

ESTUDO DA VIABILIDADE ECONÔMICA DA MODERNIZAÇÃO DE UMA EMPRESA DE PRODUÇÃO E BENEFICIAMENTO DE ROSAS

NEITZEL, Greice¹; SCHMIDT, Gerusa Portantiolo²; LUZ, Maria Laura Gomes Silva³; LUZ, Carlos Alberto Silveira³; GOMES, Mário Conill³

¹Acadêmica de Engenharia Agrícola CENG/UFPel; ²Engenheira Agrícola; ³Professor CENG/UFPel

1 INTRODUÇÃO

A floricultura desenvolve-se em pequenas áreas próximas a grandes centros consumidores, devido à natureza do produto, como flores cortadas, que necessitam de rápida comercialização, não havendo possibilidade de armazenamento para períodos longos, pois a durabilidade é de poucos dias (TAKANE; SIQUEIRA; CASARINI, 2007).

Segundo Bongers (1995), pode ser considerada uma das atividades mais interessantes para os pequenos agricultores por representar uma significativa fonte de receita.

A partir da elaboração de uma análise de negócios, as decisões estratégicas, segundo a matriz de Ansoff (1990), são focadas especificamente na seleção do composto de produtos que a empresa fornecerá e dos mercados nos quais venderá. Nesse contexto, o vetor de crescimento especifica a direção dos negócios futuros da empresa.

Esta matriz estuda quatro aspectos: a penetração do produto no mercado; o desenvolvimento de mercados; o desenvolvimento de produtos e a sua diversificação. A penetração de mercado indica a direção de crescimento por meio do aumento na participação nos mercados atuais para os produtos já existentes. O desenvolvimento de mercados indica uma nova busca de mercados para os atuais produtos da empresa. O desenvolvimento de produtos cria novos produtos ou gera aperfeiçoamentos que alterem a percepção nos produtos atuais, que venham a substituir os produtos existentes nos mercados de atuação da empresa. A diversificação é especial, pois tanto os produtos quanto os mercados são novos para a empresa (ANSOFF, 1990; AAKER, 2001).

Não se pode descartar a possibilidade de ameaças que possam vir a comprometer a comercialização do produto, de acordo com a análise SWOT, que é uma definição das fraquezas e fortalezas de uma empresa, bem como as oportunidades e ameaças inseridas em seu ambiente (CASAROTTO, 2009).

Os índices econômicos mostram se um projeto é atrativo ou não. O Valor Presente Líquido (VPL) é um índice que se caracteriza pela transferência para o instante presente de todas as variações de caixa esperadas. Quanto maior for o VPL mais atrativo é o investimento.

A Taxa Interna de Retorno (TIR) é a taxa de juros pela qual o valor presente das receitas torna-se igual aos desembolsos, neste caso visa determinar a taxa de remuneração se realizado o investimento. A TIR deve ser comparada com a TMA, que é a Taxa Média de Atratividade praticada no mercado financeiro.

A Taxa Interna de Retorno modificada (TIRm) é uma forma alterada da taxa interna de retorno e procura corrigir problemas relacionados à diferença de taxas reais de financiamento dos investimentos (despesas com valores negativos) e de aplicação de caixa excedente (receitas com valores positivos) existente no cálculo

da TIR. O *payback* representa o período de recuperação, ou seja, o tempo para recuperar o investimento inicial (BUARQUE, 1991; CASAROTTO, 2009).

O presente projeto teve o objetivo de realizar a análise econômica da implantação de uma empresa produtora de rosas na região de Pelotas – RS, com uma área cultivada de 2 ha cobertos por estufas, tendo uma produção diária variando de 1.500 a 3.000 hastes, dependendo da estação do ano.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Foi realizado um levantamento na região de Pelotas para caracterizar o mercado consumidor de rosas. Esses dados serviram de base para dimensionar as operações unitárias e os equipamentos para cultivo de rosas em estufas, desde o plantio até a comercialização.

A análise econômica considerando as intenções iniciais do projeto em questão foi elaborada a partir do fluxo de caixa do mesmo, contabilizando todos os custos para implantação e manutenção da atividade, verificando assim a possibilidade de viabilidade do mesmo e quanto tempo levaria para haver o retorno do capital investido, com base nos indicadores econômicos: TMA, TIR, TIRm, VPL e *payback*, com um horizonte de planejamento de 10 anos (BUARQUE, 1991).

Foi realizada uma análise SWOT, segundo Casarotto (2009), para simular algumas situações, as quais são chamadas de cenários. As decisões estratégicas foram tomadas a partir da matriz de Ansoff (1990).

Os cenários estudados foram: atual (considera uma possível queda de 50% de produção no inverno), preocupante 1 (considera uma possível queda de 20% do valor comercial do produto, devido aos competidores), preocupante 2 (considera uma possível queda de 30% do valor comercial do produto, devido às intempéries), otimista (considera uma possível queda de 25% de produção no inverno).

Foi considerado que a produção no primeiro ano é de 60% da capacidade produtiva da empresa, no segundo ano é de 90% e a partir do terceiro ano é plena produção.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir das pesquisas realizadas no município de Pelotas e região, considerando as decisões estratégicas, foi realizada a avaliação da matriz de Ansoff (1990), conforme mostra a Figura 1.

No primeiro ano de funcionamento da empresa pretende-se fazer a inserção do produto no mercado, iniciando apenas com a produção e comercialização de rosas para manter um mercado já existente no município de Pelotas e atingir, já no primeiro ano, a inserção no mercado dos municípios de Rio Grande e Canguçu.

No segundo ano pretende-se manter a produção e comercialização de rosas nos municípios de Pelotas, Rio Grande e Canguçu, inserindo a produção e comercialização de mudas de roseiras, ou seja, um novo produto no mercado.

A partir do terceiro ano, para conquistar novos mercados, serão elaborados arranjos de rosas para venda direta ao consumidor e com encomendas pela internet, que serão entregues aos consumidores na cidade. Pretende-se também iniciar no terceiro ano a comercialização no município de São Lourenço do Sul.

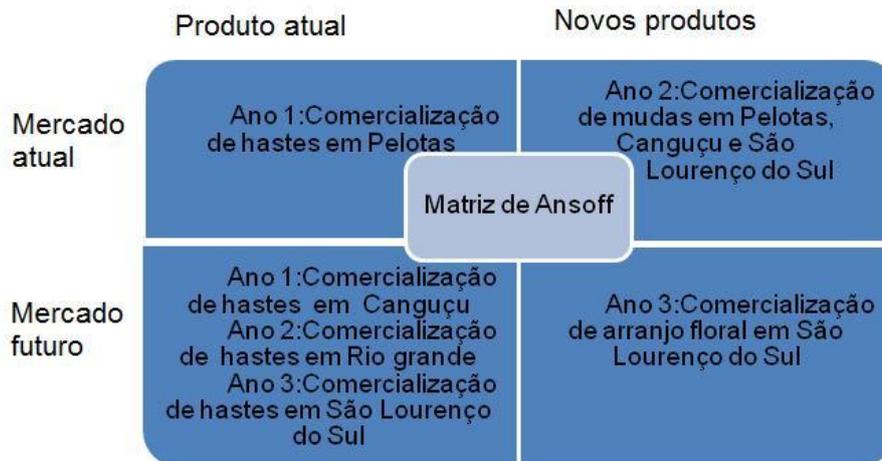


Figura 1- Matriz de Ansoff

A partir da realização da análise SWOT (Figura 2) foram elaborados cenários para o projeto, representados na Tabela 1. Sendo o mercado atual composto por poucos concorrentes, é bastante fácil conquistar o cliente, considerando-se que o produto é diferenciado, por apresentar maior durabilidade que os adquiridos de São Paulo, além da atividade já ser conhecida pelos proprietários, não necessitando de grande treinamento para atingir a plena produção. Para este cenário, o projeto mostrou-se atrativo (TIR maior que TAM) e com um *payback* de 2 anos. Porém, não se pode descartar a possibilidade de entrada de concorrentes que venham a competir com preços menores. Para esta situação, o cenário preocupante 1 mostrou que ainda há a viabilidade do projeto, porém com um *payback* ocorrendo apenas no 9º ano de atividade.

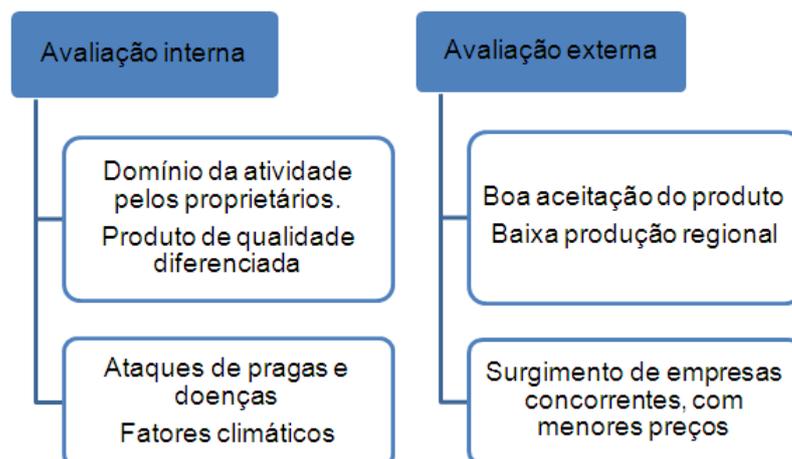


Figura 2- Análise SWOT

Como este projeto trata diretamente com produção agrícola, não se pode descartar a ocorrência de intempéries climáticas, podendo gerar uma queda na produção, conseqüentemente, reduzindo a comercialização. Assumindo este risco, surgiu o cenário preocupante 2, que se mostrou inviável.

Devido ao fato da ausência de testes na produção de rosas em estufa, na região de Pelotas, o presente projeto considerou no cenário atual que no período de inverno, correspondente aos meses de junho a outubro, há uma queda produtiva de

50%. Mas, esta queda na produção pode não ser tão elevada. Com base neste fato, elaborou-se também um cenário otimista, considerando uma queda de apenas 25% no período frio. Neste caso o projeto torna-se ainda mais atrativo que o cenário atual.

Tabela 1 – Cenários estudados e seus respectivos indicadores econômicos

Índices	Cenários			
	Atual	Preocupante 1	Preocupante 2	Otimista
TMA (%)	11,43	11,43	11,43	11,43
VPL (R\$)	943.944,69	246.905,50	-162.206,11	1.344.481,34
TIR (%)	59,67	23,25	4,61	78,38
TIRm (%)	26,65	15,83	8,73	30,04
Payback (anos)	2	9	9	2

4 CONCLUSÕES

De acordo com o objetivo inicial do projeto em produzir de 1500 a 3000 hastes de rosas por dia, em uma região que apresenta poucos produtores, um bom mercado consumidor e larga experiência por parte dos proprietários, percebe-se a viabilidade do mesmo, tendo um retorno bastante satisfatório desde os primeiros anos de atividade.

Se a queda produtiva nos períodos mais frios do ano não for maior que 50%, conforme estimado, o projeto, além de viável, vai se tornar ainda mais atrativo.

5 REFERÊNCIAS

AAKER, D.A. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.

ANSOFF, H. **Do planejamento estratégico à administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 270p. 1990.

BONGERS, F. J. A economia das flores. **Revista Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 9, p. 1-4, 1995.

BUARQUE, C. **Avaliação econômica de projetos**: uma apresentação didática. 6.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1991. 124p.

CASAROTTO, F. N. **Elaboração de projetos empresariais**: análise estratégica, estudo de viabilidade e plano de negócio. São Paulo: Atlas, 2009. 236p.

TAKANE R.J; SIQUEIRA, P.T.V; CASARINI, E. **Cultivo de rosas**. Brasília: LK, 2007, 171p.