

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
CAMPUS DOM PEDRITO
BACHARELADO EM ENOLOGIA**

LUCIAN DA FONSECA FERREIRA

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONOMICO-FINANCEIRA DE IMPLANTAÇÃO DE
UM PARREIRAL E UMA AGROINDUSTRIA NA ESCOLA ESTADUAL DE
EDUCAÇÃO PROFISSIONAL DOM PEDRITO**

**Dom Pedrito
2016**

LUCIAN DA FONSECA FERREIRA

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONOMICA-FINANCEIRA DE IMPLANTAÇÃO DE
UM PARREIRAL E UMA AGROINDUSTRIA NA ESCOLA ESTADUAL DE
EDUCAÇÃO PROFISSIONAL DOM PEDRITO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial para a obtenção de
Título de Bacharel em Enologia, pela
Universidade Federal do Pampa.

Orientador Prof Dr. Osmar Manuel Nunes

Co-orientador Prof^o Carlos Cândido da
Fontoura Peres.

**Dom Pedrito
2016**

LUCIAN DA FONSECA FERREIRA

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONOMICA-FINANCEIRA DE IMPLANTAÇÃO DE
UM PARREIRAL E UMA AGROINDUSTRIA NA ESCOLA ESTADUAL DE
EDUCAÇÃO PROFISSIONAL DOM PEDRITO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial para a obtenção de
Título de Bacharel em Enologia, pela
Universidade Federal do Pampa.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Osmar Manoel Nunes
Orientador
UNIPAMPA

Co-orientador Prof. Carlos Cândido da Fontoura Peres
Bacharel em Administração

Prof. Dr. Maurício Aires Vieira
Dr. Em Educação e Vice – Reitor da UNIPAMPA

AGRADECIMENTO

A DEUS, pelo dom da vida e por me dar a oportunidade de ser sadio e lúcido.

Aos que DEUS por algum motivo OS CHAMOU (Minha irmã Panmela, Vô Juca, Vó Aracy) ...saibam que tenho a constelação mais bonita e por isso, sei que quando anoitecer, vocês sempre vão aparecer para conversarmos e se preciso for, me iluminar...essa vitória é nossa.

Neste momento, não poderia deixar de agradecer aos meus PAIS, JOÃO FRANCISCO E MARIA GORETH, pois um dia um sábio me disse, que os filhos antes de vir ao mundo escolhem os pais que tem, e os pais abençoão os rebentos que vem! Obrigado pela oportunidade de poderem participar do meu crescimento pessoal e intelectual e estarem sempre presentes em minhas lutas diárias.

A minha a VÓ EVA e TIAS ANA E DALVA por sempre acreditar que é possível transpor barreiras sem precisar desistir jamais do nosso objetivo final.

Aos amigos que nesta caminhada eu ganhei, obrigado pela amizade e carinho com que sempre dispuserão a mim, os que perdi... obrigado! Deus sabe o que faz, quando e na hora exata.

Aprendi em minha caminhada, que só sabe pra onde vai, quem sabe e respeita de onde vem... por isso... Aprendi que AMIZADES construídas sobre bases sólidas de RESPEITO, ENSINAMENTO, CARINHO, HUMILDADE E RECONHECIMENTO, tornam-se ESPECIAIS pelo SIMPLES fato de serem RECIPROCAS e EXISTIREM.

Aos meus PROFESSORES, mestres e doutores que a vida me deu a HONRA de estarmos no mesmo caminho... o meu muito mas, muito OBRIGADO por serem pessoas de coração gigantesco, sempre prontos a auxiliarem nas minhas empreitadas...

Gratidão, é o que me define!!!

Muito Obrigado.

“A maior recompensa para o trabalho do homem não é o que ele ganha com isso, mas o que ele se torna com isso”.

John Ruskin

RESUMO

Este trabalho trata do estudo de viabilidade econômico-financeira para a implantação de um parreiral na região da Campanha do estado do Rio Grande do Sul, e servirá como plano operacional para o desenvolvimento do novo projeto. Este projeto de pesquisa abrangeu os ramos de produção e fabricação de suco de uva, e buscará oferecer um produto diferenciado explorando dois aspectos: padrão de qualidade e valor nutritivo. Os dados necessários à elaboração deste trabalho foram coletados através de pesquisa de mercado e do local implantado, visitas a empreendimentos de perfil semelhante ao almejado e entrevistas com pessoas ligadas ao ramo. Para tanto abordou-se uma fundamentação teórica com todos os tópicos que norteiam a análise dos dados coletados, e que ajudará no desenvolvimento desse estudo de viabilidade. Em resumo pode-se dizer que a análise econômico-financeira encerrou o trabalho e trouxe dados que procuraram demonstrar sua e viabilidade ou não, do ponto de vista abordado neste projeto de pesquisa.

ABSTRACT

This work deals with the economic-financial feasibility study for the implantation of a parreiral in the region of the Campaign of the state of Rio Grande do Sul, and will serve as an operational plan for the development of the new project. This research project covered the branches of production and Manufacture of grape juice, and will seek to offer a differentiated product exploring two aspects: standard of quality and nutritional value. The data necessary for the preparation of this work were collected through market research and the place implanted, visits to enterprises of similar profile to the target and interviews with people related to the branch. For that, a theoretical basis with all the topics that guide the analysis of the collected data was approached, and that will help in the development of this feasibility study. In summary, it can be said that the economic-financial analysis ended the work and exchanged data that will seek to demonstrate its viability or not, from the point of view addressed in this research project.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Investimentos iniciais	27
Tabela 2 – Custo fixo mensal	28
Tabela 3 – Previsão de custos do vinhedo	29
Tabela 4 – Previsão de custos da agroindustria	29
Tabela 5 – Demonstrativo do Resultado Anual	30
Tabela 6 – Taxa Interna de Retorno - TIR.....	33

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
1.1	Problemática	10
1.2	Hipótese	10
1.3	Objetivos.....	11
1.3.1	Objetivo Geral.....	11
1.3.2	Objetivo Especifico	11
1.4	Justificativa	11
2	REVISÃO TEÓRICA	12
2.1	Caracterização da região da campanha gaúcha	12
2.2	Suco de uva e seus benefícios a saúde humana	13
2.3	Cultivares para fabricação de suco de uva.....	14
2.3.1	Cultivar: concord.....	14
2.3.2	Cultivar: isabel.....	14
2.3.3	Cultivar: bordô	15
2.4	Suco de uva como alimento da merenda escolar.....	15
2.5	Empreendedorismo.....	16
2.6	Projeto como plano de negócio	17
2.7	Plano de negócio.....	18
2.7.1	Marketing	18
2.8	Análise swot.....	19
2.9	Análise de viabilidade economico-financeiro	19
2.10	Lucratividade	20
2.11	Rentabilidade	20
2.12	Ponto de equilíbrio.....	20
2.13	Tempo de retorno do investimento - tir	21
3	METODOLOGIA.....	22
3.1	Quanto aos procedimentos.....	22
3.2	Quanto à abordagem do problema	23
3.3	Método De Pesquisa.....	23
3.4	Coleta De Dados	23
3.5	Tabulação Dos Dados	24
3.6	Análise dos Dados	24

4	PLANO DE NEGÓCIO	25
4.1	Mercado alvo	25
4.1.1	Produto	25
4.1.1.1	Estratégia de Produto.....	25
4.1.1.2	Praça	26
4.1.1.3	Publicidade	26
4.2	Estrutura e operações.....	26
4.2.1	Localização	26
4.3	Análise de viabilidade economica-financeira	27
4.3.1	Investimentos Iniciais	27
4.3.2	Custos Fixos Mensal	28
4.3.3	Custos De Produção do Vinhedo	28
4.3.4	Previsão Dos Custos do Vinhedo	28
4.3.5	Custos De Produção da AgroIndústria.....	29
4.3.6	Previsão Dos Custos da AgroIndústria.....	29
4.3.7	Previsão de Vendas e Receitas	30
4.3.8	Demonstrativo Do Resultado	30
4.3.9	Lucratividade	30
4.3.10	Rentabilidade	31
4.3.11	Ponto de Equilibrio.....	31
4.3.12	Tempo De Retorno Do Investimento - Payback	31
4.3.13	Taxa Interna de Retorno – TIR	32
5	CONCLUSÃO	34
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	36

INTRODUÇÃO

A Região da Campanha ou Campanha Gaúcha está situada entre os paralelos 30° e 50°, assim como as grandes regiões vitivinícolas mundiais e surge como um grande pólo vitivinícola nacional, de grande extensão, que abriga dez cidades: Alegrete, Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Itaqui, Maçambará, Quaraí, Rosário do Sul, Sant'Ana do Livramento e Uruguaiana (ASSOCIAÇÃO VINHOS DA CAMPANHA, 2012 *apud* CUNHA *et. al.*, 2012a).

O trabalho em questão, abrangeu o estudo de viabilidade econômico-financeira da implantação de um parreiral e uma agroindústria na Escola Estadual de Educação Profissional Dom Pedrito. Para tanto, surge a questão. Será importante, oportuno e viável, do ponto de vista econômico e financeiro, a implantação de um parreiral e uma agroindustrial Escola Estadual de Educação Profissional Dom Pedrito? Esta região, a qual tratamos é de importante relevância na produção de uvas e vinhos no Brasil, mesmo estando a maior parte na Serra Gaúcha, pois empresas de grandes portes já estão instaladas e as condições de clima e solo permitem atingir um distinto grau de maturação e é possibilitada a mecanização total nos parreirais.

A partir dessa análise de viabilidade econômico-financeira será possível ou não a implantação de videiras e a instalação de uma agroindústria para a fabricação de suco de uva na Escola Técnica Estadual de Educação Profissional de Dom Pedrito pelos alunos daquela instituição.

A Escola Estadual de Educação Profissional de Dom Pedrito, localizada no Rincão da Figura, no município de Dom Pedrito. Reivindicação de décadas da comunidade, o prédio escolar foi erguido em 2002, porém apenas em 2011 a escola foi ativada com os cursos técnicos em administração (modalidade subsequente) e técnico em agropecuária (integrado ao ensino médio).

O projeto de pesquisa de Implantação de Parreirais na Escola Estadual de Educação Profissional Dom Pedrito surge da ideia de fabricação de suco de uva integral, o qual servirá como alimentação balanceada aos alunos do educandário e também como prática para os futuros alunos do Curso de Técnico em Agroindústria e do já existente Curso de Técnico em Agropecuária. Ficou definido que a missão será proporcionar um ambiente agradável e acolhedor, fazendo com que alunos e professores se sintam bem no exercício de troca de informação e experiência. Aproximar os alunos da cultura da uva. A visão é ser um local de referência no cultivo e fabricação de suco de uva, bem como fazer e desenvolver pesquisas e

experimentos com elas. E os valores que queremos passar são de exercer atividades de educação, aprimorando com integridade e qualidade os produtos com profissionalismo e respeito ao ser humano e o ambiente.

Os Parreirais se caracterizam por fomentar a cadeia de alimentos com valor nutritivo, além de proporcionar conhecimento, cultura, e prática no ambiente escolar.

Esse tipo de implantação possibilita conhecer as técnicas e manutenção da mesma, bem como a fabricação de suco de uva em pequena escala, que tenha finalidade de criar novas descobertas através de aulas práticas e interativas.

O referido projeto de pesquisa de viabilidade econômico-financeiro de agronegócio, viticultura e enologia, trata da Implantação de um Parreiral na Escola Estadual de Educação Profissional Dom Pedrito feita por um Técnico em Administração e graduando do Curso de Bacharelado em Enologia pela Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA, campus Dom Pedrito.

1.1 Problemática

Com a intuição de proporcionar conhecimento e interação através da implantação de parreiras que possibilite aulas interdisciplinares em um processo de ensino que desenvolva a teoria, a prática e a reflexão com inovação de descoberta e novas pesquisas para a comunidade e região; surge a questão: Será importante do ponto de vista educacional e pedagógico, oportuno à partir da iniciação científica e tecnológica para a região e o município e viável, do ponto de vista econômico e financeiro, a implantação de um parreiral e uma agroindústria na Escola Estadual de Educação Profissional Dom Pedrito?

1.2 Hipótese

Com a implantação deste parreiral, se sua viabilidade econômica-financeira for viável, será possível aprender na prática o cultivo de videiras para a fabricação de suco de uva na Escola Técnica Estadual de Educação Profissional de Dom Pedrito.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Verificar a viabilidade econômica-financeira da Implantação de um vinhedo no ramo da vitivinicultura e enologia possibilitando o cultivo e posterior fabricação de suco de uva por alunos e professores na Escola Estadual de Educação Profissional de Dom Pedrito.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analisar a necessidade de recursos para a instalação do vinhedo.
- Análise dos recursos necessários para a agroindústria possibilitando a viabilidade de implantação dos equipamentos para a fabricação do suco de uva.

1.4 Justificativa

Justifica-se o presente projeto de pesquisa reiterando análise de viabilidade econômico-financeira para implantação de uma agroindústria e vinhedos para posterior fabricação de suco de uva, criando um espaço para novas pesquisas para a sociedade, e comunidade científica, além da integração, troca de experiências, informações, em um ambiente escolar, que busque um crescimento intelectual e pessoal.

A escolha de implantação se deu devido a percepção de espaço disponível, significativa área para o cultivo de vitivinicultura na região da campanha especialmente no município de Dom Pedrito o desenvolvimento do setor vitícola a escassez da mão de obra especializada na região que já é considerada a 2ª maior produtora de vinhos finos do Brasil.

Além de explorar novas áreas do conhecimento, que venham a auxiliar no desenvolvimento local e também da região da campanha gaúcha.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 Caracterização da região da campanha gaúcha

A imensidão verde emoldura a paisagem que desde muito cedo abriga a figura do gaúcho. O cheiro inconfundível que vem do churrasco sendo assado, o prazer de repartir o chimarrão de mão em mão e a hospitalidade do povo agora somam-se ao cheirinho de uva que vem dos vinhedos na época da vindima e a qualidade dos vinhos que ali são elaborados. Essa é a Campanha Gaúcha, uma das regiões mais bonitas e ricas culturalmente do Rio Grande do Sul e que a cada ano ganha mais espaço no que se refere a vitivinicultura (A VINDIMA, 2015).

Em relação ao IBGE, a região compõe as micro-regiões: Campanha Meridional, que é delimitada por Aceguá, Bagé, Dom Pedrito, Hulha Negra e Lavras do Sul; Campanha Central, Rosário do Sul, Santa Margarida do Sul, Santana do Livramento e São Gabriel; e Campanha Ocidental, Alegrete, Barra do Quaraí, Garruchos, Itaqui, Maçambará, Manoel Viana, Quaraí, São Borja, São Francisco de Assis e Uruguaiana (FLORES, 2011).

A Campanha Gaúcha é a segunda maior região produtora de vinhos do Brasil, atrás somente da Serra Gaúcha. Sua história não é tão recente. Acredita-se que as primeiras movimentações em torno do vinho nessa parte do Rio Grande tenha iniciado em 1888, quando foi construído por um empresário espanhol a primeira cantina da Quinta do Seival, com paredes de barro e telhado de palha.

(A VINDIMA, 2015).

Hoje, são dois mil hectares de vinhedos, todos em espaldeira, o que correspondem a 35% do total de uvas vitiviníferas cultivadas no Brasil. A região trabalha diretamente com a sustentabilidade, aliando paisagem, inovações e preservação. A topografia de suaves coxilhas permite a mecanização da cultura e técnicas especiais de manejo do solo, sempre buscando a preservação do Bioma Pampa. A área cultivada corresponde a 25% da produção de vinhos finos do Brasil. São cerca de 180 produtores envolvidos e 17 vinícolas, segundo dados da Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha. Há produção de uvas e vinhos em Candiota, Hulha Negra, Bagé, Dom Pedrito, Santana do Livramento, Rosário do Sul, Alegrete, Quaraí, Uruguaiana, Itaqui e Maçambará.

A Campanha Gaúcha apresenta rigorosos inverno e verão, apresentando, assim, boa amplitude térmica. Também possui solos privilegiados para a viticultura e poucas chuvas

durante a maturação, podendo, assim, proporcionar o cultivo de uvas vigorosas e vinhos de qualidade. (A VINDIMA,2015).

2.2 Suco de uva e seus benefícios a saúde humana

O Ibravin nasceu em janeiro de 1998 para representar a cadeia produtiva da uva e do vinho no Brasil, desenvolvendo e fiscalizando o setor e, por consequência, incentivando o consumo dos derivados da uva nos mercados interno e externo. Reúne em seu conselho de administração as principais entidades do segmento no país e é reconhecido pela Organização Internacional do Vinho (OIV) como o responsável por conduzir as demandas do segmento vitivinícola brasileiro no ambiente internacional (IBRAVIN, 2014).

De composição complexa a maioria de componentes existentes no vinho provém da uva e do processo fermentativo (MEZZANO et al., 2003), todavia a casca da uva e o suco da fruta contêm os compostos fenólicos (PIMENTEL; FRANCKI; GOLLUCKE, 2005) o que diferencia o vinho das outras bebidas alcoólicas.

Segundo o IBRAVIN (2014) o suco de uva natural está cada vez mais presente no cardápio das famílias. E seus resultados para a saúde também estão chamando a atenção da comunidade médica e de nutricionistas; avaliada como uma bebida funcional por suas propriedades nutritivas.

O suco de uva tem propriedades que ajudam a retardar o envelhecimento precoce, são os compostos antioxidantes. Desta forma, o consumo regular, de suco de uva tinta ou branca, auxilia na prevenção de alguns tipos de câncer, além de doenças cardíacas, vasculares e neurológicas. Ele também tem papel importante na proteção do fígado, então é um aliado na prevenção de doenças hepáticas.

O resveratrol (trans-3,5,4'-Trihydroxystilbene), é um composto fenólico também encontrado na casca de uva, tem despertado interesse devido a seus efeitos benéficos à saúde (KRAUSE; MAHAN, 2005).

“Observamos redução de gordura abdominal a partir do consumo regular de suco de uva. As pesquisas têm demonstrado que o ganho de peso é menor em dietas com suco de uva do que com água”, revela Caroline, consultora do Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN, 2014).

Alguns dos benefícios Segundo o site M de Mulher (2011) de beber suco de uva natural regularmente: repara as células do corpo e ajuda a prolongar a juventude da pele; favorece as funções hepáticas (do fígado) e é um valioso estimulante digestivo; acelera o

metabolismo, reduzindo o ácido úrico (substância produzida pelo organismo e que causa fadiga); por ser alcalinizante (combate a acidez sanguínea), é indicado para pessoas que consomem carne em excesso; fortalece o sistema imunológico, já que possui ativos com poder anti-inflamatório e antimicrobiano.

Os benefícios do resveratrol são alcançados nas fórmulas concentradas e integrais. Algumas características das principais cultivares de videiras utilizadas para elaboração de suco segundo (RIZZON, L.A; MENEGUZZO, J., 2007).

2.3 Cultivares para a fabricação de suco de uva.

2.3.1 Cultivar: concord

Essa cultivar também é conhecida por Bergerac, Francesa e Francesa Preta. Trata-se de uma uva muito difundida nos Estados Unidos, especialmente no estado de Nova Iorque. Além do suco, essa variedade é cultivada também para produção de uva de mesa e para vinho. O teor de açúcar do mosto varia entre 14 °Brix e 16 °Brix, com acidez relativamente baixa. Na Serra Gaúcha, a cultivar Concord dá origem ao suco mais procurado pelo consumidor, uma vez que mantém as características da uva fresca ao longo das etapas de processamento. Essas características também têm propiciado melhor preço de comercialização.

2.3.2 Cultivar: isabel

É a cultivar mais difundida nos vinhedos da Serra Gaúcha, pois participa com aproximadamente 45 % do total das uvas produzidas na região vitícola mais importante do Brasil. Também é conhecida pelo nome de Americana e Nacional, além de Frutilla, 14 no Uruguai e de Fragola, na Itália. A cultivar Isabel é consumida in natura – como uva de mesa – e empregada na elaboração de vinho, suco e geléias.

Entre as cultivares do grupo das americanas, essa cultivar apresenta elevado potencial de acúmulo de açúcar na baga, podendo variar, em função das safras, entre 14 °Brix a 18 °Brix. O teor de acidez do mosto é semelhante ao da cultivar Concord. A cultivar Isabel origina suco de menor intensidade aromática e de cor, em relação àquela da cultivar Concord.

2.3.3 Cultivar: bordô

Essa cultivar também é conhecida pelo nome de Folha de Figo, mas seu nome correto é Ives. Trata-se de uma cultivar com boa aceitação para plantio pelos viticultores, por apresentar alta resistência a doenças fúngicas e ter boa produtividade. Devido ao elevado teor de matéria corante, ela é muito procurada pela estrutura agroindustrial existente, pois permite aumentar a intensidade de cor dos sucos e dos vinhos provenientes de cultivares com coloração deficiente. Geralmente, o teor de açúcar do mosto varia de 13 °Brix a 16 °Brix, e a acidez total é considerada baixa.

O suco de uva pode ser límpido ou turvo, extraído por meio de processos tecnológicos adequados. É uma bebida não fermentada, de cor, aroma e sabor característicos das cultivares que deram origem ao suco de uva. Quanto à cor, sua classificação pode ser: branco, rose ou tinto.

Após análise de mercado, percebeu-se que na região, nenhuma escola técnica produz seu próprio suco natural. A implantação de meio hectare de uvas de variedade americana, possibilitará em um primeiro momento o plantio e o cultivo da mesma por um período de dois anos, visando uma primeira colheita a partir do terceiro ano. Sendo assim em um primeiro momento trabalhar nos tratamentos culturais desta variedade, bem como, fazer experimentos e estudos de campo.

2.4 Suco de uva como alimento da merenda escolar

O autor da Lei nº 13.247/2009, que inclui o suco de uva integral na merenda escolar, deputado José Sperotto (PTB), iniciou uma campanha de divulgação e conscientização da importância do consumo do suco de uva pelos estudantes gaúchos. A campanha foi realizada em todo o Rio Grande do Sul com distribuição de folder, onde constam todas as informações sobre a Lei e os benefícios à saúde das crianças e adolescentes (AGÊNCIA DE NOTÍCIAS ALRS, 2012).

A sua riqueza em vitaminas e sais minerais confere-lhe poder no combate a várias doenças, entre elas: aperiente peitoral, anti-escorbútica, reumatismo, gota, artrite, hipertensão, prisão de ventre, anemia, hipercolesterolemia, depressão, eczema e hepatite. Além disso é diurética, tônica, reconstituente, ativadora das funções intestinais, vitalizante, mineralizante, antiinflamatória, calmante e adstringente. Por seu alto teor em sais de ferro, o suco de uva é aconselhado no tratamento da anemia. Pelos inúmeros fermentos que contém, a

uva favorece a mudança da flora bacteriana do intestino, sendo indicada nas perturbações gastrointestinais. Beneficia todo o aparelho digestivo, combatendo a dispepsia, as flatulências, a atônia intestinal e as fermentações.

O consumo regular do suco de uva, além de ser um hábito saudável, de prevenir e combater doenças, é um elemento de apoio contra a desnutrição (UVIBRA, 2009).

Além dos benefícios à saúde dos estudantes, o consumo do produto contribui para o incremento da produção e renda do setor da vitivinicultura gaúcha (desde o pequeno produtor até a indústria). Só para se ter uma ideia em 2008 (ano anterior a aprovação da Lei), foram produzidos 43 milhões de litros de Suco de Uva. Com a implantação do Suco de Uva na merenda escolar a produção aumentou no mínimo, em mais 15 milhões de litros/ano. 179 municípios gaúchos produziram uvas em 2012, contra 141 na safra de 2010 (AGÊNCIA DE NOTÍCIAS ALRS, 2012).

2.5 Empreendedorismo

Agroindústria é entendido como “um conjunto de atividades relacionadas à transformação de matérias-primas utilizado-se da exploração de produtos originados da atividade agrícola” (BLACITO, 2003, p.1). Com o passar dos anos, a produção familiar passou a ser percebida como um importante meio de agregar valor e desenvolver o meio rural, diante da estagnação da rentabilidade das atividades relacionadas a agricultura e pelas alterações nos processos de elaboração dos alimentos chamados industrializados, tal contexto é propício ao surgimento e à qualificação de empreendimentos agroindustriais (WESZ JUNIOR; LOVIS TRENTIN; FILIPPI, 2009).

Assim, a produção transformou na maior parte dos casos incorporada a uma economia que encontrar-se agregada nas diferentes escalas do mercado, o que tem permitido reproduzir e acumular recursos dentro da agricultura familiar. (BOUCHER; RIVEROS, 1995).

Ressalta-se a existência de dois pontos cruciais que influenciam na agroindústria: o primeiro refere-se à produção excedente que o produtor não consegue comercializar, já o segundo relaciona-se a problemas decorrentes dos preços praticados, e assim, a implantação de agroindústrias representa um meio de agregar valor na sua produção. Especificamente no caso da viticultura, a produção de vinhos e sucos destaca-se como um meio de obter maior rentabilidade (KREUZ, et. al. 2005).

No que diz respeito ao agronegócio, (RUAS, et al. 2008, p.1) definem como um “conjunto de negócios que se relacionam com a agricultura, dentro de uma visão econômica, e

é o responsável, por cerca de 1/3 do PIB do Brasil, alocando aproximadamente 38% da mão-de-obra do país e responsabilizando-se por 42% das exportações nacionais”. Complementarmente destaca-se que no Brasil há fortes indícios favoráveis ao agronegócio em função da diversidade de seu clima, disponibilidade de chuvas e energia solar, além de recursos hídricos e área agricultável fértil e de alta produtividade. Estes fatores influenciam positivamente no desenvolvimento da produção de alimentos nacional, beneficiando a economia, a taxa de crescimento e garantindo maior credibilidade diante de outras economias, solidificando a economia interna do país (RUAS, *et. al.* 2008).

2.6 Projeto como plano de negócio

Na realização desse projeto de pesquisa se optou por seguir a estrutura de apresentaçãodos diferentes aspectos que compõem um projeto de viabilidade econômico-financeira.

Conforme Woiler (1996) um projeto além de selecionar as oportunidadesde investimento, também pode evitar investimentos mal dimensionados.

Alguns aspectos estruturais podem ser considerados comuns a todos os projetos, visto que para a elaboração e análise de um estudo com base na estrutura de um projeto, é necessário, envolver-se com uma série de etapas,interativas, que podem obedecer a uma ordem de importância de acordo com alguns critérios.

O ponto de partida é uma oportunidade de investimento que foi detectadapor alguém. A partir daí, o primeiro passo é realizar um estudo do mercado e, emseguidaabordar os aspectos técnicos, a localização e a escala do projeto. A seguir élevantar a necessidade de pessoal e os aspectos jurídicos.

Neste ponto é possível elaborar as projeções de custo e receitas quepermitirão uma análise, combinadas com os cronogramas de desembolsos para aimplantação. Esta análise permitirá que seja determinado preliminarmente se o negócioé viável ou não.

O plano de negócio também pode ser encarado como instrumento para osinvestidores. Desta forma Longenecker (1997, P 164) acrescenta: "você precisa ver omundo da maneira pelo qual o investidor o vê;..." ou seja, o plano deve ser escrito daforma como o investidor pensa, que é diferente do enfoque que o empreendedor normalmente dá ao negócio.

Geralmente o investidor tem pouco tempo para analisar os planos denegócio que chegam até ele. Por este motivo Longenecker (1997) recomenda que sefor elaborado um

plano de negócio sob este enfoque, é necessário que seja elaborado um resumo executivo contendo as principais informações para atrair o interesse do investidor.

A partir destas observações a preocupação do estudo é de discorrer sobre os aspectos que serão de suma importância para análise de viabilidade a que se propõe este projeto de pesquisa, levando-se em consideração, alguns cuidados inerentes a um plano de negócio imprescindível para aumentar as chances de sucesso do novo empreendimento junto a potenciais investidores.

2.7 Plano de negócio

2.7.1 Marketing

Marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro. Marketing identifica necessidades e desejos não realizados. Ele define, mede e quantifica o tamanho do mercado identificado e o potencial de lucro. Ele aponta quais os segmentos que a empresa é capaz de servir melhor e que projeta e promove os produtos e serviços adequados. Philip Kotler – Marketing Management.

Também conhecido como Marketing Mix ou Composto de Marketing, este são as variáveis que ditarão e influenciarão na maneira como suas estratégias devem ser montadas e também atuam na forma como o mercado responde às suas investidas.

Agora conheça as características dos quatro P's: Preço, Praça, Produto e Promoção. Preço: Ponto bem autoexplicativo. Referente ao valor e como será cobrado do cliente o seu produto. Além da definição do valor, outros pontos como a maneira que será cobrada e outras estratégias voltadas ao pagamento são abordadas; Praça: Refere-se ao local seu produto será comercializado. Este ponto pode ser um pouco confuso quando analisamos o contexto de um e-commerce, já que está situado na internet e pode ser entregue para qualquer lugar do mundo (dependendo da logística de cada negócio); Produto: Este ponto é importante pois deixa claro quais são as características do produto ou serviço que sua empresa está disponibilizando no mercado. Também ajuda a defini-lo e moda-lo; Promoção: Simples, este último ponto refere-se às estratégias que serão utilizadas para a divulgação do produto ou serviço. É onde entra a publicidade.

É importante entender que, apesar de muito importante, o marketing mix é somente um modelo para se conseguir classificar melhor as atividades do marketing, mas não pode nunca limitá-las.

Hoje em dia com os vários avanços tecnológicos, principalmente a Internet, existem vários cenários em que os 4Ps do marketing já não se encaixam perfeitamente (MARKETING DE CONTEÚDO, 2015).

2.8 Analise swot

Segundo o site Venki (2011) a Análise SWOT, também conhecida e amplamente aplicada no Brasil, pelo nome Análise FOFA ou FFOA, siglas que em português significam: Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças, que derivam do idioma inglês, que por sua vez significam: Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats.

A Análise SWOT é um sistema simples de análise que visa posicionar ou verificar a posição estratégica de uma determinada empresa em seu ramo de atuação, e devido sua simplicidade metodológica pode ser utilizada para fazer qualquer tipo de análise de cenário ou ambiente, desde a criação de um site à gestão de uma multinacional.

2.9 Análise de viabilidade economico-financeiro

O Estudo de Viabilidade Econômica e Financeira (EVEF), segundo o SEBRAE (2012) tem como objetivo ajudar o empresário a avaliar o plano de investimento a ser realizado, demonstrando a viabilidade ou inviabilidade do projeto.

Os indicadores de viabilidade segundo a Consult (2012) dependem das características do empreendimento e do empreendedor. Neste projeto de pesquisa estaremos analisando o valor presente líquido, a taxa interna de retorno e o período de recuperação, que de acordo com as normas tem a seguinte definição técnica:

Valor presente líquido: Este indicador de viabilidade é expresso pelo valor presente do fluxo de caixa descontado, projetado no horizonte do empreendimento, incluindo o valor do investimento a realizar. O empreendimento será considerado viável quando o seu valor presente líquido for nulo ou positivo, para uma taxa de desconto equivalente ao custo de oportunidade de igual risco.

Taxa interna de retorno: Este indicador de viabilidade é expresso pela taxa de desconto que anula o valor presente do fluxo de caixa projetado no horizonte do empreendimento, incluindo o valor do investimento a realizar. O empreendimento será considerado viável quando a sua taxa interna de retorno for igual ou superior à taxa de desconto equivalente ao custo de oportunidade de igual risco.

Tempo de retorno: Este indicador de viabilidade é expresso pelo tempo necessário para que a renda líquida acumulada do empreendimento iguale o investimento nele comprometido. O tempo de retorno pode ser simples ou descontado: o simples corresponde ao tempo necessário para anular a diferença entre as despesas de investimento e as receitas líquidas, sem considerar a remuneração de capital; o descontado corresponde ao tempo necessário para anular a mesma diferença, quando as parcelas são descontadas a uma taxa de desconto. A utilização isolada do período de recuperação como indicador de viabilidade não é conclusiva, mas é útil para comparar alternativas de investimento a uma mesma taxa de desconto.

2.10 Lucratividade

É o resultado positivo, após deduzir do faturamento custos e despesas. O cálculo da lucratividade é obtido através da fórmula: Resultado Líquido dividido pelas Vendas. Não existe um padrão ideal para a Lucratividade. Você deverá comparar o lucro líquido obtido na sua empresa com a média do setor em que atua (LOUGE EMPREENDEDOR, 2013).

2.11 Rentabilidade

Denomina-se rentabilidade ao benefício econômico obtido por uma atividade comercial que envolve a oferta de bens e serviços. A rentabilidade é o critério que move o desenvolvimento das empresas de capitais e as leva a uma inovação constante, à busca de novos mercados, novas oportunidades de negócios, etc. A rentabilidade é calculada de acordo com o capital total envolvido ou investido e é expresso em porcentagens (CONCEITOS, 2014).

2.12 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio é um indicador de segurança do negócio, pois mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos. Ele indica em que momento, a partir das projeções de vendas do empreendedor, a empresa estará igualando suas receitas e seus custos. Com isso, é eliminada a possibilidade de prejuízo em sua operação. É, em geral, calculado sob a forma de percentual da receita projetada. A lógica do ponto de equilíbrio é

mostra que, quanto mais baixo for o indicador, menos arriscado é o negócio (SEBRAE NACIONAL,2016).

Fórmula de cálculo do ponto de equilíbrio:

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = (\text{Custo Fixo} / (\text{Receita} - \text{Custo Variável})) \times 100$$

2.13 Tempo de retorno do investimento - tir

Para o site (ADMINISTRADORES.COM, 2009) A Taxa Interna de Retorno (TIR), em inglês IRR (Internal Rate of Return), é a taxa necessária para igualar o valor de um investimento (valor presente) com os seus respectivos retornos futuros ou saldos de caixa. Sendo usada em análise de investimentos significa a taxa de retorno de um projeto.

Entre vários investimentos, o melhor será aquele que tiver a maior Taxa Interna de Retorno, a Taxa Interna de Retorno é a taxa de juros que torna o valor presente das entradas de caixa igual ao valor presente das saídas de caixa do investimento.

Para o calculo da TIR é necessario projetar um fluxo de caixa que aponte as entradas e saidas de dinheiro provocadas pelo investimento, os compnentes são: O programa de investimentos (capital fixo mais capital de giro); Capital e o custo de capital utilizado para realizar o investimento; Benefícios estimados do investimento (receita menos gasto do projeto); Vida util do projeto (geralmente espessa em numero de anos); O valor residual do investimento ao término da vida útil do projeto.

3 METODOLOGIA

Para delinear a tipologia da pesquisa abordada, Beuren (2009) diz que é preciso definir três categorias: quanto aos objetivos, que contempla a pesquisa exploratória, descritiva e explicativa; quanto aos procedimentos, o levantamento, a pesquisa bibliográfica, participante e experimental; e quanto à abordagem do problema, que aborda a pesquisa qualitativa e a quantitativa.

A viabilidade econômico-financeiro de implantação de um vinhedo e uma agroindústria para a fabricação de suco de uva se deu na cidade de Dom Pedrito, na localidade de Rinão da Figura nas dependências da Escola Estadual Técnica Profissional de Dom Pedrito. Fomentando a cadeia da viticultura e como fonte de iniciação científica e social para a comunidade onde está inserida seria economicamente viável e oportuno a implantação de meio hectare de uvas para a fabricação de suco de uva pelos alunos daquela instituição, como forma de explorar sua viabilidade econômica-financeira e assim acrescentar mais um item a ementa do curso já existente técnico em agropecuária e desta forma melhorando o desempenho das atividades ofertadas pelo educandário a formação de proposta para outro curso ofertado pela instituição como o técnico em agroindústria futuramente.

Pensando nisso se deu início ao projeto de pesquisa exploratória fazendo um levantamento do local e área de instalação do vinhedo e também do espaço físico que seria destinado a agroindústria.

Seguindo os passos do autor citado acima, a pesquisa deste trabalho se caracteriza por ser exploratória descritiva, já que relaciona variáveis de investimento ou não de viabilidade econômico-financeiro do projeto de pesquisa. As fontes de pesquisa se caracterizam como primárias (diretor a fonte) professores e direção da escola em questão, e secundárias (livros e sites).

Os resultados são apresentados quantitativamente pois trazem em seu resultado em números.

A revisão bibliográfica, se detem em autores e sites que traduzem e fomentam a integração

3.1 quanto aos procedimentos

Os procedimentos adotados para coleta de dados foram, inicialmente, a pesquisabibliográfica, através de consultas em livros, artigos.

O autor também menciona:

A pesquisa do tipo estudo de caso caracteriza-se principalmente pelo estudo concentrado de um único caso. Esse estudo é preferido pelos pesquisadores que desejam aprofundar seus conhecimentos a respeito de determinado caso específico. BEUREN (2009, p. 84)

3.2 quanto à abordagem do problema

A metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento etc. (MARCONI e LAKATOS, 2004, p. 269).

Através deste tipo de abordagem é possível analisar a complexidade do problema de forma que seja alcançado o entendimento de suas particularidades e quais os impactos que ele provoca no ambiente que está inserido.

3.3 Método De Pesquisa

Para Marconi e Lakatos (2004) existem vários conceitos sobre métodos científicos, dentre os vários, eles citam:

Método é a forma de proceder ao longo de um caminho. Na ciência os métodos constituem os instrumentos básicos que ordenam de início o pensamento em sistemas, traçam de modo ordenado a forma de proceder do cientista ao longo de um percurso para alcançar um objetivo.

3.4 Coleta De Dados

A viabilidade econômico-financeira de implantação de um vinhedo e uma agroindústria para a fabricação de suco de uva se deu na cidade de Dom Pedrito, na localidade de Rinão da Figura, dependências da Escola Estadual Técnica Profissional de Dom Pedrito.

Fomentando a cadeia da viticultura e como fonte de iniciação científica e social para a comunidade onde está inserida seria economicamente viável e oportuno a implantação de meio hectare de uvas para a fabricação de suco de uva pelos alunos daquela instituição, como forma de explorar sua viabilidade econômica-financeira e assim acrescentar mais um item a

ementa do curso já existente técnico em agropecuária e desta forma melhorando o desempenho das atividades ofertadas pelo educandário a formação de proposta para outro curso ofertado pela instituição como o técnico em agroindústria futuramente.

Pensando nisso deu-se início ao projeto de pesquisa exploratória fazendo um levantamento do local e área de instalação do vinhedo e também do espaço físico que seria destinado a agroindústria.

3.5 Tabulação Dos Dados

A tabulação dos dados foi feita através de tabelas, para facilitar o entendimento do leitor e a organização pessoal do pesquisador.

3.6 Análise dos Dados

Os dados foram analisados pelo orientador do projeto de pesquisa bem como um administrador de forma a ficar claro e de fácil apreciação pelos leitores.

4 PLANO DE NEGÓCIO

4.1 Mercado alvo

O público alvo, serão os alunos egressos do curso técnico em agropecuária e a possibilidade de um novo curso técnico em agroindústria, visando a possibilidade de expandir ainda mais a cadeia vitivinícola da região da campanha e a viabilidade de novos cursos de formação tecnológica para a região que já é considerada a segunda maior produtora de uvas *vitisfiníferas* do Brasil.

4.1.1 Produto

A Escola Técnica Estadual de Educação Profissional de Dom Pedrito estará realizando o plantio de três tipos de mudas de uvas de variedades americanas (Concord, Bordô e Isabel).

Todos os produtos fabricados serão para consumo interno, e para a realização de pesquisas que terão ou não suas informações disponíveis a comunidade.

O cultivo das variedades serão destinados a fabricação de suco branco e/ou tinto com o intuito de fazer parte da merenda escolar.

Os aparelhos utilizados serão manuseados pelos alunos, sempre acompanhados de professores e técnicos da área e ou instituição.

A escola contará com o apoio da 13ª Coordenadoria Regional de Educação (13ª CRE) e a Secretária Estadual de Educação do Estado do Rio Grande do Sul (SEDUC) para o repasse das verbas de implantação do vinhedo e a compra de materiais e equipamentos para a fabricação do suco, uma vez que a área já é de propriedade do governo do estado do RS.

4.1.1.1 Estratégia de Produto

O diferencial é que a própria escola irá produzir seu alimento, visando não depender de licitações e empresas além de possibilitar que os próprios alunos aprendam o cultivo e os tratos culturais com as videiras e produzir alimentos saudáveis na busca por uma melhor qualidade de vida.

4.1.1.2 Praça

A Escola Técnica Estadual de Educação de Dom Pedrito, situada as margens da BR-293, km 245 em Dom Pedrito/RS.

4.1.1.3 Publicidade

Estudos e pesquisas sobre a cadeia vitivinícola, exclusivamente a do suco de uva que podem vir a ser publicados em eventos de cunho científico e informativo relacionados ao setor.

4.2 ESTRUTURA E OPERAÇÕES

4.2.1 Localização

A Escola Técnica Estadual de Educação de Dom Pedrito, está situada as margens da BR-293, km 245 na localidade do Rincão da Figura em Dom Pedrito/RS.

Figura 1 – Análise SWOT

AMBIENTE INTERNO	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Expansão da cadeia vitícola da região; • Aumento do consumo de sucos de uva; • Trabalhos e experimentos relacionados a suco de uva e a campo; • Consorciação de animais no vinhedo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Localização; • Falta de incentivo e investimento público;
AMBIENTE EXTERNO	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Setor vitivinícola em expansão; • Mostrar e levar informações sobre pesquisas realizados desde o cultivo até os produtos fabricados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não há ameaças.

Fonte: Autor (2016)

4.3 ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONOMICA-FINANCEIRA

4.3.1 Investimentos Iniciais

O custo de produção se baseou em um estoque inicial de R\$ 22.658,80 para a implantação de meio há, com espaçamento entre plantas de 3 metros e entre linhas também de 3 metros, visto que a área já é de propriedade da escola.

Tabela 1–Investimentos iniciais

Descrição	Quantidade	Valor unitário em R\$	Valor total em R\$
Cantoneiras (3m)	4	11,00	44,00
Mudas	289	3,20	924,80
Cabeceira (2m,50cm)	40	26,00	1.040,00
Poste Lateral (2m 50cm)	20	20,00	400,00
Rabichos (1m 20cm)	62	5,00	310,00
Postes Internos (2m 20cm)	370	15,00	930,00
Cordão de Cabeceira (105m)	7	-	1.050,00
Cordão Lateral (105m)	7	-	1.100,00
Fio de sustentação da malha (1000m)	3	400,00	1.200,00
Fio de Produção (2000m)	1	1.33 m	1.500,00
Fio da Vegetação (8000m)	1	2,00 m	4.000,00
Fio do Rabicho (180m)	3	280,00	840,00
Insumos			6.000,00
Irrigação (poço artesiano)			2.450,00
Caixa de plástico para transporte das uvas	30	9,00	870,00
Total:			22.658,80
Balança	1	1.750,00	1.750,00
Caldeira para a geração de vapor com boiler, para aquecer água.	1	8.000,00	8.000,00
Desengaçadeira-esmagadeira	1	7.000,00	7.000,00
Bomba Helicoidal para transporte da uva esmagada	1	13.000,00	13.000,00
Termo-Macerador Tubular	1	15.000,00	15.000,00

Tanque para tratamento enzimático	2	5.000,00	10.000,00
Esgotador Dinamico	1	2.800,00	2.800,00
Prensa Descontinua	1	4.500,00	4.500,00
Sistema de frio para refrigeração e conservação	1	11.500,00	11.500,00
Tanque de aço com cintas de refrigeração para clarificação e estabilização	2	6.500,00	13.000,00
Filtro de Placas	1	12.000,00	12.000,00
Filtro a terra	1	3.000,00	3.000,00
Pasteurizador	1	25.000,00	25.000,00
TOTAL			126.550,00

Fonte: Autor (2016)

4.3.2 Custos Fixos Mensal

Tabela 2 – Custo fixo mensal

Descrição	Valor
Insumos	500,00

Fonte: Autor (2016)

4.3.3 Custos De Produção do Vinhedo

Serão implantadas 17 mudas por fileira distribuídas em um total de 17 fileiras com espaçamentos iguais de 3 metros.

Serão implantados 3 variedades de uvas *vitis labruscas*, cada muda de uva no valor de R\$ 3,20

Durante os 2 primeiros anos não há previsão de colheita só a partir do 3º ano com previsão de colheita de 8 toneladas de uvas, que se fossem vendidas ao mercado atual seria ao valor de R\$ 2,80 kg x 8.000 kg = R\$ 22.400,00

Durante o 4º ano a previsão de colheita se estabiliza e a produção de 0,5 há passa a ser de 12 toneladas ano, se fosse vendida ao mercado por R\$ 2.80 Kg x 12.000 kg = R\$ 33.600 reais. No 5º ano a previsão é de R\$ 2,90 kg x 12.000 kg = 34.800,00. O tempo de retorno do dinheiro aplicado no vinhedo se fosse vendida a uva, seria de 5 anos. Na previsão de custos veremos o total acumulado.

4.3.4 Previsão dos Custos do Vinhedo

Tabela 3 – Previsão de custos do vinhedo

Descrição	Qdade	Valor	Total
1º Ano	Implantação	22.658,80	22.658,80
2º Ano	Insumos	6.000,00	28.658,80
3º Ano	Insumos	6.000,00	34.658,80.
4º Ano	Insumo	6.000,00	40.658,80
5º Ano	Insumo	6.000,00	46.658,80

Fonte: Autor (2016)

4.3.5 Custos De Produção da AgroIndústria

Os equipamentos da agroindustria serão adquiridos ao longo dos 4 anos de implantação do vinhedo, possibilitando compras não contínuas as folhas de gastos do governo do estado, no qual está orçado em: R\$ 126.550,00

Se fosse transformado em suco os 8.000 kg de uvas, renderiam 6.000 litrose seu custo por litro agranel seria de R\$ 7, 50. Na previsão de custos veremos o total acumulado.

4.3.6 Previsão dos Custos da Agroindústria

Tabela 4 – Previsão de custos da agroindustria

Descrição	Qdade	Valor	Total
1º Ano de Produção à partir do 3º ANO	6.000 L	R\$ 7,50 kg	45.000,00
4º Ano	9.500 kg	R\$ 7,50	71. 250
5º Ano	9.500 Kg	R\$ 7,75	73.625
6º Ano	9.500 Kg	R\$ 7,75	73.625
7ºAno	9.500 Kg	R\$ 7,75	73.625
8º Ano	9.500 Kg	R\$ 7,75	73.625
9º Ano	9.500 Kg	R\$ 7,75	73.625
10º Ano	9.500 Kg	R\$ 7,75	73.625

Fonte: Autor (2016)

4.3.7 Previsão de Vendas e Receitas

Com a 1ª colheita de 8.000 toneladas, se a previsão de custo de venda, caso a primeira colheita fosse a fabricação de um suco para venda, a mesma seria de rentabilidade de 6 mil litros de suco de uva natural com o valor de venda a granel do litro a R\$ 7, 50 e com a geração de uma receita de 45.000,00 reais.

4.3.8 Demonstrativo do Resultado

Tabela 5 -Demonstrativo do Resultado Anual

DRE Previsto	
(+) Receita bruta	45.000,00
(-) Custo de produto vendido (Produção)	22.400,00
(=) Lucro Bruto	22.600,00
(-) Custos e despesas fixas	6.000,00
(=) Lucro Líquido	16.600,00

Fonte: Autor (2016)

4.3.9 Lucratividade

Indica em forma percentual o quanto a empresa consegue gerar lucro sobre as receitas, enfim, este percentual mede o lucro líquido em relação as vendas. De certa forma, a lucratividade é um indicador econômico das empresas, pois está relacionado à sua competitividade. Se ela possuir uma boa lucratividade, ela terá maior capacidade de competir, pois pode realizar mais investimentos na área de publicidade, diversidade dos produtos e serviços e na aquisição de equipamentos.

$$\frac{\text{Lucro Líquido } 16.600}{\text{Receitas}} \times 100 = \frac{\quad}{45.000} \times 100 = 36,88\%$$

4.3.10 Rentabilidade

Mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob forma de percentual por unidade de tempo e calculada através da divisão do lucro líquido pelo investimento total e deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro (poupança, dólar, ouro).

$$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100 = \frac{16.600}{126.550} \times 100 = 13,11\%$$

Verificou-se uma rentabilidade bastante elevado visto o índice de remuneração na poupança ficar pouco mais de 0,5% a.m.

4.3.11 Ponto de Equilíbrio

É o índice que verifica em dias o quanto devemos trabalhar para cobrir todos os custos e a partir daí obtermos lucro.

$$\frac{\text{Receitas}}{\text{Total de Dias Trabalhados}} = x \frac{45.000}{22} \quad X = 2,045$$

$$\frac{\text{Custos Fixo}}{2,045} = 11 \text{ dias trabalhados.}$$

Observou-se que precisamos de 11 dias trabalhados para chegarmos ao ponto de equilíbrio mensal para cobrirmos os custos e a partir daí , obtermos lucro.

4.3.12 Tempo De Retorno Do Investimento - Payback

$$\frac{\text{R\$ } 149.208,80}{\text{R\$ } 16.600,00} = 8,98 \text{ meses}$$

O calculo de payback consiste em dividir o valor total dos investimentos iniciais pelo lucro líquido apresentado no DRE.

Com base neste índice pode-se afirmar que o prazo de retorno do investimento será de pouco mais de 8 anos e meio, levando em conta que esta é a 1º colheita e há uma variabilidade das condições edafoclimáticas e sendo que todo o capital investido retornará em forma de lucros.

4.3.13 Taxa Interna de Retorno – TIR

Para o cálculo da TIR é necessário projetar um fluxo de caixa que aponte as entradas e saídas de dinheiro provocadas pelo investimento, os componentes são: O programa de investimentos (capital fixo mais capital de giro); Capital e o custo de capital utilizado para realizar o investimento; Benefícios estimados do investimento (receita menos gasto do projeto); Vida útil do projeto (geralmente expressa em número de anos); O valor residual do investimento ao término da vida útil do projeto.

De acordo BCB (2016) com a selic, sistema especial de liquidação e custódia o valor anual da taxa é de 14%.

Tabela 6 – Taxa Interna de Retorno - TIR

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Investimento Inicial	149.208,80										
Valor Residual											
Receitas		0	0	45.000	71.250	73.625	73.625	73.625	73.625	73.625	73.625
Custos e Despesas	149.208,80	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000
Fluxo de Caixa		6.000	6.000	39.000	65.250	67.625	67.625	67.625	67.625	67.625	67.625

TIR= 21%

5 CONCLUSÃO

Para o crescimento e desenvolvimento da vitivinicultura na Campanha Gaúcha, é importante que se façam pesquisas em torno da caracterização da região em questão, para que haja uma otimização na produção de uvas e na elaboração dos mais variados tipos de produtos, pois várias pesquisas comprovam no caso do Vale dos Vinhedos, na Serra Gaúcha, após se obter um selo de indicação de procedência constatou-se uma evolução do setor, além de agregar maior valor a seus produtos, otimizando o preço das terras e geração de empregos.

É necessário que se busquem métodos de atrair renda através do enoturismo e da iniciação científica, aproveitando as características da região e suas potencialidades. Um dos pontos de extrema importância é a preservação do Bioma Pampa, de relevo e vegetação diferente de outras regiões brasileiras, que permite a mecanização total de vinhedos e no qual há boas condições de clima e solo para a viticultura.

A sustentabilidade pode ser considerada um diferencial da produção nesta região, visando um correto uso de defensivos agrícolas, o manejo correto dos solos e, aliado à isso, a obtenção de uvas de grande qualidade, gerando lucros aos viticultores.

Para tanto, os resultados apresentados para o problema deste projeto de pesquisa torna-se importante, do ponto de vista econômico e financeiro, a implantação de um parreiral e uma agroindustrial Escola Estadual de Educação Profissional Dom Pedrito com o objetivo de desenvolver o ramo da vitivinicultura possibilitando o cultivo e posterior fabricação de suco de uva por alunos e professores do educandário. Os itens verificados no objetivo específico do corpo deste trabalho estão de acordo e respondidos de forma positiva como a analisar a necessidade de recursos para a instalação do vinhedo; análise dos recursos necessários para a agroindústria possibilitando a viabilidade de implantação dos equipamentos para a fabricação do suco de uva.

Através das constatações do projeto de pesquisa, avalia-se que, com o investimento do governo do estado do Rio Grande do Sul, o empreendimento objeto do presente trabalho, de viabilidade econômico- financeira de instalações de um parreiral e uma agroindústria com adequados planejamentos estratégicos, tem potencial e viabilidade a longo prazo.

Os estudos financeiros nessas condições tomando como taxa mínima atrativa (TMA) de 14% conforme (BCB, 2016) obteve-se uma taxa interna de retorno (TIR) de 21%, com base nas projeções realizadas mostram uma lucratividade e o tempo de retorno de 8 anos e 10

mesesmostrando que o investimento torna-se viável se o mesmo fosse comercializado, confirmando a viabilidade do negócio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ARTIGOS – NEGÓCIOS – **Comunidade ADM Taxa Interna de Retorno.**
<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/taxa-interna-de-retorno-tir/30435/>
 Acessado em 22/11/2016 às 13h 45min.

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. Agência de Notícias ALRS. Sperotto Divulga. **Lei do Suco de Uva na Merenda Escolar.**
<http://www2.al.rs.gov.br/noticias/ExibeNoticia/tabid/5374/IdOrigem/1/IdMateria/274264/language/pt-BR/Default.aspx> Acesso em 15/11/2016 às 18h 18min.

_____. > Agência de Notícias ALRS. **Suco de Uva na Merenda Escolar é Lei no Rio Grande do Sul.**

<http://www2.al.rs.gov.br/noticias/ExibeNoticia/tabid/5374/IdMateria/275448/default.aspx>
 Acesso em 15/11/2016 às 19h 03min.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Taxa de Juros Selic** - <http://www.bcb.gov.br/pt-br/#!/home> Acesso em 24/11/2016 às 16h 09min.

BLACITO, D. R. Agroindústria. Disponível em
<http://www.ebah.com.br/content/ABAAA4EsAI/tecnologia-agroindustrial>, acesso em 24/06/2016 às 21h 32min.

BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BOUCHER F., RIVEROS H. La Agroindustria rural de América Latina y del Caribe, Tomo 1, su entorno, marco conceptual y impacto. **PRODAR - documento de trabajo.** San José de Costa Rica, 1995.

Conceito da Análise Swot – **Tudo o que você precisa saber.**
<http://www.venki.com.br/blog/conceito-de-analise-swot/>. Acesso em 21/11/2016 às 13h 28min.

CONCEITO - Rentabilidade - **Conceito, o que é, Significado** <http://conceitos.com/broto/>
 Acesso em 21/11/2016 às 14h 42min.

CONSULT – Soluções Patrimoniais. **Análise de viabilidade econômico-financeira.** [https://www.vam.com.br/web/export/sites/vam/bb_progressivoII/pt/arquivos/estudo_o_viabilidade.pdf](https://www.vam.com.br/web/export/sites/vam/bb_progressivoII/pt/arquivos/estudo_viabilidade.pdf) Acesso em 21/11/2016 às 14h 50min.

SEBRAE. Consultoria – **Estudo de Viabilidade Econômica e Financeira.**

CUNHA, W. M.; PAULA, D. L. S.; MARTINS, W. M. ANTES, S. **Potencialidades do enoturismo na Campanha Gaúcha.** In: Seminário internacional de ensino, pesquisa e extensão em turismo, 2., 2012, Santa Vitória do Palmar. FURG, 2012 a.

Disponível em: <http://www.petagronegocio.com.br/publicacoes/wellynthon-enoturismo-siepetur2012.pdf> Acesso em 10/11/2016.

Disponível em: <http://www.sebrae-rs.com.br/index.php/consultoria-estudo-de-viabilidade-economico-e-financeiro> . Acesso em 21/11/2016 às 13h 41min.

Disponível em <http://mdemulher.abril.com.br/saude/beneficios-proporcionados-pelo-suco-de-uva/> Acesso em 15/11/2016 às 16h 11min.

FLORES, S. S. **Desenvolvimento territorial sustentável a partir dos territórios do vinho: o caso dos “Vinhos da Campanha”**. 2011. 153f. Dissertação apresentada ao Programa de pós-graduação em Geografia como requisito para obtenção do título de Mestre em Geografia, Instituto de Geociências, UFRGS, Porto Alegre, 2011.

IBRAVIN.**Instituto Brasileiro do Vinho: Promovendo o Desenvolvimento do Setor Vitivinícola**.<http://www.sucodeuvadobrasil.com.br/entidades/ibraf> Acesso em 03/11/2016.

KRAUSE, M. V.; MAHAN, L. K. **Alimentos, Nutrição e Dietoterapia**. 126 11. ed. São Paulo: Roca, 2005.

KREUZ, C. L.; SOUZA, A.; SCHUCK, E.; PETRI, J. L. **Avaliação econômica de alternativas de investimento no agronegócio da uva no meio oeste catarinense**.Revista Brasileira de Fruticultura, v. 27, n. 2, p. 230-237, 2005.

LONGENECKER, Justin G., MOORE, Carlos W. PETTY, J. Willian. **Administração de pequenas empresas**. Tradução Maria Lúcia G. L. Rosa e Sidney Stancatti; revisão técnica Roberto LuisMargathoGlingani. São Paulo: Makron Books, 1997. 868p.

LUCRATIVIDADE – Louge **Empreendedor**.
<http://lougeempreendedor.com.br/2013/05/06/lucratividade/> Acesso em 21/11/2016 às 14h 19min.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**.4^a ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MARKETING DE CONTEÚDO.**O que é Marketing: tudo que você precisa saber sobre o assunto**. <http://marketingdeconteudo.com/o-que-e-marketing/#quatro> Acesso em 22/11/2016 às 13h 16min.

MEZZANO, D. et al. Mediterranean diet, but not red wine, is associated with beneficial changes in primary haemostasis. **European Journal of Clinical Nutrition**. v. 57, p. 439–446, 2003.

PIMENTEL, C. V. M. B; FRANCKI, V. M.; GOLLUCKE, A. P. B. **Alimentos funcionais: introdução as principais substâncias bioativas em alimentos**. São Paulo: Livraria Varela, 2005.

RIZZON, L. A; MENEGUZZO, J. **Suco de uva** / Luiz Antenor Rizzon, Júlio Meneguzzo. – Brasília, DF : Embrapa Informação Tecnológica, 2007. 45 p. ; il. – (Coleção Agroindústria Familiar).

REVISTA WEB - AVINDIMA.**Campanha Gaúcha se consagra no cultivo de uvas e elaboração de vinhos**. <http://www.avindima.com.br/?p=7226>. Acesso em 17/06/2016 às 18h 35min.

RUAS, T. D.; ANTUNES, A.; MORO, M.; BRAUN, L. C.; PALMEIRA, E. M. **A Economia e o Agronegócio no Brasil e sul do Brasil**.Observatorio de laEconomíaLatinoamericana, n. 105, 2008.

SEBRAE NACIONAL – **Ponto de Equilíbrio.**

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/ponto-de-equilibrio,67ca5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em 22/11/2016 às 13h 28min.

UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA. **Vinho & Saúde / Suco de Uva na Merenda Escolar.**http://www.uvibra.com.br/noticias_merenda.htm . Acessado em 26 de Junho de 2016 às 20h 34min.

UNIPAMPA. Universidade Federal do Pampa. **Curso de Enologia: Histórico do Curso e Objetivos.** <http://cursos.unipampa.edu.br/cursos/enologia/objetivos-do-curso/> Acesso em 15/11/2016 às 17h 02min.

WESZ JUNIOR, V. J.; LOVIS TRENTIN, I. C.; FILIPPI, E. E. Los reflejos de las agroindustrias familiares al desarrollo de los espacios rurales en el sur del Brasil. Cuad. Desarro. Rural, Bogotá, v. 6, n. 63, 2009.

WOILER, Sand^o e MATHIAS, Franco. **Projetos: planejamento, elaboração e análise.** São Paulo: Atlas, 1986.