



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO  
CAMPUS CAMPOS BELOS  
BACHARELADO EM ZOOTECNIA

**Laudilei Ferreira da Paz**

**PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA APISPAZ**

**CAMPOS BELOS / GO**

**2023**

**Laudilei Ferreira da Paz**

**PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA APISPAZ**

Trabalho de conclusão de curso apresentado aos membros avaliadores do curso de Bacharelado em Zootecnia do Instituto Federal Goiano – Campus Campos Belos, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Zootecnia.

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup>. Ma. Francielle Rego Oliveira Braz

**CAMPOS BELOS/GO**

**2023**

Sistema desenvolvido pelo ICMC/USP  
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
**Sistema Integrado de Bibliotecas - Instituto Federal Goiano**

P348p Paz, Laudilei Ferreira da  
Plano de negócios da empresa ApiPaz / Laudilei  
Ferreira da Paz; orientadora Francielle Rego  
Oliveira Braz. -- Campos Belos, 2024.  
54 p.

TCC (Graduação em Bacharelado em Zootecnia) --  
Instituto Federal Goiano, Campus Campos Belos, 2024.

1. Apicultura. 2. Negócios. 3. Investimentos. 4.  
Mel. 5. Produção. I. Braz, Francielle Rego Oliveira,  
orient. II. Título.

# TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR PRODUÇÕES TÉCNICO-CIENTÍFICAS NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO IF GOIANO

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano a disponibilizar gratuitamente o documento em formato digital no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF Goiano), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IF Goiano.

## IDENTIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO TÉCNICO-CIENTÍFICA

- Tese (doutorado)  Artigo científico  
 Dissertação (mestrado)  Capítulo de livro  
 Monografia (especialização)  Livro  
 TCC (graduação)  Trabalho apresentado em evento

Produto técnico e educacional - Tipo:

Nome completo do autor:

Laudilei Ferreira da Paz

Matrícula:

2019106201840035

Título do trabalho:

Plano de Negócios da empresa ApisPaz

## RESTRIÇÕES DE ACESSO AO DOCUMENTO

Documento confidencial:  Não  Sim, justifique:

Informe a data que poderá ser disponibilizado no RIIF Goiano: 09 /02 /2024

O documento está sujeito a registro de patente?  Sim  Não

O documento pode vir a ser publicado como livro?  Sim  Não

## DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

O(a) referido(a) autor(a) declara:

- Que o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- Que obteve autorização de quaisquer materiais inclusos no documento do qual não detém os direitos de autoria, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- Que cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano.

gov.br

Documento assinado digitalmente

LAUDILEI FERREIRA DA PAZ  
Data: 05/02/2024 05:49:23-0300  
Verifique em <https://validar.itu.gov.br>

Campos Belos

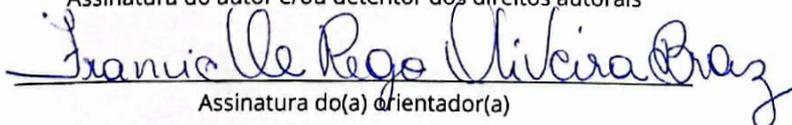
Local

05 /02 /2023

Data

Ciente e de acordo:

Assinatura do autor e/ou detentor dos direitos autorais



Assinatura do(a) orientador(a)



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

Ata nº 6/2024 - UE-CB/GE-CB/CMPCBE/IFGOIANO

## ANEXO V

### ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO BACHARELADO EM ZOOTECNIA

Em dois de fevereiro de 2024, às quatorze horas e três minutos, reuniu-se os componentes da Banca Examinadora, Ma. Francielle Rego Oliveira Braz, Ma. Luciene de Sousa Conceição de Mora Pinto, Dr. Marcos Odilon Dias Rodrigues, sob presidência do primeiro, nas dependências do Instituto Federal Goiano - Campus Campos Belos, em sessão pública, para defesa do trabalho de conclusão de curso (TCC) intitulado: Plano de Negócio da Empresa APISPAZ do estudante Laudilei Ferreira da Paz, sob a orientação da professora Francielle Rego Oliveira Braz do Curso Bacharelado em Zootecnia. Tendo em vista as normas que regulamentam o Trabalho de Curso e procedidas as recomendações, o estudante foi considerado aprovado com ressalvas (caso haja correções), considerando-se integralmente cumprido este requisito quando o aluno entregar a versão final corrigida, para fins de obtenção do título de Bacharel em Zootecnia. Nada mais havendo a tratar, eu, Francielle Rego Oliveira Braz, lavrei a presente ata que, após lida e aprovada, segue assinada por seus integrantes.

Campos Belos, 02 de fevereiro de 2024.

Justificativa e comentários sobre o trabalho: trabalho relevante e muito bom, com algumas alterações necessárias a serem feitas.

Assinado eletronicamente via SUAP

Francielle Rego Oliveira Braz

Orientadora

Assinado eletronicamente via SUAP

Luciene de Sousa Conceição de Mora Pinto

Membro da banca

Assinado eletronicamente via SUAP

Marcos Odilon Dias Rodrigues

Membro da banca

Documento assinado eletronicamente por:

- Luciene de Sousa Conceicao de Moura Pinto, COORDENADOR(A) DE CURSO - FUC0001 - CCBA-CBE, em 02/02/2024 16:37:22.
- Marcos Odilon Dias Rodrigues, COORDENADOR(A) - FG0001 - CGEF-CB, em 02/02/2024 16:25:16.
- Francielle Rego Oliveira Braz, COORDENADOR(A) DE CURSO - FUC0001 - CCTAGRI-CB, em 02/02/2024 15:53:39.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 02/02/2024. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifgoiano.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 568361

Código de Autenticação: 90d32100fb



INSTITUTO FEDERAL GOIANO

Campus Campos Belos

Rodovia GO-118 Qd. 1-A Lt. 1 Caixa Postal, 614, Setor Novo Horizonte, CAMPOS BELOS / GO, CEP 73.840-000

(62) 3451-3386

## Sumário

1	INTRODUÇÃO	10
2	SUMÁRIO EXECUTIVO	12
2.1	Descrição do projeto	12
2.2	Dados do empreendedor, perfil e atribuições	13
3	APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	14
3.1	Missão, Visão e Valores	14
3.2	Dados do empreendimento	15
3.3	Setor de atividades	15
3.4	Forma jurídica	15
3.5	Enquadramento tributário	15
3.6	Capital social	15
4	PLANO DE MARKETING	17
4.1	Descrição dos principais produtos	17
4.2	Estudo dos clientes	18
4.3	Estudo dos concorrentes	18
4.4	Estudo dos fornecedores	19
4.5	Estratégias promocionais	20
4.6	Estrutura de comercialização	21
5	PLANO OPERACIONAL	23
5.1	Localização do negócio	23
5.2	Layout /arranjo físico	23
5.3	Capacidade produtiva e/ou comercial	24
5.4	Processo de produção e /ou comercialização	25
5.5	Necessidade de pessoal	29
5.6	Responsabilidade socioambiental	29
6	PLANO FINANCEIRO	31
6.1	Estimativa do investimento total	31
6.2	Estimativa dos investimentos fixos	31
6.3	Estimativa dos investimentos financeiros	36
6.4	Estimativa dos investimentos pré-operacionais	37
6.5	Estimativa do investimento total (resumo)	37
6.6	Estimativa do faturamento mensal da empresa	38
6.7	Estimativa dos custos com materiais e/ou insumos	39
6.8	Apuração do custo dos materiais e/ou mercadorias vendidas	40

6.9	Estimativa dos custos de comercialização	40
6.10	Estimativa dos custos com mão-de-obra	41
6.11	Estimativa do custo com depreciação	41
6.12	Estimativa dos custos fixos mensais	44
6.13	Demonstrativo de resultados	45
6.14	Indicadores de viabilidade	47
6.14.1	Análise Econômico-financeira	47
7	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	54
7.1	Matriz SWOT	54
7.2	Parecer Avaliativo	56
8	DOCUMENTAÇÃO DE APOIO	57
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58

## 1 INTRODUÇÃO

As abelhas surgiram no Continente Asiático há aproximadamente 45 milhões de anos, e começaram a ser exploradas, racionalmente, pelo homem desde 2.400 a.C. Atualmente, a apicultura é considerada a arte de criar abelhas (*Apis mellifera*), com a principal finalidade a produção de mel, mas também subprodutos com alto potencial econômico como a cera, extrato de própolis, geleia real e, também, a polinização de plantações nos arredores das colmeias (PIRES, 2021).

É uma atividade de grande importância, provendo benefícios sociais e econômicos, contribuindo para a manutenção e preservação de ecossistemas existentes, além de ser uma atividade que vem crescendo ao longo dos anos; apresenta-se como uma boa alternativa para exploração com objetivo econômico nas propriedades rurais (PIRES, 2021).

Devido aos avanços significativos na cadeia de produção do mel, a inserção desse produto no mercado nacional e internacional vem ganhando uma rápida projeção (BORGES, 2010).

O setor apícola registra crescimento na produção e exportação de mel e derivados já há algum tempo. No ano de 2016, o setor faturou mais de R\$ 470 milhões e exportou mais de 24 mil toneladas. O mel brasileiro e seus derivados são conhecidos mundialmente com grande aceitação no mercado europeu e norte-americano sendo considerado um dos mais puros do mundo

De acordo com o censo do IBGE, atualmente o Brasil possui cerca de 350 mil produtores de mel, e em 2021 registrou recorde de produção, com 55,8 mil toneladas, aumento de 6,4% ante a 2020, o que faz do país o décimo maior produtor de mel do mundo.

O país possui vantagens tendo o clima tropical com grande território em vegetação, apesar do aumento na significativo de produtividade, existe potencial para melhorar ainda mais esse resultado, com o aperfeiçoamento das técnicas de apicultura e melhoramento genético, podendo chegar a ser um dos países líderes em produção de mel.

A ApisPaz, uma empresa comprometida com a apicultura sustentável, está embarcando em uma jornada digital para oferecer uma ampla variedade de produtos

apícolas autênticos e de alta qualidade. Localizada estrategicamente na zona rural de São Domingos, a ApisPaz visa não apenas proporcionar uma produção sustentável e fresca, mas também se destacar no mercado online, atendendo a uma base diversificada de consumidores. Nossa loja virtual será um espaço onde os clientes poderão explorar e adquirir produtos apícolas de maneira conveniente, participando de uma experiência única e autêntica.

O objetivo principal deste plano de negócios é delinear as estratégias da ApisPaz para se tornar uma referência no mercado de produtos apícolas online, com foco especial na microrregião nordeste goiana.

Ao longo deste plano de negócio serão abordadas as ferramentas para o desenvolvimento do negócio de apicultura, em uma propriedade localizada no município de São Domingos (GO). Especificamente, no processo de gestão desta atividade, procurou-se determinar os principais itens dos custos de produção, bem como caracterizar os parâmetros de rentabilidade em um ciclo produtivo, fatores essenciais para minimização de custos e aumento da lucratividade na produção de produtos apícolas.

## 2 SUMÁRIO EXECUTIVO

A ApisPaz é uma empresa especializada no ramo da apicultura, terá atuação de forma online e seu apiário será localizado na zona rural da cidade de São Domingos, Goiás. Nosso compromisso é fornecer produtos apícolas de alta qualidade, promovendo uma experiência única para os consumidores.

Nosso público-alvo inicial abrange a população local de São Domingos, mas estamos abertos para atender também a demanda da região e de todos aqueles que valorizam produtos apícolas artesanais.

Estamos estrategicamente situados na zona rural da cidade de São Domingos, Goiás, aproveitando as condições favoráveis para a prática da apicultura e garantindo produtos frescos e autênticos. Escolhemos esse local devido à sua proximidade com áreas propícias para a criação de abelhas, garantindo a qualidade dos nossos produtos.

Além disso, o Centro Apícola está inserido em uma região de grande beleza natural e é de fácil acesso para quem busca produtos apícolas de excelência.

O investimento inicial realizado pelo fundador da ApisPaz é de R\$165.668,55 que será destinado para a aquisição de equipamentos modernos, treinamento especializado e para o desenvolvimento sustentável das nossas atividades apícolas.

Nossas projeções financeiras indicam uma expectativa de faturamento mensal de R\$2.525,00 no primeiro ano de atividade, totalizando um faturamento anual de R\$30.300,00. Ao analisarmos o plano financeiro, constatamos que o retorno do investimento se dará em um prazo de quase 238 anos.

### 2.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO

A ApisPaz é um projeto em desenvolvimento, dedicado à apicultura e com o propósito de oferecer produtos apícolas autênticos e de alta qualidade. Atualmente, estamos nos estágios iniciais e nossa presença se dará principalmente online, por meio de uma futura loja virtual.

Situado na zona rural de São Domingos, o futuro apiário será estrategicamente posicionado para garantir a produção sustentável e fresca dos nossos produtos. Nosso foco é atender a uma variedade de clientes, especialmente

aqueles das classes B, C e D, que demonstram apreço por produtos apícolas autênticos e sustentáveis.

Estamos planejando oferecer diversas opções de atendimento, incluindo compras online, retiradas e entregas, para atender às preferências dos futuros consumidores. Nosso objetivo é criar uma experiência única, destacando a qualidade dos produtos apícolas que pretendemos disponibilizar.

Além disso, a ApisPaz está explorando a possibilidade de participar de feiras e eventos culturais locais à medida que o projeto se desenvolve. Acredita-se que essa participação será uma oportunidade valiosa para apresentar a proposta, conectar com a comunidade e compartilhar a paixão pela apicultura.

Como o projeto ainda está no estágio de desenvolvimento, há o comprometimento em explorar as melhores estratégias para garantir o sucesso do projeto ApisPaz. Estamos animados com a jornada que temos pela frente e ansiosos para estabelecermos uma presença significativa na comunidade de São Domingos e regiões adjacentes, proporcionando produtos apícolas autênticos e enriquecedores.

## 2.2 DADOS DO EMPREENDEDOR, PERFIL E ATRIBUIÇÕES

Nome: Laudilei Ferreira da Paz

Endereço: Rua Clemente Alexandrino, quadra 3, lote 13, setor norte.

Cidade: São Domingos - GO

CEP: 73860-000

Telefone: (62) 9 9686 - 6031

Perfil: Empresário Bacharel em Zootecnia, possui experiência com a apicultura através de cursos e projetos desenvolvidos em ambiente acadêmico.

Atribuições do proprietário: Administrador e Apicultor.

### **3 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA**

A ApisPaz é uma empresa focada na apicultura e está estabelecendo sua presença online, através de uma loja virtual, para oferecer uma variedade de produtos apícolas autênticos e de alta qualidade. Localizado estrategicamente na zona rural de São Domingos, nosso apiário visa proporcionar uma produção sustentável e fresca dos nossos futuros produtos.

Nosso compromisso é atender a uma ampla gama de consumidores, especialmente aqueles das classes B, C e D, que valorizam a autenticidade e a qualidade dos produtos apícolas. Através da nossa loja online, os clientes terão acesso a diferentes opções de atendimento, desde compras virtuais até retiradas e entregas, proporcionando uma experiência flexível e conveniente.

Estamos dedicados a oferecer uma experiência única aos clientes, enfatizando não apenas a qualidade dos produtos apícolas, mas também compartilhando a paixão que temos pela apicultura. À medida que o projeto avança, considera-se participar de eventos online, feiras virtuais e outras atividades que nos permitam interagir de forma significativa com a comunidade virtual.

A ApisPaz está entusiasmada com a oportunidade de se tornar uma referência na oferta de produtos apícolas online.

#### **3.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES**

**Missão:** Na ApisPaz, temos a missão de produzir produtos apícolas de alta qualidade, de forma sustentável e responsável. Acredita-se que a preservação das abelhas é fundamental para a biodiversidade e o equilíbrio do ecossistema, por isso, comprometemo-nos em utilizar práticas apícolas que respeitem o bem-estar das colônias e o meio ambiente.

**Visão:** Na ApisPaz, nossa visão é ser reconhecida como líder e destaque no mercado de produtos apícolas no estado de Goiás, proporcionando aos clientes uma experiência única ao consumir os produtos. O projeto propõe-se ser referência dentro de uma apicultura responsável e sustentável, contribuindo para a preservação das abelhas e o equilíbrio do ecossistema. Deseja-se ainda que a marca seja associada a qualidade, pureza e comprometimento com o bem-estar das abelhas e do meio ambiente.

Valores: Na ApisPaz, cultuamos valores como o foco no cliente, o respeito a natureza, a qualidade e autenticidade dos produtos, ética e transparência, inovação e aperfeiçoamento contínuo e por fim, conscientização e educação do público. Esses valores são a base das operações e orientam as decisões estratégicas, visando sempre o crescimento sustentável e a contribuição positiva para a sociedade e o meio ambiente.

### 3.2 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da empresa: APISPAZ

CNPJ/CPF: 065.770.311-77

Endereço: Fazenda Sabonete, a 13 quilômetros de distância do Km 77 da GO – 110, São Domingos-GO, CEP: 73860-000.

### 3.3 SETOR DE ATIVIDADES

A ApisPaz destaca-se no setor de atividades agropecuárias, com foco na apicultura e produção de produtos apícolas autênticos. Localizada na zona rural de São Domingos, buscamos uma produção sustentável e fresca.

### 3.4 FORMA JURÍDICA

Microempreendedor Individual - MEI

### 3.5 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

A empresa ApisPaz registrará suas atividades como MEI, e a tributação que mais se adequa é o simples nacional, que abrange os seguintes tributos e contribuições: INSS, ICMS e ISS.

### 3.6 CAPITAL SOCIAL

Tabela 01- Quadro Social

PROPRIETÁRIO(A)	VALOR (R\$)	% DE PARTICIPAÇÃO
Laudilei Ferreira da Paz	R\$ 165.668,55	100%

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

## 4 PLANO DE MARKETING

O plano de marketing da ApisPaz será focado em estratégias que valorizem os produtos apícolas, com destaque para promoções semanais de itens selecionados, como mel ou produtos derivados, oferecendo descontos especiais ou combos atrativos. A divulgação dessas promoções será realizada nas redes sociais, especialmente no WhatsApp e Instagram, visando engajar os clientes e fortalecer a presença online da ApisPaz.

Com base nas valiosas informações coletadas através do formulário que investigou os hábitos de consumo dos potenciais clientes, identificou-se padrões significativos que nortearão a estratégia de marketing. A preferência por embalagens de vidro se destaca, com aproximadamente 55% dos entrevistados optando por essa opção, enquanto 40,4% demonstram preferência por embalagens plásticas.

Considerando os tamanhos de embalagem, observou-se que 40,4% dos consumidores manifestam preferência por embalagens de 500 gramas, seguidos por 30,1% para 1000 gramas e 24,3% para 250 gramas. Com esses insights, decidiu-se comercializar o mel exclusivamente em embalagens de vidro, mesmo considerando o custo relativamente mais alto. Essa escolha estratégica visa agregar valor ao produto, destacando-o no mercado regional. Além disso, as embalagens de vidro são ecologicamente amigáveis, podendo ser recicladas ou reutilizadas pelos clientes, alinhando-se com nosso compromisso ambiental.

Com relação aos tamanhos de embalagem, planeja-se ajustar a produção para atender às preferências identificadas. Assim, 45% do mel será envasado em embalagens de 500 gramas, 30% em embalagens de 1000 gramas e 25% em embalagens de 250 gramas. Essa estratégia visa atender de maneira precisa às expectativas do público-alvo, proporcionando uma oferta alinhada com suas preferências e maximizando a aceitação do produto no mercado local.

### 4.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS

Os principais produtos da ApisPaz serão:

Mel em Embalagens de Vidro:

Embalagens de 500g: Representando 45% da produção.

Embalagens de 1000g: Compondo 30% da produção.

Embalagens de 250g: Correspondendo a 25% da produção.

A ApisPaz concentrará seus esforços na produção dessas variantes de mel, atendendo assim às preferências específicas do público-alvo identificadas no formulário. Essa estratégia visa não apenas atender às demandas dos consumidores, mas também diferenciar os produtos no mercado local, aproveitando a preferência por embalagens de vidro e tamanhos específicos.

#### 4.2 ESTUDO DOS CLIENTES

No questionário destinado aos potenciais clientes da empresa, destaca-se que 61,8% dos participantes são do sexo feminino, enquanto 38,2% são do sexo masculino. Quanto à faixa etária, a maioria (46,3%) situa-se entre 18 e 30 anos. Entretanto, também é notável a presença significativa nas faixas etárias de 31 a 45 anos (26,5%) e de 46 a 60 anos (16,9%).

Considerando que a empresa está localizada em uma cidade integrante da microrregião nordeste goiana e levando em conta a escassa concorrência no mercado de mel em nossa região, nossa ênfase inicial será atender às cidades dessa microrregião.

Especificamente, concentraremos os esforços nas localidades de Campos Belos-GO, São Domingos-GO, Divinópolis-GO e Posse-GO. Com base nesse contexto, será estabelecido como público-alvo, homens e mulheres com idades variando de 18 a 60 anos, residentes na microrregião do nordeste goiano.

#### 4.3 ESTUDO DOS CONCORRENTES

A fim de identificar os principais concorrentes do projeto, foi feita uma pesquisa de mercado, que consistiu em ir aos supermercados e feiras das cidades e observar quais marcas e quais estabelecimentos faziam a comercialização de mel.

Após a pesquisa nas cidades em que o projeto atuará suas vendas de mel, identifica-se que os principais concorrentes compreendem supermercados, lojas de produtos naturais e alguns feirantes locais. Na análise de mercado, observou-se que o mel provém de diversas localidades, como Anápolis-GO, Orizona-GO, Goiânia-GO, Porto Nacional-TO e até mesmo do estado do Piauí. Diversas marcas de mel se destacaram, notadamente "Frutos da Terra", "Da Rocinha", "Apiário

Cajuína", "Apiário RB" e "Rancheiro", sendo esta última a mais prevalente nas prateleiras dos supermercados visitados.

Conforme mencionado anteriormente, os meios disponíveis na região são provenientes de outras partes do Brasil, o que implica a necessidade de distribuidores para levá-los até o consumidor final, aumentando, assim, o custo para o cliente. Essa característica é percebida como uma desvantagem em relação aos concorrentes. Adicionalmente, observou-se que a aplicação de estratégias de marketing para a venda de mel não é uma prática comum entre os concorrentes analisados.

A qualidade e a origem dos alimentos são fatores cruciais na decisão de compra do consumidor. Quando os consumidores têm conhecimento da origem de um alimento e confiam na marca ou na fonte, estão mais propensos a realizar a compra. Nesse aspecto, reconhece como ponto positivo dos concorrentes o fato de oferecerem méis de marcas renomadas e estarem em conformidade com as normas de qualidade e segurança alimentar, evidenciado pela presença de selos autênticos do S.I.F (Serviço de Inspeção Federal) ou S.I.E (Serviço de Inspeção Estadual) em todos os produtos disponíveis.

#### 4.4 ESTUDO DOS FORNECEDORES

Na atividade apícola, é crucial contar com uma diversidade de equipamentos e insumos, tanto para a produção quanto para o beneficiamento do mel. Isso ressalta a importância de assegurar o acesso a fornecedores confiáveis e estratégicos, elementos fundamentais para o êxito do empreendimento.

Dado que a apicultura é uma prática ainda pouco explorada na região onde a empresa será estabelecida, torna-se evidente a carência de fornecedores locais para muitos dos materiais essenciais. Diante deste cenário, optou-se por suprir essa lacuna por meio da aquisição de produtos de fornecedores online, garantindo assim a continuidade fluida de nossas operações.

Nesse contexto, será apresentado a seguir uma visão abrangente dos principais fornecedores da ApisPaz.

Tabela 02 - Principais fornecedores

Fornecedor	Endereço do Site	Itens
Mezzalira Mix	<a href="https://www.mezzaliramix.com.br/">https://www.mezzaliramix.com.br/</a>	Equipamentos e Embalagens
Sr Apicultura	<a href="https://srapicultura.com.br/">https://srapicultura.com.br/</a>	EPIs e Acessórios
Vidropet	<a href="https://www.vidropet.com.br/">https://www.vidropet.com.br/</a>	Embalagens
Beethoven Agropet	<a href="https://shopee.com.br/beethovenagropet?categoryId=100631&amp;entryPoint=ShopByPDP&amp;itemId=20797151839">https://shopee.com.br/beethovenagropet?categoryId=100631&amp;entryPoint=ShopByPDP&amp;itemId=20797151839</a>	Caixas e equipamentos
Cia da Abelha	<a href="https://www.ciadaabelha.com.br/">https://www.ciadaabelha.com.br/</a>	Equipamentos e EPIs
Emplasul	<a href="http://www.lojaemplasul.com.br">www.lojaemplasul.com.br</a>	Embalagens
Loja do Mecânico	<a href="https://www.lojadomecanico.com.br/">https://www.lojadomecanico.com.br/</a>	Estrados e embalagens
Apiário Serrano	<a href="http://www.aparioserrano.com.br">www.aparioserrano.com.br</a>	Máquinas e equipamentos

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

#### 4.5 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Com o objetivo de impulsionar as vendas e consolidar a imagem da marca, as empresas desenvolvem estratégias promocionais diversificadas, que abrangem uma variedade de métodos, como eventos, marketing de conteúdo, descontos, anúncios, promoções, entre outros. Essas abordagens são direcionadas para influenciar o

comportamento do consumidor e despertar o interesse em relação aos produtos ou serviços oferecidos, constituindo ações voltadas para atrair clientes e alcançar os objetivos da empresa.

Dentre as várias estratégias promocionais disponíveis, o projeto adotará três abordagens que acredita-se serem as mais propícias para obter resultados expressivos. Essas estratégias incluem campanhas nas mídias sociais, parcerias estratégicas e um programa de recompensas.

A promoção do delicioso mel nas redes sociais desempenha um papel crucial no plano promocional. A construção de uma presença online robusta é essencial para informar as pessoas sobre os benefícios do produto. Os objetivos incluem o compartilhamento de imagens altamente atrativas do mel para destacar sua qualidade e autenticidade, a divulgação de conteúdos informativos sobre os benefícios do mel para a saúde e o bem-estar, a realização periódica de sorteios do produto para aumentar o engajamento dos seguidores e um compromisso ativo com os seguidores, respondendo a perguntas e comentários em nossas postagens.

Será possível reconhecer a importância das parcerias estratégicas como meio para impulsionar o crescimento. Na ApisPaz, estamos empenhados em estabelecer colaborações com lojas de produtos naturais, mercados locais, lanchonetes e padarias que compartilham valores de qualidade e sustentabilidade. As estratégias de parceria envolvem o fornecimento e venda do mel em lojas de alimentos naturais e mercados locais, a criação de parcerias com lanchonetes e padarias para que o mel seja oferecido como adoçante natural ou acompanhamento nas refeições, aumentando a visibilidade da empresa perante potenciais clientes, e a participação em eventos e feiras locais para promover o consumo do mel e divulgar o produto a novos consumidores.

Outro pilar essencial das estratégias promocionais é o programa de recompensas, destinado a fidelizar os clientes. Esta será a forma de retribuir aos clientes fiéis e incentivar compras recorrentes. Os principais elementos do programa de recompensas incluirão descontos exclusivos e brindes personalizados para clientes que efetuarem compras regulares, bem como a implementação de cartões de fidelidade, onde, após atingir uma quantidade determinada de compras, o cliente terá direito a descontos ou brindes.

As estratégias promocionais, fundamentadas em campanhas de mídia social, parcerias estratégicas e programas de recompensas, são consistentes com nossa

visão e visam não apenas atrair novos clientes, mas também fortalecer relacionamentos duradouros com a clientela.

#### 4.6 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

Será adotado um modelo de comercialização por meio do serviço de delivery, utilizando o Instagram e o WhatsApp como os principais canais de vendas.

O Instagram desempenhará o papel de uma vitrine virtual, apresentando os produtos de maneira atrativa. Serão publicadas imagens envolventes do produto, compartilhando informações sobre seus benefícios, curiosidades e detalhes sobre a rotina de produção. Os clientes interessados poderão clicar facilmente no link disponível em nosso perfil, sendo redirecionados para o WhatsApp.

O WhatsApp, por sua vez, será a plataforma central de vendas diretas. Ao acessar o WhatsApp, os clientes poderão tirar dúvidas, consultar preços, formas de pagamento e efetuar suas compras de maneira conveniente. Após a confirmação do pagamento, o pedido será cuidadosamente embalado e entregue no endereço do cliente por meio de um entregador terceirizado.

## 5 PLANO OPERACIONAL

### 5.1 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

A APISPAZ estabelecerá seu apiário na propriedade rural da família do proprietário, situada na cidade de São Domingos - GO, com sua sede a 13 quilômetros do KM 77 da rodovia GO-110. Esta localização abrigará o apiário da empresa, sendo responsável, inicialmente, por toda a produção de mel. Além disso, abrigará a "Casa do Mel," que servirá como instalação principal para o beneficiamento inicial de nosso mel.

Adicionalmente, a empresa disporá de uma pequena estrutura que servirá como local de armazenamento do mel já envasado, bem como um escritório. Essa instalação estará situada na rua Clemente Alexandrino Q3 L13, Setor Norte, em São Domingos - GO. Essa adição se faz necessária devido à distância entre a Casa do Mel e o centro de consumo, que, no caso, compreende a cidade de São Domingos e outras cidades mencionadas.

### 5.2 LAYOUT /ARRANJO FÍSICO

Como mencionado anteriormente, em nossa fazenda, será planejado estabelecer o apiário, a casa do mel e um pequeno escritório. Na cidade de São Domingos, GO, teremos um ponto de estoque e comercialização exclusivo para o mel.

O apiário ocupará as coordenadas de  $-13.490348^\circ$  de latitude e  $-46.456087^\circ$  de longitude, abrangendo uma área aproximada de 15 metros de largura por 45 metros de comprimento, totalizando 675 metros quadrados. Inicialmente, instalaremos 10 colmeias para a produção de mel. Elas serão posicionadas em fila ao longo do comprimento do apiário, com um metro de distância entre cada uma, garantindo espaço suficiente para a circulação do apicultor e dos equipamentos. O apiário estará situado a mais de 500 metros da sede da propriedade mais próxima, atendendo às distâncias mínimas de segurança exigidas para a instalação. Adicionalmente, no local escolhido, as abelhas terão acesso a três fontes de água dentro de um raio de 500 metros, o que contribuirá para a eficiência de suas atividades.

A sala do mel, onde serão realizados os primeiros processamentos, como desoperculação, centrifugação, filtragem, decantação e envase primário, contará com diversas áreas distintas. Inclui uma sala de recepção das melgueiras, aproximadamente 8 metros quadrados; uma sala de processamento do mel, com cerca de 15 metros quadrados, onde serão localizados a mesa desoperculadora, a centrífuga, filtros e o decantador. Além disso, haverá uma sala para armazenagem de embalagens, com aproximadamente 3 metros quadrados; uma sala de expedição, com cerca de 5 metros quadrados; e, por fim, uma sala de higienização de aproximadamente 3 metros quadrados, equipada com pia, lava-botas e armários.

O escritório estará adjacente à sala do mel e terá um espaço de cerca de 5 metros quadrados, o suficiente para acomodar uma mesa, três cadeiras, uma impressora e armários.

Em São Domingos, o ponto de estoque e comercialização do mel estará localizado na rua Clemente Alexandrino, quadra 3, lote 13, setor norte. Este espaço compreenderá aproximadamente 20 metros quadrados. Apesar das vendas serem de forma online, esse ponto de estoque se faz necessário para melhorar a logística de entregas do futuro projeto.

### 5.3 CAPACIDADE PRODUTIVA E/OU COMERCIAL

Segundo informações do portal Agência Brasília, da Secretaria de Estado de Comunicação do DF, uma colmeia pode produzir em média 30 a 40 Kg de mel por ano em apiários fixos.

Considerando a média de 40 Kg de mel por colmeia por ano, nossa capacidade produtiva será de 400 Kg de mel no primeiro ano.

É importante ressaltar que essa estimativa se baseia em uma média conservadora de produção. O autor reconhece que, dependendo da prática de manejo adotada na atividade apícola e do melhoramento genético das colônias, a média de produção pode ser consideravelmente maior.

Quanto à capacidade comercial, diversos fatores influenciam, e a pesquisa de mercado é crucial para entender a demanda e o comportamento do consumidor. A capacidade comercial está diretamente ligada à receptividade do mercado aos produtos apícolas.

Certificações e Qualidade desempenham papel fundamental na comercialização de mel. Certificar-se de padrões de qualidade e segurança alimentar, além de buscar certificações reconhecidas, pode aumentar a confiança do consumidor.

Os canais de distribuição também são cruciais no processo comercial. Planejar como os produtos serão distribuídos, seja por meio de vendas diretas, mercados locais, lojas online ou parcerias com varejistas, é essencial para atingir o público-alvo de maneira eficiente e satisfazer a demanda do mercado.

#### 5.4 PROCESSO DE PRODUÇÃO E /OU COMERCIALIZAÇÃO

A jornada da apicultura começa com a preparação das colmeias. Este processo é crucial para garantir um ambiente saudável para as abelhas. As colmeias, sejam novas ou usadas, precisam ser meticulosamente limpas e desinfetadas. A limpeza previne a propagação de doenças e a infestação de parasitas, que podem devastar uma colmeia. Apicultores experientes costumam usar soluções de água sanitária ou calor para desinfetar as colmeias. Além disso, é importante verificar a integridade física da colmeia, garantindo que não haja fendas ou buracos que possam permitir a entrada de predadores ou causar problemas térmicos.

Após a preparação, o próximo passo é o povoamento das colmeias com abelhas. Existem diversas maneiras de povoar uma colmeia, sendo a mais comum a compra de enxames de um apicultor confiável. Outra técnica é capturar enxames selvagens, o que requer habilidade e cuidado para não estressar ou danificar as abelhas. Ao introduzir as abelhas na colmeia, é fundamental que elas se adaptem ao novo ambiente. Isso é feito gradualmente, permitindo que elas reconheçam a colmeia como seu novo lar. A APISPAZ escolherá o método de captura de enxames como estratégia de povoamento, considerando sua viabilidade econômica para apicultores iniciantes. Este método envolve várias etapas cuidadosamente planejadas:

**Preparação das caixas-isca:** As caixas-isca são meticulosamente preparadas para atrair os enxames. Este é um método passivo que visa atrair e alojar os enxames em caixas previamente preparadas.

Escolha do local: A seleção de um local estratégico é crucial para a atração eficaz das abelhas. O local deve ser seguro e propício para a formação de ninhos pelas abelhas.

Captura do enxame: A etapa final é a captura do enxame. Uma vez que um enxame é atraído para a caixa-isca, a caixa é cuidadosamente transportada para o apiário.

Transferência para a colmeia definitiva: Após a captura, o enxame é transferido para a colmeia definitiva. É importante notar que se o enxame foi capturado em uma caixa-isca de papelão, ele deve ser transferido para a colmeia definitiva. Os quadros com ovos ou larvas são mantidos no centro da colmeia.

A escolha do local para instalar as colmeias é um fator determinante para o sucesso da apicultura. As colmeias devem ser colocadas em uma área que ofereça proteção contra ventos fortes e exposição direta ao sol durante o dia inteiro. É vital que haja fontes de água nas proximidades e uma abundância de flores, pois as abelhas necessitam de acesso fácil a néctar e pólen. Além disso, o local deve ser tranquilo e de fácil acesso para o apicultor realizar as inspeções e manutenções necessárias. O apiário da ApisPaz será instalado seguindo as recomendações de segurança e bem-estar das abelhas. Na Figura 1, é possível visualizar a localização estratégica do apiário, cuja entrada é indicada pelo ponto "A". Em um raio de menos de 500 metros, identificamos três fontes de água (representadas pelos pontos B, C e D) disponíveis para as abelhas.

Em conformidade com as diretrizes de segurança para a instalação de apiários, a localização do apiário respeita a distância mínima de 500 metros de residências e áreas de criação de animais. As distâncias mínimas estão claramente demarcadas pelos círculos coloridos: o círculo amarelo indica a distância da sede da propriedade, enquanto o círculo vermelho representa a distância da propriedade vizinha.

Dessa forma, Será garantido ao apiário estar posicionado de maneira segura e eficiente, minimizando possíveis interações indesejadas com pessoas e animais, ao mesmo tempo em que proporcionamos um ambiente propício para as abelhas.

Figura 1: Água e distâncias de segurança do apiário.



Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

As inspeções regulares são essenciais na apicultura. O apicultor deve verificar a saúde das abelhas, a presença de doenças, pragas e a quantidade de mel e pólen armazenados. Durante a inspeção, é importante observar o comportamento das abelhas, a presença de larvas e ovos, e o estado da rainha, que é crucial para a saúde da colmeia.

Além da saúde das abelhas, o apicultor deve observar a estrutura da colmeia, incluindo os favos de cera. Uma boa manutenção previne a superlotação e estimula a produção de mel. Favos danificados ou velhos devem ser substituídos para manter a colmeia saudável e produtiva.

A empresa está comprometida em adotar práticas de manejo que priorizam a manutenção e a saúde das colmeias. Serão realizadas inspeções regulares, tanto nos períodos de entressafra e pré-safra quanto durante a safra de mel, com cada período exigindo manejos específicos. Durante o período de entressafra, quando há uma notável escassez de flores na natureza, torna-se essencial para o apicultor implementar práticas de manejo voltadas para a manutenção de suas colmeias. A principal estratégia adotada nesse período é o fornecimento de alimentação artificial, tanto energética quanto proteica.

Essa alimentação é dividida em duas categorias: a alimentação de subsistência e a alimentação de crescimento. A alimentação de subsistência, destinada a manter a colônia durante a escassez de recursos, é fornecida a cada 15 dias. Por outro lado, a alimentação de crescimento, que visa estimular o desenvolvimento da colônia, é fornecida semanalmente. A principal diferença entre essas duas categorias reside na quantidade de alimento fornecido.

No período de pré-safra, que geralmente começa 60 dias antes do início da safra, realizaremos inspeções semanais nas colmeias. O objetivo dessas inspeções é aplicar uma série de manejos críticos que preparam as abelhas para o período de safra. Esses manejos incluem a alimentação artificial, a substituição da rainha e a troca de favos velhos. Cada uma dessas ações desempenha um papel vital na garantia de uma safra de mel bem-sucedida.

Durante a safra, as inspeções são direcionadas para o monitoramento da produção de mel pelas colmeias. Nesse período, não é necessário realizar inspeções no ninho, mas sim nos quadros das melgueiras. Isso é feito para garantir que as abelhas não fiquem sem espaço para depositar o mel. Quando o apicultor observa que a última melgueira está com 80% do espaço preenchido com mel, é necessário adicionar uma nova melgueira. Dessa forma, assegura-se um ambiente adequado para a produção contínua de mel no período de safra.

Próximo ao fim da safra, se inicia a colheita do mel, um dos momentos mais gratificantes da apicultura. O momento ideal para a colheita é quando a maioria dos favos está cheia e selada com cera pelas abelhas. Isso indica que o mel está maduro e pronto para ser extraído. A colheita deve ser feita com cuidado para evitar perturbar excessivamente as abelhas. Ferramentas específicas, como fumigadores, são utilizadas para acalmar as abelhas e facilitar o processo.

Após a colheita, os favos de mel são levados para um local onde serão desoperculados, removendo a fina camada de cera que sela o mel. Este processo é geralmente feito com uma faca de desoperculação ou um garfo especial. Em seguida, os favos são colocados em uma centrífuga. A força centrífuga extrai o mel dos favos sem danificar a estrutura da cera, permitindo que sejam reutilizados.

O mel extraído é então deixado em tanques de decantação, onde impurezas como pequenos pedaços de cera e pólen se assentam na parte superior da estrutura. Este processo de decantação garante que o mel final esteja limpo e de alta qualidade.

O mel limpo é armazenado em recipientes herméticos, protegidos da luz e do calor para preservar suas propriedades. O envase é a última etapa antes da comercialização, e é feito em recipientes apropriados, como frascos de vidro ou plástico. O rótulo do produto deve incluir informações importantes, como origem, data de validade e informações nutricionais.

A comercialização do mel pode ser feita de várias maneiras, incluindo vendas diretas ao consumidor, em feiras locais, lojas especializadas ou através de distribuidores. Muitos apicultores também optam por vender produtos derivados, como cera de abelha, própolis e pólen.

Este processo, da preparação das colmeias à comercialização do mel, representa um ciclo sustentável e gratificante, que não só produz um alimento natural e nutritivo, mas também contribui para a saúde do ecossistema através de todos os benefícios oferecidos pelas abelhas.

## 5.5 NECESSIDADE DE PESSOAL

Nenhuma empresa conquista o sucesso de maneira isolada, e é justamente por essa razão que atribuímos um papel essencial aos nossos colaboradores no processo de crescimento da ApisPaz.

A equipe da ApisPaz será formada por dois colaboradores diaristas, cada um desempenhando funções cruciais para o funcionamento eficiente da operação. Um deles estará envolvido semanalmente nos manejos de revisão das colméias, garantindo a máxima eficiência operacional ao longo do tempo. O outro colaborador desempenhará papel igualmente indispensável, concentrando-se nas etapas críticas da colheita e processamento do mel ao final da safra.

## 5.6 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A gestão e responsabilidade ambiental são valores essenciais para este projeto de apicultura, visando manter a produção de mel sem impactos negativos ao meio ambiente. Em consonância com o compromisso socioambiental, busca-se operar de forma sustentável, gerando lucro de maneira responsável e contribuindo para a comunidade e o ecossistema por meio de ações sociais e práticas sustentáveis.

O contexto atual destaca a importância das empresas adotarem práticas ecologicamente corretas, e a empresa de apicultura abraça essa abordagem como parte integrante de sua missão. A sustentabilidade não é apenas uma responsabilidade, mas também uma oportunidade estratégica para empreender de maneira duradoura e rentável, alinhada aos valores do consumidor consciente.

Considerando a natureza específica da apicultura, a empresa focará em práticas sustentáveis relacionadas à preservação das abelhas e ao ecossistema apícola, como, a escolha do local adequado, o fornecimento de água limpa e fresca e práticas agrícolas sustentáveis.

## 6 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro assume uma relevância significativa no plano de negócios da empresa de apicultura, pois fornece uma visão detalhada da viabilidade do empreendimento, essencial para fundamentar sua existência. Este componente realiza projeções cruciais que permitem ao empreendedor e a potenciais investidores analisarem as perspectivas de sucesso específicas do setor apícola.

Dentro do plano financeiro, será abordado o investimento inicial, destacando suas destinações específicas. Os investimentos fixos contemplarão a aquisição de equipamentos e materiais necessários para a execução das atividades apícolas. Por sua vez, o investimento financeiro abrangerá o capital de giro e o estoque inicial, essenciais para o funcionamento adequado da empresa de apicultura. Além disso, os investimentos pré-operacionais serão direcionados para cobrir impostos e taxas diversas relacionadas à operacionalização do negócio no setor apícola.

Assim, o plano financeiro proporcionará uma análise detalhada dos recursos financeiros necessários para iniciar e manter as operações na empresa de apicultura, contribuindo para uma base sólida na tomada de decisões estratégicas e assegurando a sustentabilidade financeira específica do empreendimento apícola.

### 6.1 ESTIMATIVA DO INVESTIMENTO TOTAL

Para dar início às operações da empresa, é necessário um investimento total de R\$165.668,55. Este valor, expresso em cento e sessenta e cinco mil, seiscentos e sessenta e oito reais e cinquenta e cinco centavos, é justificado nos itens 6.2 a 6.5 a seguir.

### 6.2 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

Tabela 03 - estimativa dos investimentos fixos no apiário

Descrição	Quantidade	Valor	Valor
		Unit.	Total
Núcleo/caixa isca de madeira	10 Unid.	R\$ 120,00	R\$ 1200,00

Frasco de Feromônio 500 ml	1 Unid.	R\$ 55,00	R\$ 55,00
Colméias Langstroth completa com 01 melgueira	10 Unid.	R\$ 289,00	R\$ 2890,00
Melgueiras com quadros	30 Unid.	R\$ 110,00	R\$ 3300,00
Suporte para colmeias	10 Unid.	R\$ 61,00	R\$ 610,00
Cobertura de colméias	10 Unid	R\$ 23,00	R\$ 230,00
Cera alveolada	10 Kg	R\$ 110,00	R\$ 1100,00
Ração Apícola 25% Fardo 30 Kg	2 Unid.	R\$ 349,00	R\$ 698,00
Tela de escape invertido	3 Unid.	R\$ 49,90	R\$ 149,70
Tela de transporte de ninho	3 Unid.	R\$ 49,90	R\$ 149,70
Tela excludora de alvado ninho	1 Unid.	R\$ 39,90	R\$ 39,90
Tela excludora de alvado de núcleo	1 Unid.	R\$ 34,90	R\$ 34,90
Alimentador Boardman	3 Unid.	R\$ 47,00	R\$ 47,00
Alimentador ABS	10 Unid.	R\$ 55,00	R\$ 550,00
Promotor de Crescimento 1 L	3 Unid.	R\$ 145,00	R\$ 435,00
Carretilha elétrica para incrustar cera alveolada	1 Unid.	R\$ 95,00	R\$ 95,00
Tábua de incrustar cera	1 Unid.	R\$ 29,90	R\$ 29,90

Caneco soldador	1 Unid.	R\$ 68,00	R\$ 68,00
Suporte para bobina de arame	1 Unid.	R\$ 46,00	R\$ 46,00
Esticador de arame em quadros	1 Unid.	R\$ 68,00	R\$ 68,00
Arame inoxidável nº 24 500 gramas	1 Unid.	R\$ 45,00	R\$ 45,00
Cera bruta	1 Kg	R\$ 95,00	R\$ 95,00
Limpador de ranhuras	1 Unid.	R\$ 29,90	R\$ 29,90
Macacão com máscara e chapéu	2 Unid.	R\$ 198,00	R\$ 396,00
Par de luva de proteção	2 Unid.	R\$ 69,90	R\$ 139,80
Par de botas	2 Unid.	R\$ 72,50	R\$ 145,00
Fumegador	1 Unid.	R\$ 198,00	R\$ 198,00
Formão saca-quadros	1 Unid.	R\$ 140,00	R\$ 140,00
Valor Total Apiário			R\$ 12.984,80

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Tabela 04 - estimativa dos investimentos fixos na sala do mel

Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor Total
Piso Plástico 50cm x 50cm	4 Unid.	R\$ 25,90	R\$ 103,60
Bandejas inox	3 Unid.	R\$ 302,00	R\$ 906,00
Mesa desoperculadora 25 quadros	1 Unid.	R\$ 1.586,98	R\$ 1.586,98
Faca desoperculadora	1 Unid.	R\$ 268,00	R\$ 268,00
Garfo desoperculador	1 Unid.	R\$ 195,00	R\$ 195,00
Centrifuga 16 quadros	1 Unid.	4.369,24	R\$ 4.369,24
Peneira de tela inox	3 Unid.	R\$ 269,90	R\$ 809,70
Balde 20 Kg	25 Unid.	R\$ 42,22	R\$ 844,26
Balança Digital Plataforma 300kg 40/50cm 110/220v Nf	1 Unid.	R\$ 584,09	R\$ 584,09
Construção da sala	35 M <sup>2</sup>	R\$ 1.682,68	R\$ 57.211,12
Mesa de escritório	1 Unid.	R\$ 440,00	R\$ 440,00

Notebook	1 Unid.	R\$ 2.700,00	R\$ 2.700,00
Impressora	1 Unid.	R\$ 945,00	R\$ 945,00
Cadeiras para escritório	3 Unid.	R\$ 515,00	R\$ 1545,00
Armário	2 Unid.	R\$ 540,00	R\$ 1.080,00
Construção do escritório	5 M <sup>2</sup>	R\$ 1.682,68	R\$ 8.413,40
Valor total			R\$81.417,30

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Tabela 5 - investimento em estoque

Descrição	Quantidade e	Valor unitário	Valor total
Construção da instalação	20 M <sup>2</sup>	R\$ 1.682,68	R\$ 33.653,60
Prateleira Em Aço Reforçada 90 Cm	7 Unid.	R\$ 167,68	R\$ 1.173,76
Total			R\$ 34.827,36

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

d) Total dos investimentos fixos

Tabela 6 - total dos investimentos fixos

Descrição	Valor (R\$)
-----------	-------------

Apiário e instalações	R\$ 12.984,80
Sala do Mel	R\$81.417,30
Ponto de estoque	R\$ 34.827,36
<b>Total dos Investimentos Fixos</b>	<b>R\$ 129.229,46</b>

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

### 6.3 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS

Tabela 7 - Estimativa dos investimentos financeiros

Descrição	Valor (R\$)
Capital de Giro	R\$15.000,00
Estoque	R\$5.000,00
Reserva para Contingência	R\$10.000,00
<b>Total dos Investimentos financeiros</b>	<b>R\$ 30.000,00</b>

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

### 6.4 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Tabela 8 - Estimativa dos investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor (R\$)
Registro e legalização	R\$ 2.120,00
Marketing	R\$ 1.320,00

Normas regulamentadoras	R\$ 2.350,00
Serviços Contábeis	R\$ 1.320,00
Total dos Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 7.110,00

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

## 6.5 ESTIMATIVA DO INVESTIMENTO TOTAL (RESUMO)

Tabela 9 - Estimativa do investimento total (resumo)

Descrição	Valor (R\$)
Investimentos fixos	R\$ 129.229,46
Investimentos financeiros	R\$ 30.000,00
Investimentos pré-operatórios	R\$ 7.110,00
Investimento Total (soma dos itens acima)	R\$ 166.339,46

Fonte:

Elaborada pelo autor (2023)

Do montante total de investimentos de R\$165.668,55 dividimos esse valor estrategicamente para assegurar a solidez financeira e a viabilidade do negócio. Dentre esses investimentos, R\$30.000,00 são destinados a investimentos financeiros, contemplando capital de giro e reservas de contingência, representando aproximadamente 18,11% do investimento total. Além disso, R\$128.558,55 são alocados para investimentos fixos, representando cerca de 77,59% do montante, e R\$7.110,00 são destinados a investimentos pré-operacionais, compreendendo aproximadamente 4,29% do investimento total.

Essa alocação estratégica reflete a compreensão da importância de cada componente na fase inicial das operações. Os investimentos financeiros,

representando pouco mais de 18% do total, são cruciais para assegurar liquidez e estabilidade financeira, desempenhando um papel fundamental durante o período crítico de captação de clientes e construção do mercado. Por outro lado, os investimentos fixos, constituindo a maior parcela com quase 78%, são essenciais para a infraestrutura e equipamentos necessários para a produção de mel. Os investimentos pré-operacionais, mesmo representando uma porcentagem menor, são fundamentais para cobrir despesas iniciais e garantir uma transição suave para as operações comerciais.

Em resumo, essa análise percentual demonstra uma distribuição estratégica dos investimentos, destacando a importância de cada categoria na sustentabilidade e no sucesso inicial do empreendimento apícola.

## 6.6 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

Na tabela abaixo, apresentamos as projeções de receita diária até o total anual, fornecendo a base para diversos cálculos destinados a avaliar a viabilidade do empreendimento. Considera-se uma estimativa de venda de 33,34 Kg de mel, fracionados em embalagens de 250, 500 e 1000 gramas. O valor base dos produtos foi estimado a partir da pesquisa de mercado, que identificou o preço médio de cada produto comercializado.

Tabela 10: Estimativa de faturamento do apiário no primeiro ano

Produto	Quantidade (estimativa de vendas)	Preço de Venda	Total
Pote de mel 250g	33 unidades	R\$ 25,00	R\$ 825,00
Pote de mel 500g	30 unidades	R\$ 35,00	R\$ 1.050,00
Pote de mel 1000g	10 unidades	R\$ 65,00	R\$ 650,00
Faturamento Total mensal			R\$ 2.525,00

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

## 6.7 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MATERIAIS E/OU INSUMOS

Para a produção e comercialização em um mês, a projeção de custos com mercadorias e insumos foram estimadas na tabela seguinte:

Tabela 11: custos com mercadorias e insumos

Descrição	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
Potes de vidro de 250g C/tampa	33 Unid.	R\$ 5,86	R\$ 196,38
Potes de vidro de 500g C/tampa	30 Unid.	R\$ 6,35	R\$ 190,50
Potes de vidro de 1000g C/tampa	10 Unid.	R\$ 8,25	R\$ 82,50
Serviço de terceirização do S.I.F	33,34 Kg	R\$ 1,90	R\$ 63,34
Rótulos adesivos	73 Unid.	R\$ 2,00	R\$ 146,00
Total			R\$ 678,72

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

## 6.8 APURAÇÃO DO CUSTO DOS MATERIAIS E/OU MERCADORIAS VENDIDAS

Tabela 12: Apuração do custo dos materiais e/ou mercadorias vendidas

Produto/ Serviço	Estimativa de	Custo Unitário	CMV (R\$)
---------------------	------------------	-------------------	--------------

	Vendas (em unidades)	de Materiais/ Aquisição (R\$)	
Pote de Mel 250g	33	R\$ 9,76	R\$ 322,08
Pote de Mel 500g	30	R\$10,25	R\$ 307,50
Pote de Mel 1000g	10	R\$12,15	R\$ 121,50
Total			R\$ 751,08

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

## 6.9 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Tabela 13: Estimativa dos custos de comercialização

Descrição	%	Faturamento estimado	Custo total
IMPOSTOS		(Quadro 6.6)	
Simplex nacional	4%	R\$ 2.525,00	R\$ 101,00
Propaganda	100 %	R\$ 200,00	R\$ 200,00
TOTAL			R\$ 301,00

Elaborada pelo autor (2023)

## 6.10 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO-DE-OBRA

Tabela 14: Estimativa dos custos com mão-de-obra

Função	Valor da diária	Número de diárias (anual)	Total (anual)	Total (mensal)
Colaborador diarista (colheita)	R\$ 80,00	5	R\$ 400,00	R\$ 33,34
Colaborador diarista (Inspeções)	R\$ 80,00	36	R\$ 2.880,00	R\$ 240,00
Total de custos com mão de obra			R\$ 3.280,00	R\$273,3

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

## 6.11 ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO

Tabela 15: Estimativa do custo com depreciação

Ativos fixos	Valor do bem	Vida útil em anos	depreciação anual	depreciação mensal
10 Núcleos/caixas isca de madeira	R\$ 1.200,00	5	R\$ 240,00	R\$ 20,00
10 colméias Langstroth completa com 01 melgueira	R\$ 2.890,00	5	R\$ 578,00	R\$ 48,17
30 Melgueiras com quadros	R\$ 3.300,00	5	R\$ 660,00	R\$ 55,00

10 Suportes para colmeias	R\$ 610,00	30	R\$ 20,33	R\$ 1,69
10 Coberturas de colméias	R\$ 230,00	5	R\$ 46,00	R\$ 3,83
3 Telas de escape invertido	R\$ 149,70	5	R\$ 29,94	R\$ 2,50
3 Telas de transporte de ninho	R\$ 149,70	5	R\$ 29,94	R\$ 2,50
Tela excludora de alvado ninho	R\$ 39,90	5	R\$ 7,98	R\$ 0,67
Tela excludora de alvado de núcleo	R\$ 34,90	5	R\$ 6,98	R\$ 0,58
3 Alimentadores Boardman	R\$ 141,00	5	R\$ 28,20	R\$ 2,35
10 Alimentadores ABS	R\$ 550,00	5	R\$ 110,00	R\$ 9,17
Carretilha elétrica para incrustar cera alveolada	R\$ 95,00	4	R\$ 23,75	R\$ 1,98
Tábua de incrustar cera	R\$ 29,90	25	R\$ 1,20	R\$ 0,10
Caneco soldador	R\$ 68,00	40	R\$ 1,70	R\$ 0,14

Suporte para bobina de arame	R\$ 46,00	20	R\$ 2,30	R\$ 0,19
Esticador de arame em quadros	R\$ 68,00	20	R\$ 3,40	R\$ 0,28
Limpador de ranhuras	R\$ 29,90	35	R\$ 0,85	R\$ 0,07
2 Macacões com máscara e chapéu	R\$ 396,00	7	R\$ 56,57	R\$ 4,71
2 Pares de luva de proteção	R\$ 139,80	7	R\$ 19,97	R\$ 1,66
2 Pares de botas	R\$ 145,00	1	R\$ 145,00	R\$ 12,08
Fumegador	R\$ 198,00	15	R\$ 13,20	R\$ 1,10
Formão saca-quadros	R\$ 140,00	15	R\$ 9,33	R\$ 0,78
4 Pisos Plástico 50cm x 50cm	R\$ 103,60	7	R\$ 14,80	R\$ 1,23
3 Bandejas inox	R\$ 906,00	30	R\$ 30,20	R\$ 2,52
Mesa desoperculadora 25 quadros	R\$ 1.586,98	25	R\$ 63,48	R\$ 5,29
Faca desoperculadora	R\$ 268,00	6	R\$ 44,67	R\$ 3,72
Garfo desoperculador	R\$ 195,00	10	R\$ 19,50	R\$ 1,63

Centrifuga 16 quadros	R\$ 4.369,24	20	R\$ 218,46	R\$ 18,21
3 Peneiras de tela inox	R\$ 809,70	15	R\$ 53,98	R\$ 4,50
25 Baldes 20 Kg	R\$ 844,26	3	R\$ 281,42	R\$ 23,45
Balança Digital Plataforma 300kg 40/50cm 110/220v Nf	R\$ 584,09	6	R\$ 97,35	R\$ 8,11
Instalações (sala do mel)	R\$ 57.211,12	75	R\$ 762,81	R\$ 63,57
Mesa de escritório	R\$ 440,00	25	R\$ 17,60	R\$ 1,47
Notebook	R\$ 2.700,00	5	R\$ 540,00	R\$ 45,00
Impressora	R\$ 945,00	5	R\$ 189,00	R\$ 15,75
3 Cadeiras para escritório	R\$ 1.545,00	5	R\$ 309,00	R\$ 25,75
2 Armários	R\$ 1.080,00	12	R\$ 90,00	R\$ 7,50
Instalações (escritório)	R\$ 8.413,40	75	R\$ 112,18	R\$ 9,35
Instalações (ponto de estoque)	R\$ 33.653,60	75	R\$ 448,71	R\$ 37,39
Prateleira Em Aço Reforçada 90 cm	R\$ 1.173,76	20	R\$ 58,69	R\$ 4,89

Total	R\$ 127.479,55		R\$ 5.386,50	R\$ 448,88
-------	----------------	--	--------------	------------

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

## 6.12 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS MENSAS

Tabela 16: Estimativa dos custos fixos mensais

Descrição	Custo Mensal(R\$)
Energia	R\$ 146,00
Água	R\$ 128,00
Internet	R\$ 100,00
Honorários do contador	R\$ 300,00
Manutenção	R\$ 200,00
Salários e encargos (6.10)	R\$ 273,34
Material de limpeza	R\$ 100,00
Combustível	R\$ 167,50
Estimativa dos custos de comercialização	R\$ 301,00
<b>Total dos Custos Fixos mensais</b>	<b>R\$ 1.715,84</b>

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

## 6.13 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Para consolidar os valores calculados os mesmos serão demonstrados na Demonstração de Resultado a seguir:

Tabela 17 - Demonstrativo de Resultados (mensal)

DESCRIÇÃO	Mensal
Estimativa do faturamento mensal da empresa (=)	R\$ 2.525,00
Apuração do custo dos materiais e/ou mercadorias vendidas (-)	R\$ 751,08
Lucro bruto (=)	R\$ 1.773,92
Estimativa dos custos fixos mensais (-)	R\$ 1.715,84
Estimativa do custo com depreciação (-)	R\$ 448,88
Lucro Líquido	R\$ -390,81
Depreciação +	R\$ 448,88
Fluxo de caixa	R\$ 58,07

Fonte: Elaborada pela autora (2023)

Para a elaboração do Demonstrativo de Resultado Anual, adotaremos uma série de premissas. Primeiramente, será previsto um crescimento de 15% nas receitas da ApisPaz, que será aplicado a partir do primeiro até o terceiro ano de atividades. Além disso, projetamos um acréscimo anual de 1,2 ponto percentual no Custo dos Produtos Vendidos (CMV). No que se refere às despesas, a projeção contempla um incremento de 1,45 ponto percentual ao ano. Essas estimativas estão detalhadas na Tabela 18.

Tabela 18 - Demonstrativo de resultados (anual)

DESCRIÇÃO	1º ano	2º ano	3º ano
Estimativa do faturamento anual da empresa (=)	R\$ 30.300,00	R\$ 34.845,00	R\$ 40.071,75

Apuração do custo dos materiais e/ou mercadorias vendidas (-)	R\$ 9.012,96	R\$ 9.121,12	R\$ 9.230,57
Lucro bruto (=)	R\$ 21.287,04	R\$ 25.723,88	R\$ 30.841,18
Estimativa dos custos fixos anuais (-)	R\$ 20.590,08	R\$ 20.888,64	R\$ 21.191,52
Estimativa do custo com depreciação (-)	R\$ 5.386,56	R\$ 5.386,56	R\$ 5.386,56
Lucro Líquido	R\$ -4.689,60	R\$ -551,32	R\$ 4.263,10
Depreciação (+)	R\$ 5.386,56	R\$ 5.386,56	R\$ 5.386,56
Fluxo de caixa	R\$ 696,96	R\$ 4.835,24	R\$ 9.649,66

Fonte: Elaborada pela autora (2023)

## 6.14 INDICADORES DE VIABILIDADE

### 6.14.1 Análise Econômico-financeira

Indicadores de viabilidade são ferramentas essenciais para a tomada de decisões sobre investimentos em um projeto. Eles podem ser usados na abertura de uma nova empresa, aquisição de novos equipamentos ou expansão de filiais. Os indicadores de viabilidade mais importantes são:

Valor Presente Líquido (VPL): Este indicador traz para o valor presente os pagamentos futuros, ou o fluxo de caixa, usando uma taxa de desconto. Se o resultado do cálculo do VPL for positivo, significa que o projeto tende a gerar lucro.

Taxa Interna de Retorno (TIR): Esta taxa tem como objetivo prever o rendimento de um projeto. Medida em percentual, a TIR deve ser calculada usando os mesmos períodos do fluxo de caixa.

Retorno do Investimento (Payback): Este indicador estima o tempo de retorno de um investimento, a partir do momento em que o negócio começa a dar lucro.

Esses indicadores fornecem uma visão objetiva sobre as projeções futuras do negócio e funcionam como um guia para os investidores.

#### 6.14.1.1 Tempo de Retorno do Investimento

Tabela 19 -Tempo de Retorno do Investimento

Fluxo Financeiro		Saldo a Recuperar
Investimento Inicial	R\$ -166.339,46	R\$ -166.339,46
1 Fluxo de Caixa Ano	R\$ 696,96	238,66
2 Fluxo de Caixa Ano	R\$ 4.835,24	34,40
3 Fluxo de Caixa Ano	R\$ 9.649,66	17,23

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Conforme indicado na tabela, a ApisPaz espera recuperar o investimento inicial em cerca de 238 anos, com base nas projeções de fluxo de caixa do primeiro ano. No entanto, com as projeções de fluxo de caixa para o segundo e terceiro anos, a expectativa é de que o retorno do investimento ocorra em aproximadamente 34 e 17 anos, respectivamente.

### 6.14.1.2 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio, também conhecido como “Break Even”, é um indicador financeiro que demonstra o momento em que as receitas geradas pelo negócio cobrem tanto as despesas fixas quanto as variáveis. Em outras palavras, é o ponto em que o lucro e o prejuízo estão em equilíbrio, ou seja, a empresa não tem nem lucro nem prejuízo.

Para calcular o ponto de equilíbrio, você precisa conhecer os custos fixos e variáveis do seu negócio, bem como o preço de venda por unidade do seu produto ou serviço.

Tabela 20 - Ponto de Equilíbrio

Produto	Preço	Ponto de Equilíbrio	Valor	Custo Unitário	Custo Variável	Custo Fixo	Custo Total	Resultado
Pote de mel 250 gramas	R \$ 25,00	113	R \$ 2.814,70	R \$ 9,76	R \$ 1.098,86	R \$ 1.715,84	R \$ 2.814,70	R \$ -
Pote de mel 500 gramas	R \$ 35,00	69	R \$ 2.426,44	R \$ 10,25	R \$ 710,60	R \$ 1.715,84	R \$ 2.426,44	R \$ -
Pote de mel 1000 gramas	R \$ 65,00	32	R \$ 2.110,30	R \$ 12,15	R \$ 394,46	R \$ 1.715,84	R \$ 2.110,30	R \$ -

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

De acordo com a tabela, será necessário vender aproximadamente 55 unidades dos nossos produtos para garantir a continuidade das operações da empresa.

#### 6.14.1.3 Valor Presente Líquido

O Valor Presente Líquido (VPL), também conhecido como Valor Líquido Atual, é um indicador financeiro que calcula o valor atual do retorno de um investimento. Ele traz para a data zero os fluxos de caixa (positivos e negativos) de um projeto de investimento. A análise do VPL permite decidir se um projeto é viável ou não.

Para calcular o VPL, você precisa conhecer o valor do investimento inicial, o período de análise, a estimativa de entrada de caixa para cada período, e a taxa de desconto.

Tabela 21 - Valor Presente Líquido

Fluxo Financeiro	
Investimento Inicial	-R\$ 166.339,46
Fluxo de caixa ano 1	R\$ 696,96
Fluxo de caixa ano 2	R\$ 4.835,24
Fluxo de caixa ano 3	R\$ 9.649,66
Taxa mínima de atratividade	11,75%
Valor Presente Líquido (VPL)	-R\$ 154.929,26

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Levando em consideração o indicador financeiro VPL, nota-se que o projeto da empresa ApisPaz mostra-se inviável financeiramente, levando em consideração o

fluxo de caixa dos três anos, descontando a taxa de mínima de atratividade de 11,75 ao ano, observou se um saldo negativo de R\$ 154.929,26.

#### 6.14.1.4 Taxa Interna de Retorno

A Taxa Interna de Retorno (TIR) é uma taxa de desconto hipotética que avalia a viabilidade de um projeto ou investimento. Ela é calculada a partir de uma projeção de fluxo de caixa, considerando que o Valor Presente Líquido (VPL) é igual a zero. Na prática, a TIR é usada por investidores para indicar se um projeto é viável ou não.

Tabela 22 - Taxa Interna de Retorno

Fluxo Financeiro	
Período	Fluxo de Caixa
Ano 0	-R\$ 166.339,46
Ano 1	R\$ 696,96
Ano 2	R\$ 4.835,24
Ano 3	R\$ 9.649,66
Taxa Interna de Retorno	-59%

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Como apresentado na tabela acima, a nossa TIR é menor que nossa TMA, evidenciando a inviabilidade financeira do projeto.

#### 6.14.1.5 Índice de Lucratividade

A lucratividade é um indicador de eficiência operacional que mostra o ganho que uma empresa consegue gerar a partir das atividades que desenvolve, seja a venda de produtos ou a prestação de serviços. Esse indicador é expresso em forma percentual e revela o lucro líquido de uma empresa em relação à sua receita total.

A partir da análise da tabela, observa-se que no primeiro e segundo ano de o projeto terá a lucratividade negativa, ou seja, a empresa estaria sofrendo prejuízos. A partir do terceiro ano, notamos a lucratividade ficando positiva, alcançando cerca de 10%.

Tabela 23 - Índice de Lucratividade

DESCRIÇÃO	1º ano	2º ano	3º ano
Estimativa do faturamento anual da empresa (=)	R\$ 30.300,00	R\$ 34.845,00	R\$ 40.071,75
Apuração do custo dos materiais e/ou mercadorias vendidas (-)	R\$ 9.012,96	R\$ 9.121,12	R\$ 9.230,57
Lucro bruto (=)	R\$ 21.287,04	R\$ 25.723,88	R\$ 30.841,18
Estimativa dos custos fixos anuais (-)	R\$ 20.590,08	R\$ 20.888,64	R\$ 21.191,52
Estimativa do custo com depreciação (-)	R\$ 5.386,56	R\$ 5.386,56	R\$ 5.386,56
Lucro Líquido	R\$ -4.689,60	R\$ -551,32	R\$ 4.263,10
Depreciação (+)	R\$ 5.386,56	R\$ 5.386,56	R\$ 5.386,56

Fluxo de caixa	R\$ 696,96	R\$ 4.835,24	R\$ 9.649,66
Lucratividade	-1,54 %	-1,58 %	10,63%

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

#### 6.14.1.6 Análise de Sensibilidade

A análise de sensibilidade tem como objetivo avaliar o grau de sensibilidade do Valor Presente Líquido (VPL) em relação à variação da Taxa Mínima de Atratividade (TMA). Esta avaliação é crucial para que empresas e investidores compreendam o impacto que uma alteração em qualquer uma das variáveis pode ter no resultado final de um investimento. Isso possibilita a minimização de riscos, a maximização de lucros, a tomada de decisões informadas e a navegação eficaz em meio a incertezas.

Tabela 24 - Análise de Sensibilidade

	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3		
Fluxo de caixa	-R\$ 166.339,46	R\$ 696,96	R\$ 4.835,24	R\$ 9.649,66		
					Análise de Sensibilidade	
TMA	<b>11,75%</b>					VPL
VPL	<b>-R\$ 154.929,26</b>				TMA	<b>-R\$ 154.929,26</b>
TIR	<b>-59%</b>				0,00%	-R\$ 151.157,60
					5,00%	-R\$ 152.954,24
					10,00%	-R\$ 154.459,86
					11,75%	-R\$ 154.929,26

					15,00%	-R\$ 155.732,46
					20,00%	-R\$ 156.816,56
					25,00%	-R\$ 157.746,71
					30,00%	-R\$ 158.550,05

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

## 7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

### 7.1 MATRIZ SWOT

A Matriz SWOT, conhecida como FOFA em português (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), é uma ferramenta administrativa destinada à análise dos ambientes interno e externo de uma empresa. Seu propósito é identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que impactam o negócio.

Essa matriz, representada em quatro quadrantes, é essencial para a tomada de decisões estratégicas. Cada quadrante é dedicado ao registro de fatores positivos e negativos relacionados à implementação do empreendimento. A principal missão consiste em identificar uma ampla gama de elementos em cada área (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças). Quanto mais abrangente for este levantamento, mais precisa será a análise, aumentando as chances de desenvolver soluções eficazes.

Destaca-se a importância da honestidade nas informações coletadas. O foco deve ser na realidade, evitando idealizações do "negócio perfeito". O equilíbrio entre otimismo e pessimismo é crucial para uma avaliação objetiva. Segundo o SEBRAE (2023), a precisão e sinceridade dessas informações são fundamentais para o sucesso da análise SWOT/FOFA.

Tabela 25: Análise SWOT/FOFA

Ambiente interno	Ambiente externo
Forças	Oportunidades
Produto de Qualidade, Produtos Diversificados, Sustentabilidade Ambiental, Baixo Custo de Manutenção, Conhecimento Especializado.	Crescente Interesse no Bem-Estar e na Alimentação Natural, Expansão de Mercado, Parcerias com Varejistas Locais
Fraquezas	Ameaças
Dependência das Condições Ambientais, Risco de Doenças e	Mudanças Climáticas, Concorrência de Importações,

Pragas, Investimento Inicial em Equipamentos, Marketing Limitado.	Regulamentações Governamentais, Flutuações de Preços.
---	---

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

## 7.2 PARECER AVALIATIVO

Este projeto envolve a criação de uma empresa especializada na comercialização de mel produzido pela abelha *Apis mellífera*, localizada na cidade de São Domingos, Goiás.

Este plano de negócios foi elaborado com o objetivo de detalhar o projeto, realizando uma análise aprofundada do mercado regional e local. Além disso, foi feito um levantamento abrangente dos custos e receitas associados ao mercado apícola.

Após a análise detalhada deste plano de negócios, constatou-se que a empresa ApisPaz não se mostrou financeiramente viável. Portanto, torna-se necessário realizar um estudo para uma nova abordagem em relação ao investimento, precificação e produtos. Tais abordagens podem ser: a diminuição no investimento inicial, cortando investimentos inicialmente na sala do mel e escritório; parcerias com apicultores locais, onde no período de safra poderia-se oferecer o serviço de beneficiamento do mel, cobrando-se um valor ou quantidade de mel em cima da produção total do apicultor.

A adoção destas práticas podem permitir que a empresa se torne viável e lucrativa.

## **8 DOCUMENTAÇÃO DE APOIO**

REGULAMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) DO CURSO BACHARELADO EM ZOOTECNIA DO IF GOIANO - CÂMPUS CAMPOS BELOS.

Disponível em: Acesso em: 09 agosto 2023.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORGES, J. A. R. Mel natural: Brasil no mercado mundial. AgroAnalysis, 2010. Disponível em: [http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:LYUjkwEj5twJ:scholar.google.com/+Mel+natural:+Brasil+no+mercado+mundial.&hl=pt-BR&as\\_sdt=0,5](http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:LYUjkwEj5twJ:scholar.google.com/+Mel+natural:+Brasil+no+mercado+mundial.&hl=pt-BR&as_sdt=0,5). Acesso em: janeiro 2024.

PIRES, S. E. A apicultura no município de Itaquí - rs: desafios e potencialidades. Unipampa 2021. Disponível em: <https://dspace.unipampa.edu.br/bitstream/rii/7240/1/Everson%20da%20Silva%20Pires%20-%202021.pdf>. Acesso em: janeiro 2024

ABELHA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS DAS ABELHAS –. Mel é utilizado na fabricação de cosméticos. 2016. Disponível em: [abelha.org.br/mel-e-utilizado-na-fabricacao-de-cosmeticos/](http://abelha.org.br/mel-e-utilizado-na-fabricacao-de-cosmeticos/). Acesso em: 12 de janeiro de 2024.

ALMEIDA, M. A. D.; CARVALHO, C. M. S. Apicultura: uma oportunidade de negócio. Salvador: Sebrae Bahia, 2009. 52 p.

CAMARGO, R. C. R. et al. Sistema de produção 3: produção de mel. Embrapa Meio-Norte, 2002. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/80709/1/sistemaproducao-3.PDF>. Acesso em: 10 de janeiro de 2024.

DAMASCENO, C. N. R. Análise físico-química do mel de abelhas comercializado no município de Ariquemes/Ro. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Licenciatura em Química) – Faculdade de Educação e Meio Ambiente, Rondônia, 2012.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – Produção da pecuária municipal 2019. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/84/ppm\\_2019\\_v47\\_br\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/84/ppm_2019_v47_br_informativo.pdf). Acesso em: 12 de janeiro de 2024.

TOMAZINI, C. G.; GROSSI, S. DE F. A importância da apicultura para o agronegócio brasileiro. Simpósio de Tecnologia da Fatec Taquaritinga, 2019. Disponível em: [simtec.fatectq.edu.br/index.php/simtec/article/view/432/292](http://simtec.fatectq.edu.br/index.php/simtec/article/view/432/292). Acesso em: 13 de janeiro de 2024.

SILVA, R. A. Caracterização da flora apícola e do mel produzido por *Apis mellifera* L., 1758 (Hymenoptera: Apidae) no estado da Paraíba. 2006. Tese (Doutorado em Zootecnia) – Universidade Federal da Paraíba, Areia, 2007.

SERRA, M. C. de C. As propriedades antioxidantes do mel. Centro de Estudos de Engenharia Química/ Instituto Superior de Engenharia de Lisboa, 2016. Disponível em:

[www.apiariosilvestre.com.br/images/documentos/9.Propriedadesantioxidantesdomel.pdf](http://www.apiariosilvestre.com.br/images/documentos/9.Propriedadesantioxidantesdomel.pdf). Acesso em: 12 de janeiro de 2024.

MORANTE, Antônio Salvador. Análise das Demonstrações Financeiras. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

NAKAGAWA, Marcelo. ANÁLISE SWOT (CLÁSSICO). SEBRAE. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME\\_Analise-Swot.PDF](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF). Acesso em: 09 maio 2023.

PADOVEZE, Clóvis Luís. Introdução à administração financeira: texto e exercícios. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.