

***UNIÃO DAS FACULDADES DE JUSSARA-UNIFAJ***  
***ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS***



***PLANO DE NEGÓCIO***  
***PIMENTAS SABOR GOIANO***

***JUSSARA***  
***MAIO DE 2007.***

# ***PLANO DE NEGÓCIO***

## ***PIMENTAS SABOR GOIANO***

***Endereço: Rua dos girassóis, n. 247- Jardim Petrópolis Jussara-GO.***

***Cep 76.270-000.***

***Douglas Moreira Melo***

*douglas.mor@hotmail.com*

***Denilva Vieira Pinto***

*devieira2007@hotmail.com*

***Carla Epifânia da Silva***

*Carla.epifania@hotmail.com*

***Patrícia Alves Dias***

*patricia-dias10@hotmail.com*

***Orientador***

***Osmar de Paula Junior***

# SUMÁRIO

|          |                                             |                  |
|----------|---------------------------------------------|------------------|
| <b>1</b> | <b><i>Sumário Executivo</i></b>             | <b><i>01</i></b> |
| <b>2</b> | <b><i>O Conceito do Negócio</i></b>         | <b><i>03</i></b> |
| 2.1      | <i>O Negócio da Pimenta sabor Goiano</i>    | <i>03</i>        |
| 2.2      | <i>Visão</i>                                | <i>03</i>        |
| 2.3      | <i>Missão</i>                               | <i>03</i>        |
| <b>3</b> | <b><i>Equipe de Gestão</i></b>              | <b><i>03</i></b> |
| 3.1      | <i>Capital Social</i>                       | <i>05</i>        |
| <b>4</b> | <b><i>Mercado Competidores</i></b>          | <b><i>05</i></b> |
| 4.1      | <i>Análise Setorial</i>                     | <i>05</i>        |
| 4.2      | <i>Mercado Alvo</i>                         | <i>05</i>        |
| 4.3      | <i>Necessidade dos Clientes</i>             | <i>05</i>        |
| 4.4      | <i>Benefícios da Pimenta Sabor Goiano</i>   | <i>06</i>        |
| 4.5      | <i>Competidores</i>                         | <i>06</i>        |
| 4.6      | <i>Análise Estratégica dos Concorrentes</i> | <i>07</i>        |
| 4.7      | <i>Vantagem Competitiva</i>                 | <i>07</i>        |
| 4.8      | <i>Localização</i>                          | <i>07</i>        |
| 4.9      | <i>Entrada</i>                              | <i>08</i>        |
| <b>5</b> | <b><i>Marketing e Vendas</i></b>            | <b><i>08</i></b> |
| 5.1      | <i>Produto</i>                              | <i>08</i>        |
| 5.2      | <i>Preço</i>                                | <i>08</i>        |
| 5.3      | <i>Praça</i>                                | <i>09</i>        |
| 5.4      | <i>Promoção</i>                             | <i>09</i>        |
| <b>6</b> | <b><i>Estrutura e Operação</i></b>          | <b><i>10</i></b> |
| 6.1      | <i>Pimenta Malagueta</i>                    | <i>10</i>        |
| 6.2      | <i>Clima e época do Plantio</i>             | <i>10</i>        |
| 6.3      | <i>Solo</i>                                 | <i>11</i>        |
| 6.4      | <i>Terreno</i>                              | <i>11</i>        |
| 6.5      | <i>Semeadura</i>                            | <i>11</i>        |
| 6.6      | <i>Tratado Culturais</i>                    | <i>12</i>        |
| 6.6.1    | <i>Transplante</i>                          | <i>12</i>        |
| 6.6.2    | <i>Controle de Plantas Invasoras</i>        | <i>12</i>        |
| 6.6.3    | <i>Cobertura Morta</i>                      | <i>12</i>        |

|                                                   |              |
|---------------------------------------------------|--------------|
| <i>6.6.4 Controle de Pragas</i>                   | <i>12</i>    |
| <i>6.6.5 Irrigação</i>                            | <i>13</i>    |
| <i>6.7 Colheita</i>                               | <i>13</i>    |
| <i>6.7.1 Colheita da Pimenta Malagueta</i>        | <i>13</i>    |
| <i>6.7.2 Projeção da Colheita em l de Pimenta</i> | <i>14</i>    |
| <i>6.7.3 Projeção Mensal</i>                      | <i>14</i>    |
| <i>6.7.4 Produção Anual</i>                       | <i>14</i>    |
| <i>6.7.5 Projeção Anual dos Valores</i>           | <i>14</i>    |
| <i>6.8 Organograma Funcional</i>                  | <i>16</i>    |
| <i>6.9 Processo do Negocio</i>                    | <i>17</i>    |
| <i>6.10 Política de Recursos Humanos</i>          | <i>17</i>    |
| <i>6.11 Fornecedores</i>                          | <i>17</i>    |
| <i>6.12 Infra –Estrutura e Localização</i>        | <i>17</i>    |
| <i>6.13 Tecnologia</i>                            | <i>18</i>    |
| <i>7 Estratégia de Crescimento</i>                | <i>18</i>    |
| <i>7.1 Análise SWOT</i>                           | <i>19</i>    |
| <i>7.2 Estratégias</i>                            | <i>20</i>    |
| <i>8 Cálculos Financeiros</i>                     | <i>21/31</i> |
| <i>9 Anexo</i>                                    | <i>32/38</i> |
| <i>10 Bibliografia</i>                            | <i>39</i>    |

## ***1 Sumário Executivo***

### ***1.1 O Conceito do Negócio***

Este Plano de Negócio tem como objetivo mostrar a análise de viabilidade técnica e econômica da implantação de um plantio de pimenta malagueta. A Pimenta Sabor Goiano LTDA (PSG), que terá seu foco no plantio e venda de pimentas, enfatiza a qualidade, forma e conteúdo.

### ***1.2 Equipe de Gestão***

A equipe de gestão da Pimenta Sabor Goiano – Cultivo de pimenta malagueta, será composta por profissionais capacitados para exercer suas funções, todos graduados em Administração e com experiência nas suas respectivas áreas.

### ***1.3 Mercado e Competidores***

O Mercado de pimenta malagueta é pouco conhecido, mas não resta dúvida que ele está em crescimento. A demanda por este produto é muito grande, podendo ser vendido até mesmo antes da colheita. A pimenta tem poucos competidores.

### ***1.4 Marketing e Vendas***

O marketing da empresa Pimenta Sabor Goiano será desenvolvido por meio de campanhas publicitárias, em veículos de comunicação adequados, tais como: rádios, carros de propaganda e alguns jornais da região, além de constantes pesquisas de mercado e satisfação que poderão nos ajudar a melhor enquadrar nossos produtos e serviços em relação às necessidades dos clientes. A inauguração da PSG será realizada com um almoço para compradores potenciais.

### ***1.5 Estratégia de vendas***

O objetivo principal da área de vendas da Pimenta Sabor Goiano será o de atender às necessidades dos nossos clientes nos mínimos detalhes, construindo com os mesmos, relacionamentos duradouros e lucrativos, mas sempre baseados no princípio do ganha-ganha.

### ***1.6 Estrutura e Operação***

A estrutura funcional e hierárquica. Pimenta Sabor Goiano foi criada para suprir todas as necessidades administrativas e operacionais inerentes ao funcionamento da empresa, bem como enfrentar os desafios que possam surgir em decorrência da expansão da mesma.

### ***1.7 Organização Estrutural.***

A administração da Pimenta Sabor Goiano será instalada em Jussara, em um ponto comercial ao lado do prédio da Recapagem de Pneus Líder, que fica na BR 070, trecho urbano ,sendo este um local estratégico. em função da facilidade de acesso por parte dos clientes de outros municípios.

### ***1.8 Estratégia de Crescimento***

A Pimenta Sabor Goiano espera conquistar uma fatia do mercado inicial de aproximadamente 10 % de participação na região sudoeste de Goiás, sendo esperado um crescimento após anual de 4 a 8 %.

### ***1.9 Previsão de Resultados Financeiros e Investimentos***

Conforme análise do mercado, a Pimenta Sabor Goiano implementará suas ações por meio dos recursos planejados, resultando em lucro e retorno para o desenvolvimento da empresa. O investimento inicial aplicado pelos sócios será de R\$ 99.736,37 sendo um total de 100 % por capital próprio. Espera-se obter retorno do investimento em 1 ano.

## ***2 Conceito do Negócio***

### ***2.1 O negócio.***

A pimenta sabor Goiano nasceu do espírito empreendedor de ***Douglas Moreira Melo***, que por sua vez convidou três alunas da Faculdade de Jussara – (Unifaj) – para criar esta empresa. Uma chance para os formandos colocarem seu aprendizado em prática e com isso prosperarem o próprio negócio gerando trabalho e renda contribuindo, assim, para toda sociedade de Jussara.

O idealizador da empresa percebeu uma oportunidade de negócio em função da grande demanda por pimenta malagueta, existente em todo o estado de Goiás. Sendo que não existe nenhuma plantação desse produto na região de Jussara, exceto na Escola Agrícola Comendador João Marchesi, tratando-se, no entanto, de uma área bastante pequena.

### ***2.2 Visão***

A visão da Pimenta Sabor Goiano é ser reconhecida no mercado competitivo nacional, pela qualidade oferecida aos seus clientes.

### ***2.3 Missão***

A empresa tem como missão, o cultivo e comercialização da pimenta malagueta, com o intuito de satisfazer os clientes, oferecendo sabor e qualidade, tornando suas vidas mais felizes e completas.

## ***3 Equipe de Gestão***

A equipe de gestão da Pimenta Sabor Goiano constitui um grande diferencial competitivo para a organização. Os gestores possuem formação acadêmica no curso de Administração de Empresas, além de alguma experiência em outras áreas, onde atuaram em funções afins às que deverão desempenhar na PSG.

***Douglas Moreira Melo, 31 anos - Gerente administrativo/financeiro.***

***Experiência:*** Ocupa cargo na administração na Recapagem de Pneus Líder, onde adquiriu vasta habilidade em negócios. Possuindo muitos contatos tanto na empresa quanto no mercado, os quais poderão ser úteis para a implantação do negócio.

***Educação:*** Graduado no curso de Administração – UNIFAJ – GO.

***Objetivo:*** Administrar a empresa Pimenta Sabor Goiano, com pulso e empreendedorismo, inovando sempre e agindo como o mercado competitivo exige.

***Denilva Vieira Pinto, 29 anos - Gerente de Mercado.***

***Experiência:*** Secretaria administrativa de uma clínica odontológica *ROLL STAR*, com matriz na cidade de Jussara – GO e filiais em outras cidades como Goiânia, Montes Claros, etc.

***Educação:*** Graduada no curso de Administração de Empresas – UNIFAJ – GO.

***Objetivo:*** Desenvolver um plano de marketing que dê à Pimenta Sabor Goiano condições para atingir todos os seus objetivos.

***Carla Epifânia da Silva, 26 anos - Gerente de Operações.***

***Experiência:*** Foi a melhor aluna da graduação em disciplinas relacionadas a Recursos Humanos e está apta para a função, gostando muito do que faz.

***Educação:*** Graduada do curso de Administração de Empresas – UNIFAJ – GO.

***Objetivo:*** Otimizar as operações da Pimenta Sabor Goiano.

***Patrícia Alves Dias, 22 anos: Gerente de Relacionamento.***

***Experiência:*** Trabalha em um grande supermercado na cidade de Montes Claros e possui uma vasta rede de contatos.

***Educação:*** Graduada do curso de Administração de Empresas – UNIFAJ –GO.

***Objetivo:*** Relacionar-se com os clientes, e com nossos parceiros no fornecimento de matéria-prima, construindo relacionamentos duradouros com todos os públicos relevantes para a empresa.



### ***3.1 Capital Social***

O capital social será constituído pela participação de quatro sócios, total de 100%, o que representa R\$ 99.736,37.

|                                |               |                             |
|--------------------------------|---------------|-----------------------------|
| <i>Douglas Moreira Melo</i>    | <i>40,00%</i> | <i>R\$ 39.894,55</i>        |
| <i>Denilva Vieira Pinto</i>    | <i>20,00%</i> | <i>R\$ 19.947,27</i>        |
| <i>Carla Epifânia da Silva</i> | <i>20,00%</i> | <i>R\$ 19.947,27</i>        |
| <i>Patrícia Alves Dias</i>     | <i>20,00%</i> | <i>R\$ 19.947,27</i>        |
| <b><i>Total</i></b>            |               | <b><i>R\$ 99.736,37</i></b> |

## ***4 Mercado e Competidores***

### ***4.1 Análise Setorial***

A pimenta malagueta é super valorizada pelos brasileiros, e está presente na maioria dos lares goianos. Ela também faz parte da cultura goiana de nosso estado. Através de abrangentes pesquisas foi constatada uma ótima oportunidade neste seguimento de mercado.

De acordo com levantamento realizado junto às principais indústrias de produção de temperos e alimentos em geral, chegamos à conclusão de que existe uma grande carência por pimentas, especialmente a malagueta, que será o produto da Pimenta Sabor Goiano.

### ***4.2 Mercado Alvo***

O mercado alvo da PSG é constituído principalmente por empresas industriais processadoras de alimentos e temperos e por varejistas alimentares em geral, como verdurões, supermercados, padarias, lanchonetes, etc. Em menor escala poder-se-á atender o consumidor final.

### ***4.3 Necessidades dos Clientes***

Os idealizadores da Pimenta Sabor Goiano promoveram uma pesquisa de mercado procurando saber a real necessidade do seu cliente, que está cada vez mais exigente. O cliente, independente de ser consumidor final ou indústria, está exigindo altos padrões de qualidade: aparência (grande avermelhado e uniforme), aroma, sabor ardido, mas ao mesmo tempo incorporado e suculento.

A empresa está preparada para atender as necessidades de todos os clientes de maneira adequada, com a qualidade total do produto e preços acessíveis a todos. A PSG tem plena consciência de que fatores como qualidade e disponibilidade do produto, combinados com um atendimento diferenciado, constituem um grande diferencial competitivo que, sem dúvida alguma, se traduz em vantagem para a mesma.

#### ***4.4 Benefícios da Pimenta Sabor Goiano***

Com base nas necessidades identificadas nos consumidores, podem-se destacar os benefícios que a Pimenta Sabor Goiano proporcionará aos seus clientes.

- Confiabilidade
- Agilidade
- Disponibilidade
- Produtos de qualidade comprovada
- Preço justo
- Responsabilidade sócio-ambiental

#### ***4.5 Os competidores***

A Pimenta Sabor Goiano sofrerá concorrência direta de diversos plantadores de pimenta, como pequenos agricultores, agricultura familiar e outros que plantam a pimenta para complementar sua renda, além de cooperativas de pequenos produtores, veja o gráfico a baixo.

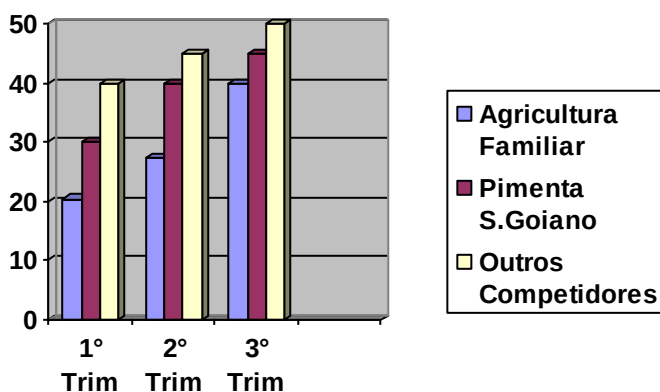


Figura 01. Gráfico referente á participação de mercado da Pimenta Sabor Goiano e seus concorrentes.

#### ***4.6 Análise Estratégica dos Concorrentes***

| <b><i>Pontos Fortes</i></b>                                                    | <b><i>Pontos fracos</i></b>                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| * Trabalho em cooperativas na maioria com baixos custos de produtividade.      | * Qualidade questionável.                                                                        |
| * Incentivos do governo e alguns bancos, por se tratar de pequenos produtores. | * Demora na tomada de decisões.                                                                  |
| * Preços abaixo da média de mercado.                                           | * Atraso no recebimento dos insumos por parte do governo, demora para cumprir seus compromissos. |

#### ***4.7 Vantagem Competitiva***

A Pimenta Sabor Goiano possui algumas vantagens que serão de fundamental importância para sua consolidação e crescimento.

- Equipe de gestão: todos os sócios são graduados no curso de Administração de Empresas e possuem ampla experiência comercial em suas áreas de atuação.
- Volume de produção: nenhuma outra empresa da região possuirá uma produção tão grande quanto a Pimenta Sabor Goiano.
- Qualidade dos produtos: a PSG estará sempre investindo pesado na qualidade de seus produtos e processos, agregando, assim, maior valor à empresa.
- Agilidade e confiabilidade: as entregas da PSG serão realizadas de maneira ágil e sempre no prazo combinado.
- Parceria: a Pimenta Sabor Goiano tem como parceiro a indústria de temperos Rocha LTDA, localizada na cidade de Jussara, que comprará todo o excedente da pimenta.

#### ***4.8 Localização***

A sede da empresa está situada às margens da rodovia BR 070, saída para a Cidade de Britânia ao lado da *Recapagem de Pneus Líder*, sendo um local estratégico por ser de fácil acesso para os clientes.

#### **4.9 A entrega**

As entregas serão realizadas em veículo próprio, sendo que em algumas situações também será utilizado o transporte terceirizado. Os pedidos podem ser feitos via internet, telefone ou na administração da PSG.

### **5 Marketing e vendas**

A estratégia de marketing e vendas da Pimenta Sabor Goiano está explícita no plano de marketing.

#### **5.1 Produto**

A Pimenta Sabor Goiano oferecerá um produto de altíssima qualidade. A pimenta será colhida beneficiada e empacotada no tempo adequado. Todos os processos serão supervisionados pelo controle de qualidade. Os frutos superiores representados pelas pimentas maiores e avermelhadas serão encaixotados em caixa de modelo Z de 13 kg. Os de tamanho inferior ou de coloração verde, que não atingirem os preços desejados no mercado serão destinados à fabricação de temperos e molhos.

***Veja a tabela abaixo, a classificação da pimenta.***

Tabela 1º. Classificação da pimenta e seu valor.

| <b><i>Qualidade do produto</i></b> | <b><i>Preço Atacado</i></b> | <b><i>Preço Varejo</i></b> |
|------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Pimenta tipo 1                     | R\$ 10,00                   | R\$ 12,00                  |
| Pimenta tipo 2                     | R\$ 8,00                    | R\$ 10,00                  |
| Pimenta tipo 3                     | R\$ 7,00                    | R\$ 9,00                   |

Fonte: Pesquisa de mercado (2007)

#### ***Classificação da pimenta***

No quesito qualificação e observado o tamanho e gral de maturidade, sendo assim dispostos.

**Tipo 1** Pimentas grandes uniformes e totalmente maduras (vermelhas). Estas são envasadas para a conserva em recipientes transparentes, e dispostas no mercado.

**Tipo 2** Pimenta de tamanho e maturidade medianas estas podem ser envasadas em conservas e ou destinadas a matéria prima pra molhos e temperos.

**Tipo 3** A qualidade inferior desproporcional aos tamanhos e maturidade. E destinam somente a fabricação de temperos.

## **5.2 Preço**

A estratégia de preço da Pimenta Sabor Goiano será agressiva, devido a nossa necessidade de conquistar mercado, nos primeiros três anos de produção e venda. O posicionamento será em média de 3 a 6 % abaixo daqueles praticados pelos outros produtores e comerciantes da região.

## **5.3 Praça**

O mercado alvo da Pimenta Sabor Goiano será inicialmente a cidade de Jussara, que tem uma vasta rede de supermercados bem como consumidores finais, expandindo-se rapidamente para todo o sudoeste goiano, além da capital.

## **5.4 Promoção**

Serão utilizados dois canais de publicidade com maior frequência: o rádio e a propaganda volante. Serão colocados alguns outdoors, em locais estratégicos, haverá distribuições de folders divulgando a nossa empresa que também participará como patrocinadora de eventos como aniversário da cidade, encontros ecológicos e alguns banquetes comemorativos.

No entanto, a principal propaganda será aquela feita boca a boca, de clientes satisfeitos, para outros potenciais. Essa é a propaganda mais eficaz, pois não incorre em custos, e gera um alto índice de clientes fidelizados.

## **6 Estrutura e Operações**

A estrutura da empresa será simples, de acordo com padrões modernos de racionalização, utilizando, sempre que possível, de parcerias e terceirização, com o objetivo de apontar know how e experiência às suas atividades nascentes.

### **6.1 Pimenta Malagueta**

*Segundo MORGADO (p.66)*

“Faz parte de um grupo de espécies botânicas que produzem frutos, não muito tortuoso, eretos ou pendentes e às vezes, com extremidades curvas, freqüentemente com coloração avermelhada, comprimento de 15 a 35 mm e um diâmetro transversal de 5 mm, geralmente, com sabor picante, apesar de também existirem pimentas doces. Estas espécies são comuns no Brasil especialmente no Centro-Oeste e Sudeste. A malagueta (*Capsicum frutescens*) é um arbusto nativo das Américas. Atinge cerca de 1,3 metro, de altura com caule não muito tortuoso. É uma das mais plantadas no Brasil, produzindo frutos alongados, bem vermelhos quando maduros e que possuem sabor picante”.

### **6.2 Clima e época de plantio**

*Segundo MORGADO (p.67)*

“A pimenta malagueta exige regiões quentes, podendo ser plantada durante o ano todo no Centro-Oeste Goiano. Sendo que se semeada nos meses de setembro a novembro ela se desenvolverá melhor. É uma planta intolerante ao frio e/ou geadas”.

### 6.3 Solo

Segundo MORGADO (p. 67)

“ A pimenta malagueta prefere o solo areno-argiloso, com pH de 5,5 a 6,8. A adubação (P e K) de plantio deve ser baseada na análise do solo (Tabela 2)".

Tabela 02: Recomendação de adubação(kg/há) fosfatada e potássica, de plantio.

| NIVEL DE P EM ppm | QUALIDADE DE P2O5 | NIVEL DE K EM ppm | QUALIDADE DE K2O |
|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| Menos de 10       | 400 a 600         | Menos de 40       | 120 a 200        |
| 11 a 30           | 200 a 400         | 40 a 120          | 80 a 120         |
| Mais de 30        | 100 a 200         | Mais de 120       | 40 a 80          |

A adubação nitrogenada é feita aplicando, no plantio, 100 kg/ha. Deve-se reduzir esta quantidade a metade, caso tenha sido aplicado adubo orgânico. Em cobertura, aplicam-se 100 kg/ha, parcelados em dose de 20 kg/ha, aos 20, 40, 60, 80 e 100 dias após o transplante, e será utilizado também potássio, fósforo e cálcio. Na adubação do terreno para a sua cultura devemos adicionar estrume de curral, na base de 5 – 6 kg por metro quadrado, e complementar com 40 g de superfosfato e 30 g de cloreto para o canteiro definitivo, acrescentar em cobertura 30 cm de salitre-do-chile por metro quadrado”.

### 6.4 Terreno

A área a ser plantada é de 48.400 m<sup>2</sup> o que equivale a 48,84 ha. Será feito plantio com espaçamento de aproximadamente 1m por 1.5 m. Serão cerca de aproximadamente 32.000 pés de pimentas, cultivados.

### 6.5 Semeadura

Segundo MORGADO (p.67)

“Faz-se à propagação, pela produção de mudas em sementeira, copinho de jornal ou bandeja de isopor, com transplante diretamente para o local definitivo. Em canteiros abre-se sulcos no sentido transversal numa profundidade de 2 a 3 cm, e distanciados 15 cm uns dos outros. Nestes lançam-se às sementes de forma rala e em seguida cobre-se com 0,5 a 1 cm de

terra dos próprios canteiros, Após essa operação, deve-se regar diariamente até o início da germinação”.

## **6.6 Tratos Culturais**

### **6.6.1 Transplante**

*Segundo BONER (1986 p.105)*

“Deve ser realizado, preferencialmente, em dias nublados ou chuvosos para facilitar o pegamento e, caso necessário, uma irrigação deve ser feita logo a seguir. O transplante é feito quando as mudas atingem de 10 a 15 cm de altura e apresentam 6 a 8 folhas definitivas. Com 30 a 45 dias, as mudas já estão prontas para serem transferidas. O transplante é feito em canteiros preparados de forma adequada, revolvendo profundamente e adicionando os adubos indicados. Empilha-se a superfície e abrem-se, a seguir, covas distanciadas de 80 a 100 cm dentro da fila e 100 a 150 cm entre as filas”.

### **6.6.2 Controle de Plantas Invasoras**

*Segundo MORGADO (p.67)*

“É feito através de capinas manuais ou cultivadores, mantendo-se a cultura livre da concorrência com ervas daninhas. Sobre o uso de herbicida em pimenta há poucas informações”.

### **6.6.3 Cobertura morta**

*Segundo MORGADO (p.67)*

“Esta prática melhora a conservação da umidade do solo, o controle de plantas invasoras e repele os pulgões, se o material for de cor clara”.

### **6.6.4 Controle de Pragas e Moléstias**

*Segundo BONER (1986 p.106)*

“ Dentre as pragas que atacam a pimenta, as mais importantes são:



- ***Epicanta atomaria***, vulgarmente conhecida por vaquinha. O inseto adulto causa grandes danos à folhagem, devendo ser combatido logo no início do ataque. O combate se faz pulverizando com Malatol 50, na base de 20 cm 3 para 10 l de água, ou com Rho-diatox emulsão a 5% , na proporção de 20g em 10 l de água.

- ***Neoleucinodes sp***, conhecida por broca-pequena do fruto; é de difícil controle. Quando nascem, as lagartinhas penetram nas pimentas, desenvolvendo-se no seu interior. A época de maior incidência desta praga se verifica entre abril e junho. Para seu controle recomenda-se lindane pó molhável 20% de isômero grama, na proporção de 15g para 10 l de água.

Quanto às moléstias que atacam a cultura da pimenta salientam o mosaico, moléstia causada por vírus, e a ferrugem, causada por fungo.

Para as doenças causadas por vírus é aconselhável efetuar controle preventivo pulverizando nas plantas até a colheita, a fim de eliminar os vetores da doença.

O controle da ferrugem é efetuado pulverizando-se as plantas com solução de enxofre solúvel a 0,6%, juntando-se três gotas de espalhante adesivo por litro de solução, para melhorar a fixação do fungicida.”

#### **6.6.5 Irrigação**

Pode ser feita por aspersão ou sulcos. O turno de rega varia de 5 a 7 dias. Com a cobertura morta do solo, este intervalo entre irrigações pode ser maior.

### **6.7 Colheita**

#### **6.7.1 Colheita da Pimenta Malagueta**

*Segundo MORGADO (p.67)*

"A colheita começa aos 100 a 150 dias da sementeira, prolongando-se por 3 a 10 meses, dependendo das condições sanitárias de cultura. Colhem-se os frutos com coloração vermelha ou verde, havendo mercado para os três tipos. A produtividade varia de 4 a 8 toneladas por hectare, que representara aproximadamente 12000 a 24000 litros de pimenta. A comercialização pode ser feita a peso ou litro”.

### 6.7.2 *Projeção de produção*

Com as análises feitas sobre o cultivo da pimenta malagueta referente às amostras que já foram plantadas e manuseadas de acordo com as necessidades do terreno cultivado, foi feita uma projeção de colheita para um ano e para os quatro anos subsequentes.

### 6.7.3 *Projeção Mensal.*

Tabela; 2º Ano projeção da produção anual em litros de pimenta.

| Pimenta | Jan   | Fev   | Mar   | Abr   | Maio  | Jun   | Jul   | Ago   | Set   | Out   |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Tipo 1  | 1.300 | 1.300 | 1.300 | 1.300 | 1.300 | 1.300 | 1.300 | 1.300 | 1.300 | 1.300 |
| Tipo 2  | 2.275 | 2.275 | 2.275 | 2.275 | 2.275 | 2.275 | 2.275 | 2.275 | 2.275 | 2.275 |
| Tipo 3  | 2.925 | 2.925 | 2.925 | 2.925 | 2.925 | 2.925 | 2.925 | 2.925 | 2.925 | 2.925 |
| Total   | 6.500 | 6.500 | 6.500 | 6.500 | 6.500 | 6.500 | 6.500 | 6.500 | 6.500 | 6.500 |

### 6.7.4 *Projeção Anual.*

Tabela; 3º Projeção de produção de pimentas malaguetas anual em litros.

|        | Ano 1    | Ano 2    | Ano 3    | Ano 4    | Total     |
|--------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Tipo 1 | 13.000   | 13.000   | 13.000   | 13.000   | 52.000    |
| Tipo 2 | 22.750   | 22.750   | 22.750   | 22.750   | 91.000    |
| Tipo 3 | 29.250   | 29.250   | 29.250   | 29.250   | 117.000   |
| Total  | 65.000 l | 65.000 l | 65.000 l | 65.000 l | 260.000 l |

### 6.7.5 *Projeção Anual do tipo de pimenta a ser colhida em volume e valores R\$.*

Tabela; 4º Projeção dos valores em (R\$) da pimenta no atacado a 70% da produção.

| Pimenta | Ano 1      | Ano 2      | Ano 3      | Ano 4      | Total        |
|---------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| Tipo 1  | 9.1000     | 9.1000     | 9.1000     | 9.1000     | 36.400       |
| Tipo 2  | 15.925     | 15.925     | 15.925     | 15.925     | 63.700       |
| Tipo 3  | 20.475     | 20.475     | 20.475     | 20.475     | 20.475       |
| Total   | 45.500     | 45.500     | 45.500     | 45.500     | 182.000      |
|         |            |            |            |            |              |
| Pimenta | Ano 1      | Ano 2      | Ano 3      | Ano 4      | Total        |
| Tipo 1  | 91.000,00  | 91.000,00  | 91.000,00  | 91.000,00  | 364.000,00   |
| Tipo 2  | 127.400,00 | 127.400,00 | 127.400,00 | 127.400,00 | 509.600,00   |
| Tipo 3  | 143.325,00 | 143.325,00 | 143.325,00 | 143.325,00 | 573.300,00   |
| Total   | 361.725,00 | 361.725,00 | 361.725,00 | 361.725,00 | 1.446.900,00 |

#### **Valor da venda no atacado.**

*A pimenta tipo 1 será vendida a R\$ 10,00 o litro*

*A pimenta tipo 2 será vendida a R\$ 8,00 o litro*

*A pimenta tipo 3 será vendida a R\$ 7,00 o litro*

Tabela; 5ª Projeção dos valores em (R\$) da pimenta no varejo a 30% da Produção.

| Pimenta | Ano 1      | Ano 2      | Ano 3      | Ano 4      | Total      |
|---------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Tipo 1  | 3.900      | 3.900      | 3.900      | 3.900      | 15.600     |
| Tipo 2  | 6.825      | 6.825      | 6.825      | 6.825      | 27.300     |
| Tipo 3  | 8.775      | 8.775      | 8.775      | 8.775      | 35.100     |
| Total   | 19.500     | 19.500     | 19.500     | 19.500     | 78.000     |
|         |            |            |            |            |            |
| Pimenta | Ano 1      | Ano 2      | Ano 3      | Ano 4      | Total      |
| Tipo 1  | 46.800,00  | 46.800,00  | 46.800,00  | 46.800,00  | 187.200,00 |
| Tipo 2  | 68.250,00  | 68.250,00  | 68.250,00  | 68.250,00  | 273.000,00 |
| Tipo 3  | 78.975,00  | 78.975,00  | 78.975,00  | 78.975,00  | 315.900,00 |
| Total   | 194.025,00 | 194.025,00 | 194.025,00 | 194.025,00 | 776.100,00 |

**Valor da venda no varejo.**

*A pimenta tipo 1 será vendida a R\$ 12,00 o litro*

*A pimenta tipo 2 será vendida a R\$ 10,00 o litro*

*A pimenta tipo 3 será vendida a R\$ 9,00 o litro*

Total das pimentas vendidas em 4 anos no atacado será de 182.000 litros

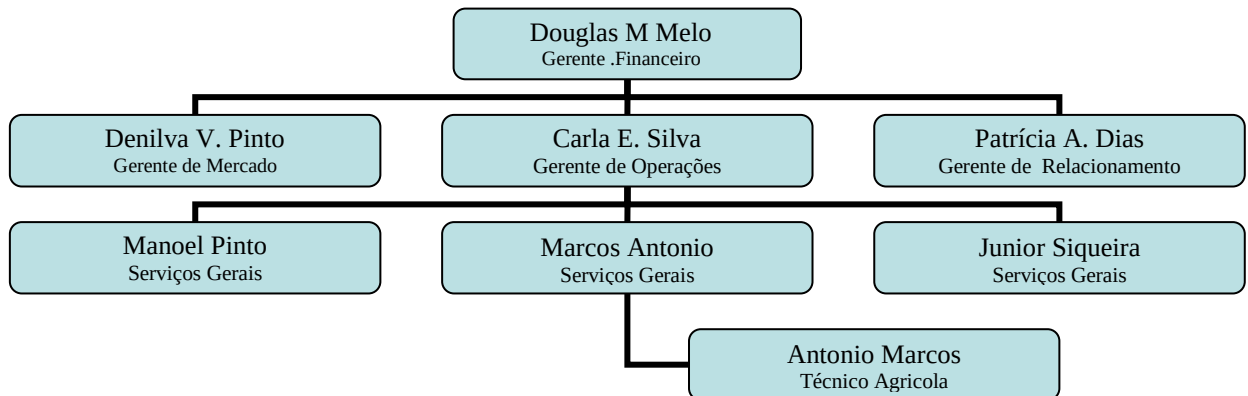
Total das pimentas vendidas em 4 anos no varejo será de 78.000 litros

Representando um montante de pimenta vendidas de 260.000 litros

Ressaltando, montante de pimentas vendidas em 4 anos valor bruto R\$ 2.223.000,00.

### 6.8 Organograma Funcional

A estrutura funcional da Pimenta Sabor Goiano, foi desenvolvida para suprir as necessidades administrativas e operacionais de acordo com o funcionamento da empresa.



## 6.9 - Processos do Negócio

| <b>Infra-estrutura da Empresa</b> |                                                                                           |                                    |                               |                                                                                                  |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | <b>Logística Interna</b>                                                                  | <b>Serviços</b>                    | <b>Logística Externa</b>      | <b>Marketing e Vendas</b>                                                                        |
| <b>Financeiro</b>                 | Pagamentos para funcionários; Análise, elaboração e execução de orçamentos; Investimentos |                                    | Pagamentos para fornecedores. |                                                                                                  |
| <b>Mercado</b>                    |                                                                                           | Atendimento ao cliente.            | Pesquisa de Mercado.          | Publicidade; Promoção; Busca de novos clientes; Fidelização de clientes; Parcerias estratégicas. |
| <b>Operações</b>                  | Trânsito de materiais;                                                                    | Manutenção; Instalação Conservação | Emissão de pedidos.           | Garantia de estoques contínuos.                                                                  |

## 6.10 A Política dos Recursos Humanos

A política de gestão de pessoas da empresa Pimenta Sabor Goiano, tem como finalidade suprir as necessidades de mão-de-obra da empresa da melhor maneira possível. Como a maioria dos trabalhos internos da PSG será realizada por funcionários terceirizados não serão necessários grandes esforços na área de treinamento e desenvolvimento.

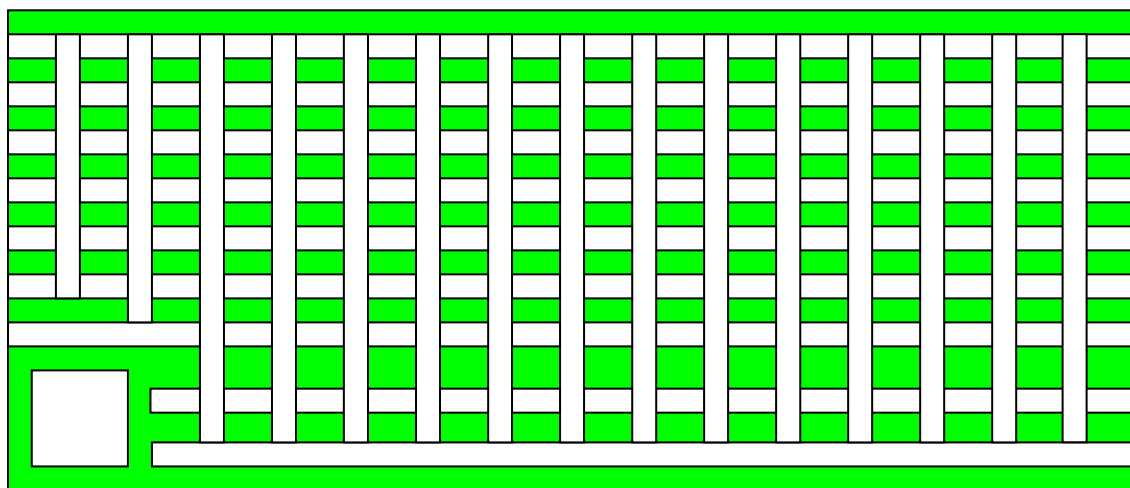
## 6.11 Fornecedores

Os fornecedores principais serão a Agrovida e a Agrossara, estes responsáveis pelo fornecimento de adubos, defensivos, sementes, ferramentas e outros.

## 6.12 Infra-estrutura

A Pimenta Sabor Goiano terá uma estrutura de excelente qualidade para o seu desenvolvimento. A sua administração e operações estarão, concentradas no município de

Jussara.Todos, os insumos, maquinários e ferramentas necessários às operações serão fornecidos por empresas locais.Veja abaixo o layout do plantio.



-  *Plantação de pimentas*
-  *Espaçamento dos pés de pimentas*

### **6.13 Tecnologia**

A empresa possui toda a tecnologia necessária para garantir elevado grau de produtividade e qualidade diferenciada de nossos produtos.

### **7 Estratégia de Crescimento**

A estratégia de crescimento da empresa foi definida de acordo com o estudo das tendências de mercado atuais, possibilitando, assim, o estabelecimento de objetivos de desenvolvimento empresarial perfeitamente viáveis.

### 7.1 Análise de SWOT.

|                |                                                                                                                                 |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>EXTERNO</b> |                                                                                                                                 |
| Oportunidades  | . Mercado em busca de qualidade, carência pelo produto.                                                                         |
| Ameaças        | . Concorrentes consolidados no mercado.<br>Instabilidade climática.                                                             |
| <b>INTERNO</b> |                                                                                                                                 |
| Pontos fortes  | . Equipe de gestão e produto de qualidade comprovada.<br>Localização.<br>. Equipe de vendas capacitada.<br>Recursos financeiros |
| Ponto Fraco    | .Empresa nova no mercado.Prazo para crescimento das plantas e início da colheita                                                |

Figura 02. Analise SWOT da pimenta sabor goiano.

Com a análise SWOT é possível identificar os fatores críticos do sucesso para a Pimenta Sabor Goiano.

1. Equipe de gestão;
2. Capital de giro;
3. Localização geográfica;
4. Parcerias estratégicas;
5. Políticas comerciais;
6. Logística;
7. Qualidade total;

A Pimenta Sabor Goiano tem o objetivo de conquistar uma participação de mercado de 25% no sudoeste goiano em seus primeiros três anos do seu funcionamento, para atingirmos o objetivo da Pimenta Sabor Goiano.

## ***7.2 Estratégias***

- Investimentos contínuos na melhoria da qualidade do produto;
- Programas de fidelização de clientes;
- Investimentos em propaganda e publicidade;
- Política de preços agressiva;
- Busca constante pela excelência logística.



## Cálculos Financeiros

| <b>DESPESAS INICIAIS ( abertura da empresa e obras civis)</b> |                   |                       |                     |
|---------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|
| <b>Discriminação</b>                                          | <b>Quantidade</b> | <b>Valor Unitário</b> | <b>Valor Total</b>  |
| Melhorias / Reformas                                          | 1                 | R\$ 1.000,00          | R\$ 1.000,00        |
| Despesas de registro                                          | 1                 | R\$ 800,00            | R\$ 800,00          |
| Despesas de campanha para lançamento                          | 1                 | R\$ 1.000,00          | R\$ 1.000,00        |
| Elaboração do saite                                           | 1                 | R\$ 1.000,00          | R\$ 1.000,00        |
| <b>TOTAL</b>                                                  |                   |                       | <b>R\$ 3.800,00</b> |

| <b>CUSTO TOTAL POR VARIEDADE PRODUZIDA</b> |                                 |                                    |                                    |
|--------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| <b>Discriminação</b>                       | <b>Custo da produção por lt</b> | <b>Custo unitário por despesas</b> | <b>Total do custo com produção</b> |
| Pimenta Malagueta Tipo I                   | R\$ 2,53                        | R\$ 3,51                           | R\$ 6,03                           |
| Pimenta Malagueta Tipo II                  | R\$ 2,53                        | R\$ 3,51                           | R\$ 6,03                           |
| Pimenta Malagueta Tipo III                 | R\$ 2,53                        | R\$ 3,51                           | R\$ 6,03                           |

| <b>TABELA DE PREÇOS</b>    |                |                         |                        |
|----------------------------|----------------|-------------------------|------------------------|
| <b>Discriminação</b>       | <b>Unidade</b> | <b>Preço no atacado</b> | <b>Preço no varejo</b> |
| Pimenta Malagueta Tipo I   | LT             | R\$ 10,00               | R\$ 12,00              |
| Pimenta Malagueta Tipo II  | LT             | R\$ 8,00                | R\$ 10,00              |
| Pimenta Malagueta Tipo III | LT             | R\$ 7,00                | R\$ 9,00               |
|                            |                |                         |                        |

| <b>COMPRAS PARA CULTIVO INICIAL</b>           |                   |                       |                     |
|-----------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|
| <b>Discriminação</b>                          | <b>Quantidade</b> | <b>Valor Unitário</b> | <b>Valor Total</b>  |
| Adubo Super simples                           | 1.500             | R\$ 2,50              | R\$ 3.750,00        |
| Sementes                                      | 50                | R\$ 1,50              | R\$ 75,00           |
| Defensivo Agrícola                            | 1                 | R\$ 2.000,00          | R\$ 2.000,00        |
| produtos e conservantes                       | 1                 | R\$ 1.500,00          | R\$ 1.500,00        |
|                                               |                   |                       |                     |
|                                               |                   |                       |                     |
|                                               |                   |                       |                     |
| <b>TOTAL DAS DESPESAS COM CULTIVO INICIAL</b> |                   |                       | <b>R\$ 7.325,00</b> |

| <b>EQUIPAMENTOS</b>                    |                   |                       |                      |
|----------------------------------------|-------------------|-----------------------|----------------------|
| <b>Discriminação</b>                   | <b>Quantidade</b> | <b>Valor Unitário</b> | <b>Valor Total</b>   |
| Impressoras                            | 1                 | R\$ 300,00            | R\$ 300,00           |
| Aparelhos Telefônicos                  | 2                 | R\$ 40,00             | R\$ 80,00            |
| Ventiladores                           | 2                 | R\$ 120,00            | R\$ 240,00           |
| Ar Condicionado                        | 1                 | R\$ 600,00            | R\$ 600,00           |
| Computador                             | 2                 | R\$ 1.600,00          | R\$ 3.200,00         |
| Tambores De 200 L P/ Armazenar Pimenta | 10                | R\$ 40,00             | R\$ 400,00           |
| Kit Irrigação                          | 2                 | R\$ 6.000,00          | R\$ 12.000,00        |
| Geladeira                              | 1                 | R\$ 500,00            | R\$ 500,00           |
| Fogão                                  | 1                 | R\$ 250,00            | R\$ 250,00           |
| <b>TOTAL</b>                           |                   |                       | <b>R\$ 17.570,00</b> |

| <b>VEICULOS</b>                           |            |                       |                      |
|-------------------------------------------|------------|-----------------------|----------------------|
| <b>Descrição</b>                          | <b>Qdt</b> | <b>Valor Unitário</b> | <b>Total</b>         |
| Caminhonete D-20 ano 2000                 | 1          | R\$ 25.000,00         | R\$ 25.000,00        |
| Carro Gol ano 2005                        | 1          | R\$ 18.000,00         | R\$ 18.000,00        |
| <b>Total de investimentos com veiculo</b> | <b>2</b>   |                       | <b>R\$ 43.000,00</b> |

| <b>MOVEIS E UTENSÍLIOS</b>   |                   |                       |                     |
|------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|
| <b>Discriminação</b>         | <b>Quantidade</b> | <b>Valor Unitário</b> | <b>Valor Total</b>  |
| Estante de aço               | 2                 | R\$ 60,00             | R\$ 120,00          |
| Balcão caixa                 | 1                 | R\$ 1.000,00          | R\$ 1.000,00        |
| Mesa para reunião 6 cadeiras | 1                 | R\$ 800,00            | R\$ 800,00          |
| Mesa para escritório         | 2                 | R\$ 250,00            | R\$ 500,00          |
| Cadeiras secretaria          | 6                 | R\$ 70,00             | R\$ 420,00          |
| Expositores                  | 2                 | R\$ 50,00             | R\$ 100,00          |
| Armário de madeira           | 4                 | R\$ 100,00            | R\$ 400,00          |
| <b>TOTAL</b>                 |                   |                       | <b>R\$ 3.340,00</b> |

|                                                       |                     |
|-------------------------------------------------------|---------------------|
| <b>DESPESAS FIXAS PARA ABERTURA DA EMPRESA</b>        | <b>R\$ 5.035,00</b> |
| <b>CAPITAL DE GIRO 33% DAS DESPESAS PARA ABERTURA</b> | <b>R\$ 4.701,37</b> |
| <b>TOTAL DO CAPITAL INICIAL</b>                       | <b>R\$ 9.736,37</b> |

## DESPESAS FIXAS ANUAL

| PLANILHA DE GASTOS COM PESSOAL |                |                |                          |                      |
|--------------------------------|----------------|----------------|--------------------------|----------------------|
| Cargo                          | Qdade de func. | Salário mensal | Total por mês c/ pessoal | Total anual          |
| Serv. Gerais                   | 3              | R\$ 380,00     | R\$ 1.140,00             | R\$ 3.680,00         |
| Tec. Agrícola                  | 1              | R\$ 1.500,00   | R\$ 1.500,00             | R\$ 8.000,00         |
| Vendedor Interno               | 1              | R\$ 380,00     | R\$ 380,00               | R\$ 4.560,00         |
| <b>TOTAL COM PESSOAL</b>       | <b>5</b>       |                | <b>R\$ 3.020,00</b>      | <b>R\$ 36.240,00</b> |

|                          |   |                     |                      |
|--------------------------|---|---------------------|----------------------|
| INSS                     |   | R\$ 604,00          | R\$ 7.248,00         |
| FGTS                     |   | R\$ 241,60          | R\$ 2.899,20         |
| 13ª Salário              |   | R\$ 251,67          | R\$ 3.020,00         |
| Honorários contábeis     |   | R\$ 380,00          | R\$ 4.560,00         |
| <b>TOTAL COM PESSOAL</b> |   | <b>R\$ 4.497,27</b> | <b>R\$ 53.967,20</b> |
| Retirada dos socios      | 4 | R\$ 1.000,00        | R\$ 4.000,00         |
|                          |   |                     | R\$ 48.000,00        |

| IMPOSTOS     | %             |
|--------------|---------------|
| FGTS         | 8,00%         |
| ICMS         | 12,00%        |
| INSS         | 11,00%        |
| ISS          | 2,50%         |
| SIMPLES      | 7,00%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>32,50%</b> |

### DESPESAS VARIÁVEIS ANUAL

| Descrição                          | Valor mensal | Valor anual  |
|------------------------------------|--------------|--------------|
| Despesas bancárias                 | R\$ 150,00   | R\$ 1.800,00 |
| Material de expediente             | R\$ 50,00    | R\$ 600,00   |
| Aluguel de um terreno para plantio | R\$ 380,00   | R\$ 4.560,00 |
| Aluguel de uma sala comercial      | R\$ 200,00   | R\$ 2.400,00 |
| Água                               | R\$ 30,00    | R\$ 360,00   |
| Energia elétrica                   | R\$ 500,00   | R\$ 6.000,00 |
| Telefone                           | R\$ 200,00   | R\$ 2.400,00 |
| Manutenção e conservação           | R\$ 100,00   | R\$ 1.200,00 |
| Propaganda                         | R\$ 150,00   | R\$ 1.800,00 |
| Manutenção do site                 | R\$ 100,00   | R\$ 1.200,00 |

### Terceirização

|                                     |                     |                       |
|-------------------------------------|---------------------|-----------------------|
| Preparação do solo                  | R\$ 66,67           | R\$ 800,00            |
| Manutenção                          | R\$ 112,50          | R\$ 1.350,00          |
| Colheita                            | R\$ 16.250,00       | R\$ 162.500,00        |
| <b>Total das despesas variáveis</b> | <b>R\$ 8.289,17</b> | <b>R\$ 186.970,00</b> |

### COMPRAS PARA CULTIVO INICIAL

| Discriminação                                 | Quantidade | Valor Unitário | Valor Total         |
|-----------------------------------------------|------------|----------------|---------------------|
| Adubo Super simples                           | 1.500      | R\$ 2,50       | R\$ 3.750,00        |
| Sementes                                      | 50         | R\$ 1,50       | R\$ 75,00           |
| Defensivo Agrícola                            | 1          | R\$ 2.000,00   | R\$ 2.000,00        |
| Produtos e conservantes                       | 1          | R\$ 1.500,00   | R\$ 1.500,00        |
|                                               |            |                |                     |
|                                               |            |                |                     |
|                                               |            |                |                     |
| <b>TOTAL DAS DESPESAS COM CULTIVO INICIAL</b> |            |                | <b>R\$ 7.325,00</b> |

## **8 Conclusão**

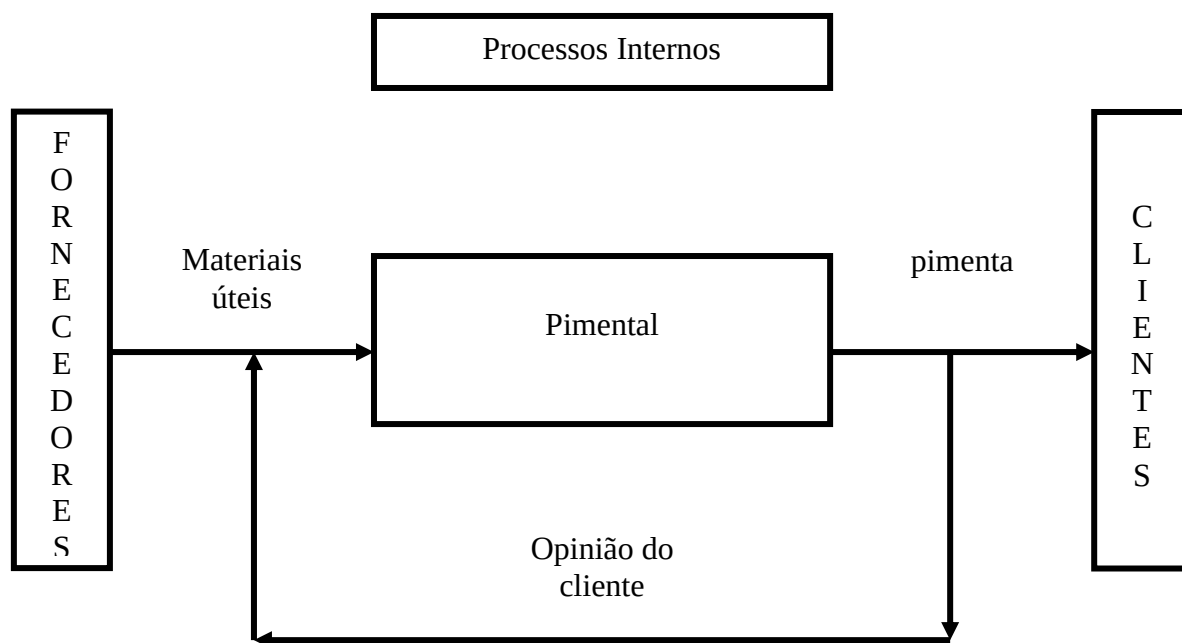
Conclui-se que o clima da cidade de Jussara situada no estado de Goiás, é favorável ao plantio em escala de pimenta malagueta.

De acordo com pesquisa de mercado constatou-se que há uma grande demanda no consumo de pimenta malagueta no mercado, no entanto não há produção em escala, justificando assim a elaboração e comprovação econômica do presente trabalho.

Conclui também que durante a elaboração do presente trabalho houve possibilidade de colocar em prática os conhecimentos teóricos adquiridos com a conclusão do curso de administração, administrado pela (UNIFAJ).

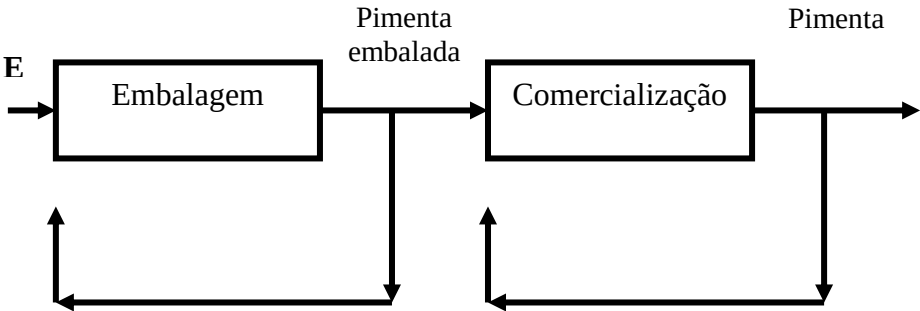
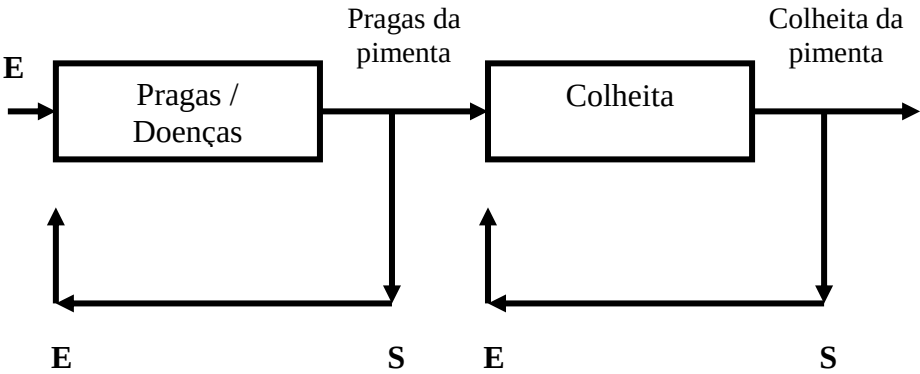
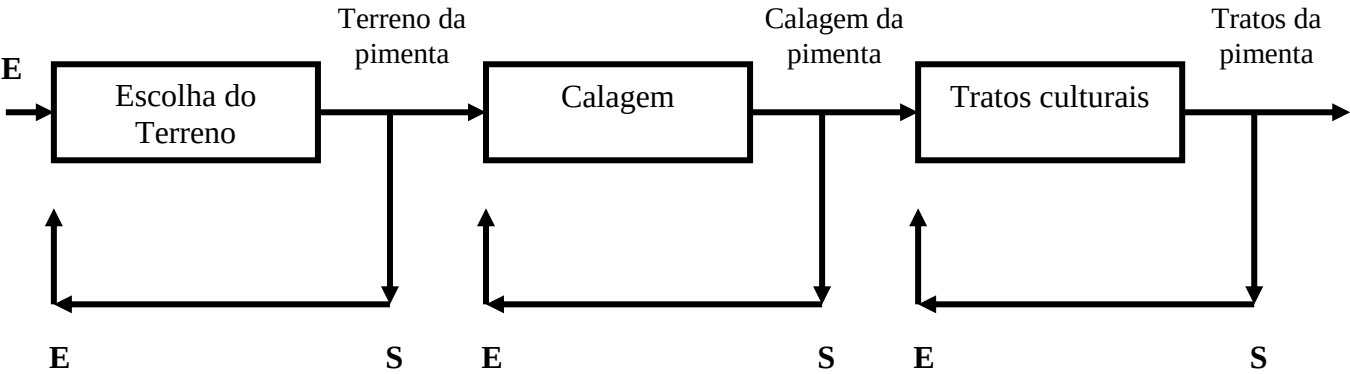
## 9 - Anexos

### Sistema Pimenta Sabor Goiano (Nível Geral)



Sistema Pimenta Sabor Goiano (Nível 1)

E



S

E

S

E

S

**Escolha do terreno →** Procurar o terreno adequado para o plantio, um terreno próprio de clima quente exigente no que se refere ao calor.

**Calagem →** Fazer a correção da acidez do solo e adubação com base na análise química do solo.

**Tratos culturais →** Manter a área livre de plantas daninhas por meio de capinas, anulando assim a sua ocorrência.

**Pragas e doenças →** Para as doenças causadas por vírus são aconselháveis efetuar o controle preventivo pulverizando as plantas até a colheita, a fim de eliminar os vetores das doenças.

**Colheita →** A colheita é feita manualmente de 150 a 180 dias após o plantio. Os frutos são colhidos com coloração vermelha ou verde, havendo mercado para os dois tipos.

**Composição →** O valor nutritivo da pimenta é relativamente alto.

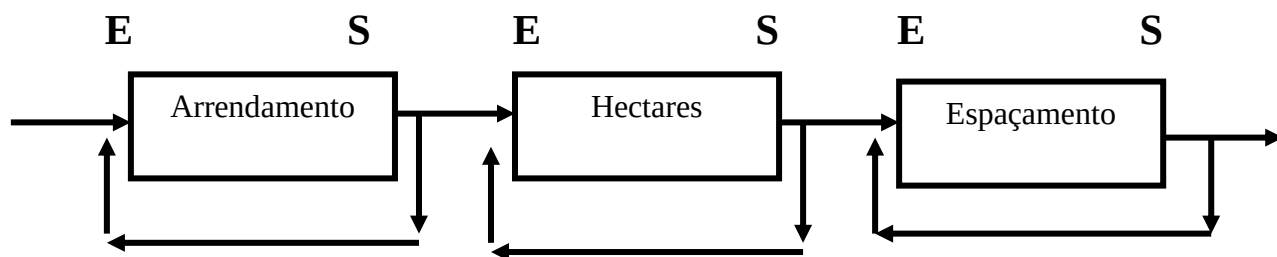
**Embalagem →** E as pimentas são embaladas em caixas e acondicionadas etc.

**Comercialização →** O mercado para industrialização da pimenta consiste, basicamente, na secagem, na conserva do fruto inteiro e na produção de molho. É muito comum a comercialização em feiras livres ou industriais de conservas.



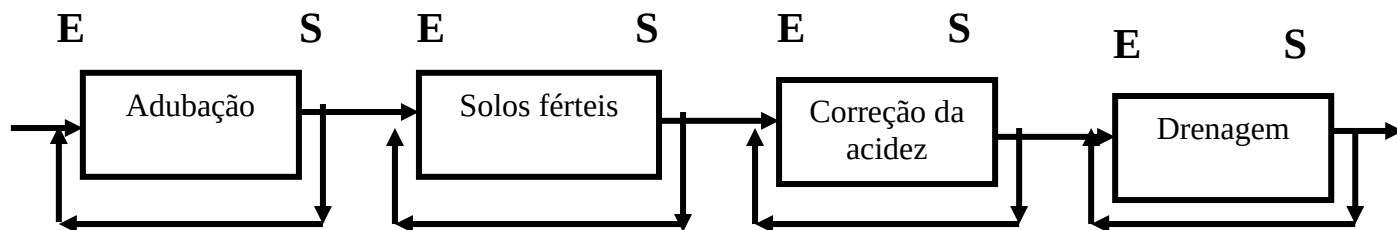
**Pimenta Sabor Goiano (Nível 2) Processo interno**  
**Plantio de Pimenta Malagueta**

**Seleção da Escolha do Terreno**



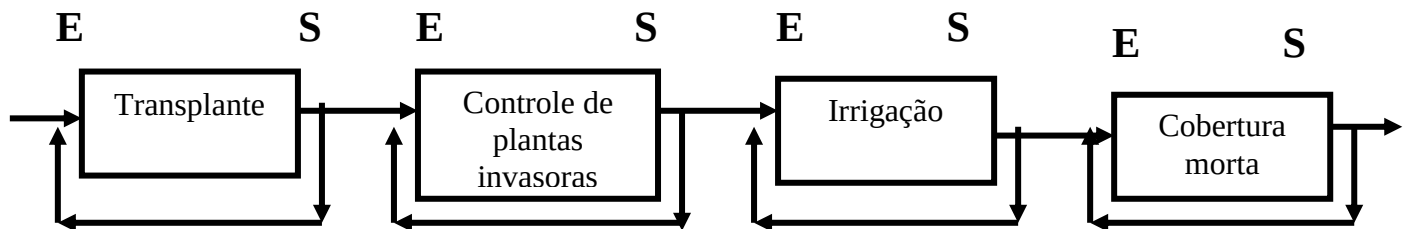
**Pimenta Sabor Goiano (Nível 2) Processo interno**  
**Plantio de Pimenta Malagueta**

**Seleção da Calagem**



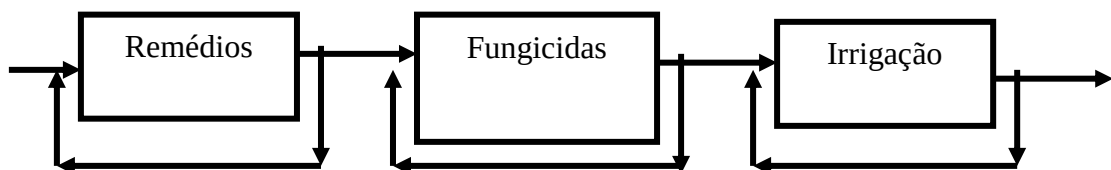
## Plantio de Pimenta Malagueta

## Seleção dos Tratos Culturais



## Plantio de Pimenta Malagueta

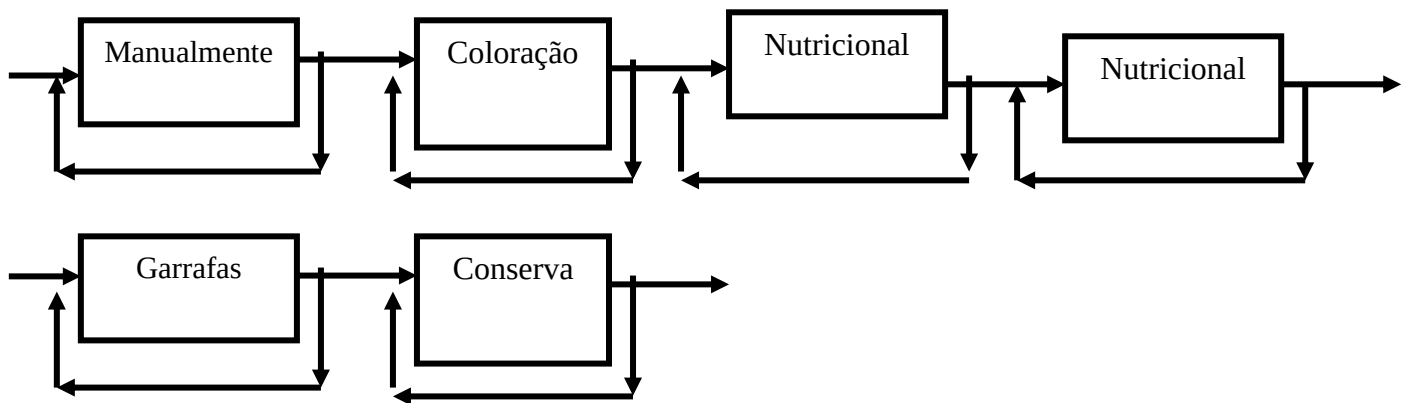
### Seleção de pragas (doenças)



## Pimenta Sabor Goiano (Nível 2) Processo interno

### Plantio de Pimenta Malagueta

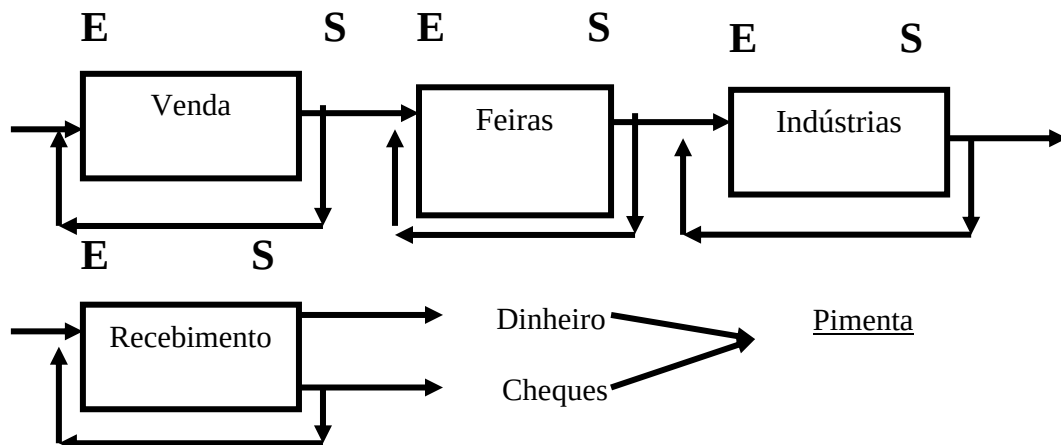
#### Seleção da Colheita



## Pimenta Sabor Goiano (Nível 2) Processo interno

### Plantio de Pimenta Malagueta

#### Sistema de Comercialização



**Coeficientes Técnicos (espaçamento e de 1,0 x 1,5m).**

| DISCRIMINAÇÃO                  | UNIDADE  | QUANTIDADE   | QUANTIDADE |
|--------------------------------|----------|--------------|------------|
|                                |          | 1º ANO       | 2º ANO     |
| <b>1. INSUMOS</b>              |          |              |            |
| Sementes                       | Kg       | 0,2          |            |
| Calcário                       | t        | 2,0          |            |
| Adubo Orgânico de bovino       | t        | 20,0         |            |
| Adubo 12-6-12                  | t        | 0,5          |            |
| Inseticida granulado sistêmico | kg       | 40,0         |            |
| Inseticida fosforado           | litro    | 6,0          | 2,0        |
| Fungicida                      | kg       | 10,0         | 8,0        |
| Espalhante adesivo             |          | 3,0          | 2,0        |
|                                |          |              |            |
| <b>2 .SERVIÇOS</b>             |          |              |            |
| Aração e gradagem              | h/m      | 10,0         |            |
| Aplicação de calcário          | h/m      | 2,0          |            |
| Limpeza do terreno             | d/h      | 5,0          |            |
| Produção de mudas              | d/h      | 16,0         |            |
| Adubação de plantio/inseticida | d/h      | 25,0         |            |
| Transplante                    | d/h      | 12,0         |            |
| Adubação                       | d/h      | 10,0         | 8,0        |
| Irrigação                      | d/h      | 30,0         |            |
| Aplicação de defensivo         | d/h      | 20,0         |            |
| Capinas, colheita e embalagem  | d/h      | 170,0        | 160,0      |
|                                |          |              |            |
| <b>3 . OUTROS</b>              |          |              |            |
| <b>Alújele de trator</b>       | <b>h</b> | <b>80,00</b> |            |

## **Referencias Bibliográfica**

MORGADO, Hélber, Souto, *Curso Técnico Agrícola Modulo de Olericultura. Técnico. Engenheiro agrônomo, M. Se., Professor de Agronomia.*

BORNE, Henrique Roni, *Grande Manual Globo de Agricultura, Pecuária e Receituário Industrial* Volume 3 da 7 ed. de  
Ed: Globo S.A. 1986, p.104 a 106.

OLIVEIRA, Alexandre Borges et alli. *Capsicum: Pimentas e pimentões no Brasil.* Brasília: EMBRAPA, 2000. 113P. <http://www.ceplac.gov.br/radar/pimenta.htm>

PIMENTA MALAGUETA-FRETE GRATIS PARA TODO BRASIL..  
<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-54019484-pimenta-malagueta-frete-gratis-pa>