

# Ciências Agrárias: Campo Promissor em Pesquisa 6

Jorge González Aguilera  
Alan Mario Zuffo  
(Organizadores)

**Jorge González Aguilera**

**Alan Mario Zuffo**

(Organizadores)

# **Ciências Agrárias: Campo Promissor em Pesquisa 6**

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Executiva: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Geraldo Alves  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

#### **Ciências Biológicas e da Saúde**

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará



Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Conselho Técnico Científico**

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo  
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba  
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico  
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará  
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista  
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal  
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
C569	Ciências agrárias [recurso eletrônico] : campo promissor em pesquisa 6 / Organizadores Jorge González Aguilera, Alan Mario Zuffo. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (Ciências Agrárias. Campo Promissor em Pesquisa; v. 6)  Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-420-7 DOI 10.22533/at.ed.207192106  1. Agricultura. 2. Ciências ambientais. 3. Pesquisa agrária – Brasil. I. Aguilera, Jorge González. II. Zuffo, Alan Mario. III. Série. CDD 630
<b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>	

Atena Editora  
Ponta Grossa – Paraná - Brasil  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## APRESENTAÇÃO

A obra “*Ciências Agrárias: Campo Promissor em Pesquisa*” aborda uma publicação da Atena Editora, apresenta seu volume 6, em seus 21 capítulos, conhecimentos aplicados as Ciências Agrárias.

A produção de alimentos nos dias de hoje enfrenta vários desafios e a quebra de paradigmas é uma necessidade constante. A produção sustentável de alimentos vem a ser um apelo da sociedade e do meio acadêmico, na procura de métodos, protocolos e pesquisas que contribuam no uso eficiente dos recursos naturais disponíveis e a diminuição de produtos químicos que podem gerar danos ao homem e animais. Este volume traz uma variedade de artigos alinhados com o uso eficiente do recurso água na produção de conhecimento na área das Ciências Agrárias, ao tratar de temas como uniformidade de distribuição de aspersores, tratamento e uso de água, entre outros. São abordados temas inovadores relacionados como o escoamento das produções no Brasil, perfil de consumidores, arborização nos bairros, extrativismo, agricultura familiar, entre outros temas. Os resultados destas pesquisas vêm a contribuir no aumento da disponibilidade de conhecimentos úteis a sociedade.

Aos autores dos diversos capítulos, pela dedicação e esforços, que viabilizaram esta obra que retrata os recentes avanços científicos e tecnológicos nas Ciências Agrárias, os agradecimentos dos Organizadores e da Atena Editora.

Por fim, esperamos que este livro possa colaborar e instigar mais estudantes e pesquisadores na constante busca de novas tecnologias para a área da Agronomia e, assim, contribuir na procura de novas pesquisas e tecnologias que possam solucionar os problemas que enfrentamos no dia a dia.

Jorge González Aguilera

Alan Mario Zuffo

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
AVALIAÇÃO DA UNIFORMIDADE DE DISTRIBUIÇÃO DE ÁGUA DE ASPERSORES	
Thayane Leonel Alves	
José de Arruda Barbosa	
Antônio Michael Pereira Bertino	
Evandro Freire Lemos	
José Renato Zanini	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2071921061</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>6</b>
AVALIAÇÃO DO POTENCIAL ADSORVENTE DA BIOMASSA DE COCO VERDE QUANTO À REDUÇÃO DA SALINIDADE EM ÁGUA PRODUZIDA	
Ana Júlia Miranda de Souza	
Luiz Antônio Barbalho Bisneto	
Tatiane Pinheiro da Silva	
Fabiola Gomes de Carvalho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2071921062</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>17</b>
ESCOAMENTO DA PRODUÇÃO AGRÍCOLA BRASILEIRA: UMA ABORDAGEM A INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA DE TRANSPORTE	
Fernando Doriguel	
Fábio Silveira Bonachela	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2071921063</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>31</b>
ESTUDO DE CASO EM EMPRESA FAMILIAR DE JALES	
Emerson Aparecido Mouco Junior	
Luciana Aparecida Rocha	
Thiago Gonçalves Bastos	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2071921064</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>44</b>
ESTUDO DO PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS CONSUMIDORES DE MEL DA REGIÃO NORDESTE PARAENSE: UMA ABORDAGEM A PARTIR DO MUNICÍPIO DE TERRA ALTA	
Renata Ferreira Lima	
Antônio Maricélio Borges de Souza	
Alasse Oliveira da Silva	
Lucas Ramon Teixeira Nunes	
Adriano Vitti Mota	
Akim Afonso Garcia	
Fernando Oliveira Pinheiro Júnior	
Diocléa Almeida Seabra Silva	
Jonathan Braga da Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2071921065</b>	

**CAPÍTULO 6 ..... 54**

**FERMENTAÇÃO COM O USO DE SORO ÁCIDO DE LEITE PARA OBTENÇÃO DE BEBIDAS LÁCTEAS**

Rodrigo Murucci Oliveira Magalhães  
Monica Tais Siqueira D' Amelio Felipe

**DOI 10.22533/at.ed.2071921066**

**CAPÍTULO 7 ..... 73**

**FIRST REPORT OF *PSEUDOCERCOSPORA* ON LEAVES OF MALVARISCO (*Waltheria indica*) IN THE STATE OF RIO DE JANEIRO, BRAZIL**

Kerly Martinez Andrade  
Jéssica Rembinski  
Jucimar Moreira de Oliveira  
Watson Quinelato Barreto de Araújo  
Helena Guglielmi Montano  
Carlos Antonio Inácio

**DOI 10.22533/at.ed.2071921067**

**CAPÍTULO 8 ..... 80**

**FITOGEOGRAFIA DA ARBORIZAÇÃO NO BAIRRO CENTRAL DO MUNICÍPIO DE SANTARÉM-PA**

Wallace Campos de Jesus  
Thiago Gomes de Sousa Oliveira  
Mayra Piloni Maestri  
Douglas Valente de Oliveira  
Maira Teixeira dos Santos  
Marina Gabriela Cardoso de Aquino  
Jobert Silva da Rocha  
Bruna de Araújo Braga

**DOI 10.22533/at.ed.2071921068**

**CAPÍTULO 9 ..... 87**

**IDENTIFICAÇÃO ANATÔMICA DE ESPÉCIES MADEIREIRAS UTILIZADAS NA CONSTRUÇÃO CIVIL EM MARABÁ/PA**

Pâmela da Silva Ferreira  
Dafilla Yara de Oliveira Brito  
Daniela Costa Leal  
Nixon Teodoro de Oliveira  
Natalia Lopes Medeiros  
Débora da Silva Souza de Santana  
Marcelo Mendes Braga Junior  
Gabriele Melo de Andrade  
Luiz Eduardo de Lima Melo

**DOI 10.22533/at.ed.2071921069**

**CAPÍTULO 10 ..... 94**

**MEDIÇÃO DE PERDA DE CARGA PRINCIPAL EM UMA MANGUEIRA DE POLIETILENO**

Thayane Leonel Alves  
José de Arruda Barbosa  
Gabriela Mourão de Almeida  
Antônio Michael Pereira Bertino

José Renato Zanini

**DOI 10.22533/at.ed.20719210610**

**CAPÍTULO 11 ..... 99**

O EXTRATIVISMO DA BORRACHA E A SUSTENTABILIDADE DA AMAZÔNIA

Floriano Pastore Júnior

**DOI 10.22533/at.ed.20719210611**

**CAPÍTULO 12 ..... 106**

OCUPAÇÕES RURAIS NÃO AGRÍCOLAS E PLURIATIVIDADE COMO ESTRATÉGIAS DE PERMANÊNCIA NO CAMPO

José Benedito Leandro

**DOI 10.22533/at.ed.20719210612**

**CAPÍTULO 13 ..... 123**

ORIGEM DE ESPÉCIES UTILIZADAS NA ARBORIZAÇÃO URBANA DO BAIRRO SANTA CLARA, MUNICÍPIO DE SANTARÉM-PARÁ

Marina Gabriela Cardoso de Aquino

Jaiton Jaime das Neves Silva

Wallace Campos de Jesus

Pedro Ives Souza

Mayra Piloni Maestri

**DOI 10.22533/at.ed.20719210613**

**CAPÍTULO 14 ..... 130**

PASTAGENS: APLICATIVO MÓVEL PARA AUXÍLIO DA PRODUÇÃO DE FORRAGEIRAS EM SERGIPE

Luiz Diego Vidal Santos

Francisco Sandro Rodrigues Holanda

Paulo Roberto Gagliardi

Airton Marques de Carvalho

Igor Sabino Rocha de Araújo

Catuxe Varjão de Santana Oliveira

**DOI 10.22533/at.ed.20719210614**

**CAPÍTULO 15 ..... 139**

PROJETO DE SISTEMA ECOLÓGICO DE TRATAMENTO DE ÁGUA RESIDUÁRIA SANITÁRIA NO SEMIÁRIDO POTIGUAR

Ana Beatriz Alves de Araújo

Rafael Oliveira Batista

Daniela da Costa Leite Coelho

Marineide Jussara Diniz

Solange Aparecida Goularte Dombroski

Suedêmio de Lima Silva

Adler Lincoln Severiano da Silva

Ricardo Alves Maurício

Ricardo André Rodrigues Filho

**DOI 10.22533/at.ed.20719210615**



**CAPÍTULO 16 ..... 152**

**RELAÇÃO DOS RESERVATÓRIOS UTILIZANDO GARANTIAS DE USO DE ÁGUA PARA IRRIGAÇÃO NUMA FAZENDA EM QUIXERAMOBIM-CE**

Antonio Geovane de Moraes Andrade  
Rildson Melo Fontenele  
Francisco Ezivaldo da Silva Nunes  
Edmilson Rodrigues Lima Junior  
Roberta Thércia Nunes da Silva  
Francisca Luiza Simão de Souza

**DOI 10.22533/at.ed.20719210616**

**CAPÍTULO 17 ..... 158**

**RELATO DE EXPERIÊNCIA DE MONITORIA NA DISCIPLINA DE FÍSICO – QUÍMICA NO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO, CAMPUS- CODÓ - MA**

Weshyngton Grehnti Rufino Abreu  
Ursilândia de Carvalho Oliveira  
Eulane Rys Rufino Abreu  
Erlane Andrade Rodrigues  
Álvaro Itaúna Schalcher Pereira

**DOI 10.22533/at.ed.20719210617**

**CAPÍTULO 18 ..... 161**

**RELATO DE VIVÊNCIAS DA AGRICULTURA FAMILIAR REALIZADA EM COMUNIDADES RURAIS DO MUNICÍPIO DE CAMETÁ – PA**

Thaynara Luany Nunes Monteiro  
Fiama Renata Souza Monteiro Cunha  
Patricia Taila Trindade de Oliveira  
João Tavares Nascimento  
Vanessa França da Silva  
Antonio Tassio Oliveira Souza  
Gabriel Menezes Ferreira  
Igor Thiago dos Santos Gomes  
Renan Yoshio Pantoja Kikuchi  
Jhemyson Jhonathan da Silveira Reis  
João Henrique Trindade e Matos  
Diego Marcos Borges Gomes de Souza

**DOI 10.22533/at.ed.20719210618**

**CAPÍTULO 19 ..... 166**

**SABERES AMAZÔNICOS: ESTUDO ETNOBOTÂNICO DE UMA ALDEIA INDÍGENA NO SUDESTE DO PARÁ**

Camila Tamises Arrais Furtado  
Thayrine Silva Matos  
Marcelo Mendes Braga Junior  
Gabriele Melo de Andrade  
Maria Rita Lima Calandrini Azevedo  
Laise de Jesus dos Santos  
Mateus Ferreira Lima  
Emilly Gracielly dos Santos Brito  
Daleth Sabrinne da Silva Souza  
Jean Carlos Altoé Cunha  
Felipe Rezende Rocha Silva

**DOI 10.22533/at.ed.20719210619**

**CAPÍTULO 20 ..... 173**

UMA HISTÓRIA DO PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO DA AGRICULTURA: A PERSPECTIVA AUTOBIOGRÁFICA E AS MEMÓRIAS DE UM PROCESSO EM TEMPOS DE EROÇÃO CULTURAL

Manoel Adir Kischener  
Everton Marcos Batistela  
Airton Carlos Batistela

**DOI 10.22533/at.ed.20719210620**

**CAPÍTULO 21 ..... 185**

VULNERABILIDADE DE ÁGUAS DE POÇOS TUBULARES DESTINADAS À IRRIGAÇÃO DE UM COMPLEXO HORTÍCULA DO ESTADO DO PIAUÍ, BRASIL

Yêda Gabriela Alves do Espírito Santo Silva  
Ana Paula Peron

**DOI 10.22533/at.ed.20719210621**

**SOBRE OS ORGANIZADORES..... 207**

## ESTUDO DE CASO EM EMPRESA FAMILIAR DE JALES

### **Emerson Aparecido Mouco Junior**

Faculdade de Tecnologia de Jales “Prof. José Camargo”  
mouco@usp.br

### **Luciana Aparecida Rocha**

Faculdade de Tecnologia de Jales “Prof. José Camargo”  
luciana\_mesopolis@hotmail.com

### **Thiago Gonçalves Bastos**

Faculdade de Tecnologia de Jales “Prof. José Camargo”  
thiagogbastos@hotmail.com

**RESUMO:** O presente estudo de caso fora realizado em uma empresa familiar da cidade de Jales – SP no noroeste paulista, da qual trabalha no ramo de supermercados em geral. O trabalho tem como objetivo averiguar como estão às vendas da empresa, quais os produtos que mais possuem saídas e os que menos possuem e também apresentar uma proposta de criação de novos produtos para uma possível inserção no mercado consumidor. Fora realizada uma pesquisa de campo analisando o ambiente e os produtos, e também uma entrevista com os proprietários da mesma para que fosse possível obter os dados de vendas e saídas dos produtos, já que esta não possuía até o estudo do projeto um sistema computadorizado. Através das análises

feitas foram observadas algumas necessidades dos clientes e proposta a criação de três novos produtos sendo estes derivados das raízes de mandioca e batata doce.

**PALAVRAS-CHAVE:** Supermercados. Consumidor. Necessidades.

**ABSTRACT:** The present case study was carried out in a family - owned company in the city of Jales - SP, in the northwest of São Paulo, where it works in the supermarket sector in general. The objective of the work is to find out how the sales of the company are, which products have the most outputs and which have the least and also present a proposal to create new products for a possible insertion in the consumer market. A field survey was carried out analyzing the environment and the products, as well as an interview with the owners for obtaining sales data and exits of the products, since the company did not have, until the study of the project, a computerized system. Through the analyzes, some customers' needs were observed and the proposal was made to create three new products, these being derived from cassava and sweet potato roots.

**KEYWORDS:** Supermarkets. Consumer. Needs.

## 1 | INTRODUÇÃO

Com a busca por produtos mais saudáveis, para Karyna, consultora do SEBRAE-SP, o setor que mais deve ganhar força neste ano deve ser o de comidas saudáveis, por ser tendência em todo o mundo, o segmento acompanha a busca do consumidor em se alimentar melhor, aderindo aos ingredientes locais e sustentáveis.

Para isso fora desenvolvido este projeto, e para se ter uma melhor avaliação da empresa em estudo foram analisados missão, visão e valores da qual a missão de é a razão desta existir ou o motivo pela qual existe.

Segundo (MACHADO, 2009) fornece a direção para o desenvolvimento da estratégia, definindo os fatores críticos de sucesso, localizando as oportunidades-chave, fazendo escolhas no que se refere à alocação de recursos e satisfazendo os clientes e acionistas.

A visão demonstra um estado desejado pelos praticantes da organização dentro de um período de tempo, ou seja, o que a organização pretende se tornar daqui a algum tempo.

Os valores representam princípios capazes de direcionar a tomada de decisão, bem como o comportamento dos colaboradores, de forma a guiar as atividades de tal organização.

Para um melhor planejamento estratégico fora feito tanto a matriz SWOT quanto a análise BCG da qual a matriz SWOT para (APPIO et al, 2009) é um instrumento extremamente útil na organização. Por intermédio desta análise, pode-se relacionar e identificar as forças/deficiências, oportunidades/ ameaças da organização em ambiente real, colaborando para uma melhora no desempenho da empresa. Este instrumento teve origem na década de 1960 e é utilizado por diversas empresas, independentemente do tamanho delas.

Já o modelo BCG segundo (CHIAVENATO, 2003) parte da premissa de que a organização precisa ter um portfólio de produtos com diferentes taxas de crescimento e diferentes participações de mercado. A composição do portfólio é função do equilíbrio entre fluxos de caixa. Produtos de alto crescimento exigem injeções de dinheiro para crescer enquanto produtos de baixo crescimento devem gerar excesso de caixa. Ambos são necessários simultaneamente.

Através destes métodos de análise fora possível traçar como está a empresa atualmente no mercado e visando a busca pela melhoria na alimentação o projeto visa propor ao mercado a criação de novos produtos menos gordurosos e ricos em vitaminas para que assim possam despertar maior interesse no consumidor local e regional.

## 2 | METODOLOGIA

Para o presente artigo foi usada a pesquisa de campo do qual (LAKATOS et al,





profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços”.

O Art. 980-A diz que “a empresa individual de responsabilidade limitada será constituída por uma única pessoa titular da totalidade do capital social, devidamente integralizado, que não será inferior a 100 (cem) vezes o maior salário-mínimo vigente no País. (Incluído pela Lei nº 12.441, de 2011)”.

A empresa em estudo está inscrita sob a forma de ME (Micro Empresa) da qual possui um lucro anual de até R\$ 360 mil, a mesma se enquadra também dentro do Simples Nacional.

O setor de atividade da empresa é comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns com o CNAE 4712100.

A mesma se enquadra no regime Simples Nacional: Neste regime há duas grandes vantagens: uma refere-se aos valores de alíquotas que são menores e a outra se refere à simplicidade da agenda tributária, facilitando o controle. Neste caso, enquadram-se empresas com receita bruta de até R\$ 3.600.000,00.

A empresa dispõe apenas dos membros da família “como funcionários” totalizando 4 pessoas (a dona, o marido e os dois filhos), os materiais como foi citado acima são todos novos e em bom estado.

#### **a- Missão**

Para (PORTO apud HUNTER & WHEELEN, 1997) “Uma missão pode ser definida de forma ampla ou restrita. Ou, usando a ideia de abstração de Hayakawa (1990), uma missão pode assumir alto ou baixo nível de abstração. Uma missão restrita, ou limitada, pode definir claramente o propósito de uma organização, limitando-a, porém, em seu escopo. Uma missão ampla (enunciada em termos mais genéricos) permite um escopo bastante mais abrangente para a organização. Por outro lado, seu maior nível de abstração exige identificação clara do que deve ser enfatizado”.

Segundo (LARUCCIA, 2003) “A missão deve incluir motivação, pois os empregados querem ter o próprio trabalho reconhecido e útil a todos. A missão não deve “ter lucro”, pois lucro é o resultado do trabalho realizado fora da empresa. A missão global deve enfatizar as políticas básicas da empresa, que são uma orientação de como todos os membros devem lidar com clientes, fornecedores, distribuidores, concorrentes e outros tipos de público”.

Sendo assim a missão da empresa é “oferecer produtos de diversos gêneros do setor varejista aos seus clientes, com bons preços, comodidade e qualidade para eles”.

#### **b- Visão**

“A visão consiste num macro objetivo, não quantificável de longo prazo, que expressa onde e como a organização pretende estar no futuro. A visão atua como

um elemento motivador, energizando a empresa e criando um ambiente propício ao surgimento de novas ideias. Toda visão tem um componente racional, que é produto da análise ambiental e outro componente emocional, que é produto da imaginação, da intuição e da criatividade dos gestores. Por isso, todo processo de planejamento é composto também de uma certa dose de feeling, onde aos fatos e dados são adicionados capacidade empreendedora e visionária daqueles que estão planejando”. (ANDION et al, 2002)

A empresa tem como visão ampliar ainda mais sua variedade e quantidade de produtos para possa adquirir ainda mais clientes e aumentar o faturamento da mesma, nos próximos 5 anos ter o retorno do valor investido e caso houver novas possibilidades, iniciar outras atividades com filiais em novos bairros da cidade, ou outros municípios da região.

### **c- Valores**

“Na verdade, os valores definidos por uma organização muitas vezes podem diferir daquilo que os seus dirigentes acreditam ou valorizam no seu cotidiano. É o caso da afirmação de que as pessoas estão em primeiro lugar na organização, enquanto os dirigentes insistem em horários rígidos e enxugamentos à custa do corte de pessoas, o que mostra claramente como os valores organizacionais não são praticados na realidade”. (CHIAVENATO, 2005)

Segundo (COSTA, 2007, p.38), os valores são “características, virtudes, qualidades da organização que podem ser objeto de avaliação, como se estivessem em uma escala, com gradação entre avaliações extremas”.

Visto que podemos dizer que os valores de uma empresa são basicamente suas características, o que seus proprietários valorizam e podemos citar alguns desta empresa: Proximidade ao cliente, Respeito, Responsabilidade, Comprometimento, Ética e Transparência.

### **d- Perfil do Target (Público alvo)**

“Clientes externos são impactados pelo produto, mas não são membros da empresa que o faz. Incluem aqueles que compram os produtos, os departamentos reguladores do governo e o público. Os clientes internos são impactados pelo produto e são também membros da empresa que o produz”. (JURAN, 1992)

O bairro onde está localizada a empresa é novo, sendo assim foi analisada e estudada a possibilidade de se instalar a mesma no local por não haver nenhuma empresa do ramo nas proximidades e também pelos próximos bairros que estão para sair aos arredores deste onde fora instalada, dos quais confirmados, já existem dois.

A empresa é um canal de vendas B2C (Business 2 Client) seus principais clientes são os moradores do bairro onde está presente o estabelecimento e também de bairros ao redor do mesmo. Estes por sua vez são em sua maioria trabalhadores, da classe C, muitos ainda não possuem filhos e moram apenas em casais nas casas ao redor.

## 4 | ANÁLISES ESTRATÉGICAS

### a) Análise SWOT ou FOFA:

Para (MAXIMIANO, 2011) “Planejamento estratégico é o processo de elaborar a estratégia – a relação pretendida da organização com seu ambiente. O processo de planejamento estratégico compreende a tomada de decisões sobre o padrão de comportamento que a organização pretende seguir”.

<b>Fortes</b>	<b>Fraquezas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Bons preços de acordo com o poderio de compra.</li><li>• Espaço físico apropriado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capital de giro pequeno.</li><li>• Uma variedade de produtos não tão grande quanto alguns concorrentes maiores.</li><li>• Falta de um controle de fluxo de caixa sistematizado.</li></ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ser o único no bairro e proximidades.</li><li>• Inserção de produtos diferenciados dos quais já existe e que o público pede.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Grande quantidade de empresas do mesmo ramo.</li><li>• Preços de alguns concorrentes maiores.</li></ul>

**Tabela 2** – Metodologia SWOT

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

### b) Matriz BCG

Para (MORALES et al, 2006) “A Matriz é utilizada para administrar carteira de produtos (portfolio de produtos) e tem sido utilizada, com mais frequência, na criação de políticas de investimento e administração de caixa em empresas que comercializam diversos produtos. Analisar o portfólio de produtos da empresa identificando quais se constituem como criança problema, estrela, vaca leiteira ou abacaxi”.

Segundo (KOTLER, 2008), “o modelo criado pela Boston Consulting Group (BCG) permite classificar estratégias do negócio de acordo com a taxa de crescimento do mercado e a participação de mercado relativa. No eixo vertical, a taxa de crescimento apresenta uma medida da atratividade do mercado, enquanto que no eixo horizontal a participação relativa mensura o poder da empresa no mercado”.

**1. Estrelas:** Um produto Estrela é líder no mercado de alto crescimento, e também possui uma alta participação no mercado, exige muito investimento para elevar seu crescimento, e quando este começa a cair se torna uma “Vaca Leiteira”.

**2. Vaca Leiteira:** São produtos com alta participação de mercado porém com uma pequena taxa de crescimento, necessita de investimentos menores e geralmente tornam-se uma fonte de recursos para a empresa.

**3. Abacaxi:** São produtos que operam em mercados de alto crescimento, mas que têm baixas participações relativas, sendo assim, um produto “Abacaxi” exige alto investimento e a empresa deve analisar se o alto crescimento compensa ou não o investimento.

**4. Criança Problema:** São produtos com pequenas participações em mercados e de baixo crescimento gerando assim baixos lucros ou até prejuízos.

Na tabela abaixo se demonstra alguns produtos dentro da Matriz BCG:

		PARTICIPAÇÃO RELATIVA NO MERCADO	
		ALTA	BAIXO
CRESCIMENTO DO MERCADO	ALTO	<b>Estrela:</b> - Cerveja (Garrafa, Lata, Long Neck) - Refrigerante (Garrafa, Lata) - Refresco em pó	<b>Abacaxi:</b> - Leguminosos embalados pela empresa - Produtos de Limpeza - Utensílios em geral - Salgadinhos convencionais
	BAIXO	<b>Vaca Leiteira:</b> - Leite Integral - Pães (Exceto Pão Francês) - Bolacha Recheada - Alimentos Básicos (Arroz, Feijão Óleo, Sal, Macarrão)	<b>Criança Problema:</b> - Pão francês - Cigarro

**Tabela 3 – Matriz BCG**

Fonte: Elaborado pelos autores.

## 5 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 5.1 Ciclo de vida dos produtos

Seguem abaixo alguns produtos da empresa:

#### Cerveja

A cerveja é o produto estrela da empresa, o mesmo não tem um alto valor lucrativo, porém tem uma alta participação no mercado e um alto crescimento, um dos fatores que representam isso são os altos investimentos das fabricantes em propaganda, patrocinando diversos eventos e esportes.

O produto está ainda em fase de crescimento, com uma tendência ainda maior de aumentar, pois os consumidores adquirem este em qualquer época do ano, mês e dia, sem uma restrição maior, e com isso sua venda só tende a aumentar assim que a empresa for se expandindo.

## Leite Integral

O leite por ser um produto básico praticamente para todas as pessoas possui uma venda até razoável, porém devido à alta no preço que o mesmo teve no segundo semestre de 2016 as vendas até tiveram um crescimento, mas com uma margem pequena se comparada aos outros meses do ano.

Atualmente com o preço bem menor, o leite voltou a ter sua venda acelerada e aumentando o consumo por parte do cliente.

O refrigerante tem sua venda facilitada devido à praticidade de seu consumo, visto que o mesmo está pronto para beber, e caso o cliente opte pelo produto gelado pode-se encontra-lo desta forma também.

Entretanto não se consome tanto refrigerante como antigamente, devido ao alto crescimento dos refrescos em pó do qual será citado abaixo.

## Refresco em pó

O refresco em pó é algo que somente tende a crescer, as pessoas, devido até a crise financeira vivida pelo país, estão ingerindo muito mais sucos do que anteriormente. Algumas pessoas estão parando de beber refrigerantes devido a problemas estomacais derivados dos gases do mesmo, e outras porque acham que este tipo de produto é menos prejudicial à saúde do que o refrigerante, em termos de quantidade de açúcar presente neles.

Como citado acima o preço é outro fator que pesa na escolha das pessoas para a compra destes refrescos em pó, além da grande variedade de sabores das frutas para o consumo.

## Pão Francês

O pão francês juntamente com o cigarro é um dos maiores problemas da empresa, pelo seu lucro ser baixo e a rotatividade também ser, as vendas até aumentaram nos primeiros nove meses da empresa, porém suas vendas já deram uma estagnada.

O problema maior deste produto é quando há sobra, por não ter troca o prejuízo fica todo com o dono do estabelecimento, e levando em consideração que o lucro deste é demasiado baixo o prejuízo pode até ser alto no final do mês.

## Proposta De Criação De Um Novo Produto

A busca por produtos mais saudáveis também é algo que auxilia o desenvolvimento de ambos os produtos, segundo o (SEBRAE et al, 2004) este cenário impacta de duas formas: diretamente, por meio da redução do consumo de produtos calóricos, e indiretamente, via aumento da participação no orçamento familiar dos produtos proteicos e industrializados.

## Produtos Desenvolvidos

**Produto “Mandioquinha NJ”:** A Mandioquinha NJ é um produto feito através



de mandiocas selecionadas e fatiadas manualmente para uma melhor confecção do produto, este segue a mesma ideia da batata frita já existente, porém feito com mandioca.

A Mandioquinha poderá ser encontrada em duas versões, sendo elas com sal e sem sal para quem tem algum problema de hipertensão ou afins, além disso, o preparo do produto não será feito através de fritura e sim através do forno, sendo assim assado e sem o uso de gorduras tornando-o mais saudável.

O mercado do qual este produto será inserido é o de salgadinhos/biscoitos, o mesmo das batatas fritas já existentes, porém não terá nada de gordura já que o mesmo será assado no forno.

O Estado de São Paulo apresenta condições naturais bastante favoráveis em termos de clima e de solo para o cultivo da mandioca, em algumas regiões, especialmente onde a cultura já se encontra estabelecida, as condições ecológicas aproximam-se das ideias (SEBRAE et al, 2004). A região onde a empresa está localizada é muito favorável a produção da planta, pois seu plantio e colheita se faz o ano todo, não sendo assim um produto sazonal.

A mandioca é considerada a mais brasileira de todas as plantas cultivadas, dada sua ligação com o desenvolvimento histórico, social e econômico do país, biólogos afirmam que é uma planta de origem americana surgida no “Brasil tropical” provavelmente na região amazônica (CASTRO et al, 1999).

A planta é uma raiz leguminosa carregada com vitamina B e Vitamina C, Cálcio, hidratos de carbono e minerais. Para a confecção do produto será usada a mandioca amarela ou como ficou conhecida por pesquisadores da UnB “Mandioca 1” segundo uma pesquisa do Laboratório de Melhoramento Genético da Mandioca da Universidade de Brasília (UnB) em 2010 “O tipo originário do Amapá tem até 50 vezes mais caroteno. (...) O caroteno, quando processado pelo fígado, produz vitamina A. A substância é importante para o fortalecimento da retina e para a proteção do tecido epitelial do corpo humano.”

Logo Marca:



**Figura 2** – Logomarca do produto Mandioquinha NJ

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Embalagem:



**Figura 3** – Embalagem do produto Mandioquinha NJ com Sal

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Embalagem:



**Figura 4** – Embalagem do produto Mandioquinha NJ Sem Sal

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Produto Embalado:



**Figura 5** – Produto embalado Mandioquinha NJ

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

O público alvo destes produtos serão as pessoas que moram ao redor e nas proximidades do local onde a empresa encontra-se instalada e também outros habitantes da cidade, visto que em nenhum outro mercado existe tal produto ou que se aproxime deste, e as características são as mesmas pessoas que adquirem já a tradicional batata frita embalada e também as que consomem a “pururuca de porco” embalada.

### **Vantagens Competitivas**

As vantagens competitivas se dão pelo fato do produto não existir na região onde o mercado encontra-se instalado, seja nos bairros próximos ou até mesmo dentro da cidade, pois fora realizada uma pesquisa de campo nos supermercados da cidade e mais próximos do estabelecimento, e não fora encontrado nenhum produto do tipo.

Outro ponto positivo a ser explorado é o valor de venda dos produtos que será baixo, pois os dois não necessitaram de um alto custo de investimento e nem mesmo de fabricação.

A “Mandioquinha NJ” em suas duas versões serão comercializadas na própria cidade onde a empresa se encontra instalada, Jales – SP, e inicialmente com exclusividade na própria empresa, posteriormente a venda poderá ser expandida a outros mercados e supermercados da região.

Inicialmente os meios de divulgação serão cartazes com as fotos dos produtos, divulgação através de rádio e também jornais, além da tradicional “boca a boca” feito pelos proprietários e clientes da empresa.

## Custos de Produção

Custos de Produção	
Mandioca	R\$ 0,10
Papel Manteiga	R\$ 0,55
Gás	R\$ 0,05
Embalagem Plástica	R\$ 0,01
Papel	R\$ 0,20
<b>Total</b>	<b>R\$ 0,91</b>

**Tabela 4:** Custos de Produção

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

## 6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado em estudo apesar de se tratar de uma microempresa e que é nova no mercado está sempre em contínua evolução, procurando sempre aumentar sua cartela e variedades de produtos para que assim consiga atender ainda mais as necessidades de seus clientes. A concorrência nesse ramo é enorme e varia desde microempreendedores individuais até empresas que estão presentes em vários outros municípios do estado de São Paulo.

Através da análise SWOT alguns pontos fortes, fraquezas, oportunidades e ameaças, dentre quais podemos destacar a oportunidade de ser a única empresa deste ramo nas proximidades, entretanto as ameaças de possuir várias empresas na cidade deste setor e os preços de concorrentes maiores devem ser levado em consideração pela proprietária.

Por meio da matriz BCG, fora constatado alguns produtos que possivelmente podem ser alguns “problemas” para o estabelecimento devido ao seu baixo percentual lucrativo, pouca rotatividade e alto custo de investimento, sendo assim não são muito viáveis para o estabelecimento.

Após todas as análises feitas conclui-se que a criação dos novos produtos é viável não somente pelo fator de inovação no mercado regional, mas também pelo fator nutritivo e saudável das raízes em estudo.

## REFERÊNCIAS

**AEDB.** A Matriz Boston Consulting Group (BCG) no planejamento de marketing em uma universidade privada. Disponível em:

<[http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos06/912\\_ARTIGO%20SEGET.pdf](http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos06/912_ARTIGO%20SEGET.pdf)> Acesso em: 21/03/2017

**APPIO, J., SCHARMACH, A. L. R., SILVA, A. K. L., CARVALHO, L. C., SAMPAIO, C. A. C.**

**Revista Interdisciplinar Científica Aplicada:** Análise swot como diferencial competitivo: um estudo exploratório na cooperativa muza Brasil. 2009. Disponível em: <<http://rica.unibes.com.br/index.php/rica/article/view/291/270>> Acesso em: 23/05/2017.

**BRASIL.** Presidência da República Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos, Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)> Acesso em: 04/05/2017.

**CASTRO, P. R. C., KLUNGE, R. A., Ecofisiologia de cultivos anuais:** trigo, milho, soja, arroz e mandioca. São Paulo: Nobel, 1999.

**CHIAVENATO, I., Gestão de Pessoas,** 9.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

**CHIAVENATO, I., Introdução à teoria geral da administração:** uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 9.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

**CORREIO BRAZILIENSE.** Mandioca amarela tem até 50 vezes mais caroteno que a variedade comum da raiz. Disponível em: <[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2010/03/09/interna\\_cidadesdf,178388/index.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2010/03/09/interna_cidadesdf,178388/index.shtml)> Acesso em: 03/05/2017.

**COSTA, E. A., Gestão estratégica,** Da empresa que temos para a empresa que queremos. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

**JURAN, J.M. A qualidade desde o projeto:** os novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços. São Paulo: Thomson Pioneira, 1992.

**KOTLER, P. Princípios de Marketing.** 12ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 2008

**LAKATOS, E. M; MARCONI, M de A., Técnicas de pesquisa.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

**MACHADO, D. S. Filosofia Institucional:** Missão – visão – valores do sistema de bibliotecas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2009. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18488/000730113.pdf?sequence=1>> Acesso em: 24/05/2017.

**MAXIMIANO, A. C. A., Teoria Geral da Administração:** da revolução urbana à revolução digital. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

**PIANA, MC. A construção do perfil do assistente social no cenário educacional.** São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 233 p. ISBN 978-85-7983-038-9. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/vwc8g/pdf/piana-9788579830389-06.pdf>> Acesso em: 04/05/2017.

**PORTO, M. A., Missão e visão organizacional: orientações para a sua concepção.** 1997. Disponível em: <[http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep1997\\_t4105.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep1997_t4105.pdf)> Acesso em: 23/05/2017.

**REVISTA PEGN.** Cinco tendências do segmento de alimentação em 2017. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Feira-do-Empreendedor-SP/noticia/2017/01/5-tendencias-do-segmento-de-alimentacao-em-2017.html>> Acesso em: 09/05/2017.

**SEBRAE, CEPEA, USP – ESALQ, Melhoria da competitividade da cadeia agroindustrial da mandioca no estado de São Paulo.** Piracicaba, 2004.



## **SOBRE OS ORGANIZADORES**

**Jorge González Aguilera** - Engenheiro Agrônomo (Instituto Superior de Ciências Agrícolas de Bayamo (ISCA-B) hoje Universidad de Granma (UG)), Especialista em Biotecnologia pela Universidad de Oriente (UO), CUBA (2002), Mestre em Fitotecnia (UFV/2007) e Doutorado em Genética e Melhoramento (UFV/2011). Atualmente, é professor visitante na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) no Campus Chapadão do Sul. Têm experiência na área de melhoramento de plantas e aplicação de campos magnéticos na agricultura, com especialização em Biotecnologia Vegetal, atuando principalmente nos seguintes temas: pre-melhoramento, fitotecnia e cultivo de hortaliças, estudo de fontes de resistência para estresse abiótico e biótico, marcadores moleculares, associação de características e adaptação e obtenção de vitroplantas. Tem experiência na multiplicação “on farm” de insumos biológicos (fungos em suporte sólido; Trichoderma, Beauveria e Metharrizium, assim como bactérias em suporte líquido) para o controle de doenças e insetos nas lavouras, principalmente de soja, milho e feijão. E-mail para contato: [jorge.aguilera@ufms.br](mailto:jorge.aguilera@ufms.br)

**Alan Mario Zuffo** - Engenheiro Agrônomo (Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT/2010), Mestre em Agronomia – Produção Vegetal (Universidade Federal do Piauí – UFPI/2013), Doutor em Agronomia – Produção Vegetal (Universidade Federal de Lavras – UFLA/2016). Atualmente, é professor visitante na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – UFMS no Campus Chapadão do Sul. Tem experiência na área de Agronomia – Agricultura, com ênfase em fisiologia das plantas cultivadas e manejo da fertilidade do solo, atuando principalmente nas culturas de soja, milho, feijão, arroz, milheto, sorgo, plantas de cobertura e integração lavoura pecuária. E-mail para contato: [alan\\_zuffo@hotmail.com](mailto:alan_zuffo@hotmail.com)

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-420-7



9 788572 474207