

**INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS SÃO MIGUEL DO OESTE
CURSO TÉCNICO EM AGROPECUÁRIA INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**

**PAULO CESAR FIORI JUSTEN
SOLIVAN ALISSON DOS SANTOS
TAINARA TAÍS BRANCHER
VANESSA FANTIN BOLSONI**

**PLANO DE EMPREENDIMENTO
Consultoria rural para bovinocultura leiteira do Extremo Oeste de Santa
Catarina**

**SÃO MIGUEL DO OESTE, SC
2019**

PAULO CESAR FIORI JUSTEN
SOLIVAN ALISSON DOS SANTOS
TAINARA TAÍS BRANCHER
VANESSA FANTIN BOLSONI

PLANO DE EMPREENDIMENTO

Consultoria rural para bovinocultura leiteira no Extremo Oeste de Santa Catarina

Trabalho de conclusão de curso apresentado à unidade curricular Projeto Integrador do Curso Técnico em Agropecuária Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina IFSC, Campus São Miguel do Oeste.

Orientador: Prof. Felipe Cintra Braga, Me.

Coorientador: Prof. Douglas Antonio Rogeri, Dr.

SÃO MIGUEL DO OESTE, SC

2019

Dedicatória

Dedicamos este projeto integrador ao nosso querido orientador,
professor Felipe Cintra, pelas cobranças e pequenas raivas
que todos passaram (incluindo ele)

Também dedicamos aos professores que auxiliaram
processo, mas não estarão presentes para ver os resultados,
obrigado professor Rafael Bispo e professora Ana Maccari.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso teve como objetivo desenvolver uma proposta de empreendimento de consultoria rural voltada à bovinocultura leiteira do Extremo Oeste Catarinense, que possui representatividade de 3% da produção nacional (CEPEA, 2019). O empreendimento poderá promover melhorias nas condições de trabalho e rendimento, nessa que é uma das principais atividades agropecuárias da região do Extremo Oeste Catarinense. Para fundamentar a proposta de empreendimento, foi desenvolvido um estudo de viabilidade, baseado em indicadores socioeconômicos da região e na aplicação de questionários que, dentre outros temas, buscaram investigar: se os produtores estariam dispostos a pagar por um serviço de consultoria rural; o grau de escolaridade; utilização atual e/ou interesse em assistência técnica e; conhecimento, utilização atual e/ou interesse que os produtores possuem em tecnologias produtivas. Como resultados, obteve-se o perfil dos possíveis clientes, que são produtores de leite de pequenas propriedades e, grande parte dos produtores não possuem ensino superior cursado e não utilizam ferramentas de auxílio, porém já trabalham na atividade há pelo menos 10 anos, e mesmo que estejam consolidados enfrentam dificuldades em comum como, que serão os focos da consultoria, entre eles estão: elevada mão de obra na atividade; instabilidade no valor do leite; elevado custo da atividade produtiva; adversidades climáticas. A partir dos resultados foi estruturado o plano de empreendimento, baseado em Garay (2015), Kotler e Keller (2012) e Osterwalder (2010), com foco nas carências dos produtores, analisou-se as necessidades das empresas e então os dados do plano e pesquisa de mercado foram cruzados, o que gerou a conclusão de que um possível investidor seria a Cooperalfa, pois a maior parte dos produtores entrevistados estavam associados a ela, sendo assim os problemas recorrentes possuem maior chance de serem encontrados nas propriedades associadas. Outro ponto é um método de propagação de meios para a amenização dos problemas relatados pelos produtores, para resolver isso uma provável solução é a oferta de minicursos, oficinas e dias de campo que são capazes de captar mais produtores em menos tempo. Ao término é possível perceber o benefício que o trabalho proporcionou conhecimentos técnicos e científicos, assim como um melhor entendimento de todo o processo necessário para o planejamento de uma empresa. Além disso, o crescimento profissional foi visível quando compara-se as apresentações e ensaios realizados.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Bovinocultura leiteira; Consultoria.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Relação de produtores entrevistados por municípios	26
Gráfico 2 - Escolaridade dos produtores entrevistados	27
Gráfico 3 - Relação entre produtores e anos de atuação	27
Gráfico 4 - Tamanho das propriedades rurais entrevistadas	28
Gráfico 5 - Principais dificuldades apontadas dos produtores entrevistados	29
Gráfico 6 - Produtores entrevistados que utilizam ferramentas de auxílio	29
Gráfico 7 - Relação de produtores entrevistados associados à cooperativas	30
Gráfico 8 - Produtores entrevistados associados por cooperativa	30
Gráfico 9 - Relação de produtores entrevistados que sabem o que é uma consultoria rural	31
Gráfico 10 - Relação entre produtores que sabem o que é uma consultoria rural e se já teve experiência com o serviço	31
Gráfico 11 - Relação entre experiência e produtores que em algum momento tiveram auxílio de uma consultoria rural	32
Gráfico 12 - Relação de produtores que sabem citar os serviços citados por uma consultoria rural	33
Gráfico 13 - Relação entre produtores entrevistados que sabem citar serviços e serviços citados	33
Gráfico 14 - Relação de produtores que contratariam a consultoria rural	34
Gráfico 15 - Principais motivos apontados pelos produtores entrevistados que não contratariam a consultoria	34

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Estabelecimentos produtores de leite por município da microrregião de São Miguel do Oeste	19
Tabela 2 - Parâmetros de qualidade de leite	20
Tabela 3 - Valor dos serviços prestados pela consultoria	39

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
1.1 Objetivos	10
1.1.1 Objetivo geral	10
1.1.2 Objetivos específicos	10
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	12
2.1 Empreendedorismo	12
2.2 Inovação	13
2.3 Consultoria rural	14
2.4 Plano de empreendimento	15
2.5 Bovinocultura leiteira	17
2.6 Qualidade do leite	20
2.7 Comunicação e extensão rural	21
2.8 Pesquisa de mercado	22
3. MATERIAL E MÉTODOS	23
3.1 Pesquisas bibliográficas e documentais	23
3.2 Questionário	23
3.3 Gráficos	24
3.4 Plano de empreendimento	24
4. RESULTADOS	26
4.1 Perfil do cliente	26
4.2 Plano de empreendimento	35
4.2.1 Descrição básica	35
4.2.2 Estrutura	36
4.2.3 Conceito	36

4.2.4 Público alvo	37
4.2.5 Detalhes do projeto	37
4.2.6 Equipe	39
4.2.7 Mercado	39
4.2.8 Defesa do projeto	40
4.2.8.1 Oportunidades	40
4.2.8.2 Forças	40
4.2.8.3 Ameaças	41
4.2.8.4 Fraquezas	41
5. CONCLUSÃO	42
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
APÊNDICES	48

1. INTRODUÇÃO

Embora o Brasil seja um dos países mais empreendedores do mundo, a realidade é que a maioria das novas empresas fecham nos seus primeiros cinco anos (GEM, 2017). Para Paletta (2012), isso se deve ao fato da falta de formação e informação dos empreendedores. Essa informação corrobora com o tipo de empreendedorismo existente no Brasil: empreendedorismo de subsistência (GEM, 2017).

A maior parte das empresas são individuais, cerca de 60%, das empresas iniciais e 70% das empresas estabelecidas não possuem nenhum empregado (GEM, 2017). No Extremo Oeste Catarinense o empreendedorismo parece se dar nas mesmas bases: as microempresas representam 96% da participação relativa na quantidade de empresas porém geram apenas 41,7% dos empregos (SEBRAE, 2013), o que corrobora com as informações propostas pela GEM (2017).

Em números gerais, segundo estudos do SEBRAE (2013) a quantidade de empresas no Extremo Oeste Catarinense está estabilizada de 2006 até 2011. Todavia o número de empregos está em acréscimo representativo, o que leva à conclusão de que houve um aumento no número de contratações por ampliação das empresas.

Do total de 17.403 empresas da região, 3,18% das empresas estabelecidas e 3,43% dos empregos são do setor agropecuário, considerando apenas pessoas jurídicas. Porém a maior parte dos produtores não possui CNPJ, portanto um número mais confiável seria o número de estabelecimentos produtores de leite, que segundo o IBGE (2017) é cerca de 9.551, tais propriedades têm seu leite coletado por 15 estabelecimento de laticínios (DATA VIVA, 2017). Em 2017 o Extremo Oeste Catarinense foi responsável por 700 milhões de litros de leite produzidos (EPAGRI, 2019) com estimativa de R\$ 685 milhões movimentados (IBGE, 2017), ao passo que Santa Catarina chegou a R\$ 3,3 bilhões, ou seja o Extremo Oeste Catarinense contribui com 26% do capital do estado (CEPEA, 2019). O Brasil produziu 33,5 bilhões de litros de leite (IBGE, 2019) gerando R\$ 37 bilhões, portanto Santa Catarina participa com aproximadamente 9% total do capital gerado em 2017 (IBGE, 2017). Com tais números, Santa Catarina foi a quarta maior bacia leiteira em 2016 segundo o IBGE (2017, apud GOVERNO DE SANTA CATARINA, 2017). À medida o

Extremo Oeste Catarinense participou com 3% do leite produzido e 3% do capital (IBGE, 2017), o que é surpreendente para um região que possui apenas 0,05% do território nacional (IBGE, 2017).

Porém, ainda que a região EOC seja bastante representativa no mercado do leite, muitos produtores não seguem as recomendações dos técnicos, mesmo que ao segui-las aumentaria a renda bem como facilitaria a vida do produtor (SANTOS, 2017). Outro ponto levantado por Neves (2014) seria a falta do controle nas atividades produtivas no quesito do monitoramento, mesmo com a existência de vários aplicativos que servem justamente para auxiliar os produtores rurais a terem maior controle sobre as atividades produtivas, porém a maioria não vê motivo para usufruir de tais ferramentas ou sequer conhecem a existência de tais aplicativos.

Visto a realidade e a importância do setor agropecuário, a dimensão da região no mercado leiteiro, assim como um precário monitoramento nas AP, uma possível proposta de intervenção seria o acompanhamento técnico por meio de uma consultoria especializada na bovinocultura leiteira, portanto este trabalho de conclusão de curso propõem-se a responder a seguinte afirmativa: Seria interessante e viável a instalação de uma consultoria rural para a bovinocultura leiteira no Extremo Oeste Catarinense?

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo geral

Desenvolver uma proposta de empreendimento de uma consultoria rural para a região do Extremo Oeste Catarinense.

1.1.2 Objetivos específicos

- Listar quais assuntos a consultoria rural abordará com produtores de leite.
- Investigar o interesse dos produtores de leite da região do Extremo Oeste Catarinense em receber o auxílio de uma consultoria rural.

- Definir o perfil do possível cliente da consultoria rural.
- Desenvolver um plano de negócios de consultoria rural voltada à bovinocultura de leite, visando tornar a proposta atrativa para investidores.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Diante do trabalho proposto, tornou-se necessário adquirir conhecimentos para o desenvolvimento do mesmo. Foram conduzidas pesquisas bibliográficas, entre os principais temas estão presentes: Empreendedorismo; Plano de Empreendimento; Bovinocultura Leiteira do Extremo Oeste Catarinense; Consultoria Rural; e Pesquisa de Mercado.

2.1 Empreendedorismo

Primeiramente, é de suma importância entender como surgem as ideias de empreendimento. Alguns autores consideram que as mesmas surgem da análise da realidade ou por pura necessidade da geração de renda (GEM, 2017). Embora David, Carvalho e Penteado (2011) dizem que as inovações surgem de ideias, as quais são oriundas do conhecimento que as pessoas possuem ou de estímulos, e através desses conhecimentos, são feitas propostas que possuem princípios inovadores. A partir dessas inovações que surge o efeito do empreendedorismo, que é definido pela produção de novas ideias através da criatividade criando algo inovador (SEBRAE, 2019).

Geralmente, o efeito de empreendedorismo está baseado nas necessidades dos indivíduos. Estas necessidades estão divididas em cinco grupos: declaradas, a que o cliente quer; reais, que o cliente deseja manter; não declaradas, proximidade entre cliente e vendedor; necessidade de algo mais, um bônus pela compra; secretas, quer passar uma boa imagem (KOTLER e KELLER, 2012).

Mesmo que o Brasil seja de fato um dos países mais empreendedores do mundo, como citado anteriormente, a maioria dos empreendimentos fecham nos primeiros cinco anos (DRUCKER, 1985). Para Drucker (1985), essas novas empresas de risco precisam de uma administração bem planejada. No mesmo contexto, Drucker (1985) declara que:

A nova empresa tem uma idéia. Pode ter um produtor ou um serviço. Pode até mesmo ter vendas, e, às vezes, um volume bem substancial delas. Certamente tem custos. E pode ter receitas e até lucros. O que ela não tem é um “negócio” um “presente” viável, em funcionamento e organizado, no qual as pessoas sabem para onde estão indo, o que se espera que façam, e quais são os resultados ou deveriam ser. (p. 259).

Ainda segundo Drucker (1985), para lidar com esses empecilhos são necessários quatro requisitos:

- Ela requer, primeiro, um enfoque no mercado.
- Ela requer, segundo, previsão financeira, e especialmente planejamento do fluxo de caixa e necessidades de capital à frente.
- Ela requer, terceiro, a montagem de uma equipe administrativa bem antes da nova empresa precisar de uma, e bem antes dela realmente se permitir ter uma.
- E, finalmente, ela requer do empreendedor fundador uma decisão a respeito do seu próprio papel, área de trabalho e relacionamentos. (DRUCKER, 1985, p. 260).

As ideias de empreendedorismo surgem através da necessidade das pessoas através do conhecimento. Drucker (1985) afirma que os empreendedores, apesar de possuírem uma boa ideia e um bom negócio, não sabem qual ou quais serão os reais resultados, concluindo que apenas é possível amenizar a chance de falhar.

2.2 Inovação

O dicionário Michaelis (2010) define inovar como: ato de produzir ou introduzir algo novo, assim como renovar processos já utilizados, entretanto, a inovação pode não consistir necessariamente em criar algo do zero, mas sim, em propor novas saídas para situações com princípios já existentes.

Segundo ABGI (2013), o conceito de inovação é bastante variado, e irá depender de alguns fatores, como por exemplo da sua aplicação, pode-se também relacionar a inovação com a exploração de novas ideias com sucesso, o qual significa para as empresas e afins, um aumento de faturamento, acesso a novos mercados, aumento das margens de lucro, entre outros benefícios.

Para Drucker (1985), a inovação é a arma do empreendedor, a capacidade de criar riqueza de um recurso anteriormente inexistente e sem valor econômico. Drucker (1985) também propõe que a inovação não precisa ser técnica nem mesmo ser tangível, e ainda exemplifica que as inovações técnicas em sua maioria não são capazes de competir com as inovações sociais como jornal e o seguro.

De modo geral, o empreendedor é visto como alguém de grande sorte, mas pelo contrário esforça-se até que a ideia seja capaz de criar valor e fazer contribuições para a sociedade seja criada (DRUCKER, 1985).

A inovação, é criar ou refazer processos. Para Drucker (1985), a inovação é imprescindível ao empreendedor, a ideia deve ser útil e capaz de produzir auxiliar a sociedade na qual está inserida.

2.3 Consultoria rural

Para entender o conceito de consultoria rural, primeiramente, é necessário compreender o papel de um consultor e seu impacto nos meios, afinal, existem consultores das mais diversas áreas profissionais.

Segundo o site Hotmart (2018), o consultor é um profissional especializado em um assunto específico, e usufrui de tais conhecimentos para auxiliar pessoas. Essa informação corrobora a definição das *Big Four* consultorias, cujas descrevem seu serviços como: ensino da gestão prática com o intuito de alcançar um alto grau de competitividade no mercado, por meio da estruturação ou reestruturação interna combinada com a análise de dados e gestão de riscos (CAMARGO, 2017). Portanto o papel do consultor e da consultoria como um todo, é mostrar a realidade que o cliente se encontra, além de obviamente auxiliar no desenvolvimento do freguês como profissional por meio de um planejamento estratégico (GONÇALVES; VASCONCELLOS, 1991).

Atualmente já existem estudos que indicam como o consultor deve agir e sua formação. Para Júnior et al.(2012) o consultor deve guiar o cliente sem que o mesmo perca a autonomia, ou seja, requer que o especialista trabalhe de diferentes formas a cada serviço. Enquanto a formação deve, além da especialização na área, que o profissional seja capaz de cooperar e possuir uma percepção aguçada, assim se adaptando à situação, esta adaptabilidade serve principalmente para lidar com a maior dificuldade que os consultores enfrentam: a disponibilidade do cliente, afinal na falta da mesma o profissional não é capaz de realizar seu serviço efetivamente (JÚNIOR et al.2012).

O consultor é alguém que possui conhecimento em determinada área e o utiliza para auxiliar as pessoas. A consultoria, juntamente com o consultor, ajuda o cliente a perceber a realidade no qual ele está inserida, e também ajudá-lo em seu desenvolvimento através de um planejamento estratégico. Esse planejamento, por sua vez, deve guiar o cliente, proporcionando autonomia em seu trabalho.

2.4 Plano de empreendimento

Segundo Garay (2015), plano de negócio é um manual, um planejamento do empreendimento. O mesmo deve ser claro no sentido de determinar o valor do empreendimento. Por sua vez, Sebrae (2013) diz:

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 (p. 13).

O plano de empreendimento estruturado é baseado em Garay (2015), devido a menor complexidade da estrutura. O plano segue os seguintes tópicos:

- Descrição básica: descrição do empreendimento inserido no contexto de mercado;
- Estrutura: estrutura do empreendimento que será montado;
- Conceito: missão e visão do empreendimento;
- Público alvo: definição do público alvo;
- Detalhes do projeto: produtos e serviços;
- Equipe: descrição da equipe necessária para montar o empreendimento;
- Mercados: descrição dos mercados de atuação;
- Defesa do projeto: pontos fortes e fracos com justificativa do empreendimento.

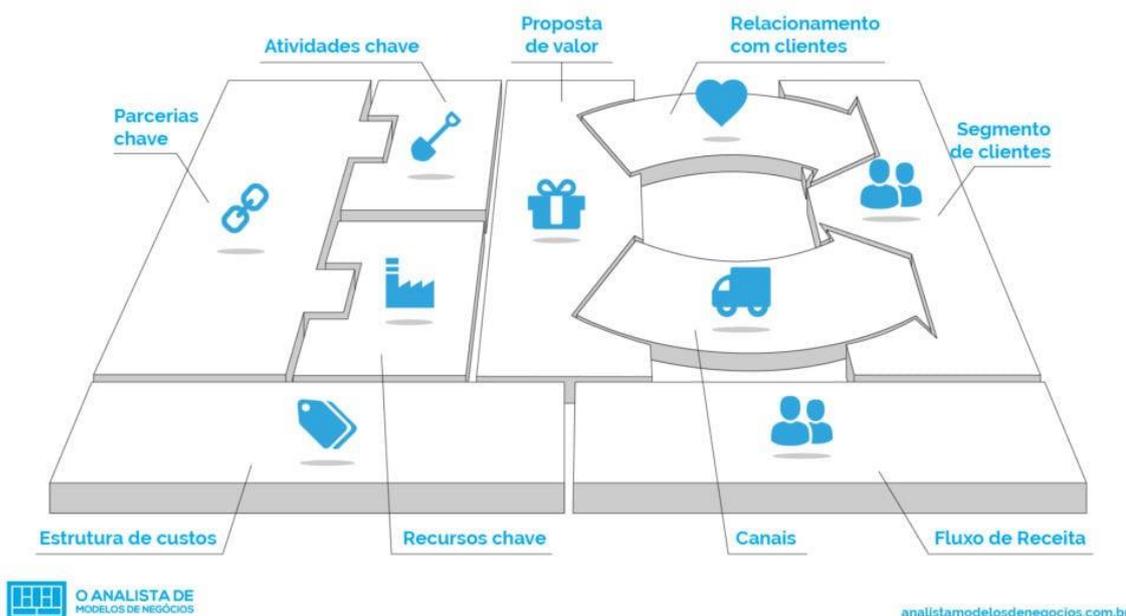
Tais aspectos devem ser descritos da maneira mais detalhada possível, sempre considerando o ambiente que pretende-se instalar a empresa. Segundo Zackman (1997), citado por Vasconcelos et al. (2002), toda a arquitetura de funcionamento da empresa deve ser planejada de forma que seja viável e perdure no tempo, desta forma o plano de empreendimento deve ser construído da maneira mais completa possível.

Outra maneira de analisar seria pela matriz *SWOT* (KOTLER; KELLER, 2012). A análise *SWOT* é a avaliação global das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa. Proceda-se de um meio de monitorar os ambientes externos e internos (KOTLER; KELLER, 2012).

Segundo Kotler e Keller (2012), a análise do ambiente externo e interno deve monitorar as forças macroambientais e os fatores micro ambientais que irão afetar sua obtenção de lucros. Ela deve acompanhar as tendências e mudanças relevantes, e identificar as oportunidades e ameaças associadas a elas, suas forças e fraquezas internas. O empreendimento deve saber que deve tentar não limitar suas oportunidades, mas para isso deve examinar os recursos necessários para desenvolver novas forças.

E por último a ser considerado no plano de negócios, o quadro CANVAS Modelo de Negócio elaborado por Alex Osterwalder, (2010, apud SEBRAE, 2019). O Canvas Modelo de Negócio, pode ser descrito como uma estrutura básica do empreendimento e é amplamente utilizada pelos empreendedores devido a complexidade a ser analisada na elaboração do quadro (SEBRAE, 2017). O Quadro Canvas segue a estrutura da seguinte imagem:

Figura 1 - Quadro Canvas Modelo de Negócios



Fonte: Analista de Negócios, 2016.

- Proposta de valor: o que o empreendimento irá ofertar para o mercado e terá valor para os cliente;
- Canais: por onde o empreendimento irá distribuir o seu produto, assim como o método para que a proposta de valor chegue ao cliente;

- Relacionamento com clientes: relacionamento para a atração e manutenção dos clientes do empreendimento;
- Segmentos de Clientes: neste tópico o empreendimento irá definir o seu nicho de clientes;
- Atividade chave: atividades que serão realizadas constantemente para manter o empreendimento em funcionamento;
- Recursos chave: recursos fundamentais para fazer o negócio funcionar;
- Parcerias chave: matéria- prima ou tarefa que será fornecida por outra empresa para garantir o funcionamento do empreendimento;
- Estruturas de custos: custos necessários para a estrutura funcionar;
- Fontes de receita: são as formas de possuir receita a partir da proposta de valor.

Pode-se notar que o plano de empreendimento serve como uma ferramenta para perceber as necessidades e processos de uma empresa. Ao construir o plano para a consultoria é possível relacionar conhecimentos e analisar o mercado e a empresa de forma mais eficaz.

2.5 Bovinocultura leiteira

Ao levar em consideração a proposta de empreendimento, torna-se necessário elencar e definir as características e a quantidade dos produtores de leite do Extremo Oeste Catarinense. Outro ponto seria definir alguns parâmetros e métodos que tornam a produção eficiente.

Segundo Vasconcellos et al. (2003), para alcançar uma boa eficiência na produção, recomenda-se utilizar matrizes de genéticas que se baseiam no desempenho produtivo e reprodutivo. Para que o animal mostre sua capacidade de produção e reprodução, ele deve ter uma qualidade na dieta, sem limitações de nutrientes, resultando em uma grande produção de qualidade (VASCONCELLOS et al., 2003).

Segundo Waldo e Jorgensen (1964, apud CORSI, 2000), o consumo e a qualidade das forragens influencia a produtividade. Além de manejar a pastagem para obter uma forragem de qualidade, para estimular o consumo de pastagens

Corsi (1980, apud CORSI, 2000) afirma que é possível realizar um aumento na disponibilidade de forragem.

Mesmo possuindo tais conhecimentos, Neves (2014) diz que no Oeste Catarinense de modo geral os produtores não seguem as recomendações dos técnicos. Outros dois pontos levantados por Neves (2014) é que o resfriamento do leite está presente em 65,52% dos estabelecimentos produtores de leite e a assistência de veterinários ocorre em apenas 37,95%, ou seja a maior parte dos estabelecimentos sequer supervisão de um profissional qualificado, o que acaba por diminuir o potencial produtivo da região do Oeste Catarinense como um todo. Mesmo que a região esteja favorecida em relação ao sistema extensivo sendo utilizado em 63,63% das propriedades, com predomínio de pequenas propriedades (NEVES, 2014). Isso se deve às pastagens de qualidade superior que podem ser semeadas no Extremo Oeste Catarinense (NEVES, 2014). Deve-se ressaltar que o Extremos Oeste Catarinense abrange somente aos municípios subordinadas à ao município de São Miguel do Oeste, como demonstrado na seguinte figura:

Figura 1 - Região Extremo Oeste Catarinense



Fonte: AMEOSC, 2019.

Segundo Neves (2014) a maior parte das propriedades produtoras de leites são pequenas e geralmente pertencente à uma única família que trabalha com a atividade. Portanto a para prosseguir a pesquisa será necessário possuir o

conhecimento de quantos estabelecimentos produtores de leite existem no Extremo Oeste Catarinense, tais dados foram encontrados no site Brasil em Síntese (IBGE, 2017), que estão representados na seguinte tabela:

Tabela 1 - Estabelecimentos produtores de leite por município da microrregião de São Miguel do Oeste

Município	Nº de estabelecimentos que produzem leite
Anchieta	492
Bandeirante	283
Barra Bonita	228
Belmonte	208
Descanso	661
Dionísio Cerqueira	698
Guaraciaba	368
Guarujá do Sul	232
Iporã do Oeste	604
Itapiranga	759
Mondaí	562
Palma sola	318
Paraíso	412
Princesa	311
Riqueza	329
Romelândia	582
Santa Helena	222
São João do Oeste	513
São José do Cedro	813
São Miguel do Oeste	532
Tunápolis	424

Total	9.551
--------------	--------------

Fonte: IBGE, 2017.

Podemos definir a produção do Extremo Oeste Catarinense como participativa, porém com necessidades de adaptações dos produtores aos parâmetros de qualidade nacional. Além disso pela quantidade pode-se dizer que o Extremo Oeste Catarinense possui um imenso mercado para assistência técnica, e com as adaptações necessárias, isso acaba por se tornar uma oportunidade para a consultoria rural.

2.6 Qualidade do leite

Levando em consideração os aspectos do Extremo Oeste Catarinense como participante na produção leiteira em Santa Catarina, a qualidade do leite é um fator a se levar em consideração. Afinal as empresas pagam a mais pela qualidade do produto que compram, assim os produtores que se adequam aos parâmetros estabelecidos têm sua renda aumentada. A qualidade do leite é definida por parâmetros químicos, físicos-químicos e higiene. Proteína, gordura, lactose, sais minerais e vitaminas são teores que determinam a qualidade do leite que é influenciada pelo manejo, genética e alimentação do animal. Embora a diferença aparentemente não seja grande por litro produzido, ao se levar em consideração a produção total, a bonificação acaba por se tornar um valor expressivo.

A consultoria poderá servir como um guia para os produtores se adequarem aos parâmetros a seguir, que foram tomados como padrão em 2018, seguindo a normativa 76 de 2018.

Tabela 2 - Parâmetros de qualidade de leite

	Mínimo	Máximo
Contagem padrão em placas (CPP) UFC/mL	-	3×10^5
Contagem de células somáticas (CCS) CS/mL	-	5×10^5
Gordura g/100g	3	-
Lactose anidra g/100g	4,3	-

Sólidos não gordurosos g/100g	8,4	-
Sólidos totais g/100g	11,4	-
Densidade relativa a 15/15 C g/mL	1,028	1,034
Ácido láctico/100mL	0,14	0,18
Extrato seco desengordurado g/100g	8,4	-
Índice crioscópico °C	-0,536	-0,512
Proteína g/100g	2,9	-
Temperatura de conservação na propriedade °C	-	7

Fonte: MAPA, 2018.

Ao ser considerado esse ponto e a bonificação que os produtores recebem, técnicas que aumentam a qualidade do leite podem ser trabalhadas pelos consultores, afinal ao se adequarem as indicações os produtores receberam a bonificação, por consequência um aumento na renda e na qualidade de vida dos bovinocultores.

2.7 Comunicação e extensão rural

Segundo Viebrantz (2008), “A agricultura do extremo-oeste catarinense, bem como, a agricultura brasileira, pode ser dividida em dois períodos: antes do surgimento da Extensão Rural e após.”, isso deve-se ao fato de que por muitos anos a agricultura era utilizada somente como forma de subsistência, entretanto surge “o objetivo de formar uma nova concepção de agricultura, onde a produção estivesse voltada para o mercado” (VIEBRANTZ, 2008), e com ele, para tornar se tornar realidade, a extensão rural.

A extensão rural possui um caráter coletivo que tem como base um processo educativo, e visa levar aos produtores rurais conhecimentos e tecnologias, que os tornem capazes de solucionar seus problemas nos aspectos técnicos, econômicos e

sociais. Visando uma melhor produção e produtividade, melhorando a renda e sua qualidade de vida.

É importante relacionar a extensão e comunicação rural com a consultoria, afinal o consultor deve ser hábil no diálogo e análise dos dados obtidos, para que a elaboração das possíveis seja mais eficaz, e para isso o técnico deve possuir vivência na propriedade a fim de se adequar a situação do produtor.

2.8 Pesquisa de mercado

Pesquisa de mercado é basicamente uma ferramenta que permite o planejamento, a análise e também coleta de dados do empreendimento. Seu propósito é prover conhecimento sobre o mercado e o público alvo, reconhecer oportunidades do empreendimento e amenizar os riscos nas decisões tomadas do mesmo (KOTLER; KELLER, 2012).

Segundo Kotler e Keller (2012), com a pesquisa de mercado, o empreendimento tem acesso a dados, que irão complementar o conhecimento prevendo resultados de maior precisão, fazendo com que as decisões tomadas sejam mais seguras e adaptando o empreendimento de acordo com a realidade em que está inserido.

Estas pesquisas e análises preliminares são uma forma eficiente de compreender o comportamento do mercado e reduzir a margem de erro nas ações conduzidas pelo grupo empreendedor.

Este tipo de pesquisa tem ocorrido de forma eficiente apresentando bons resultados, fazendo com que a empresa conheça o perfil de seus clientes, defina seu público alvo, observe seus pontos fortes e fracos e dimensione seu mercado.

Portanto é possível perceber que é recomendável realizar uma pesquisa de mercado para que se tenha maior noção do mercado e interesse dos consumidores. Além disso a pesquisa de mercado é capaz de apontar caminhos, diminuindo assim os riscos de capital ao planejar um empreendimento.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Para alcançar os objetivos propostos no presente trabalho, foram utilizados diferentes métodos de pesquisa, como, pesquisas bibliográficas e documentais, além de uma aplicação de questionários e o desenvolvimento de um plano de empreendimento.

3.1 Pesquisas bibliográficas e documentais

Conduziu-se pesquisas bibliográficas para reunir dados, informações e conhecimentos pertinentes ao trabalho, em especial: como montar um plano de negócios; técnicas para gestão de empreendimentos; quais são os típicos serviços prestados por uma consultoria rural e; formas de funcionamento de consultorias rurais. Entre as fontes bibliográficas que foram pesquisadas estavam presentes artigos e livros, sejam eles físicos ou digitais.

Também foram empregadas pesquisas documentais para levantamento de dados socioeconômicos que sejam pertinentes ao desenvolvimento da pesquisa, em especial para fundamentar a escolha do local de atuação do empreendimento proposto e das características do público pretendido (produtores de leite da região do EOC).

3.2 Questionário

Outro ponto importante para o desenvolvimento do empreendimento é conhecer o nível de aceitação da consultoria rural pelo público alvo, ou seja, os produtores de leite do EOC. Portanto é necessário chegar a uma quantidade para realizar a amostragem da área, e para chegar a quantidade total de questionários necessários, foi utilizado a calculadora amostral *on-line* da empresa Comento (2018). Utilizando o número de amostra 9.551 (IBGE, 2017), uma margem de erro de 5%, e nível de confiança 95%, chegou-se ao total de 370 questionários. Porém só foram aplicados 60 questionários, o fato decorreu devido ao pequeno espaço de tempo e a falta de recursos. A quantidade de questionários coletada foi usada para recalcular a margem de erro que resultou em 12.61%, utilizando a mesma calculadora citada anteriormente.

Quanto ao método de aplicação, a coleta de dados ocorreu por entrevista a domicílio com pessoas escolhidas por conveniência, pois assim a chance de ocorrer divergência nas aplicações é diminuída, o que não ocorreria caso o produtor respondesse o questionário *on-line*. No total três grupos foram divididos, grupo A, grupo B e grupo C, essa divisão ocorreu com o intuito de aumentar a eficiência da aplicação.

3.3 Gráficos

Após a coleta dos dados, tornou-se necessária a elaboração de gráficos, para a melhor compreensão a análise dos resultados.

Em sua maioria, ocorreu apenas a análise e a transformação em percentagem em relação ao total, porém o gráfico 2 necessitou da conversão da densidade animal em hectares, para então quantificar em módulos fiscais e classificar o tamanho das propriedades entrevistadas. Portanto procurou-se a média de vacas/hectare, que segundo Zoccal et al. (2006) a média é 0,86 cabeças/ha no Oeste Catarinense. Em seguida foi calculado a média regional de módulo fiscal que, segundo os dados os dados do Governo Federal (2013), é em torno de 21,7 ha.

3.4 Plano de empreendimento

Por fim, para a elaboração da estrutura do plano de empreendimento, foi utilizado Garay (2015) como base, seguindo os tópicos propostos pelo autor: descrição básica; estrutura; conceito; público alvo; detalhes do projeto; equipe; mercados; e defesa do projeto, especificamente neste item utilizou-se a matriz *SWOT*, de Kotler e Keller (2012).

Posteriormente construiu-se o Quadro Canvas Modelo de Negócio que foi adaptado, em sua morfologia, não nos conceitos, ou seja, devido a estrutura do Projeto Integrador, o Canvas foi transformado para texto ao invés de um quadro que coloca-se palavras-chave para o melhor entendimento.

Por último foi elaborada a tabela de itens necessários para a existência do empreendimento, tais itens estão descritos no Apêndice B, enquanto os custos de depreciação dos mesmo está descrito no Apêndice D. Com a tabela em mão foi

possível calcular o investimento inicial necessário para abertura do empreendimento, o resultado está descrito no Apêndice D.

Ao término foram elaboradas as tabelas de custos fixos e variáveis, descrito no Apêndice C, em especial o custo previsto para gastos com luzes foi utilizado dados base de uso e tarifas segundo a Celesc (2019). Com os custos em mãos foi elaborado o fluxo de caixa dos primeiros 12 meses, considerando que a consultoria abra em janeiro de 2020, o fluxo de caixa está presente no Apêndice E.

Todo o processo descreveu a empresa desde sua idealização, caso a pesquisa de viabilidade técnica apresentasse relação positiva, o empreendimento será viável e possuirá uma base teórica.

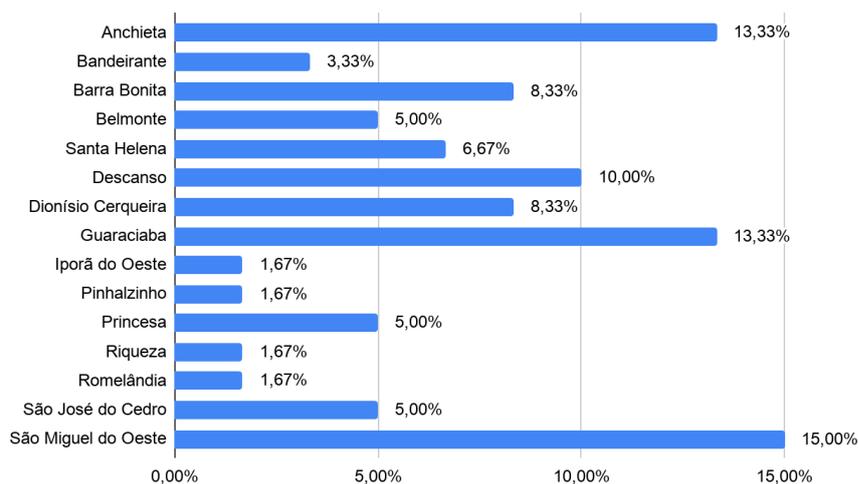
Por último os dados obtidos pelos questionários e pela elaboração do plano de empreendimento foram cruzados gerando assim possíveis soluções para o problema de pesquisa, bem como encontrar possíveis cooperativas investidoras.

4. RESULTADOS

4.1 Perfil do cliente

Com a tabulação dos dados é possível analisar o perfil dos possíveis clientes, dentre todos os dados obtidos estão: tempo de atuação, nível de escolaridade, associação a cooperativas, maiores dificuldades, entre outros.

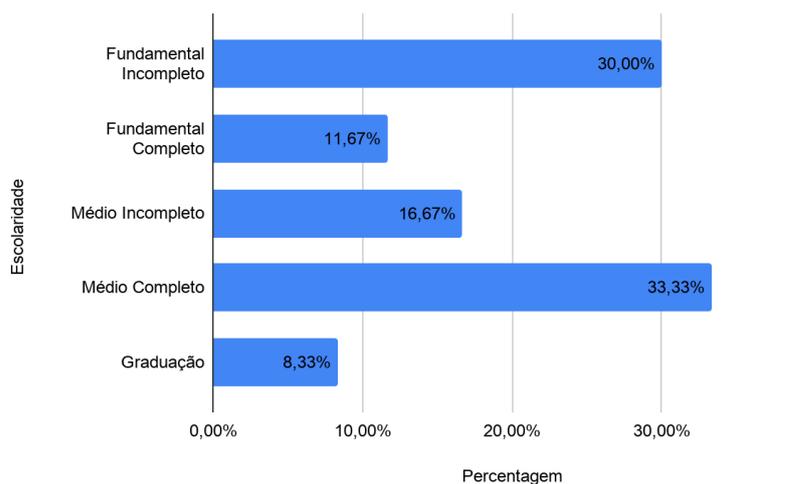
Gráfico 1 - Relação de produtores entrevistados por municípios



Fonte: própria, 2019.

A aplicação dos questionários envolveu 15 cidades da microrregião, porém é importante ressaltar que os dados obtidos não foram de todo o Extremo Oeste Catarinense, a maior parte dos produtores entrevistados são de São Miguel do Oeste, representando 15% do total, todavia Anchieta e Guaraciaba também possuem uma quantidade significativa, sendo que cada um representa 13% do total, como demonstrado no gráfico anterior.

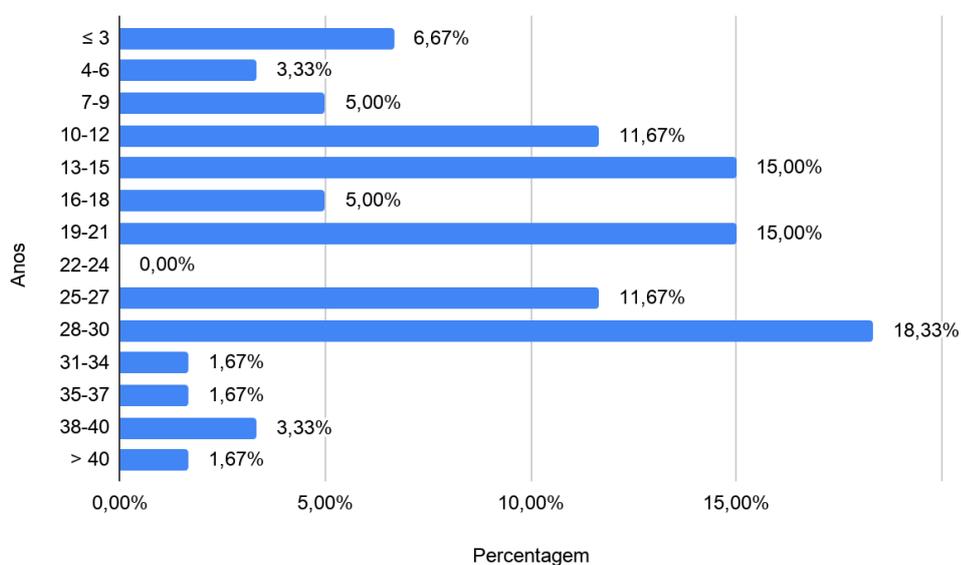
Gráfico 2 - Escolaridade dos produtores entrevistados



Fonte: própria, 2019.

Outro ponto a ser considerado para a elaboração do plano de empreendimento é o nível de escolaridade dos produtores. Segundo os dados obtido, representados no Gráfico 2, a maior parte dos produtores está alocada em dois grupos: Ensino Fundamental Incompleto e Ensino Médio Completo, que representam 64% do total de produtores entrevistados.

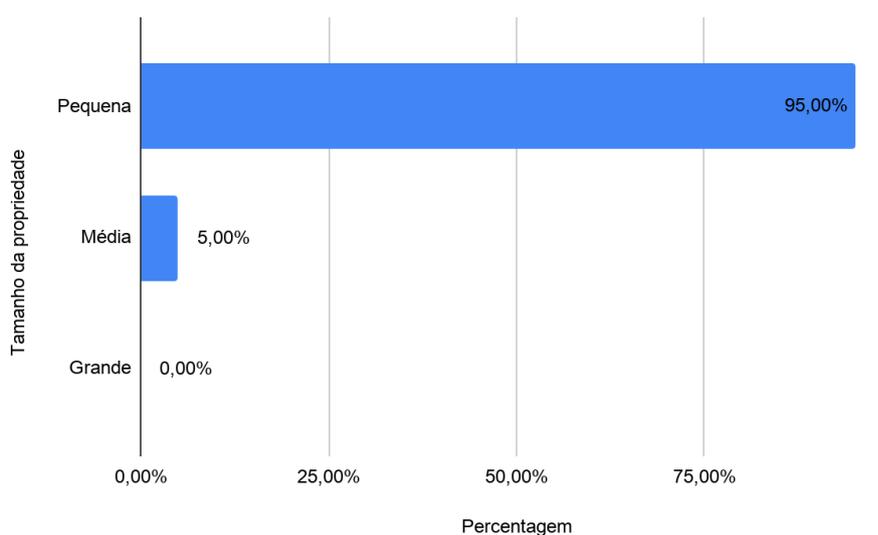
Gráfico 3 - Relação entre produtores e anos de atuação



Fonte: própria, 2019.

Após a análise do Gráfico 3, é possível notar que a maior parte dos produtores está na área a pelo menos 10 anos, e o percentual permanece relativamente crescente até 30 anos de atuação, representando aproximadamente 77% dos produtores, embora individualmente a maior parte está na atividade a pelo menos 28 anos e não mais que 30, sendo 18,33% do total. Segundo os dados obtidos, pode-se deduzir que possivelmente a maior parte dos produtores está consolidado na atividade, como demonstrado no gráfico anterior.

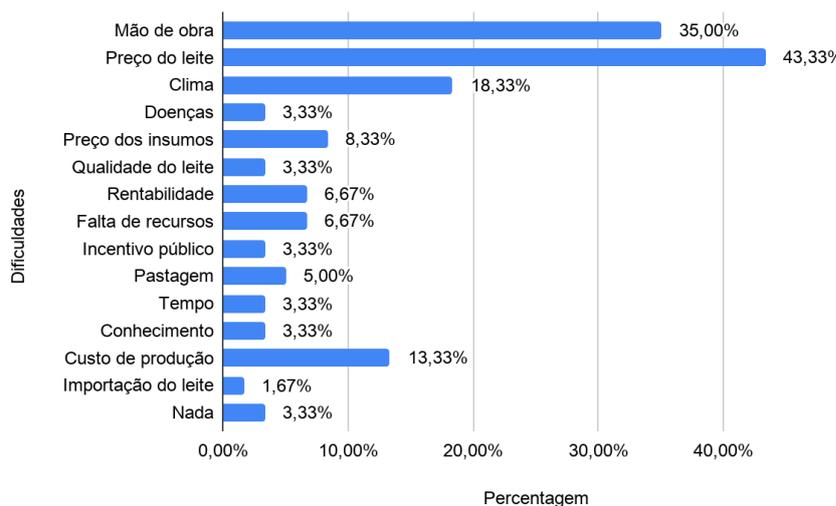
Gráfico 4 - Tamanho das propriedades rurais entrevistadas



Fonte: própria, 2019.

Com os dados obtidos pode-se elaborar um gráfico sobre os tamanhos das propriedades rurais utilizando os dados do Incra. Pode-se observar que a maior parte das propriedades entrevistadas é pequena e possui até 4 módulos fiscais, equivalente a 86,8 hectares, representando 95% do total dos entrevistados, enquanto não ocorreu nenhuma entrevista com proprietários de grandes propriedades com mais de 15 módulos fiscais, representado no Gráfico 4.

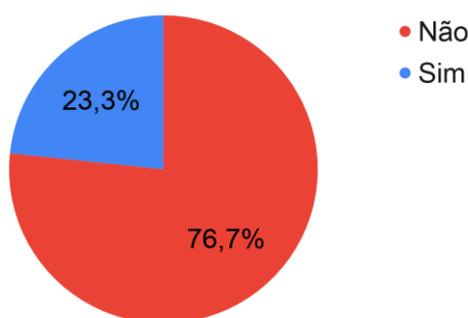
Gráfico 5 - Principais dificuldades apontadas dos produtores entrevistados



Fonte: própria, 2019.

Partindo para as maiores dificuldades, a informação de maior interesse para a consultoria, diante dos dados obtidos pode-se observar que os maiores apontamentos foram a instabilidade no preço do leite, a mão de obra, o custo de produção e as adversidade climáticas, como mostrado no Gráfico 5.

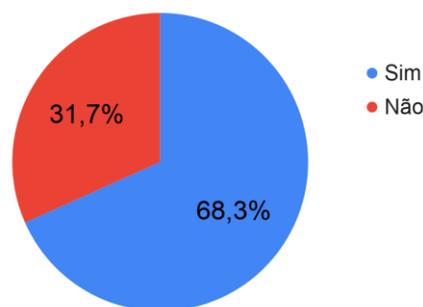
Gráfico 6 - Produtores entrevistados que utilizam ferramentas de auxílio



Fonte: própria, 2019.

Outra informação para traçar o perfil do cliente, foi questionado sobre e quais ferramentas o produtor de leite utiliza para auxiliar no manejo da propriedade. Com os dados obtidos elaborou-se o gráfico e, analisando a imagem formada, percebe-se que aproximadamente um quarto dos produtores utiliza ferramentas para auxiliar na propriedade, enquanto 76,7% não utiliza de tais tecnologias.

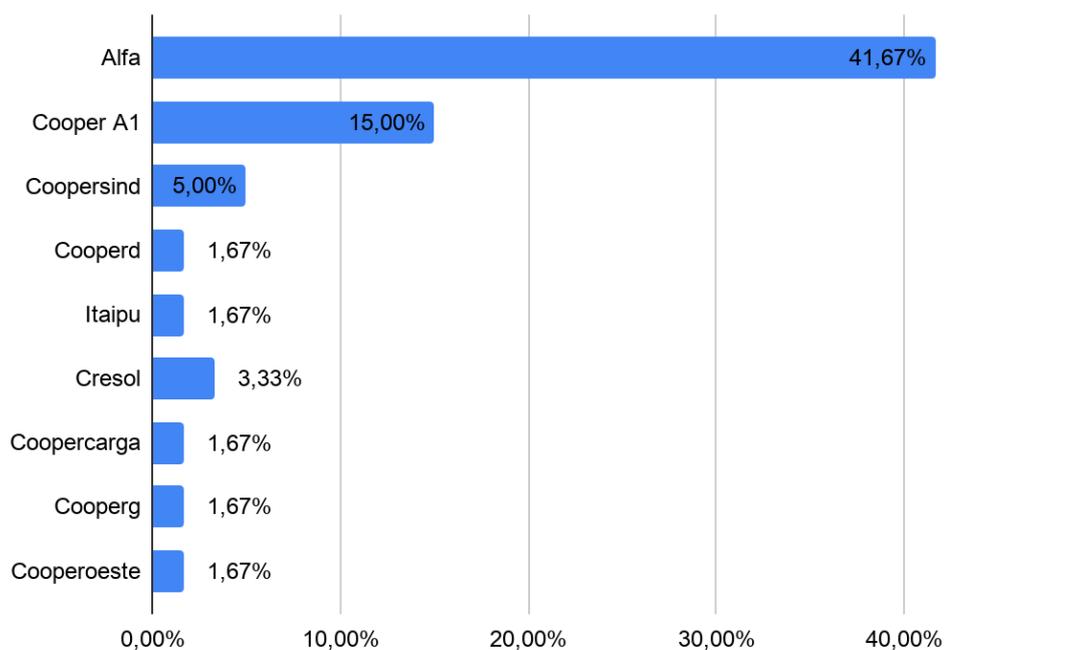
Gráfico 7 - Relação de produtores entrevistados associados a cooperativas



Fonte: própria, 2019.

Outro ponto que foi levantado no questionário é a quantidade de produtores associados a cooperativas, afinal é necessário para conhecer melhor o cliente, pois existe diferença no método para auxiliar os produtores não associados. Após isso, percebeu-se que quase 70% dos produtores entrevistados são associados a cooperativas, como demonstrado no Gráfico 7. Embora a maioria seja associada, não se deve deixar de lado os outros 30% não associados, pois ainda são um número representativo dos 9.551 estabelecimentos.

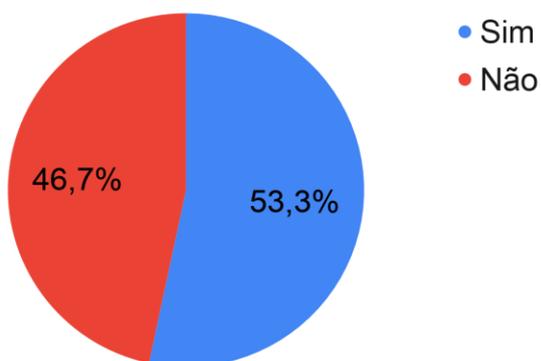
Gráfico 8 - Produtores entrevistados associados por cooperativa



Fonte: própria, 2019.

Para especificar mais os produtores associados, elaborou-se uma questão para o produtor responder com qual cooperativa estava associado, caso estivesse. Diante dos dados obtidos, observou-se que a Cooperativa Alfa foi a que mostrou maior número de associados, 15% do total de produtores entrevistados. É importante ressaltar que devido a associação múltipla, a soma do Gráfico 8 pode ultrapassar 100%.

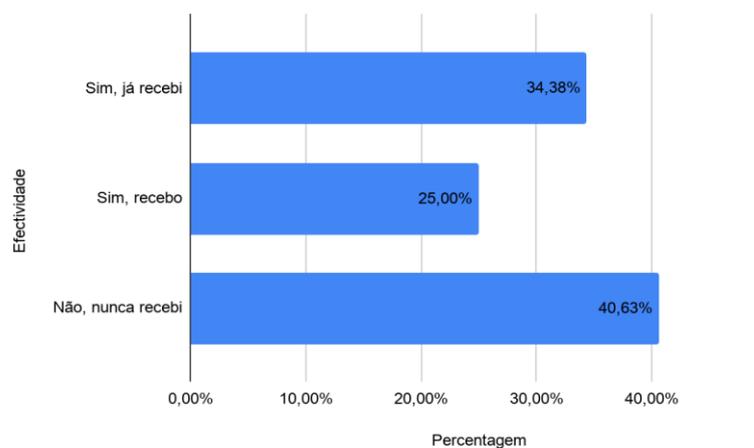
Gráfico 9 - Relação de produtores entrevistados que sabiam o que é uma consultoria rural



Fonte: própria, 2019.

Um dado importante a ser obtido, é se os produtores sabem do que se trata uma consultoria. Com os dados obtidos elaborou-se o Gráfico 9. Analisando os resultados, percebe-se que existe uma pequena diferença entre os produtores que sabem e os que desconhecem.

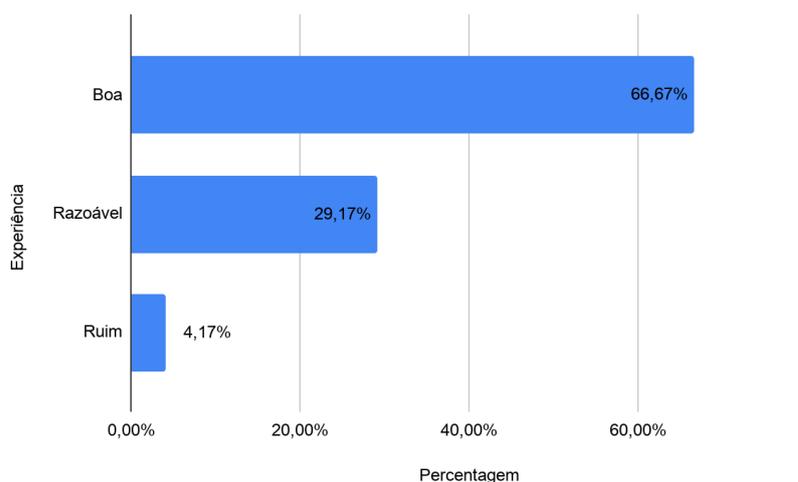
Gráfico 10 - Relação entre produtores que sabiam o que é uma consultoria rural e se já teve experiência com o serviço



Fonte: própria, 2019.

Um ponto importante para conhecer melhor o cliente, é saber como foi a experiência dos produtores que sabiam o que é uma consultoria. Analisando os dados obtidos nota-se que 41% dos produtores que conheciam consultorias sequer tiveram em algum momento auxílio, como demonstrado no Gráfico 10. Correlacionando os gráficos 9 e 10, pode-se afirmar que possivelmente 75% dos produtores nunca tiveram auxílio de uma consultoria.

Gráfico 11 - Relação entre experiência e produtores que em algum momento tiveram auxílio de uma consultoria rural



Fonte: própria, 2019.

Juntamente com a contagem dos produtores que obtiveram experiência com alguma consultoria rural, foi necessário saber como fora a experiência. Segundo os dados do Gráfico 11, a experiência foi em sua maioria boa, sendo ruim em 5% dos casos.

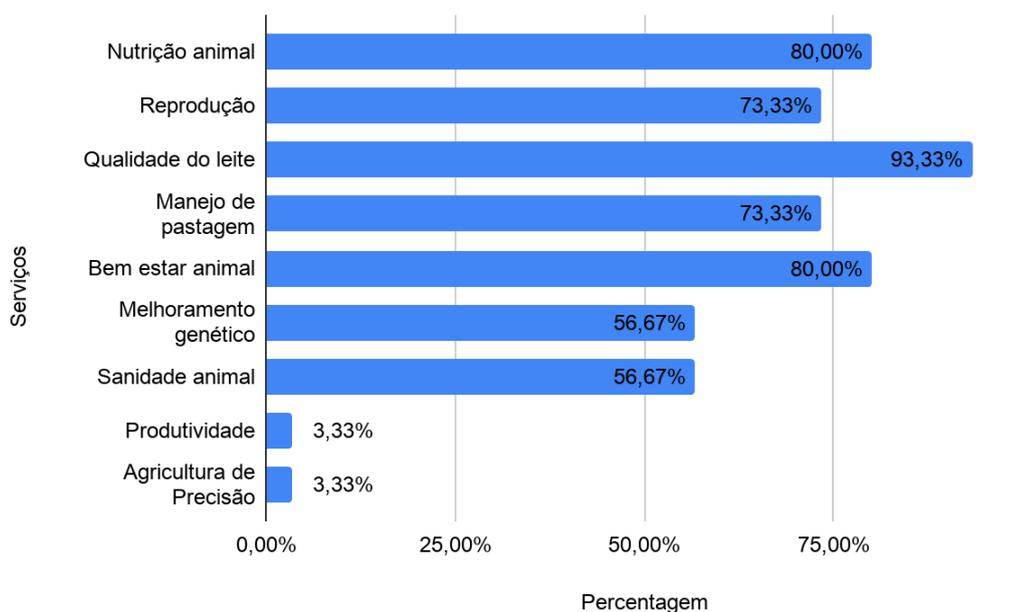
Gráfico 12 - Relação de produtores que sabiam citar os serviços citados por uma consultoria rural



Fonte: própria, 2019.

Utilizando a mesma pergunta condicional da anterior, ou seja, caso os produtores conhecessem consultoria, foi questionado se saberiam citar os serviços utilizados. Observa-se no Gráfico 12 que 50% dos produtores teriam o conhecimento necessário para contratar um consultoria.

Gráfico 13 - Relação entre produtores entrevistados que sabiam citar serviços e serviços citados

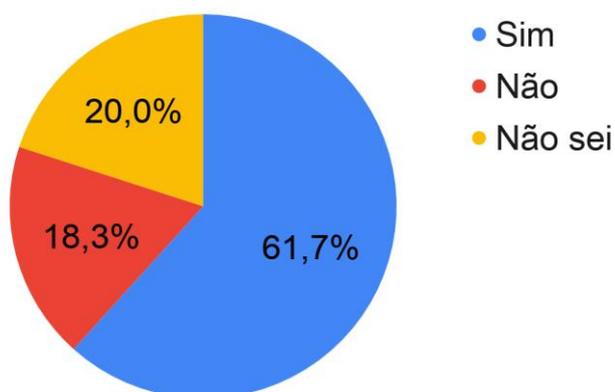


Fonte: própria, 2019.

Outro ponto importante a ser considerado são os serviços citados, afinal são possíveis oportunidades de trabalho que a consultoria poderá atuar. Analisando os dados percebe-se que grande parte dos produtores citaram os seguintes serviços: qualidade do leite (94%), nutrição animal (80%), bem estar animal (80%),

reprodução (74%), manejo de pastagem (74%). Vale ressaltar que todos os produtores de leite citaram vários serviços, e que a tabulação do Gráfico 13 foi elaborada levando em consideração apenas os produtores que sabiam o que é uma consultoria rural e sabiam citar serviços.

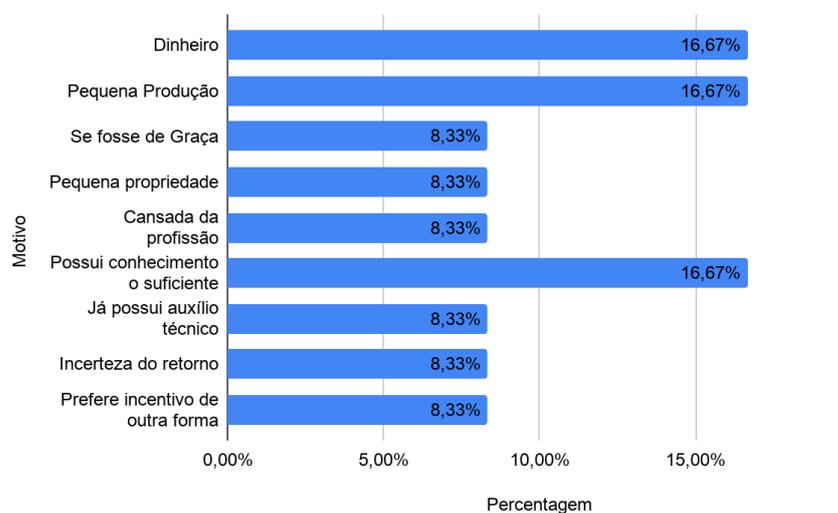
Gráfico 14 - Relação de produtores que contratariam a consultoria rural



Fonte: própria, 2019.

Um dos últimos pontos a serem levados em consideração é a quantidade de produtores que contratariam a consultoria. O resultado obtido é positivo, sendo que quase 62% dos produtores entrevistados contratariam, como demonstrado no Gráfico 14.

Gráfico 15 - Principais motivos apontados pelos produtores entrevistados que não contratariam a consultoria



Fonte: própria, 2019.

Por último era necessário saber as principais causas para a não contratação do serviço. Dos produtores entrevistados, 17% diz não possuir dinheiro para contratar, o que demonstra a crise na atividade leiteira. Outros 17% alegaram possuir uma produção pequena demais para procurar pelos serviços da consultoria. Por último, alguns produtores (17%) argumentaram que já possuem conhecimento o suficiente para lidar com os problemas na propriedade.

Sendo assim o perfil do possível cliente é: um produtor de pequena propriedade rural que já está consolidado na atividade, possivelmente associado a Cooperalfa, que sim contrataria a consultoria por saber dos benefícios que ela traz, que possui dificuldades na gestão da propriedade em decorrência da mão de obra necessária, instabilidade no preço do leite, assim como o elevado custo nas atividades produtivas, e das adversidades climáticas enfrentadas pelo clima da microrregião Extremo Oeste Catarinense. Quanto ao ensino, é raro a chance de encontrar um produtor com grau superior e que utilize ferramentas de auxílio para gestão da propriedade.

4.2 Plano de empreendimento

4.2.1 Descrição básica

A consultoria rural serve como uma ferramenta de auxílio para o produtor de leite aumentar seu conhecimento técnico e melhorar as condições de trabalho da propriedade, afinal o papel do consultor é guiar e se adequar a situação e principalmente ao cliente, tendo como objetivo ensinar o produtor a administrar sua atividade de maneira mais eficiente e eficaz. Porém a maior parte dos produtores resistem a este auxílio (NEVES, 2014), o que acaba por prejudicar a quantidade e a qualidade do leite produzido, por consequência influencia negativamente o lucro da atividade produtiva como um todo, e é claro o produtor, cooperativa ou laticínio não desejam prejuízos, assim como tendem a apreciar positiva deles por parte da população. Visto a realidade, objetiva-se alcançar os produtores por meio de uma intervenção da cooperativa ou laticínios, cujas quais contratariam a consultoria para atuarem nas propriedades fornecedoras, para que os produtores não precisassem

pagar os serviços, afinal a instabilidade no valor do leite é um empecilho para que os bovinicultores propriamente contratem o serviço.

Possuindo em mente o objetivo de melhorar o lucro da atividade como um todo, a necessidade de consultores especializados na área agropecuária se torna evidente, portanto, a sociedade necessita de profissionais que sejam capazes de lidar com os seguintes problemas que ocorrerem na propriedades rurais.

4.2.2 Estrutura

Diante da necessidade de um local adequado para armazenar os dados assim como analisar e realizar estudos de caso em buscas das possíveis soluções, acaba-se por tornar-se necessário um escritório localizado num local com sinal de *Internet* e próximo a bibliotecas para que pesquisas possam ser realizadas. Outro ponto seria o acesso a serviços locais como agropecuárias para realizar estudos de preços para indicar as soluções que mais se adequa à renda do produtor.

Segundo pesquisas um bom ponto seria a sala comercial da empresa Piovesan, a sala está localizada no centro de São Miguel do Oeste, mais especificamente na rua 7 de setembro, número 2307, sala 202-G. Tal local dispõem dos recursos necessários, porém é necessário mobiliar a sala comercial.

4.2.3 Conceito

A missão da consultoria é melhorar a vida dos produtores do Extremo Oeste Catarinense que vivem da coleta do leite, assim como garantir um produto de melhor qualidade para o consumidor, promovendo assim uma melhor saúde. Enquanto visão não é só garantir melhores condições, mas também tornar-se um exemplo na área, para que os presentes e futuros produtores sintam orgulho em dizer que são nossos clientes.

4.2.4 Público alvo

O empreendimento tem seu público representado por 15 estabelecimentos industriais de laticínios com 765 empregos declarados, segundo os dados encontrados no Data Viva (GOVERNO DE MINAS GERAIS, 2019). Tais estabelecimentos recolheram leite de 9.551 produtores em 2017, em sua maioria pequenas propriedades rurais (IBGE, 2017). A consultoria irá atender em carga máxima 10 produtores/técnico com visitas quinzenais (a cada duas semanas), os quais desejam a partir da consultoria, obter maior eficiência nas suas atividades leiteiras, no geral na parte de manejo de pastagem, doenças nos animais, qualidade do leite e bem estar dos animais.

Quanto aos consumidores das laticínios, serão beneficiados pela melhora na qualidade do leite, por consequência irá aumentar a qualidade de vida da população da microrregião de São Miguel do Oeste, ou seja, uma porção dos aproximadamente 175 mil habitantes, vale ressaltar que o leite em si é um alimento básico e abrange todas as faixa etárias de ambos os gêneros, isso apenas considerando o leite UHT, não os derivados, que também são abrangentemente consumidos pela população.

4.2.5 Detalhes do projeto

Por meio da consultoria disponibilizada pela empresa, o empreendimento terá como foco suprir a falta de formação e informação dos produtores de leite da região Extremo Oeste Catarinense. A fim de concretizar esse objetivo, os problemas, necessidades e/ou dificuldades dos produtores serão analisados individualmente, para que cada situação possua a sua devida solução. Além disso, a empresa também oferecerá acompanhamento e supervisão técnica, dessa forma o produtor sempre estará por dentro de informações, adaptações e/ou novidades científicas/técnicas que visem um melhor aproveitamento de recursos como: espaço, equipamentos, animais e mão de obra. E por consequência, devido a melhores técnicas de produção, o produtor terá uma maior eficiência e eficácia na produção de leite, gerando maiores lucros na propriedade, pelo fato de produzir mais leite e também por melhorar as qualidades nutritivas do leite.

Sendo assim conclui-se que a assistência técnica será o serviço ofertado, pois consiste em técnicas que contribuem para a construção e execução de estratégias que visa o fortalecimento das pequenas propriedades, por meio de atividades e métodos participativos.

Para cumprir com todos os serviços da assistência técnica, necessita-se de alguma maneira de manter os dados dos produtores separados, tal como analisá-los, portanto pastas sanfonadas e planilhas se tornam necessárias, desta forma deve-se possuir, ao visitar as propriedades, um protocolo de análise, prancheta e caneta para anotar os dados. Vendo a necessidade da organização do tempo, as visitas serão agendadas unicamente à tarde, enquanto a análise dos dados obtidos e estudo de caso serão feitos durante à manhã.

Dentre os focos da assistência técnica, possíveis temas a serem abordados são técnicas para gestão de custos com o intuito de amenizar os efeitos da instabilidade no valor do leite, apontada pelos produtores. Outros pontos seriam as ferramentas de auxílio que podem auxiliar no monitoramento das atividades produtivas o que diminuiria também as dificuldades nas tomadas de decisões e possivelmente diminuindo os índices negativos apontados por Neves (2014). Por último pretende-se apresentar técnicas para aumentar a produtiva, que está intrinsecamente ligada à lucratividade, dentre os métodos, podem-se dar exemplos de manejo de pastagem (GOMIDE, 2012), bem-estar animal e nutrição animal (BRITO, 20--) que comprovadamente aumentam a produtividade e a qualidade do leite, assim o produtor além de possuir maior produção, poderá também receber a bonificação, portanto ao somar os efeitos da produtividade e da bonificação o lucro da atividade aumentaria consideravelmente. Ou seja os principais temas a serem trabalhados na assistência técnica são:

- Gestão de custos;
- Ferramentas de auxílio;
- Manejo de pastagem;
- Bem-estar animal;
- Nutrição animal;
- Qualidade do leite.

Quanto aos valores, foram elaborados dois, um para as cooperativas e laticínio investidoras nos primeiros dois anos, e outro que será o preço usual de funcionamento após esse período. O método de oferta do serviço será por contratação, cujo qual será feito pelas próprias laticínio e /ou cooperativas. Por último deve-se ressaltar que segundo simulações a quantidade indicada de técnicos para o empreendimento ser viável e causar mais impacto social, são quatro consultores.

Tabela 3 - Valor dos serviços prestados pela consultoria

Serviço	Valor usual dos serviços prestados (R\$)	Valor dos serviços prestados para cooperativa/laticínio investidoras(R\$)
Assistência	5.000,00/técnico/mês	4.250,00/técnico/mês

Fonte: própria, 2019.

4.2.6 Equipe

Possuindo em mente o objetivo de melhorar o lucro da atividade como um todo, a necessidade de consultores especializados na área agropecuária se torna evidente, portanto, a sociedade necessita de profissionais que sejam capazes de lidar com as adversidades das propriedades rurais. E para que a parte prática seja realizada com sucesso é fundamental que haja um grupo que cuide dessa parte administrativa e financeira, portanto a contratação de um profissional capaz de lidar com as tarefas é primordial para o correto funcionamento da consultoria.

4.2.7 Mercado

O local a ser inserido a consultoria será o mercado de leite do EOC, compreendendo somente a segunda microrregião catarinense que mais produz leite, que participa com 3% da produção nacional mesmo possuindo apenas 0,05% do território nacional (IBGE, 2017). Segundo os dados obtidos, possivelmente os produtores cujos quais a consultoria auxiliará serão os produtores associados a Cooperalfa, devido ao maior índice de presença nos questionários.

4.2.8 Defesa do projeto

4.2.8.1 Oportunidades

As oportunidades dizem respeito aos fatores que possibilitam um ambiente mais favorável para a empresa.

Santa Catarina tornou-se a quarta maior bacia produtora de leite em 2017 (IBGE, 2017), possuindo a microrregião de São Miguel do Oeste a segunda maior produtora do estado (EPAGRI, 2019). Este fato abre possibilidades de atuação do empreendimento na região, pois demanda de um alto número de produtores e também de produção.

Em relação a produção, sabe-se que a maior parte vem da agricultura familiar, e que grande parte dos produtores possui um baixo nível técnico (NEVES, 2014). Além deste fator, os produtores desconhecem as ferramentas e *softwares* para auxílio nas atividades produtivas. Estes fatores favorecem a empresa, pois o objetivo desta consultoria é oferecer conhecimento e auxílio nas atividades produtivas para os produtores.

Ainda no âmbito da produção, e levando em consideração os fatos de que o auxílio oferecido pela consultoria pode aumentar a produção e melhorar a qualidade nutritiva do leite, torna-se possível aumentar o impacto da produção leiteira estadual em âmbito nacional.

4.2.8.2 Forças

As forças podem englobar todos as características e elementos, que de alguma forma, retratam vantagens quando comparadas às empresas concorrentes.

A diversidade de propriedades para a atuação (IBGE, 2017), passa a ser uma força pois, em diferentes áreas a empresa poderá decidir se intervirá ou não. Dessa forma irá visar problemas mais recorrentes e presentes nas atividades produtivas escolhendo assim as propriedades para atuar, podendo assim obter uma maior probabilidade de ingressar no mercado.

Como a empresa é composta por quatro pessoas, a captação de recursos pelo grupo torna-se mais viável e dinâmica pelo fato que os empreendedores residem em cidades distintas.

O empreendimento irá atender somente a bovinocultura leiteira do Extremo Oeste Catarinense, visando a especialização dos serviços. Dessa forma, promoverá um maior giro econômico da região, e influenciará também no Produto Interno Bruto (PIB) estadual e nacional.

4.2.8.3 Ameaças

Da mesma maneira que existem os fatores que favorecem a empresa em um ambiente externo, junto a eles encontram-se as ameaças que desfavorecem a empresa, e um ponto que importante, é que a empresa não tem controle desses, assim como nas fraquezas internas.

Como foi citado anteriormente, a maior parte das propriedades produtoras de leite do extremo oeste catarinense são formadas por pequenos produtores (NEVES, 2014), que geralmente possuem um menor capital, devido ao preço baixo de venda do litro de leite e o alto custo de produção. Isso, relacionado ao fato de que os produtores seguem um determinado método de produção que é levado de geração em geração, faz com que eles detenham uma dificuldade maior em seguir as recomendações dos técnicos.

Ainda em relação a renda dos produtores e aceitação dos técnicos, já existem e estão disponíveis tecnologias de auxílio grátis, como *softwares* e ferramentas, onde somente o produtor tem acesso. Dessa maneira, a aceitação de uma consultoria torna-se mais difícil ainda.

4.2.8.4 Fraquezas

Em contraposto às forças, deve-se levar em conta as fraquezas que intervêm contra a concretização do empreendimento, ou seja, são os fatores que desfavorecem a empresa.

Deve-se levar em conta a grande abrangência dos serviços, dessa forma o trabalho torna-se mais complexo, exigindo uma maior mão de obra, maior atenção a detalhes, especificações, obrigações e empenho dos empreendedores.

5. CONCLUSÃO

Diante dos dados obtidos iniciou-se um debate para cruzar os dados ao término, observa-se que o empreendimento é viável e uma opção para os produtores adquirirem a bonificação. Porém, como os próprios bovinicultores levantaram, a instabilidade no valor do leite pode tornar a empresa inviável caso o serviço seja pago pelos produtores. Contudo caso não haja renda o suficiente para consultoria, a empresa torna-se apenas mais um empreendimento que acaba por falir nos primeiros 5 anos, nas estatísticas da *GEM* e de Paletta. Para contornar esse problema, uma solução plausível que foi utilizada para a elaboração do plano de empreendimento é a realização de contratos com as cooperativas ou laticínios, cujas quais pagariam pelos serviços da consultoria, entretanto algumas cooperativas já possuem assistência técnica própria, o que acaba por dificultar a inserção da consultoria no mercado.

Perante isso, uma possível cooperativa investidora seria a Cooperalfa, pois obteve um maior índice nos dados obtidos. Quanto às demais características do perfil do possível cliente, considerando os questionários, podem ser descritas como: produtores de pequena propriedade com até 4 módulos fiscais; quanto ao índice de escolaridade, a maioria não possui ensino superior completo; os produtores em sua maior parte não utilizam ferramentas de auxílio; e a correlação entre interesse na contratação da consultoria rural foi positiva. E segundo os dados obtidos, os técnicos primariamente buscariam auxiliar os produtores nos seguintes itens: gestão de custos, para que sejam capazes de lidar melhor com a parte financeira da propriedade; ferramentas de auxílio, para aumentar o monitoramento na atividade; técnicas para aumentar a produtividade e a qualidade do leite, dentre as técnicas estão presentes o manejo de pastagem, o bem-estar animal e a nutrição animal..

Ao término elaborou-se o plano de empreendimento, cujo qual tem seu foco somente na consultoria em si, e diante do fluxo de caixa presente no Apêndice E, o empreendimento, segundo os estudos e dados obtidos é viável, portanto o objetivo específico de desenvolver o plano foi alcançado, assim como o objetivo geral.

Porém levando em consideração o nível de ensino dos produtores, e a grande quantidade de estabelecimentos produtores, uma possível solução seria a realização de minicursos, oficinas e dias de campo para que uma maior quantidade de

produtores seja atingida, mesmo que o método não seja tão eficaz quanto a assistência técnica em si. Dentre os conteúdos a serem abordados, um provável tema será ferramentas de auxílio e gestão de custos.

Ao término é possível perceber o benefício que o trabalho proporcionou aos formandos, afinal toda a pesquisa gerou ganhos de conhecimentos técnicos e científicos, assim como um melhor entendimento de todo o processo necessário para o planejamento de uma empresa. Além de todo o ganho de conhecimento, o crescimento profissional foi visível quando compara-se as apresentações e ensaios realizados.

Contudo a pesquisa apresentou algumas dificuldades, entre elas a principal foi a falta de formação na área, que já foi apontado pela *GEM* (2017) e Paletta (2012), portanto a inserção de mais unidades curriculares voltadas para a área da administração é um ponto a ser considerado. Outra problemática foi a dificuldade no transporte, principalmente nas entrevistas realizadas nas próprias propriedades rurais, o empecilho surgiu por falta de recurso monetário dos formandos, considerando este ponto, uma possível solução é a aplicação de questionário *on-line*, contudo a análise torna-se menos probabilística e passível de erros de interpretação.

Por último, observou-se que o presente trabalho de conclusão de curso abre caminhos para novas pesquisas como o índice de satisfação dos produtores com a presente assistência técnica e interesse por parte das cooperativas e/ou laticínios na contratação dos serviços da consultoria. Deve-se levar em consideração os pontos a serem melhorados em futuras pesquisas como: a reelaboração dos valores considerando todos os impostos a serem aplicados na área de auditoria; pesquisa de pontos estratégicos para a fixação do escritório; e a quantificação da concorrência no setor.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABGI (Brasil). Grupo ABGI. **A inovação**: definição, conceitos e exemplos. [S. l.], 8 maio 2013. Disponível em: <https://brasil.abgi-group.com/a-inovacao/>. Acesso em: 25 set. 2019.

ADMINISTRADORES (Brasil). Café com adm. **O que é ser consultor?**. [S. l.], 11 jun. 2013. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/o-que-e-ser-consultor>. Acesso em: 11 set. 2019.

BRITO, Maria Aparecida Vasconcelos Paiva; BRITO, José Renaldi Feitosa. **Qualidade do leite**. [S. l.: s. n.], 20--. cap. 3. Disponível em: http://www.fernandomadalena.com/site_arquivos/903.pdf. Acesso em: 20 set. 2019.

CAMARGO, Renata Freitas de. Consultoria. *In: As Big Four de Auditoria e Consultoria*: quem são e o que fazem as quatro grandes empresas do setor. [S. l.]: Treasy, 20 abr. 2017. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/big-four-de-auditoria-e-consultoria/#Consultoria>. Acesso em: 16 set. 2019.

CELESC (Santa Catarina). **Tarifas de Energia**. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.celesc.com.br/tarifas-de-energia>. Acesso em: 29 nov. 2019.

COMENTTO. **Calculadora Amostral**. [S. l.], 2018. Disponível em: <https://comentto.com/calculadora-amostal/>. Acesso em: 2 jul. 2019.

CORSI, Moacyr. Potencial das pastagens para a produção de leite. *In: FUNDAÇÃO DE ESTUDO AGRÁRIOS LUIZ DE QUEIROZ (FEALQ). Bovinocultura Leiteira*. Piracicaba - SP: [s. n.], 2000.

DAVID, Denise Elizabeth Hey; CARVALHO, Hélio Gomes de; PENTEADO, Rosângela Stankowitz. **Gestão de Ideias**. [S. l.]: Expressão Digital, 2011. *E-book*.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e Espírito Empreendedor**: Prática e Princípios. Tradução: Carlos J. Malferrari. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda., 1985.

EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA E EXTENSÃO RURAL DE SANTA CATARINA (EPAGRI). **InfoAgro**. 1.0.10. Florianópolis: EPAGRI, 28 mar. 2017. Disponível em: <http://infoagro.sc.gov.br>. Acesso em: 9 abr. 2019.

GARAY, Ricardo. **Como produzir um plano de negócios**: Dicas Recursos + Modelo de Plano. [S. l.]: 36 Linhas, 2015. *E-book*.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Relatório Executivo Brasil 2017**. [S. l.]: SEBRAE, 2017. *E-book*.

GOMIDE, José Alberto; GOMIDE, Carlos Augusto de M. **UTILIZAÇÃO E MANEJO DE PASTAGENS**. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em: https://www.fcav.unesp.br/Home/departamentos/zootecnia/ANACLAUDIARUGGIERI/manejopastagens_gomide_.pdf. Acesso em: 20 set. 2019.

GONÇALVES, Marilson Alves; VASCONCELLOS, Heraldo. Consultoria. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 31, n. 02, 1991. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0034-75901991000200010&script=sci_arttext. Acesso em: 11 set. 2019.

GOVERNO DE MINAS GERAIS (Minas Gerais). Agência de Promoção de Investimento e Comércio Exterior de Minas Gerais. Fabricação de Laticínios em São Miguel D'oeste - SC. In: **Data Viva**. [S. l.], 2017. Disponível em: http://dataviva.info/pt/industry/c10520?bra_id=5sc0203. Acesso em: 1 nov. 2019.

GOVERNO DE SANTA CATARINA. **Santa Catarina se consolida como quarto maior produtor de leite do país**. [S. l.], 2 out. 2017. Disponível em: <http://www.sc.gov.br/index.php/noticias/temas/agricultura-e-pesca/santa-catarina-se-consolida-como-quarto-maior-produtor-de-leite-do-pais>. Acesso em: 9 abr. 2019.

GOVERNO DE TOCANTINS (Tocantins). Instituto de Desenvolvimento Rural de Tocantins. Assistência Técnica e Extensão Rural. In: **Assistência Técnica e Extensão Rural**. [S. l.], 2017. Disponível em: <https://ruraltins.to.gov.br/assistencia-tecnica-e-extensao-rural/>. Acesso em: 1 nov. 2019.

GOVERNO FEDERAL (Brasil). Incra. **Sistema nacional de cadastro rural: Índices básicos 2013. Brasil, 2013**. Disponível em: http://www.incra.gov.br/sites/default/files/uploads/estrutura-fundiaria/regularizacao-fundiaria/indices-cadastrais/indices_basicos_2013_por_municipio.pdf. Acesso em: 9 nov. 2019.

GREGORIM, Clóvis Osvaldo *et al.* **Michaelis: Dicionário prático da língua portuguesa**. 2. ed. São Paulo: Melhoramentos, 2010. 952 p. ISBN 978-85-06-06068-1.

HOTMART (Brasil). Hotmart Blog. **O que um consultor faz e como se tornar um?**. [S. l.], 17 jul. 2012. Disponível em: <https://blog.hotmart.com/pt-br/o-que-um-consultor-faz/>. Acesso em: 11 set. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Brasil em Síntese**. [S. l.], 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br>. Acesso em: 21 maio 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Quantidade de leite cru adquirido e industrializado e variação, segundo os meses - Brasil - 2017 - 2018. **Pesquisa Trimestral do Leite**, [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9209-pesquisa-trimestral-do-leite.html?=&t=resultados>. Acesso em: 24 maio 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa da Pecuária Municipal - PPM (2017)**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9107-producao-da-pecuaria-municipal.html>. Acesso em 31 mai. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE) (Brasil). Sidra. População residente, por sexo e situação de domicílio. In: **Tabela 202**. [S. l.], 2017. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/202#resultado>. Acesso em: 6 nov. 2019.

JÚNIOR, Antonio de Souza Silva *et al.* CONSULTORIA: UM ESTUDO SOBRE O PAPEL DO CONSULTOR NA FORMAÇÃO DA ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, Brasil, v. 11, n. 1, p. 178-203, 2012. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/big-four-de-auditoria-e-consultoria/#Consultoria>. Acesso em: 16 set. 2019.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de Marketing**. Tradução: Sônia Midori Yamamoto. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012. 765 p.

MERCOSUL (América do Sul). MM Contabilidade. **Taxas de Depreciação**. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.mmcontabilidade.com.br/flash/taxasdepreciacao.htm>. Acesso em: 29 nov. 2019.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Instrução Normativa nº 76, de 26 de novembro de 2018**. Ficam aprovados os Regulamentos Técnicos que fixam a identidade e as características de qualidade que devem apresentar o leite cru refrigerado, o leite pasteurizado e o leite pasteurizado tipo A, na forma desta Instrução Normativa e do Anexo Único. Gabinete do Ministro, 26 nov. 2018. Disponível em: <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=30/11/2018&jornal=515&pagina=9&totalArquivos=318>. Acesso em: 28 set. 2019.

NEVES, Bidiah Mariano da Costa. **Caracterização produtiva e aspectos sanitários relacionados à bovinocultura em santa catarina**. 2014. Dissertação (Mestrado em Bovinocultura) - Faculdade de Agronomia e Veterinária, Brasília, 2014. Disponível em: http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/16584/1/2014_BidiahMarianoDaCostaNeves.pdf. Acesso em: 23 jun. 2019.

PALETTA, Marco Antônio. **Vamos abrir uma pequena empresa**. Campinas, SP: Alínea, 2012.

PIOVESAN (Microrregião de São Miguel do Oeste). Piovesan Imobiliária. **Salas comerciais em São Miguel do Oeste**. In: Imóveis para alugar. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.piovesanimobiliaria.com.br/imovel/alugar>. Acesso em: 2 nov. 2019.

SANTOS, Carolina de Castro. **Bovinocultura leiteira**. 06 feb. 2017, 31 jul. 2017. Notas de aula.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA (SEBRAE). **Aprenda a criar um quadro de modelo de negócios para renovar sua empresa**. [S. l.], 27 set. 2019. Disponível em: <http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/quadro-de-modelo-de-negocios-para-criar-recriar-e-inovar,a6df0cc7f4217410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 13 nov. 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA (SEBRAE). **Canvas**: como estruturar seu modelo de negócio. [S. l.], 14 fev. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/artigos/canvas-como-estruturar-seu-modelo-de->

negocio,6a5cc221fcc3a510VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em: 3 dez. 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA (SEBRAE). **O que é ser empreendedor**. [S. l.], 23 jan. 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 2 abr. 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA (SEBRAE). **Santa Catarina em Números: Macrorregião Extremo Oeste**. [S. l.]: SEBRAE, 2013. *E-book*.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA (SEBRAE). **Santa Catarina em Números: Macrorregião Oeste**. [S. l.]: SEBRAE, 2013. *E-book*.

TOM, Carin. **Descubra o que é o Simples Nacional e suas vantagens para pequenos empresários**. [S. l.], 8 nov. 2019. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/o-que-e-simples-nacional/>. Acesso em: 30 nov. 2019.

VASCONCELLOS, Breno de Farias e *et al.* **Efeitos Genéticos e Ambientais sobre a produção de leite, o intervalo entre partos e a duração da lactação num rebanho leiteiro com animais mestiços, no Brasil**. 2003. Efeitos Genéticos e Ambientais sobre a produção de leite, o intervalo entre partos e a duração da lactação num rebanho leiteiro com animais mestiços, no Brasil (Graduação em Zootecnia) - Departamento de Zootecnia da Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias, [S. l.], 2003. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/xmlui/bitstream/handle/ri/12717/Artigo%20-%20Breno%20de%20Faria%20Vasconcellos%20-%202003.pdf?sequence=5&isAllowed=y>. Acesso em: 29 set. 2019.

VASCONCELOS, André et al. **Arquitetura de Sistemas de Informação: A Ferramenta de Alinhamento Negócio / Sistemas de Informação?***. **Atas da 3ª Conferência da Associação Portuguesa de Sistemas de Informação**, Portugal, v. 3, 2002. Disponível em: <http://revista.apsi.pt/index.php/capsi/article/view/384/360>. Acesso em: 22 set. 2019.

VIEBRANTZ, Kerli Paula Melz. Grifos. **A Extensão Rural: Ambiente, Agricultura e Associativismo**, [S. l.], 2008. *E-book*.

ZOCCAL, Rosangela *et al.* **Distribuição Geográfica da Pecuária Leiteira no Brasil. Política Agrícola**, Brasil, p. 47-58, 1 set. 2006. Disponível em: <https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/view/517/468>. Acesso em: 9 nov. 2019.

APÊNDICES

Apêndice A : Questionário sobre interesse dos produtores de leite sobre o auxílio de uma consultoria rural e conhecimento e utilização de tecnologias nas propriedades produtoras de leite

Curso Técnico Integrado em Agropecuária

Discentes:

Paulo Cesar Fiori Justen

Solivan Alisson dos Santos

Tainara Taís Brancher

Vanessa Fantin Bolsoni

Orientadores:

Felipe Cintra Braga, Me.

Douglas Antonio Rogeri, Dr.

[SOMENTE LER] Condições.

Todo texto entre colchetes " [] " não deve ser lido, é apenas uma condicional.

Todo texto entre chaves " { } " são falas que devem ser adaptadas de acordo com a situação.

[FALAR] Esclarecimento.

{Saudações: bom dia, boa tarde; boa noite; entre outras}. Meu nome é {nome do aplicador}, sou estudante do IFSC - SMO, estou aqui para realizar uma pesquisa. Gostaríamos de saber se você, {senhora/senhor} produtor de leite, estaria disposto a responder algumas perguntas. Suas respostas serão utilizadas unicamente para fins acadêmicos, e em total anonimato. O tempo estimado é de 4 minutos, {o senhor/ a senhora} aceita colaborar?

1. A quanto tempo {o senhor/a senhora} atua na área de bovinocultura de leite?

-
2. Atualmente, qual o tamanho do seu rebanho de gado de leite?

-
3. Por mês, quantos litros, em média, são produzidos aqui em sua propriedade?
[SE O PRODUTOR RESPONDER QUE VARIA, PERGUNTAR EM QUAL NÚMERO CONTARIA]
-
4. {O senhor/A senhora}, atualmente, está {associado/associada} a alguma cooperativa?
() Sim () Não
- 4.1. [SE RESPONDEU SIM - PERGUNTA 4] Qual cooperativa?
-
5. Quais as maiores dificuldades encontradas para gerir a propriedade?
-
6. Você sabe o que é uma consultoria rural?
() Sim () Não
- 6.1. [SE RESPONDEU SIM - PERGUNTA 6] Saberá citar serviços que são prestados por uma consultoria rural?
() Sim () Não
- 6.2. [SE RESPONDEU SIM - PERGUNTA 6.1] Poderia citar esses serviços?
- () Nutrição animal
- () Qualidade do leite
- () Reprodução
- () Manejo de pastagens
- () Bem-estar animal
- () Melhoramento genético
- () Sanidade animal

Outros: _____

7. A consultoria rural presta serviços administrativos e técnicos em busca de uma maior eficiência nas atividades produtivas. Sabendo o que é, você estaria {interessado/a} em contratar esses serviços?

Sim Não Não sei

- 7.1. [SE RESPONDEU NÃO NA QUESTÃO 7] Por quê?
- _____

8. [SE RESPONDEU SIM NA QUESTÃO 6] Já recebeu ou ainda recebe auxílio de uma consultoria rural (ex.: Epagri)?

Sim, já recebi Sim, recebo Não, nunca recebi

- 8.1. [SE RESPONDEU SIM NA QUESTÃO 8] Como foi a sua experiência com a consultoria rural?

Boa Razoável Ruim

9. Atualmente {o senhor/ a senhora} utiliza algum aplicativo para computador ou celular que auxilie no monitoramento ou no controle das atividades produtivas?

Sim Não

10. Nível de escolaridade {da senhora/do senhor}?

Fundamental incompleto

Fundamental completo

Médio incompleto

Médio completo

Graduação

Mestrado

Doutorado

11. [ANOTAR A CIDADE SEM PERGUNTAR AO ENTREVISTADO] Localização da propriedade?
-

Agradecimentos

{Obrigado/a} pela colaboração. Desculpe o incômodo.

Apêndice B: Itens necessários para a consultoria rural

I. Itens de aquisição recorrentes

Item	Qtde. Inicial	Especificação Resumida	Frequência / Gatilho de compra
Agenda	10	Agenda temática da ETASC	Conforme necessidade
Água	2	Galão de água 20 L	Conforme necessidade
Boné	10	Boné temático da ETASC	Conforme necessidade
Caneta	15	Caneta esferográfica azul ou preta	Conforme necessidade
Combustível	67 L	Gasolina/Diesel	Conforme necessidade
Internet	1	Banda Larga MKA Net	Todo mês
Pacote Microsoft Office	1	Office 365 Home, com todos os programas Microsoft Office para até 6 pessoas	Todo ano
Papel A4	1	Pacote de 2500 folhas	Conforme necessidade
Pastas	6	Pastas sanfonadas	Conforme necessidade
Plano de celular	1	Plano Vivo Controle com 13,5 GB de Internet e ligações ilimitadas	Todo ano
Sala comercial alugada	1	Sala comercial localizada no edifício Andrômeda em São Miguel do Oeste	Todo mês

II. Itens de aquisição única

Item	Qtde.	Especificação Resumida	Vida útil esperada
Automóvel	1	Camionete com cabine dupla, possivelmente a Chevrolet S10 Sertoes 4x4 2.8 (Cab Dupla) 2004	7 anos

Bebedouro	1	Filtro de água eletrônico	10 anos
Computador	2	Computador Gamer Completo Com Monitor Led Intel Core I5 8gb Hd 1tb (nvidia Geforce Gt) Kit Gamer Com Mousepad Easypc Light	7 anos
Cadeira	2	Cadeira de escritório giratória com rodas	10 anos
Cadeira	4	Cadeira de plástico ISO	10 anos
Copo	2	Copo de vidro 300 mL	20 anos
Fachada	1	Adesivo fachada na sala comercial	3 anos
Gaveteiro	4	Gaveteiro Maia 4, para guardar as pastas, contas e afins	10 anos
Impressora multifuncional	1	Impressora Multifuncional Epson L395	5 anos
Mesa	2	Mesa para escritório com gavetas	10 anos
Prancheta	4	Prancheta para papel A4	10 anos
Propaganda no automóvel	1	Adesivo propaganda no automóvel da ETASC	3 anos
Smartphone	1	Smartphone Samsung Galaxy M10	4 anos

Apêndice C: Custos da consultoria rural

I. Custos fixos

Item	Valor (R\$)	Frequência
<i>Internet</i>	89,90	Todo mês
Pacote Microsoft Office	299,00	Todo ano
Plano de celular	59,99	Todo mês
Pró-labore	2.000,00	Todo mês
Regime Simples	2.748,00	Todo mês
Sala comercial alugada	756,85	Todo mês

II. Custos variáveis

Item	Valor Unit. (R\$)
Agenda	22,50
Água	12,00
Boné	15,00
Caneta	4,00
Combustível (tanque de diesel)	246,56
Luz	210,38
Papel A4	119,99
Pastas	40,40

Apêndice D: Custo de investimento inicial

Item	Qtde.	Valor Unit. (R\$)	Valor Total (R\$)	Depreciação Total ao mês(R\$)
Automóvel	1	30.216,00	30.216,00	503,60
Bebedouro	1	220,00	220,00	3,66
Cadeira	2	279,65	559,30	4,66
Cadeira plástica	4	91,99	367,96	1,52
Computador	2	1.751,20	3.502,40	53,88
Copo	2	20,00	40,00	0,32
Fachada	1	60,00	60,00	2,38
Gaveteiro	4	289,90	1.159,60	6,08
Impressora multifuncional	1	1.298,70	1.298,70	10,82
Mesa	2	303,05	606,10	5,04
Prancheta	4	5,30	21,20	0,32
Planos anuais	1	299,00	299,00	8,22
Propaganda no automóvel	1	500,00	500,00	19,87
Recursos de aquisição única		829,79	829,79	22,82
Recursos para funcionamento	1	1.363,68	1.363,68	11,36
Smartphone	1	650,00	650,00	10,83

Total	41.693,73	837,98
Margem 10%	45.863,10	

Apêndice E: Fluxo de caixa dos primeiros 12 meses

Mês	Saldo Inicial	Descrição	Entrada	Saída	Saldo Final
jan./20	R\$ 0,00	Investimento Inicial	R\$ 50.000,00		R\$ 50.000,00
jan./20	R\$ 50.000,00	Aquisição dos itens para o funcionamento		R\$ 41.693,73	R\$ 8.306,27
jan./20	R\$ 8.306,27	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 25.306,27
jan./20	R\$ 25.306,27	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 10.180,30
fev./20	R\$ 10.180,30	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 27.180,30
fev./20	R\$ 27.180,30	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 12.054,33
mar./20	R\$ 12.054,33	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 29.054,33
mar./20	R\$ 29.054,33	Gastos mensais		R\$ 15.298,56	R\$ 13.755,77
abr./20	R\$ 13.755,77	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 30.755,77
abr./20	R\$ 30.755,77	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 15.629,80
mai.20	R\$ 15.629,80	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 32.629,80
mai.20	R\$ 32.629,80	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 17.503,83
jun./20	R\$ 17.503,83	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 34.503,83
jun./20	R\$ 34.503,83	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 19.377,86
jul./20	R\$ 19.377,86	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 36.377,86
jul./20	R\$ 36.377,86	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 21.251,89
jul./20	R\$ 21.251,89	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 38.251,89

jul./20	R\$ 38.251,89	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 23.125,92
ago./20	R\$ 23.125,92	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 40.125,92
ago./20	R\$ 40.125,92	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 24.999,95
set./20	R\$ 24.999,95	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 41.999,95
set./20	R\$ 41.999,95	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 26.873,98
out./20	R\$ 26.873,98	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 43.873,98
out./20	R\$ 43.873,98	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 28.748,01
nov./20	R\$ 28.748,01	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 45.748,01
nov./20	R\$ 45.748,01	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 30.622,04
dev./20	R\$ 30.622,04	Pagamento dos serviços	R\$ 17.000,00		R\$ 47.622,04
dev./20	R\$ 47.622,04	Gastos mensais		R\$ 15.125,97	R\$ 32.496,07
dev./20	R\$ 32.496,07	13° Pró-labore		R\$ 8.000,00	R\$ 24.496,07

Apêndice F: Quadro Canvas Modelo de Negócio da consultoria rural

