON BERTI  
MARCIONEI BEDIN

Este trabalho foi julgado adequado para obtenção de grau de Tecnólogo em Alimentos  
e aprovado na sua forma final pela comissão avaliadora  
abaixo indicada.

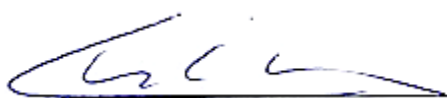
São Miguel do Oeste, 12 de Dezembro 2018



Cherilo Dalbosco  
Doutor



Fernando Sanches de Lima  
Doutor



Felipe Cintra Nunes Braga  
Mestre

## Agradecimentos

Ao Instituto Federal de Santa Catarina Campus São Miguel do Oeste pela oportunidade de cursar o Curso Superior de Tecnologia em Alimentos;

Aos nossos pais pelo apoio que permitiu-nos cursar o presente curso;

Ao nosso orientador, Cherilo Balbosco e, também aos coorientadores Stefany Arcari e Adnor Capellesso;

A Cássio Möllmann Dal Cortivo e Jonatham Scholl pela tradução do resumo (abstract).

## PROJETO DE VIABILIDADE PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA UNIDADE VITIVINÍCOLA NO EXTREMO OESTE CATARINENSE

Cherilo Dalbosco \*  
Deivid Marlon Berti \*\*  
Marcionei Bedin \*\*\*

**Resumo:** O presente estudo objetivou avaliar a viabilidade para implantação de uma unidade vitivinícola de produção de uvas e fabricação de vinhos finos, em uma propriedade rural familiar situada no município de São Miguel do Oeste - SC. Trata-se de um estudo exploratório/descritivo com abordagem predominantemente quantitativa caracterizada pelo emprego da quantificação, tanto na coleta de dados, quanto no tratamento dos mesmos. O potencial de mercado foi avaliado mediante pesquisa em dados secundários e por meio de consulta a estabelecimentos supermercadistas locais que comercializam uvas e vinhos finos. Elaborou-se o orçamento para prover a estrutura necessária para produção de matéria prima, vinificação e comercialização de uva *in natura*, bem como as projeções financeiras para se obter indicadores econômicos que atestam a rentabilidade de um negócio. O investimento total estimado para uma capacidade de produção de 26.000 garrafas de vinho e 6.450 kg de uva é de R\$ 592.520,40. Para o cenário ideal de desempenho produtivo e financeiro do projeto o tempo de retorno de investimento (Payback) obtido é de 1 ano, 8 meses e 24 dias. Apensar da viabilidade demonstrada pelos indicadores econômico-financeiros do projeto, diversas limitações precisam ser consideradas, especialmente àquelas inerentes à produção de matéria prima e comercialização, e que podem impactar negativamente na rentabilidade do empreendimento.

**Palavras-Chave:** Viabilidade econômica. Vitivinícola. Uvas. Vinhos Finos.

**Abstract:** The present study aimed to evaluate the implantation viability of a wine-growing unit to produce grapes and manufacture fine wines in a family farm located in São Miguel do Oeste - SC. It is an exploratory/descriptive study with a predominantly quantitative approach characterized by using quantification, both in data collection and in the treatment of the same. The market potential was evaluated through research on secondary data and through enquiry with local supermarket that sell grapes and fine wines. The budget was elaborated to provide the necessary structure for raw material production, vinification and *in nature* grapes commercialization, as well as the financial projections to obtain economic indicators that attest to the profitability. The total estimated investment for a production capacity of 26,000 bottles of wine and 6,450 kg of grape is R \$ 592,520.40. For the ideal scenario of productive and financial performance of the project the Payback obtained is within 1 year, 8 months and 24 days. Based on the feasibility demonstrated by the economic and financial indicators of the project, several limitations need to be considered, especially those inherent to the production of raw material and commercialization, and that may negatively impact the profitability of the enterprise.

**Key words:** Economic viability. Winery. Grapes. Fine wines.

---

\* Instituto Federal de Santa Catarina. E-mail: cherilo.dalbosco@ifsc.edu.br

\*\*Instituto Federal de Santa Catarina. E-mail: deivid\_berti@hotmail.com

\*\*\*Instituto Federal de Santa Catarina. E-mail: bedin57@hotmail.com

## 1 INTRODUÇÃO

Este projeto abordou um estudo de viabilidade técnica e econômico-financeira para a implantação de uma empresa vitivinícola na região Extremo Oeste de Santa Catarina. A nova empresa atuará no segmento de produção e comercialização de uvas de mesa e vinhos finos.

O estudo de viabilidade contempla o orçamento para a implantação dos vinhedos e da infraestrutura para produção. O potencial de mercado foi avaliado mediante pesquisa de dados existentes em fontes secundárias pertinentes à área, e por meio de consulta a estabelecimentos supermercadistas locais que comercializam uvas e vinhos finos.

Para a análise econômico-financeira, considerou-se tópicos importantes como o investimento necessário e a formação de preço de venda, além de indicadores que demonstraram a viabilidade econômico/financeira e o retorno do investimento necessário para implantar o empreendimento proposto.

O projeto contemplado por este estudo de viabilidade atende aos anseios de um membro da família e sucessor na gestão da propriedade rural onde será sediado o empreendimento proposto que é ser empreendedor no segmento da vitivinicultura. Já existe no local onde será sediado o empreendimento proposto, um plantio da casta vinífera de Touriga Nacional na propriedade da família, objetivando testar a sua adaptação ao local e a consequente capacidade produtiva.

Outro aspecto que norteia a justificativa do estudo proposto é a possível aptidão produtiva do local onde será implantada a vinha. Segundo o Zoneamento Agroecológico e Socioeconômico de Santa Catarina (1999), a zona agroecológica do Vale do Rio Uruguai, no qual faz parte o Vale do Rio das Antas, onde será implantada a vinha, as temperaturas médias anuais variam de 17,9 a 19,8 °C, as mínimas médias de 12,9 a 14 °C e as máximas de 25,8 a 27,5 °C. As horas de frio, com temperaturas abaixo de 7,2 °C podem chegar a 437 horas no ano. Estas condições são suficientes para a cultura de videira. Contudo, as videiras europeias, que são mais exigentes na quantidade de frio, podem necessitar de técnicas de manjo para promover melhor abrolhamento na primavera, como a quebra de dormência.

A região do extremo oeste de Santa Catarina é pouco explorada em termos de produção de vinhos finos, tendo em vista que, segundo a EPAGRI (2013), há apenas uma pequena produção de uvas viníferas nessa região. Os vinhos finos disponíveis no mercado regional são de outras regiões do estado, país ou, importados. Geralmente, possuem preços elevados devido aos gastos de logística. Considerando-se estes fatores, o empreendimento previsto neste estudo poderá suprir parte dessa demanda regional, tendo em vista que os vinhos terão custos logísticos menores, podendo ser competitivos no mercado regional.

Por fim, faz-se necessário ressaltar a importância do presente estudo para a formação profissional dos educandos autores, decorrente da aderência do tema ao perfil desejado para o Tecnólogo em Alimentos. Vale destacar também, que o empreendimento proposto, contribui para a geração de novas opções de renda e desenvolvimento para a agricultura familiar do extremo oeste catarinense.

## 2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Entende-se por projeto de viabilidade o conjunto de informações coletadas, inerentes e/ou extrínsecas à empresa e processadas a fim de avaliar uma decisão de investimento. É um estudo que contempla a análise para constatar a viabilidade interna de um empreendimento/negócio. A partir de uma ideia ou oportunidade, faz-se o levantamento de dados e seu processamento que, corretamente analisados, demonstram a real viabilidade do negócio (WOILER; MATHIAS, 2013).

## 2.1 ESTUDO DE MERCADO

O estudo mercadológico é um dos principais fatores que influenciam na decisão da escolha e de investimento em determinado negócio. Desta forma, é possível definir aspectos como a área de atuação da empresa, localização, tamanho e dimensão, abrangência em termos geográficos, definição do público alvo, volume de produção e capacidade instalada. É possível também, direcionar os caminhos e decisões de marketing a serem tomados pela equipe gestora da empresa. A análise de mercado é importante para elaborar um projeto de viabilidade pois, a partir dela, são obtidos dados sobre a demanda e oferta e seus elementos, a região geográfica em que o empreendimento poderá atuar, custos de produção e preço de venda praticados pelos concorrentes (WOILER; MATHIAS, 2013).

Para que a pesquisa de mercado seja feita com sucesso, deve-se definir o público-alvo para o qual o produto será vendido, objetivando conhecer quais são suas preferências e adotar ações eficazes de marketing que permitirão atrair os consumidores, garantindo assim a compra, satisfação e a fidelidade do cliente (GOMES, 2013).

Um elemento importante para a tomada de decisão sobre investir num determinado empreendimento, é a existência de demanda pelos produtos ou serviços que serão ofertados. A lei da demanda de mercado é “a quantidade de um bem que os consumidores desejam e podem comprar, em um dado intervalo de tempo”. A demanda efetiva refere-se à quantidade demandada, ou seja, a quantidade de um serviço e/ou bem que os consumidores podem e desejam adquirir a determinado valor ou preço. Outros fatores também possuem importância na quantidade de demanda de um serviço ou bem, como o nível de riqueza do grupo consumidor, frequência de consumo, os gastos, preço dos bens complementares e/ou substitutivos, entre outros (WOILER; MATHIAS, 2013, p. 25).

## 2.2 ESTUDO TÉCNICO

A casta Touriga Nacional é uma variedade de uva vinífera originária das regiões do Dão e Douro, ambas em Portugal. Trata-se de uma variedade quase extinta nas décadas de 1960 e 1970, e que foi resgatada por enólogos e viticultores portugueses, em grande parte, pelo potencial qualitativo de suas uvas e vinhos produzidos a partir delas. Estes, possuem grande potencial de guarda e de corte (blend com outros vinhos). Esta variedade é muito versátil e se adapta com certa facilidade a diferentes tipos de solos e climas, sendo hoje, cultivada em países como África do Sul, Austrália e Brasil (BAIRRADA, 2018; MAGALHÃES, 2012).

A cultivar que será adotada para produzir uvas para comercialização *in-natura*, segundo a EBRAPA (2005), é popularmente conhecida no “Brasil por nomes regionais, 'Bordô' no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina; 'Terci' no Paraná; 'Folha de Figo' em Minas Gerais” (p.1). É uma cultivar de uva tinta que tem importância comercial só em regiões com inverno definido, apresentando dificuldade de desenvolvimento em regiões de clima tropical. Segundo esta fonte, é a cultivar está restrita aos polos do Sul de Minas Gerais e Norte do Paraná, além dos Estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Outra característica marcante a rusticidade e resistência a doenças fúngicas, normalmente plantada de pé-franco. “A uva apresenta alta concentração de matéria corante, motivo principal de sua significativa difusão. Origina vinho e suco intensamente coloridos que, em cortes, servem para a melhoria da cor dos produtos à base de 'Isabel' e de 'Concord'” (EMBRAPA, 2005, p.1).

A localização de um empreendimento é um fator que pode impactar de forma decisiva no seu desempenho econômico-financeiro, pois aspectos logísticos tendem a se constituir em fatores determinantes da competitividade de um negócio. Itens como custos com transporte de matéria prima, disponibilização de mão de obra, energia elétrica e custo com compra de terreno, representam valores significativos de investimento e custos. A localização de um empreendimento busca aumentar a amplitude entre custos e receitas, ou seja, um local que gere mais lucro para a

empresa, em um prazo pertinente com o tempo de vida útil das instalações industriais (WOILER; MATHIAS, 2013).

Determinar a capacidade produtiva instalada de uma indústria é uma questão de relevância para a empresa. O tamanho pode ser definido por fatores como sua localização, mercado, custos de produção, entre outros. A capacidade produtiva pode ser vista de duas maneiras: sob o ponto de vista técnico e, econômico. Quanto aos aspectos de ordem técnica, representa a máxima de produção obtida de um equipamento ou processo, em determinado espaço de tempo, que irá definir a capacidade de produção da indústria (WOILER; MATHIAS, 2013).

Para Rocha (1995), o layout é a disposição física de equipamentos, máquinas, postos de trabalhos, pessoas, áreas de circulação e outros fatores que ocupam algum espaço na indústria. Para o autor, o mesmo possui a função de maximizar a funcionalidade da produção e, quanto ao ambiente de trabalho, otimizá-lo. O layout é definido onde serão colocadas as instalações, equipamentos, máquinas e pessoas, sendo uma das características mais aparentes de uma produção industrial, definindo sua forma e aparência, além de determinar a fluência das operações produtivas (SLACK *et al*, 1996).

Os equipamentos necessários para cantina objeto de presente estudo, devem atender uma produção máxima de 20 mil litros de vinho ao ano, conforme prevê a Lei Nº 12.959, de 19 de março de 2014, que dispõe sobre os limites de produção para uma cantina da agricultura familiar rural. Também é necessário atender as exigências higiênico-sanitárias previstas pela Instrução Normativa Nº 5, de 31 de março de 2000.

Para os pequenos produtores que possuem baixo risco de impacto ambiental, foi estabelecido um procedimento simplificado. A Resolução CONAMA n. 385, de 27 de dezembro de 2006, “estabelece procedimentos a serem adotados para o licenciamento ambiental de agroindústrias de pequeno porte e baixo potencial de impacto ambiental”. Segundo o disposto nesta Resolução, a agroindústria de pequeno porte é todo aquele estabelecimento que:

- I - tenha área construída de até 250 m<sup>2</sup>;
- II - beneficie e/ou transforme produtos provenientes de explorações agrícolas, pecuárias, pesqueiras, aquícolas, extrativistas e florestais não-madeireiros, abrangendo desde processos simples, como secagem, classificação, limpeza e embalagem, até processos que incluem operações físicas, químicas ou biológicas, de baixo impacto sobre o meio ambiente.

Segundo a Resolução CONSEMA nº 98/2017, item 27.10.00, a vitivinícola possui o potencial poluidor/degradador pequeno e se enquadra como uma empresa de porte grande, pois possui área útil maior do que 3,0 hectares. Decorrente disso, a empresa terá que apresentar um relatório ambiental prévio (RAP), contendo um diagnóstico simplificado da área do empreendimento e de seu entorno, para poder realizar o requerimento de licenciamento ambiental.

Para requerer licença ambiental, as empresas com as características descritas na resolução acima, o empreendedor deverá apresentar a seguinte documentação ao órgão ambiental responsável pelo licenciamento:

- I - requerimento de licença ambiental;
- II - projeto contendo descrição do empreendimento, contemplando sua localização, bem como o detalhamento do sistema de Controle de Poluição e Efluentes, acompanhado da Anotação de Responsabilidade Técnica – ART;
- III - certidão de uso do solo expedida pelo município; e
- IV - comprovação de origem legal quando a matéria-prima for de origem extrativista, quando couber (RESOLUÇÃO CONAMA, nº385, 2006).



## 2.3 ESTUDO FINANCEIRO

Os custos são um dos pilares da contabilidade da empresa. Sua apuração, análise e controle geram informações indispensáveis nas tomadas de decisões, formação de preço dos produtos ou serviços e a avaliação de viabilidade de novos projetos. Os custos fixos são aqueles que não dependem da quantidade produzida pela empresa, ou seja, se a empresa produzir mais ou menos do habitual, estes gastos não se alteram. Os custos variáveis estão diretamente ligados a quantidade produzida pela indústria. Os custos diretos são “exclusivos de determinados produtos ou serviços”, “as matérias primas e embalagens usadas na fabricação de um produto industrial são exemplos de custos diretos”. Já os custos indiretos são os gastos que podem ser divididos entre mais de um serviço, produto ou departamento (SANTOS, 2010, p. 152).

Um item importante na composição de custos de produção e que está diretamente ligada aos investimentos na estrutura produtiva, é a depreciação. Conforme Santos (2010, p. 147):

Depreciação é a perda de valor de um bem, ocasionada por desgaste ou obsolescência. Nos dois casos, a perda de valor representa um custo do período em que ela ocorre. O valor da depreciação depende de duas variáveis básicas: vida útil do bem e a velocidade com que ele perde valor em função do uso ou da obsolescência.

Das despesas também integram os chamados custos de produção, porém, estão relacionadas aos eventos produtivos. Autores como Dubois *et al* (2009, p. 16), definem despesas das como “um gasto que a empresa incorre para manter a sua estrutura organizacional e, também, visando a obtenção de receitas. Elas são reconhecidas apenas no momento do seu uso, ou seja, na ocorrência do fato gerador”. As despesas são ditas fixas quando ocorrem antes de as vendas sofrerem alguma alteração e, não necessariamente terão um mesmo valor em períodos consecutivos.

A partir do momento em que um negócio começar a operar, o mesmo passa a se submeter a incidência de tributos. Conforme Geiger e Arend (2006), os impostos que incidem sobre os vinhos são: ICMS, IPI, COFINS, PIS, ISS, IOF, IRPJ, CSSL, FUNRURAL e o ITR. Assim como a cantina se enquadrará na produção de vinho colonial ou da agricultura familiar, a carga tributária será diferenciada, com alíquotas menores ou isentas.

Além dos impostos rotineiros sobre as operações de compra e vendas, existem também àqueles que incidem sobre a folha de pagamento dos empregados e o pró-labore dos proprietários do empreendimento. Os encargos trabalhistas são taxas que a empresa deve pagar sobre seus empregados, de modo a beneficiar diretamente o funcionário, sendo ele: o décimo-terceiro salário, adicional de férias, ausência remunerada, licenças, repouso remunerado, feriado, rescisão contratual, salário família ou auxílio pré-escola, auxílio transporte, indenização por tempo de serviço e outros benefícios que não contam como salário (KIRSLYS, 2018).

Para a implantação de uma vitivinícola, esta deve ser registrada no seu órgão competente, sendo este o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e deve atender as normas da Lei nº 7.678, de 8 de novembro de 1988 e sua atualização que integra a Lei nº 12.959 de 19 de março de 2014, para empreendedor rural familiar.

Para determinar o preço de venda com base científica, há que se levar em consideração alguns métodos de custeio como o Markup. Este consiste em adicionar uma margem de lucratividade e o índice de comercialização (tributos) aos custos do produto (DUBOIS, 2009). Para encontrar o preço de venda de cada produto, conforme Araújo (2004), devem ser considerados, além do Custo de Produção, os indicadores de vendas, sendo eles: índices de comercialização (IC), a margem de lucro (ML) e a taxa de marcação (TM) ou Markup. Neste caso, a TM é obtida por meio da seguinte equação matemática:

$$TM = [100 - (IC + ML)] / 100$$

Onde:

TM = Taxa de Marcação (Markup)

IC = Índice de Comercialização

ML = Margem de Lucro

A partir da obtenção da TM (Markup), pode-se calcular a Receita Operacional Bruta (RBT) e o preço de vendas dos produtos, utilizando-se para tal, as seguintes fórmulas:

Receita Operacional = Custo do Produto/Taxa de Marcação (Markup)

Preço de Venda = Receita Operacional/Quantidade Total Produzida

### 3.3.1 Métodos de análises de investimentos

#### a) Margem de contribuição

Dubois *et al* (2009) e Santos (2010), definem a margem de contribuição como a diferença entre o preço de venda unitário e os gastos variáveis por unidade. Esta margem é o valor remanescente de cada unidade vendida, e deve ser suficiente para arcar custos e despesas fixos, taxas e impostos e, ainda, proporcionar lucro. Se a margem de contribuição for igual às despesas e custos fixos, a empresa estará atuando no seu ponto de equilíbrio, ou seja, operando com lucro zero. A Margem de Contribuição (MG) pode ser calculada da seguinte maneira:

**MG = Valor das Vendas – Custos Variáveis.**

#### b) Ponto de equilíbrio

Conforme Descreve Dubois *et al* (2009), Ponto de Equilíbrio (PE) é a quantidade de produtos que precisa ser vendida para cobrir todos os custos e despesas de produção dos produtos vendidos. Para o presente estudo, levou-se em consideração o Receita Bruta Total (RBT) necessária para atingir o Ponto de Equilíbrio (PE). Para se chegar ao PE, deve-se realizar as operações a seguir relacionadas.

a) Cálculo do Índice de Margem de Contribuição (IMgC)

$$IMgC = MC/RBT$$

Onde: MC = Margem de Contribuição; RBT = Receita Bruta Total

b) Cálculo da Receita Bruta Total (RTB) no Ponto de Equilíbrio

$$PE = CF/IMgC$$

Onde: CF = Custos Fixos; IMgC = Índice da Margem de Contribuição

Conforme se pode constatar, será necessário calcular o IMgC para poder obter o nível de RBT para se atingir o PE.

#### c) Taxa Interna de Retorno -TIR

Santos (2010, p. 138) define a taxa interna de retorno (TIR) como “o percentual de retorno obtido sobre o saldo do capital investido e ainda não recuperado”. A TIR pode ser comparada com a taxa de juros de um empréstimo que é concedido para ser amortizado em um determinado tempo ou pago em parcelas. A TRI, pode ser obtida com a utilização da fórmula a seguir:

**TIR = (LLM / IT) X 100** Onde: LLM = Lucro Líquido Mensal; IT = Investimento Total

**d) Período de recuperação de investimento (*Payback*)**

Para se conhecer quanto tempo um investimento irá levar para se pagar, faz-se o cálculo para obter o *Payback*. Estes cálculos também podem ser interpretados como um indicador de risco, pois possibilitam a visualização da recuperação do capital investido. Através do *Payback* é possível desenvolver estratégias econômicas para obter sucesso em investimentos (SOUZA; CLEMENTE, 2008). Para realizar os cálculos, utiliza-se a fórmula a seguir:

**PAYBACK = IT / LLA**

Onde: IT = Investimento Total; LLA = Lucro Líquido Anual

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de estudo caracterizado como exploratório e descritivo. Para Marconi e Lakatos (2010) estudos exploratório-descritivos quando tratados juntamente têm por objetivo descrever determinado fenômeno como, por exemplo, o estudo de um caso no qual são realizadas análises empíricas e teóricas. A abordagem utilizada no presente estudo foi de cunho predominantemente quantitativa, caracterizada pelo emprego da quantificação, tanto na coleta de dados, quanto no tratamento dos mesmos.

Gil (2004), destaca que dentre os critérios para a delimitação do estudo, podem ser utilizados o espacial, onde que, por ser uma pesquisa social eminentemente empírica, fez-se necessário delimitar o *locus* da observação, em outras palavras, o local onde o fenômeno a ser estudado ocorre. Outro critério, segundo o autor, é o temporal, ou seja, o período em que o fenômeno que será estudado está circunscrito. O presente estudo foi realizado numa propriedade rural familiar localizada no extremo oeste catarinense, no período compreendido de agosto a novembro de 2018.

A demanda de mercado foi avaliada mediante entrevista realizada junto a estabelecimentos supermercadistas que comercializam uvas e vinhos na cidade de São Miguel do Oeste, objetivando coletar opiniões e dados que pudessem contribuir para avaliar a demanda. Desta forma, as fontes de coletas de dados predominantemente utilizadas, podem ser classificadas como bibliográficas e documentais.

Gil (2010), salienta que a pesquisa bibliográfica é efetuada baseando-se em materiais já publicados, podendo ser impressos ou on-line, jornais, revistas, anais de eventos científicos, livros e outras fontes. Possui a vantagem de permitir ao pesquisador uma cobertura dos fenômenos mais ampla do que se poderia ter numa pesquisa direta.

Quanto ao estudo técnico, a viabilidade produtiva da vinícola foi estimada a partir de publicações sobre a casta Touriga Nacional e produção das videiras já existentes na propriedade rural, alvo do presente estudo. Estimou-se produção em toneladas por hectare. Já os parâmetros de localização, tamanho, layout e equipamentos foram planejados e definidos com base nas legislações vigentes, publicações e orientações técnicas referentes às instalações de cantinas.

Para realizar o estudo econômico/financeiro, foram utilizados diferentes indicadores e técnicas preconizadas pela literatura e que têm a capacidade de avaliar os resultados esperados para um empreendimento. O estudo financeiro foi realizado a partir do orçamento dos custos de implantação da cantina, os custos e despesas de produção e a projeção de receitas. Os dados foram coletados, analisados e sistematizados, utilizando-se técnicas/cálculos descritos na revisão da literatura do presente estudo.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 4.1 ESTUDO DE MERCADO

Conforme o Instituto Brasileiro do Vinho (INBRAVIN), em entrevista ao jornal O Globo (2018), as vendas de vinhos nos primeiros quatro meses de 2018 cresceram 18,5% em relação ao mesmo período do ano de 2017, sendo comercializados no Brasil 107,9 milhões de litros. O vinho produzido no Brasil atende 62% do mercado interno, tendo potencial de aumento. Estima-se que em 2030 o Brasil será o quinto maior produtor mundial de vinhos. Ainda segundo o jornal, houve um aumento de 15% do consumo de vinho no Brasil entre 2015 e 2017.

Conforme previsto no presente estudo, realizou-se uma entrevista para coletar dados/opiniões dos gestores de estabelecimentos supermercadistas localizados na cidade de São Miguel do Oeste – SC, objetivando obter alguns dados/informações relativos ao perfil dos consumidores de vinho e preferências dos supermercadistas em termos de comercialização de vinho nacionais ou importados e o preço médio pago pelos vinhos finos comercializados. Constatou-se que a faixa etária que mais consome vinhos é a partir dos 35 anos. Esta informação é de fundamental importância para o direcionamento do mercado, mediante ações de Marketing que podem ser desenvolvidas.

Quanto ao preço pago pelo consumidor, se pôde constatar, por meio de cálculo de média linear, que o preço médio dos vinhos comercializados na região é de R\$ 30,00. O ideal para o empreendimento proposto é operar com uma faixa de preços dentro dessa média, pois assim poderá competir de forma equiparada com as marcas de vinhos disponíveis no mercado e, inclusive com os importados.

Quanto à quantidade de vinhos varietais/finos vendida durante o ano, constatou-se que nos estabelecimentos supermercadistas da cidade de São Miguel do Oeste - SC os dados obtidos se aproximam do cenário brasileiro. Segundo informações dos entrevistados e dados obtidos em fontes secundárias, o consumo de vinho na região, deve ser de aproximadamente 100 mil litros ao ano. Considerando-se o potencial de consumo brasileiro (107,9 milhões de litros) e regional, pode-se afirmar que existe mercado para a produção prevista no presente projeto que é de 26.000 garrafas por ano. É claro que as ações de marketing serão fundamentais para o êxito nas vendas.

Segundo os supermercadistas entrevistados, o período do ano de maior venda de vinhos é de maio a agosto. Porém, está havendo uma diluição desta sazonalidade com a maior comercialização em períodos de datas festivas, como Natal, Páscoa e dia dos pais. Esta tendência de minimização da sazonalidade de vendas pode trazer consequências positivas para o empreendimento proposto, permitindo maior regularidade de receitas durante o ano.

Quanto ao tipo de vinho que é mais vendido (fino-branco ou tinto) nacional ou importado, as informações fornecidas pelos entrevistados indicam que o vinho nacional tem participação de cerca de 70% e, os importados, representam 30%. Do volume de vendas realizado, 80% são de vinhos tintos, e 20% de vinhos brancos.

No que tange à preferência em vender vinhos nacionais ou importados, apesar da maior quantidade de vendas ser de vinhos nacionais, os entrevistados afirma que é melhor comercializar vinhos importados. Este fato se deve em função de que os vinhos importados tendem possuir qualidade superior aos nacionais, além de preços equivalentes e/ou menores que os vinhos nacionais. Eles salientam, com clareza, que os preços elevados dos vinhos nacionais se devem a alta carga tributária, praticada sobre os produtores nacionais.

Um plano estratégico de marketing do empreendimento proposto neste estudo apresenta os elementos que definem a sua intensão estratégica apresentado a seguir.

- 1) Negócio - Produção e comercialização vinhos finos e uvas *in-natura*.
- 2) Missão - Produzir e comercializar vinhos finos e uvas *in-natura* de qualidade, buscando a satisfação dos clientes e a sustentabilidade socioeconômica do empreendimento.

- 3) Visão - Ser referência nacional na produção e comercialização de vinhos finos.
- 4) Valores/princípios - **Ética:** agir com responsabilidade, confiança, respeito, honestidade e transparência nos relacionamentos; **Qualidade:** atender a demanda e expectativa dos clientes e consumidores com produtos e processos inovadores; **Sustentabilidade:** obedecer a legislação vigente e utilizar processos produtivos ecologicamente aceitáveis; e, **Confiança:** construir relações duradouros, fundamentadas no comprometimento, credibilidade e satisfação de clientes e fornecedores.

Com o intuito de promover as vendas, foram definidas algumas ações de marketing que podem ser implementadas: a) Divulgação em redes sociais; a) Realização de degustação em pontos de comercialização; c) Instalação de *outdoors* em pontos de alta circulação de pessoas; e) Divulgação em feiras, jornais, revistas e publicações especializadas; e, f) Realização de evento inaugural para clientes, fornecedores e autoridades.

#### 4.2 ESTUDO TÉCNICO

O empreendimento será localizado na Linha Dois Irmãos, zona rural do município de São Miguel do Oeste – SC. A vinha e a vinícola serão implantadas no mesmo terreno. A área ocupada será de 0,5 hectare com instalações e 3,5 hectares destinados ao cultivo de vinhas, ocupando uma área total de 4 hectares.

Quanto as dimensões, a estrutura física das instalações terá uma área construída de 110m<sup>2</sup> (10 X 11 metros). Contará com áreas de recepção de matéria-prima, vinificação e atendimento ao público, porão para armazenamento e maturação dos vinhos, elevador de acesso ao porão, depósitos para materiais e insumos, além de vestiário e banheiro.

Para viabilizar os processos produtivos, são necessários máquinas e equipamentos que permitem o controle do processo e da qualidade dos produtos produzidos, além de atender a demanda de produção anual da cantina. Partindo da perspectiva de produção de 20 (vinte) mil litros de vinho anual, relacionou-se as máquinas e equipamentos que atendam essa capacidade produtiva e que satisfazem as leis e normas vigentes para a indústria vinícola (Quadro 1).

Quadro 1: Relação de máquinas e equipamentos

Item / descrição	Quantidade
Balança de plataforma	1
Prensa hidráulica (67 X 57 cm)	1
Desengaçadeira	1
Tanque fermentador (5 mil litros)	2
Tanque reservatório (5 mil litros)	1
Bomba	1
Enxaguadora	1
Envasadura	1
Arrolhador manual de piso	1
Encolhedor Manual de Cápsulas	1
Talha/ alfombra (500 litros)	2
Barril de carvalho (230 litros) (*)	2
Mangueiras e peças	1
Filtro terra	1
Câmara fria (2,30X1,35X2,60m)	1
Maquina rotuladora manual	1
Utensílios diversos	1

Fonte: Os autores, 2018.

#### 4.3 ESTUDO FINANCEIRO

A cantina foi projetada para ter capacidade de produção de 20.000 litros ou 26 mil garrafas (750 ml) de vinho ao ano, ou seja, para processar aproximadamente 28.600 kg de uva. Para os orçamentos de imóveis, máquinas, equipamentos e utensílios, bem como para a implantação do vinhedo, foi realizada uma pesquisa de mercado com o intuito de obter-se os preços mais acessíveis e qualidade dos mesmos. A Tabela 1 traz os valores totais do investimento inicial (R\$ 430.955,25), desconsiderando-se a reserva técnica e o capital de giro.

Tabela 1: Investimento total.

Item / descrição	Valor total (R\$)
Máquinas e equipamentos	98.218,42
Móveis para escritório	2.871,17
Barracão (110m <sup>2</sup> )	98.077,10
Terreno (4 mil m <sup>2</sup> )	90.000,00
Veículo (Fiorino furgão, marca Fiat)	46.000,00
Vinhedo (3,5 hectares)	95.788,56
<b>TOTAL R\$</b>	<b>430.955,25</b>

Fonte: Dados primários (2018).

A Tabela 2 apresenta os custos variáveis previstos para a produção prevista no presente estudo, ou seja, 26.000 garrafas de vinho e 6.000 kg de uva para comercialização *in-natura*.

Tabela 2: Custos variáveis previstos.

Itens	Valor
1. Custos dos insumos para produção de 26.000 garrafas de vinho	39.019,42
2. Custo para embalagem de 6.000 kg de uva.	1.800,00
3. Custo para manutenção de 1 ha de vinhedo.	4.100,00
<b>TOTAL</b>	<b>44.919,42</b>

Fonte: Dados primários (2018).

A Tabela 4 apresenta a depreciação das instalações industriais, máquinas, equipamentos, móveis, utensílios e eletrônicos, obtida com a utilização do método linear, perfazendo um valor anual de R\$10.951,97. Na Tabela 3, pode-se observar os parâmetros utilizados para o cálculo.

Tabela 3: Parâmetros utilizados para os cálculos da depreciação (vida útil e taxas de depreciação).

Tipo de investimento	Vida útil em anos	Depreciação anual	Valor residual
Móveis e utensílios	15	6,66%	20,00%
Máquinas e equipamentos	20	5,00%	20,00%
Aparelhos eletrônicos	10	10,00%	20,00%
Veículos	10	10,00%	20,00%
Parreiral	30	3,33%	20,00%
Construções	40	2,50%	20,00%

Fonte: Dados primários (2018).

Tabela 4: Valores das depreciações.

Item/descrição	Qtd.	Valor unitário (R \$)	Valor total (R\$)	Valor residual (R\$)	Deprec. anual	Deprec. mensal
Máquinas e equipamentos	1	98.218,42	98.218,42	19.643,68	4.579,27	381,61
Móveis para escritório	1	2.871,17	2.871,17	554,23	194,29	16,19
Barracão (110m <sup>2</sup> )	1	98.077,10	98.077,10	19.615,42	1.961,54	163,46
Veículo (Fiorino furgão (marca Fiat)	1	46.000,00	46.000,00	9.200,00	3.680,00	306,67
Vinhedo (1 hectare)	1	27.368,16	24.872,16	3.224,43	536,87	44,74
<b>Total</b>		<b>362.534,86</b>	<b>362.534,86</b>		<b>10.951,97</b>	<b>912,66</b>

Fonte: Dados primários (2018).



## Projeto de Viabilidade Para Implantação de uma Unidade Vitivinícola no Extremo Oeste Catarinense

Os gastos relacionados às despesas são aqueles necessários para manter as estruturas do empreendimento em funcionamento no decorrer dos meses ou, do ano. Por ser um empreendimento familiar, não haverá contratação de mão-de-obra direta (Tabelas 5 e 6).

Tabela 5: Pró-labore.

Discriminação	Qtde.	Unitário (R\$)	Mensal (R\$)	Anual
1. Pró-labore (proprietários)	2	1500,00	3.000,00	36.000,00
2. Encargos sociais e Benefícios (INSS-25%)			753,00	9.036,00
<b>Total (1+2)</b>			<b>3.753,00</b>	<b>45.036,00</b>

Fonte: MTE - Ministério do Trabalho e Emprego (2018).

Tabela 6: Despesas fixas.

Discriminação	Valor mensal	Valor anual
1. Combustível	3.000,00	36.000,00
2. Encargos sobre Pró-labore	753,00	9.036,00
3. Depreciações	872,73	10.472,77
4. Honorários contábeis	500,00	6.000,00
5. Enólogo (Serviço terceirizado)		350,00
6. Estimativa de gastos com água	300,00	3.600,00
7. Estimativa de gastos com energia elétrica	760,00	9.120,00
8. Estimativa de gastos com telefone e internet	160,00	1.920,00
9. Estimativa de gastos com material de limpeza	100,00	1.200,00
10. Seguro e manutenção do veículo	170,00	2.040,00
11. Estimativa de gastos com material de escritório	65,00	780,00
<b>Total (1+...9)</b>	<b>6.680,73</b>	<b>80.168,77</b>

Fonte: Dados primários (2018).

Quanto aos impostos e contribuições incidentes, de acordo com a Receita Operacional Bruta (ROB) anual, o empreendimento se classifica como empresa de pequeno porte, podendo assim, ser optante do SIMPLES - Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte.

Este sistema de integração de impostos simplifica para uma alíquota única impostos como a Contribuição para o Programa de Integração Social (PIS), a Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL), o Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e a Contribuição para a Seguridade Social. As Tabelas 11 e 12 trazem os impostos incidentes sobre o vinho e a uva, resultando nos índices de comercialização que serão utilizados para o cálculo da Taxa de Marcação (*Markup*).

Para a formação do preço de venda, primeiro é necessário saber o Custo do Produto Vendido (CPV) (Tabelas 7 e 8). Para chegar ao CPV, somam-se as despesas, custos fixos e variáveis e, sua soma, é dividida pela quantidade produzida.

Tabela 7: CPV – Custo Unitário do Produto Vendido (vinho).

Itens	Valor (R\$)
<b>1. Despesas anuais</b>	<b>72.316,09</b>
<b>2. Custos Fixos anuais (Pessoal Administrativo e operacional)</b>	<b>38.602,29</b>
<b>3. Custos variáveis anuais</b>	
3.1 Matéria prima e insumos para o cultivo de 3,0 ha de parreiral	12.300,00
3.2 Insumos para envase e armazenamento de 26.000 garrafas de vinho.	39.019,42
<b>Total dos Custos Variáveis (3.1 + 3.2)</b>	<b>51.319,42</b>
<b>CUSTO TOTAL DOS PRODUTOS VENDIDOS (1+2+3)</b>	<b>162.237,80</b>

Fonte: Dados primários (2018).

Tabela 8: CPV – Custo Unitário do Produto Vendido (uva de mesa).

Itens	Valor (R\$)
<b>1. Despesas anuais</b>	<b>12.052,68</b>
<b>2. Custos Fixos anuais (Pessoal Administrativo e operacional)</b>	<b>6.433,71</b>

<b>3. Custos variáveis anuais</b>	
3.1 Matéria prima e insumos para o cultivo de 0,5 ha de parreiral	2.050,00
3.2 Custos dos insumos para acondicionamento de 6.000 kg de uva de mesa	1.800,00
<b>Total dos Custos Variáveis (3.1 + 3.2)</b>	<b>3.850,00</b>
<b>CUSTO TOTAL DOS PRODUTOS VENDIDOS (1+2+3)</b>	<b>22.336,40</b>

Fonte: Dados primários (2018).

Após obter-se a soma dos custos e despesas de produção de cada um dos produtos que serão comercializados, dividiu-se os valores obtidos pelas quantidades a serem produzidas. Obteve-se o custo unitário de produção do vinho e da uva, ou seja, R\$ 6,26 e R\$ 3,73 respectivamente. As Tabelas 9 e 10 apresentam os valores do custo unitário obtido.

Tabela 9: CPV - Custo do Produto Vendido (vinho).

<b>Itens de custos e despesas</b>	<b>Valor (R\$)</b>
D (Despesas)	72.726,83
CF (Custos Fixos)	38.602,29
CV (Custos Variáveis)	51.319,42
<b>Total (D + CF + CV)</b>	<b>162.648,54</b>
<b>QP (Quantidade Produzida) em garrafas</b>	26.000
<b>Custo Unitário [CPV = (D + CF + CV)/QP]</b>	<b>6,26</b>

Fonte: Dados primários (2018).

Tabela 10: CPV - Custo do Produto Vendido (uva de mesa).

<b>Itens de custos e despesas</b>	<b>Valor</b>
D (Despesas)	12.121,14
CF (Custos Fixos)	6.433,71
CV (Custos Variáveis)	3.850,00
<b>Total (D + CF + CV)</b>	<b>22.404,85</b>
<b>QP (Quantidade Produzida) kg de uva de mesa</b>	6.000
<b>Custo Unitário [CPV = (D + CF + CV)/QP]</b>	<b>3,73</b>

Fonte: Dados primários (2018).

Para a Formação do preço de venda de cada produto, utilizou três itens conhecidos como Indicadores de Vendas, ou seja: Índice de Comercialização (IC); Margem de Lucro (ML); e, Taxa de Marcação (*Markup*) (TM). Estimou-se um lucro de 50,00% sobre o valor de venda do vinho e de 20,00% para a uva.

Para se obter a Taxa de Marcação (TM), faz-se necessário conhecer o Índice de Comercialização que foi composto pela somatória dos percentuais relativos aos impostos, publicidade e Margem de Lucro desejada para cada produto (Tabelas 11 e 12).

Tabela 11: Índice de Comercialização (IC) para o vinho.

1.IPI	14,00%
2.IRPJ	0,38%
3.CSSL	0,38%
4.COFINS	1,15%
5.PIS/Pasep	0,27%
6.CPP	3,28%
7. ICMS	2,83%
8. Publicidade	3,00%
<b>Total (1+2+...5)</b>	<b>25,29%</b>

Fonte: Dados primários (2018).

Tabela 12: Índice de Comercialização (IC) para uva de mesa.

1.FUNRURAL	1,50%
2.ICMS	0,00%
3.IPI	0,00%
4.COFINS	0,00%
5.PIS	0,00%



**Projeto de Viabilidade Para Implantação de uma Unidade Vitivinícola no Extremo Oeste  
Catarinense**

6.Publicidade	2,00%
<b>Total (1+2+...6)</b>	<b>3,50%</b>

Fonte: Dados primários (2018).

Mediante definição do Índice de Comercialização e da Margem de Lucro (ML) desejada, calculou-se a Taxa de Marcação (Tabelas 13 e 14) com a utilização de seguinte fórmula:

$$TM = [100 - (IC + ML)] : 100$$

Onde: TM = Taxa de Marcação; IC = Índice de Comercialização; ML = Margem de Lucro

Tabela 13: Taxa de Marcação (TM) do vinho.

IC- Índice de Comercialização	3,50%
ML - Margem de Lucro	20,00%
<b>TM</b>	<b>0,2471</b>

Fonte: Dados primários (2018).

Tabela 14: Taxa de Marcação (TM) da uva de mesa.

IC- Índice de Comercialização	25,29%
ML - Margem de Lucro	50,00%
<b>TM</b>	<b>0,7650</b>

Fonte: Dados primários (2018).

A partir da obtenção da Taxa de Marcação (TM), apurou-se a Receita Operacional (RO) com a utilização da seguinte fórmula:

$$\text{Receita Operacional} = \text{Custo do Produto/Taxa de Marcação (Markup)}$$

As Tabelas 15 e 16 a seguir, apresentam a Receita Operacional (RO) estimada para a venda de vinho e uva de mesa.

Tabela 15: Taxa de Marcação e receita estimada (vinho).

<b>Taxa de Marcação (TM) do vinho</b>	
IC- Índice de Comercialização	25,29%
ML - Margem de Lucro	50,00%
<b>TM - Taxa de Marcação = [100 - (IC + ML)] : 100</b>	
<b>TM = 0,2471</b>	
<b>Receita operacional do vinho.</b>	
Receita Operacional = Custo do Produto/Taxa de Marcação (Markup)	
<b>Receita Operacional = 658.229,62</b>	

Fonte: Dados primários (2018).

Tabela 16: Taxa de Marcação e receita estimada (uva).

<b>Taxa de Marcação (TM) da uva de mesa</b>	
IC- Índice de Comercialização	3,50%
ML - Margem de Lucro	20%
<b>TM - Taxa de Marcação = [100 - (IC + ML)] : 100</b>	
<b>TM = 0,7650</b>	
<b>Receita operacional da uva.</b>	
Receita Operacional = Custo do Produto/Taxa de Marcação (Markup)	
<b>Receita Operacional = 29.287,39</b>	

Fonte: Dados primários (2018).

Somando as receitas operacionais da comercialização dos vinhos e das uvas, chegou-se a um valor total de R\$ 685.756,27.

O preço de venda unitário foi obtido dividindo-se a RBT (Receita Bruta Total) pela quantidade produzida de vinho e uva. Estes valores podem ser observados nas Tabela.

**Projeto de Viabilidade Para Implantação de uma Unidade Vitivinícola no Extremo Oeste Catarinense**

Tabela 17: Preço unitário de venda.

<b>Produtos</b>	<b>RBT</b>	<b>Quantidade Produzida</b>	<b>Preço Unitário</b>
Vinho	658.229,62	26.000	25,32
Uva	29.287,39	6.000	4,88

Fonte: Dados primários (2018).

A Tabela 18 apresenta o DRE do presente projeto. Foram projetados três cenários de resultados, sendo um cenário ideal denominado de “Cenário 2”, e outros dois, “Cenário 1” e “Cenário 3”, considerando-se uma variação para mais ou para menos de 15% em relação ao Cenário 2. O DRE foi estimado para o período de um ano, com produção máxima estimada e venda total da produção. Considerando-se o cenário 2, o lucro líquido pode chegar a R\$ 342.024,91.

Tabela 18: Demonstrativo de Resultado de Exercício (DRE).

<b>Item</b>	<b>Discriminação</b>	<b>85,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>115,00%</b>
		<b>Cenário 1 (R\$)</b>	<b>Cenário 2(R\$)</b>	<b>Cenário 3 (R\$)</b>
<b>1</b>	<b>Receita Bruta de Vendas</b>			
	1.1 Venda de vinhos	559.495,18	658.229,62	756.964,06
	1.2 Venda de uvas	24.894,28	29.287,39	33.680,50
	<b>Total Bruta Total (1.1 + 1.2)</b>	<b>584.389,46</b>	<b>687.517,01</b>	<b>790.644,56</b>
<b>2</b>	<b>(-) Deduções</b>			
	<b>a) Deduções sobre venda de vinho</b>			
	Subtotal das deduções (a)	122.585,39	144.218,11	165.850,83
	<b>b) Deduções sobre venda de uva de mesa</b>			
	2.7 FUNRURAL (1,50% Sobre a receita da uva)	373,41	439,31	505,21
	<b>Subtotal das deduções (b)</b>	<b>373,41</b>	<b>439,31</b>	<b>505,21</b>
	<b>(-) Total de Deduções (a + b)</b>	<b>122.958,81</b>	<b>144.657,42</b>	<b>166.356,03</b>
<b>3</b>	<b>(-) Custos dos Produtos Vendidos (matéria prima e insumos</b>			
	3.1 Produção de Vinho	51.319,42	51.319,42	51.319,42
	3.2 Produção de Uva de Mesa	3.850,00	3.850,00	3.850,00
	<b>(-) Total (3.1 + 3.2)</b>	<b>55.169,42</b>	<b>55.169,42</b>	<b>55.169,42</b>
<b>4</b>	<b>(-) Despesas Operacionais</b>			
	<b>4.1 Despesas com Vendas</b>			
	<b>4.1.1 Publicidade</b>			
	a) Vinho	16.784,86	19.746,89	22.708,92
	b) Uva de mesa	497,89	585,75	673,61
	<b>Subtotal (a+b)</b>	<b>17.282,74</b>	<b>20.332,64</b>	<b>23.382,53</b>
<b>5</b>	<b>(-) TOTAL DOS CUSTOS VARIÁVEIS (2+3+4)</b>	<b>195.410,97</b>	<b>220.159,48</b>	<b>244.907,99</b>
<b>6</b>	<b>6.1 Despesas administrativas</b>			
	<b>Subtotal (3.2.1+...3.2.10)</b>	<b>107.707,97</b>	<b>107.707,97</b>	<b>107.707,97</b>
	<b>6.2 Despesas com a produção</b>			
	<b>Subtotal (4.3.1+...4.3.3)</b>	<b>16.320,00</b>	<b>16.320,00</b>	<b>16.320,00</b>
<b>7</b>	<b>(-) TOTAL DOS CUSTOS FIXOS (6.1+6.2)</b>	<b>124.027,97</b>	<b>124.027,97</b>	<b>124.027,97</b>
<b>8</b>	<b>(-) CUSTO TOTAL (5+7)</b>	<b>319.438,94</b>	<b>344.187,45</b>	<b>368.935,96</b>
<b>9</b>	<b>RECEIRA OPERACIONAL LÍQUIDA (1-7)</b>	<b>264.950,52</b>	<b>343.329,56</b>	<b>421.708,60</b>
	<b>(-) CSLL (0,38% S/Receita Operacional Líquida)</b>			
<b>10</b>		<b>1.006,81</b>	<b>1.304,65</b>	<b>1.602,49</b>
<b>11</b>	<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>263.943,70</b>	<b>342.024,91</b>	<b>420.106,11</b>

Fonte: Dados primários (2018).

A Margem de Contribuição (MC) é a diferença entre Receita Bruta Total (RBT) e os Custos Variáveis. Levando-se em conta o Cenário 2, obteve-se uma Margem de Contribuição (MC) de R\$ 514.828,42. Este é o valor que o empreendimento teria para cobrir os Custos Fixos e obter lucro em suas operações (Tabela 19).

Tabela 19: Demonstrativo da Margem de Contribuição.

Cenários	RBT	CV	MC
a) Cenário 1	584.389,46	195410,97	388.978,49
b) Cenário 2	687.517,01	220159,48	467.357,53
c) Cenário 3	790.644,56	244907,99	545.736,57

Fonte: Dados primários (2018).

O Ponto de Equilíbrio (PE) é a quantidade de produtos que precisa ser vendida para cobrir todos os custos e despesas de produção dos produtos vendidos. Para o presente estudo, levou-se em consideração o Receita Bruta Total (RBT) necessária para atingir o Ponto de Equilíbrio (PE) (Tabela 21). Para se chegar a este valor utilizou as fórmulas e os respectivos cálculos a seguir:

**a) Cálculo do Índice de Margem de Contribuição (IMgC)**

$$\text{IMgC} = \text{MC/RBT}$$

Onde: MC = Margem de Contribuição; RBT = Receita Bruta Total

**a) Cálculo da Receita Bruta Total (RTB) no Ponto de Equilíbrio**

$$\text{PE} = \text{CF/IMgC}$$

Onde: CF = Custos Fixos; IMgC = Índice da Margem de Contribuição

Tabela 18: Cálculo da Receita Bruta Total (RTB) no Ponto de Equilíbrio (PE).

Cenários	MC	RTB	CF	IMgC	RBT/PE
a) Cenário 1	388.978,49	584.389,46	124.027,97	0,665615	186.335,85
b) Cenário 2	467.357,53	687.517,01	124.027,97	0,679776	182.454,19
c) Cenário 3	545.736,57	790.644,56	124.027,97	0,690243	179.687,50

Fonte: Dados primários (2018).

Para o Cenário 2, chegou-se a uma RBT no PE de R\$ 182.454,19, ou seja, este deverá ser o valor das receitas para que o empreendimento opere com Lucro Zero, ou seja, sem lucros e sem prejuízos.

A Taxa Interna de Retorno representa o percentual de retorno obtido sobre o valor investido no negócio. Utilizou-se a fórmula a seguir para realizar os cálculos:

$$\text{TIR} = (\text{LLA} / \text{IT}) \times 100 \quad \text{- Onde: LLA = Lucro Líquido Anual; IT = Investimento Total}$$

A Tabela 22 apresenta o investimento total considerando o capital de giro necessário e uma reserva técnica estimada em 5,00% do investimento fixo. Desta forma, será necessário dispor de um valor total de R\$ 592.520,40 para implantar o projeto. É importante destacar que os desembolsos serão gradativos e se estenderão até o ano de 2028 (Tabelas 25 e 26), quando se prevê a implantação total do projeto.

Tabela 19: Investimento total.

Item	Discriminação	Valor (R\$)
<b>1</b>	<b>Investimento Fixo</b>	<b>430.955,25</b>
<b>2</b>	<b>Capital de Giro</b>	
	2.1 Matéria Prima e Insumos	55.169,42
	2.2 Mão de Obra Direta	0,00
	2.3 Despesas Fixas	84.847,97
	<b>Subtotal (1 + 2)</b>	<b>140.017,39</b>
<b>3</b>	<b>Reserva Técnica (5% sobre o Investimento Total)</b>	<b>21.547,76</b>
<b>4</b>	<b>Total (1 + 2 + 3)</b>	<b>592.520,40</b>

Fonte: Dados primários (2018).

Tabela 20: Taxa de Retorno do Investimento (TIR).

<b>Cenários</b>	<b>LL</b>	<b>IT</b>	<b>TIR Anual (%)</b>	<b>TIR Mensal (%)</b>
a) Cenário 1	263.943,70	592.520,40	44,55	3,71
b) Cenário 2	342.024,91	592.520,40	57,72	4,81
c) Cenário 2	420.106,11	592.520,40	70,90	5,91

Fonte: Dados primários (2018).

Os resultados da Taxa Interna de Retorno obtido, no Cenário 2, considerado ideal, foi de 4,81% ao mês, indicando que o rendimento do capital investido no empreendimento proposto neste projeto, é aproximadamente nove vezes superior a caderneta de poupança, cujo rendimento atual é de aproximadamente 0,51% ao mês.

O PayBack representa o tempo em que demora para retornar o investimento realizado em no empreendimento proposto. Para realizar os cálculos, utilizou-se a fórmula a seguir:

$$\text{PAYBACK} = \text{IT} / \text{LLA}$$

Onde: IT = Investimento Total; LLA = Lucro Líquido Anual

Os dados obtidos na Tabela 24 indicam que no Cenário 2 considerado ideal, o Payback é de 01 ano, 8 meses e 24 dias.

Tabela 21: Demonstrativo do Tempo de Retorno de Investimento (Payback).

<b>Cenários</b>	<b>Payback</b>	<b>Anos</b>	<b>Meses</b>	<b>Dias</b>
a) Cenário 1	26,94	2	2	28
b) Cenário 2	20,79	1	8	24
c) Cenário 2	16,92	1	4	28

Fonte: Dados primários (2018).

## CONCLUSÃO

Por meio do estudo realizado, pode-se afirmar que os objetivos propostos foram alcançados. Constatou-se que existe demanda de mercado para vinhos na região de implantação do empreendimento e que as vendas podem ser direcionadas para outras regiões do estado e do país, a partir da consolidação da produção e da marca no mercado.

No que tange ao estudo técnico, percebe-se que o mercado fornecedor de máquinas, equipamentos, utensílios e insumos para a produção, atende às necessidades do empreendimento, ou seja, existe disponibilidade de fornecedores e de assistência técnica. Desta forma, foi possível estruturar um estudo técnico que atende às necessidades de implantação da unidade vitivinícola.

O estudo financeiro realizado indicou que o retorno do capital investido no projeto, considerando as condições operacionais ideais, é economicamente viável, sendo que o capital investido retornaria em menos de dois anos (Tabela 24). Portanto, as análises financeiras mostraram-se viáveis para os três cenários de resultados econômico-financeiros projetados.

Apesar dos indicadores econômicos obtidos apresentarem um cenário positivo de retorno para o investimento necessário na implantação do projeto, alguns aspectos relacionados especialmente à produção de matéria prima e de mercado, devem ser considerados como fatores limitadores e que serão descritos a seguir.

O projeto proposto no presente estudo será implantado de forma escalonada, evoluindo cerca de 10% ao ano, estimando-se um prazo total para a implantação de 10 anos, a contar a partir de 2019, conforme pode ser observado nas Tabelas 25 e 26.

Tabela 22: Evolução da produção do vinho.

Ano	Área (he)	Nº cepas	Produção por cepa (kg)	Produção Total (kg)	Litros de vinho	Garrafas de vinho 750 ml	Preço por garrafa	Receita Estimada (R\$)
2020	0,5	1075	0,00	0,0	0	0	25,32	0,00
2021	1,0	2150	3,50	7.525,0	5.117	6.823	25,32	0,00
2022	1,5	3225	3,50	11.287,5	7.676	10.234	25,32	172.726,20
2023	2,0	4300	3,50	15.050,0	10.234	13.645	25,32	259.089,30
2024	2,5	5375	3,50	18.812,5	12.793	17.057	25,32	345.452,41
2025	3,0	6450	4,00	25.800,0	17.544	23.392	25,32	431.815,51
2026	3,0	6450	4,20	27.090,0	18.421	24.562	25,32	592.204,12
2027	3,0	6450	4,45	28676,47	19.500	26.000	25,32	621.814,33
2028	3,0	6450	4,45	28676,47	19.500	26.000	25,32	658.229,61

Fonte: Os autores, 2018.

Tabela 26: Evolução da produção da uva.

Ano	Area (he)	Nº cepas	Produção por cepa (kg)	Produtividade (kg)	Preço por kg	Receita Estimada
2019	0,5	1.075	0,0	0,0	4,88	0,00
2020	0,5	1.075	2,0	2.150,0	4,88	10.494,65
2021	0,5	1.075	3,0	3.225,0	4,88	15.741,97
2022	0,5	1.075	5,0	5.375,0	4,88	26.236,62
2023	0,5	1.075	6,0	6.450,0	4,88	31.483,94
2024	0,5	1.075	6,0	6.450,0	4,88	31.483,94
2025	0,5	1.075	6,0	6.450,0	4,88	31.483,94
2026	0,5	1.075	6,0	6.450,0	4,88	31.483,94
2027	0,5	1.075	6,0	6.450,0	4,88	31.483,94

Fonte: Os autores, 2018.

O exercício de uma atividade que possa gerar receita complementar para o projeto, neste caso a produção de uvas para a comercialização *in-natura* (Tabela 26), pode gerar recursos financeiros para serem investidos na infraestrutura de produção de vinhos finos. Sabe-se que a produção de uvas viníferas está condicionada a uma série de fatores climáticos e intempéries que podem afetar o volume de produção de matéria prima (uva vinífera) e, conseqüentemente, afetar o desempenho econômico do empreendimento. Por estas razões, entende-se que os investimentos na infraestrutura de produção de vinho devem ser realizados à medida que ocorrer a efetivação da produção de matéria-prima. Vale destacar que o investimento total previsto é da ordem de R\$ 592.520,40, valor considerável para um empreendimento da agricultura familiar.

Em relação à mão de obra necessária para a gestão e processo de produção, pode-se destacar o fato desta ser predominantemente familiar, sendo que a contratação de funcionários só será necessária apenas nos períodos de maior demanda de trabalho (período de poda do vinhedo e safra da uva). Estes fatores permitem suprir a necessidade de mão de obra externa com a contratação de diaristas, ou seja, mão de obra temporária e sem vínculo empregatício.

Os serviços de contador e enólogo serão contratados de forma terceirizada, tendo em vista que o tamanho do empreendimento não comporta (especialmente num primeiro momento) a contratação direta desses profissionais.

Outro aspecto importante a se considerar e que pode ser considerado limitador, serão as dificuldades em chegar com o produto ao mercado, já que a lei do vinho da agricultura familiar (Lei Nº 12.959, de 19 de Março de 2014) apenas permite a comercialização da produção de forma direta ao consumidor, ou seja, a venda só é permitida no local de produção, feiras livres e em loja própria.

Os resultados obtidos com a realização do presente estudo permitem a continuidade dos testes de adaptação de variedades viníferas na propriedade rural familiar do empreendedor e, posterior investimento na produção de vinhos finos. Agora, terá o empreendedor e sua família,

muito trabalho e dedicação para pôr em prática o projeto que, por sua vez, poderá contribuir para o desenvolvimento econômico e social regional.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Henrique Damásio. **Projeto de Viabilidade Econômico-Financeira Para a Implantação de Uma Vinícola na Serra Catarinense**. UFSC – Florianópolis, 2004.

BAIRRADA, Associação Interprofissional de Produção e Comércio da **Touriga Nacional**. Castas tintas. Bairrada – Portugal, 2009. Disponível em: <<http://www.cvbaIRRada.pt/pt/castas/castas/scripts/core.htm?p=castas&f=castas&lang=pt&idsec=132&idcont=186>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

BRASIL, Lei nº 7.678, de 8 de Novembro de 1988. Dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho, e dá outras providências. Brasília, 1988. Legislação Federal. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1980-1988/17678.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1980-1988/17678.htm)>. Acesso em: 24 abr. 2018.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos; abordagem do capital de giro e da margem de competitividade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

EMBRAPA, uva e vinho. Sistema de Produção de Uvas Rusticas Para Processamento me Regiões Tropicais do Brasil. Informe, versão eletrônica, 2005. Disponível em: <<https://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Uva/UvasRusticasParaProcessamento/cultivares.htm>>. Acesso em: 13 mai. 2018.

EPAGRI, Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina. **Fruticultura Catarinense em Números**. (versão preliminar) Florianópolis, 2013.

GEIGER, K. T.; AREND, S. C. As alterações na COFINS e PIS e seus reflexos sobre a cadeia orizícola gaúcha. In: **Estudos do CEPE: Centro de Estudos e Pesquisas de Economia**, Santa Cruz do Sul, n. 23, p. 65-79, jan. 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

GOMES, Isabela Motta. **Como elaborar uma pesquisa de mercado**. Manual. Sebrae Minas. Belo Horizonte: 2013.

KIRSLYS, Alexandre. **O que são encargos sociais e trabalhistas e como realizar seus cálculos?**. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www.erpflex.com.br/blog/encargos-sociais>>. Acessado em: 22 Abr. 2018.

BRASIL, **lei nº 12.959, de 19 de março de 2014**. Altera a Lei no 7.678, de 8 de novembro de 1988, para tipificar o vinho produzido por agricultor familiar ou empreendedor familiar rural, estabelecer requisitos e limites para a sua produção e comercialização e definir diretrizes para o registro e a fiscalização do estabelecimento produtor. Brasília – DF, 2014. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2014/Lei/L12959.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L12959.htm)>. Acessado em: 12 Mar. 2018.

MAGALHÃES, Nuno. Touriga Nacional por Nuno Magalhães Ciclo Longo. **Vídeo**. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sBJZBzX6a58&t=283s>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

MAPA, Ministério da agricultura, pecuária e abastecimento. **Instrução Normativa nº 5, de 31 de Março de 2000**. – Brasília, 2000.



MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo; Atlas, 2010.

O GLOBO, Jornal. Vendas de vinhos sobem 18,5% em 2018. **Jornal O Globo, versão digital. Disponível em:** < <https://oglobo.globo.com/economia/vendas-de-vinhos-sobem-185-em-2018-22896554>>. **Acessado em: 16 Out. de 2018.**

**RESOLUÇÃO CONAMA n° 385, de 27 de dezembro de 2006.** Estabelece procedimentos a serem adotados para o licenciamento ambiental de agroindústrias de pequeno porte e baixo potencial de impacto ambiental. Brasília – DF, 2006. Disponível em: <<http://www2.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=523>>. Acessado em: 11 Abr. 2018.

**RESOLUÇÃO CONSEMA n° 98, de 5 de maio de 2017.** Aprova, nos termos do inciso XIII, do art. 12, da Lei n° 14.675, de 13 de abril de 2009, a listagem das atividades sujeitas ao licenciamento ambiental, define os estudos ambientais necessários e estabelece outras providências. Florianópolis, 2017. Disponível em: <<http://www.pmf.sc.gov.br/arquivos/arquivos/pdf/RES%20CONSEMA%2098%202017%20copilada%20-%20SDS%2014fev18%20-%20inclui%20consema%20112-2017.pdf>>. Acessado em: 10 de nov 2018.

ROCHA, Duilio. **Fundamentos técnicos da produção**. São Paulo: Makron Books, 1995.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequena e média empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SANTOS, Gilberto José dos; MARION, José Carlos; SEGATTI, Sonia. **Administração de custos na agropecuária**. 4. ed. Atlas: São Paulo, 2017.

SLACK, N. et al. **Administração da Produção**. São Paulo, Editora Atlas, 1996.

SOUZA, Alceu e CLEMENTE, Ademir. **Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

WOILER, Samsão; MATHIAS, Washington Franco. **Projetos: planejamento, elaboração, análise**. 2. Ed. – 4. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2013.

Zoneamento Agroecológico e Socioeconômico de Santa Catarina. Epagri. Florianópolis, 1999. Disponível em: <<http://ciram.epagri.sc.gov.br/images/documentos/ZonAgroecoMapas.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2018.