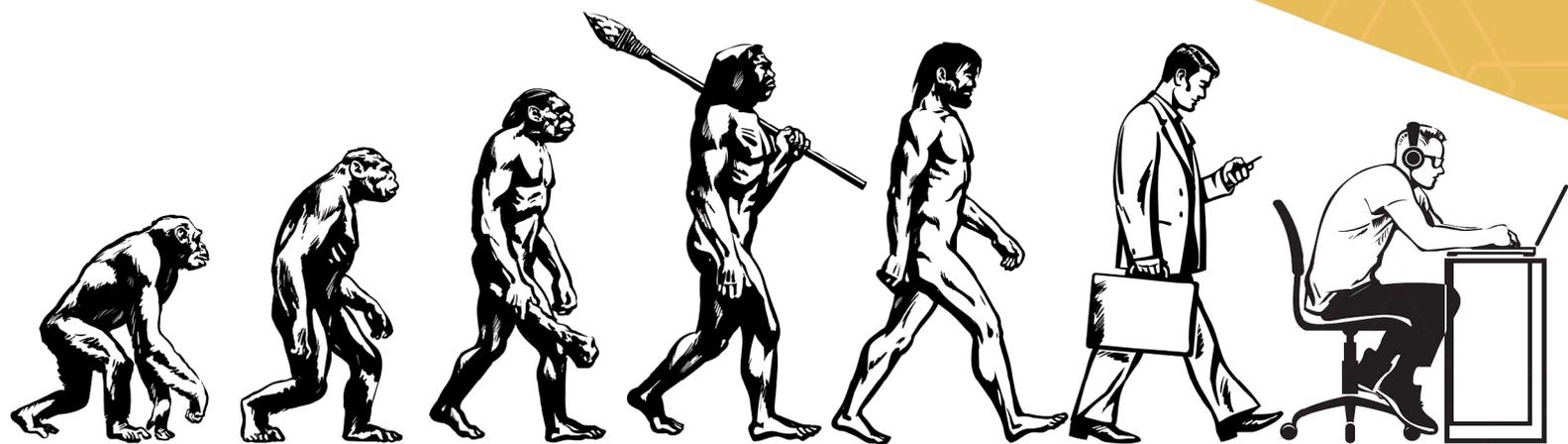


# CIÊNCIAS HUMANAS E A DIMENSÃO ADQUIRIDA ATRAVÉS DA EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA



**DENISE PEREIRA  
(ORGANIZADORA)**

**Atena**  
Editora

Ano 2019

Denise Pereira  
(Organizadora)

# Ciências Humanas e a Dimensão Adquirida através da Evolução Tecnológica

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Rafael Sandrini Filho  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

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**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
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  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie di Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª 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  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
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. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª 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 Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
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. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
C569	<p>Ciências humanas e a dimensão adquirida através da evolução tecnológica [recurso eletrônico] / Organizadora Denise Pereira. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-681-2 DOI 10.22533/at.ed.812190210</p> <p>1. Ciências humanas. 2. Sociologia. 3. Tecnologia. I. Pereira, Denise.</p> <p style="text-align: right;">CDD 301</p>
<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

Se em todas as ciências o homem é o sujeito do conhecimento, que se dedica à apreensão da realidade em seus vários objetos, nas Ciências Humanas o ser humano, além de ser o sujeito do conhecimento, é também o objeto do conhecimento. Tal característica traz desafios epistemológicos muito específicos às Ciências Humanas, dando destaque à questão da objetividade versus subjetividade, ou da parcialidade versus imparcialidade nos estudos de tais ciências.

E observar Ciências Humanas por meio da evolução tecnológica, é necessário olhar a tecnologia como um conceito extenso que pode significar muitas coisas para as pessoas, assim sendo: “tecnologia é um sistema através do qual a sociedade satisfaz as necessidades e desejos de seus membros”. Esse sistema contém equipamentos, programas, pessoas, processos, organização, e finalidade de propósito. Nesse contexto, um produto é o artefato da tecnologia, que pode ser um equipamento, programa, processo, ou sistema, o qual por sua vez pode ser parte do meio ou sistema contendo outra tecnologia.

Os autores deste e-book utilizam as diversas formas de compreensão, intervenção e tradução da realidade e das ações humanas, de modo que as inúmeras tecnologias, (linguagem oral, escrita, do corpo, cartográfica, digital e de comunicação), sejam utilizadas como mecanismo de apropriação do mundo e entendimento das ações humanas e das sociedades nos diferentes espaço/tempos.

Espero que as leituras destes capítulos possam ampliar seus conhecimentos e instigar novas reflexões.

Boa leitura!  
Denise Pereira

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
A COMUNICAÇÃO HUMANA NOS SINAIS CÓSMICOS DE RÁDIOS	
Laurentino Lúcio Filho	
DOI 10.22533/at.ed.8121902101	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>13</b>
MULHER NEGRA COMO TEMA DE PESQUISA: ÁREA DE HUMANIDADES NO BRASIL	
Núbia Oliveira Alves Sacramento	
Isabel Maria Sampaio Oliveira Lima	
DOI 10.22533/at.ed.8121902102	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>18</b>
O MUSEU DÁ SAMBA: COMEMORAÇÕES DO BICENTENÁRIO DO MUSEU NACIONAL/UFRJ	
Regina Maria Macedo Costa Dantas	
Mariah dos Santos Martins	
DOI 10.22533/at.ed.8121902103	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>31</b>
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO “SÍTIO SANTA MARIA”: UMA FERRAMENTA PARA TOMADA DE DECISÃO NA PEQUENA EMPRESA AGRÍCOLA	
Débora Gonçalves de Almeida	
Aline Mendes dos Santos	
Soraya Regina Sacco Surian	
Maria Clara Ferrari	
DOI 10.22533/at.ed.8121902104	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>39</b>
RELAÇÃO ENTRE ESPIRITUALIDADE/RELIGIOSIDADE E QUALIDADE DE VIDA NOS MEMBROS DO PROJETO PASTORAL UNIVERSITÁRIA EM TUBARÃO- SC	
Marcella Beghini Mendes Vieira	
Wilson Leonel	
Eduardo Fernandes da Rocha	
DOI 10.22533/at.ed.8121902105	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>50</b>
A UTILIZAÇÃO DE PERFIS GENÉTICOS NO AUXÍLIO À IDENTIFICAÇÃO CRIMINAL: QUESTÕES JURÍDICAS E BIOÉTICAS ENQUANTO SISTEMAS AUTOPOIÉTICOS E A CONTRIBUIÇÃO DO INSTITUTO GERAL DE PERÍCIAS DE SANTA CATARINA	
Carlos Augusto Thives de Carvalho	
Gustavo Madeira da Silveira	
João Artur de Souza Doutor	
João Bosco da Mota Alves	
DOI 10.22533/at.ed.8121902106	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA</b> .....	<b>63</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	<b>64</b>

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO “SÍTIO SANTA MARIA”: UMA FERRAMENTA PARA TOMADA DE DECISÃO NA PEQUENA EMPRESA AGRÍCOLA

### **Débora Gonçalves de Almeida**

Fatec Itapetininga – Tecnologia em Agronegócio –  
Itapetininga, SP

### **Aline Mendes dos Santos**

Fatec Itapetininga – Tecnologia em Agronegócio –  
Itapetininga, SP

### **Soraya Regina Sacco Surian**

Fatec Itapetininga – Tecnologia em Agronegócio –  
Itapetininga, SP

### **Maria Clara Ferrari**

Fatec Itapetininga – Tecnologia em Agronegócio –  
Itapetininga, SP

**RESUMO:** O presente artigo teve por objetivo elaborar o planejamento estratégico da propriedade “Sitio Santa Maria” localizada na cidade de Itapetininga, Estrada Vicinal SP 127, Bairro Retiro, Distrito da Varginha. A atividade desenvolvida na propriedade é a produção e comercialização de Pepino japonês (*Cucumis sativus* L.), por enxertia. As declarações estratégicas da empresa, missão, visão, valores foram desenvolvidas pela equipe responsável por este projeto, pois a propriedade não possuía tais declarações e estas foram elaboradas conjuntamente com o proprietário e seus colaboradores, sendo desenvolvidas com vistas às práticas recorrentes na propriedade em questão. Por meio de uma análise ambiental, pode-se mapear a situação em que a empresa

se encontra no momento, identificando-se os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidade, do ambiente interno e do ambiente geral, ou macro ambiente, aquelas condições do ambiente externo mais amplo e composto por fatores tecnológicos, econômico-natural, político-legal e sociocultural. O planejamento estratégico mostrou-se adequado para transformar os objetivos organizacionais em projetos estratégicos, no caso a análise da implantação de cinco novas estufas modelo arco na propriedade num período de cinco anos, visando um aumento da produção. Assim as definições e decisões que orientam as ações a serem tomadas na empresa resumem-se em um planejamento, para o melhoramento exclusivo para empresa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Competitividade. Organização. Processos.

### STRATEGIC PLANNING OF THE “SANTA MARIA FARM”: A TOOL FOR DECISION-MAKING IN SMALL AGRICULTURAL COMPANIES ABSTRACT

**ABSTRACT:** The objective of this study was to prepare the strategic planning for the property “Sitio Santa Maria” located in Itapetininga, SP Estrada Vicinal 127, Retiro District, Varginha County. The property produces and seles

Japanese Cucumber (*Cucumis sativus* L.) by grafting. The strategic statements of the company, as its mission, vision and values were developed by the team responsible for this project because the property had no such statements and these were prepared with the owner and his employees, with a view to the recurring practice in the property. Through an environmental analysis, one can map the situation in which the company is at the moment, identifying the strengths, weaknesses, threats and opportunities, the internal environment and the general environment or macro environment, meaning those wider conditions of the external environment and consisting of sociocultural, political-legal, economic, natural and technological factors. Strategic planning was adequate to transform organizational objectives in strategic projects, such as the possibility of the deployment of five new arch model greenhouses on the property over a period of five years, aimed at increasing production. Thus the definitions and decisions that guide the actions to be taken in the company lead to planning, fully targeting the improvement of the company.

**KEYWORDS:** Continuous Competitiveness. Organization. Processes.

## 1 | INTRODUÇÃO

O pepino japonês (*Cucumis sativus* L.), é uma hortaliça fruto de origem Africana/ Asiática de clima tropical, cultura adaptada para cultivo em altas temperaturas, podendo ser cultivada em clima mais ameno. É apreciada e difundida em várias partes do mundo e tem despontado como uma importante alternativa de produção para pequenas áreas, principalmente em sistema de cultivo protegido.

Pensando em maximizar o lucro da propriedade e garantir um produto intrínseco e qualitativo, busca-se a inovação por meio de tecnologias para aprimoramento de novas estufas modelo arco, transformando conhecimentos em resultados, objetivando potencializar o crescimento da empresa. A nova realidade no agronegócio implica na necessidade de cada vez mais os empreendedores agrícolas voltarem seus olhos para o entendimento do mercado demandante, dos acontecimentos que afetam seus negócios, e de investir na melhoria da gestão do empreendimento rural como estratégia de sobrevivência na atividade (LOPES et al., 2012).

O planejamento estratégico orientado para o mercado é o processo gerencial de desenvolver e manter um ajuste viável entre objetivos, habilidades e recursos de uma organização e as oportunidades de um mercado em contínua mudança. O objetivo do planejamento estratégico é dar forma aos negócios e produtos de uma empresa, de modo que eles possibilitem os lucros e o crescimento almejado (KOTLER, 2000, p.86).

O objetivo principal deste projeto é elaborar o planejamento estratégico, que será a base para a tomada de decisão de se implantar, ou não, uma nova estrutura de estufa – (modelo arco) na propriedade, para melhorar a qualidade e a produtividade do empreendimento. Desta forma, oferece a possibilidade de personalização do projeto com indicadores de desempenho, garantindo o reconhecimento e a melhoria do

sistema de produção dentro dos limites das exigências da cultura e das necessidades dos consumidores, tanto dentro do país como fora, dessa maneira possibilitando a participação em nichos de mercado mais adequados para o produto.

## 2 | METODOLOGIA

O desenvolvimento desse trabalho ocorreu utilizando-se da metodologia de pesquisa exploratória que, de acordo com Gil (2010), tem o objetivo de facilitar a compreensão, estudo e análise de assuntos complexos. Utilizou-se de revisão bibliográfica em livros, sites e artigos científicos sobre o tema abordado, buscando informações atuais e de importância. Além disso, por meio de um estudo de caso realizado na empresa familiar, realizou-se um diagnóstico dos seus recursos e da sua situação atual no setor.

O estudo foi realizado na empresa familiar, denominada “Sitio Santa Maria”, localizada no bairro Retiro, município de Itapetininga, interior do estado de São Paulo. Sua área total é de 9,41 hectares, tendo, ainda, como área de preservação permanente (APP) 2,08 hectares. Sua atividade é baseada na produção em estufa modelo londrina de pepino japonês (*Cucumis sativus* L.), pimenta americana (*Capsicum sp*) e tomate (*Solanum lycopersicum*).

Para a realização do planejamento estratégico da empresa rural realizou-se um diagnóstico do ambiente interno, identificando o capital natural, físico, humano, social e financeiro disponível para a realização das suas atividades, bem como a identificação do macroambiente dos fatores tecnológicos, econômico-naturais, socioculturais e político-legais e do ambiente imediato, caracterizado pelas forças competitivas definidas por Porter (1998), que são a competição do setor, as ameaças de novos entrantes, a concorrência dos produtos substitutos, o poder dos fornecedores e o poder dos compradores em relação ao empreendimento avaliando o poder de negociação e a força de barreira do empreendedor. Segundo Gentil (2007), o planejamento estratégico tem a preocupação em identificar, analisar e avaliar cenários e identificar as oportunidades, ameaças, fraquezas e forças. Para consolidar as informações obtidas no diagnóstico, utilizou-se da ferramenta de análise ambiental denominada análise SWOT, gerando uma matriz de resultados.

Utilizou-se dos métodos preconizados pelo AgroPerformance (figura 1) que é um Núcleo de Estudos e Projetos de Planejamento e Gestão Estratégica para Empreendimentos Agro para determinar as etapas e atividades necessárias para o desenvolvimento do processo de planejamento estratégico.

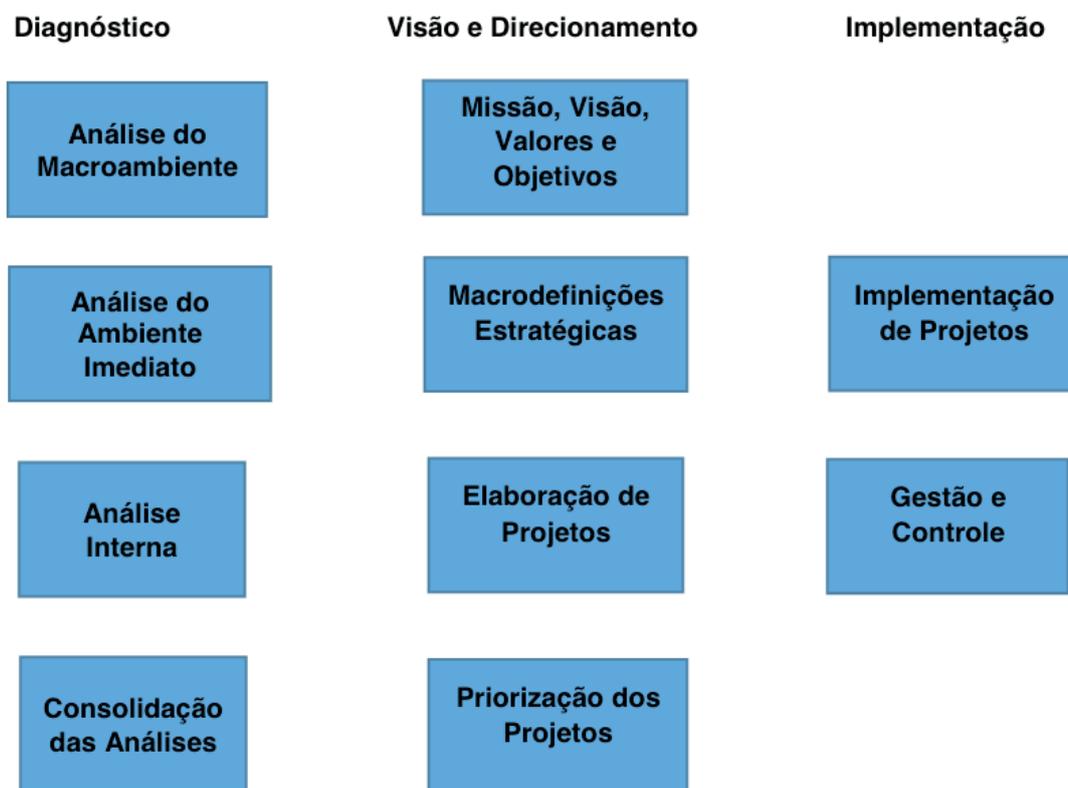


Figura 1: Método Agropformance

Fonte: TROMBIN et al, 2012).

### 3 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

Por meio dos diagnósticos e análises realizadas foram elaboradas as declarações estratégicas da empresa. É importante ressaltar que estas foram desenvolvidas pela equipe responsável conjuntamente com o proprietário e seus colaboradores, pois a propriedade não possuía tais declarações.

Na análise do macroambiente, onde se estudou a relação da empresa e seu ambiente externo, tentou-se prever mudanças geradas por esses fatores externos para que o empreendimento pudesse operar com eficácia perante as ameaças, se possível neutralizando-as, e aproveitando as possíveis oportunidades identificadas. O ambiente geral é afetado por fatores não controláveis e essas forças são denominadas de econômica-natural, político-legais, socioculturais e tecnológicas.

Como essas forças são muito dinâmicas e estão em constantes mudanças são capazes de criar oportunidades e ameaças para o planejamento e gestão da empresa rural; assim no caso estudado foram identificados e analisados os fatores. No fator político-legais identificou-se entre as oportunidades que a propriedade pretende contratar a certificadora do produto SIPAF, e a ação estratégica recomendada para a empresa foi de adequar a atividade visando atender às normas para obtenção de certificação.

No fator econômico-natural as principais ameaças observadas para o negócio da empresa foram os riscos climáticos e a taxa de juros no ano de 2015 (Selic de 14,25%

ao ano). A ação estratégica recomendada foi de avaliar o investimento utilizando indicadores de rentabilidade que consideram o fator tempo no valor do dinheiro como valor presente líquido (VPL), taxa interna de retorno (TIR) e o *Payback* descontando e um estudo do preço do produto para se projetar receitas considerando o aumento de produção e a melhor qualidade do produto.

Na questão sociocultural identificou-se entre as oportunidades a certificação, considerando a exigência e a procura por produtos com menos ou sem nenhum uso de defensivos agrícolas por parte dos consumidores. A ação a ser desenvolvida é a certificação dos seus produtos e uma melhor prática de uso dos defensivos.

No fator tecnológico foram verificadas as oportunidades e a disponibilidade de tecnologia para a produção no sistema protegido com estufa construída com estrutura de arco de ferro galvanizado, pé direito mais alto, cobertura plástica e uma vida útil maior do que as estufas convencionais modelo londrina com estrutura de madeira e pé direito mais baixo. Foi recomendada a ação de investir nas estufas modelo arco visando à sua maior durabilidade e eficiência produtiva.

No ambiente imediato verificou-se como ameaças a dependência do produtor de um único comprador e um número grande de competidores (concorrentes) na atividade, mas como oportunidade pode-se verificar a existência de fornecedores especializados em tecnologia e insumos para atividade em cultivo protegido.

No ambiente interno pode-se verificar que os pontos fortes do negócio são terra própria, fácil localização, mão de obra familiar, recurso financeiro próprio para investimentos em tecnologias, higienização no produto final, entre outros. Em relação aos pontos fracos pode-se identificar que o produtor trabalha de forma individual, não fazendo parte de nenhuma associação e na área comercial a empresa se restringe a somente um comprador dos seus produtos, no caso um intermediário.

Por meio da análise SWOT (quadro 2), pode-se verificar que os pontos fortes do negócio são proprietários da própria empresa rural, fácil localização, mão de obra familiar, acesso à rodovia e investimentos em tecnologias modernas. Os pontos fracos são oscilação de preço e quantidade de concorrentes. As oportunidades são cursos para melhoria da qualidade dos produtos, fornecedores específicos, certificadora do produto SIPAF e higienização no produto final. E as ameaças são taxas de juros no ano de 2015 (Selic: 14,25% ao ano), riscos de pragas e doenças, impactos ambientais, clima, chuvas de granizo e fornecedores específicos.

<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificadora do produto SIPAF;</li> <li>• Preocupação com a segurança dos alimentos por parte do consumidor;</li> <li>• Nova tecnologia de produção;</li> <li>• Curso para a melhoria da qualidade do produto;</li> <li>• Fornecedores especializados</li> <li>• Fornecedores de equipamentos para limpeza e higienização;</li> <li>• Venda para o PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar);</li> <li>• Cursos disponibilizados pelo Sindicato Rural e CATI.</li> </ul>	<p><b>AMEAÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chuvas com granizo;</li> <li>• Ventos fortes;</li> <li>• Taxas de juros no ano de 2015(Selic de 14,25% ao ano);</li> <li>• Oscilação dos preços dos insumos;</li> <li>• Oscilação dos preços do produto;</li> <li>• Risco de pragas e doenças;</li> <li>• Perdas da qualidade do produto e na quantidade provocados por: Passarinhos, roedores e formiga;</li> <li>• Taxa de inflação;</li> <li>• Somente um comprador;</li> <li>• Muitos concorrentes.</li> </ul>
<p><b>FORÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proprietário da área rural;</li> <li>• Fácil localização da propriedade;</li> <li>• Mão de obra familiar;</li> <li>• Recursos financeiros próprios;</li> <li>• Higienização para embalar;</li> <li>• Produtor sempre buscando treinamento em tecnologia de manejo.</li> </ul>	<p><b>FRAQUEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Não faz parte de associação;</li> <li>• A área comercial da empresa dependente de um único comprador (intermediário);</li> <li>• Não possui declarações como: missão, visão e valores.</li> </ul>

Quadro 2 : Análise SWOT

Fonte: Elaboração própria, 2016

Após esse processo da análise SWOT, foi possível definir a missão que é a identidade da empresa, que se torna a sua razão de ser, o seu propósito; a visão, que reflete o seu futuro, a situação que a empresa deseja alcançar, e os seus valores, que são a base da administração da empresa, são os seus princípios. A seguir a missão, visão e valores da empresa pesquisada:

**Missão:** Atuar de maneira significativa e objetiva na produção de pepinos japonês em estufas, buscando novas tecnologias, melhorando os processos produtivos, qualificando o capital humano, preservando o meio ambiente, a segurança e a saúde do homem, promovendo, assim, a satisfação dos clientes.

**Visão:** Ser reconhecida com uma empresa capaz de oferecer produtos no mercado com qualidade e experiência.

**Valores:** Conduzir seus trabalhos com base em valores éticos e morais, qualidade dos produtos, compromisso social e ambiental com a população e busca contínua de novas tecnologias (inovação).

Seguindo as etapas do planejamento, para o cumprimento da missão e a concretização da visão do empreendimento foram estabelecidos os objetivos e metas, e a partir deles, foram propostas as estratégias (ações) para alcançá-los.

Um dos objetivos da empresa consiste no aumento da produção através de novas estufas em um prazo de cinco anos, basicamente utilizando o modelo arco, que consiste em uma estrutura de arco de metal sustentada por esteios laterais de madeira, postinhos de concreto, ou tubo de ferros. A estrutura de arco com a

cobertura plástica irá constituir o telhado da estufa, aprimorando-se com o clima, possibilitando maior vida útil do que as estufas convencionais Londrina, envolvendo uma tecnologia avançada, mais espaço dentro das estufas, fácil acesso, tamanho menor do que a convencional, atingindo resultados desejáveis quando se fala em quantidade, podendo-se ter um fator vantajoso que é o controle da temperatura dentro do ambiente citado, que será propício à cultura plantada, entre outras vantagens.

São também objetivos aumentar em pelo menos mais um cliente para a empresa, participando do PNAE em um período de um ano, por meio da sua adequação para participar do programa e do processo de licitação; melhorar seu desempenho através de novas tecnologias e treinamentos que facilitem o manejo da cultura, frequentando cursos promovidos pelo Sindicato Rural (SENAR) e CATI; promover a certificação da atividade, com contato com a certificadora para iniciar os primeiros estudos para adequação da atividade no prazo de três a cinco anos; e se manter na agricultura, apesar dos riscos constantes, com um acompanhamento melhor da atividade e análise constante dos ambientes e dos seus resultados por meio de indicadores como custos, margem, qualidade, imagem, entre outros.

#### 4 | CONCLUSÃO

Por meio do planejamento, o produtor pode verificar suas forças, fraquezas, bem como as ameaças e oportunidades ao seu negócio, tendo mais condição de tomar decisões visando a uma postura mais competitiva diante dos desafios para proporcionar ao cliente um produto não quantitativo, mas, sim, qualitativo, de acordo com normas e leis, assumindo um compromisso social e ambiental com a população.

Através de busca contínua de novas tecnologias, identificou-se uma oportunidade de implantar novas estufas modelo arco, mesmo com a ameaça da taxa Selic alta, pois, por meio do seu plano estratégico, verificou-se que teria condições de produtividade maior e mais lucro, em consequência dos seus pontos fortes e oportunidades de mercado.

#### REFERÊNCIAS

GENTIL, D. **Planejamento Estratégico: uma questão de sobrevivência e longevidade empresarial.** 2007. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/planejamento-estrategico-uma-questao-de-sobrevivencia-e-longevidade-empresarial/13432/>> Acesso em 16 maio 2016.

GIL, ANTÔNIO CARLOS. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184p.

HORTAS. **Como plantar pepinos.** 2016 Disponível em: <<http://hortas.info/como-plantar-pepino>>. Acesso em 15 maio 2016.

KOTLER, P. **Administração de Marketing.** 2000. Disponível em: <<http://www.sintracoopsc.com.br/wp-content/uploads/2009/03/PDF-Marketing-Kotler-2000.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2016.

LOPES, F.F., NEVES, M.F., BARA, J.G., TROMBIN, V.G., LUPINACCI, A. V., SIMPRINI, E.S., TIBÉRIO, M. A. **Agroperformance: Um método de planejamento e gestão estratégica para empreendimento agro visando alta performance.** 1. ed. São Paulo, Atlas, 2012.

REIS, K. C. dos et al. **Pepino japonês (*Cucumis sativus* L.) submetido ao tratamento com fécula de mandioca.** Ciência e Agrotecnologia, v.30, n.3, Lavras, May/June, 2006. Disponível em:< [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-70542006000300015](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-70542006000300015)>. Acesso em: 10 maio 2016.

## **SOBRE A ORGANIZADORA**

**DENISE PEREIRA** Mestre em Ciências Sociais Aplicadas, Especialista em História, Arte e Cultura, Bacharel em História, pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. cursando Pós-Graduação Tecnologias Educacionais, Gestão da Comunicação e do Conhecimento. Atualmente Professora/Tutora Ensino a Distância da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e professora nas Faculdade Integradas dos Campos Gerais (CESCAGE) e Coordenadora de Pós-Graduação

## ÍNDICE REMISSIVO

### C

Carnaval 18, 20, 21, 24, 25, 26, 28, 29, 30

Ciências humanas 13

Competitividade 31

Comunicação 1, 2, 3, 10, 50

### E

Espiritualidade 39, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48

### F

Fast Radio Bursts 1, 12

### H

História das Ciências 18, 29

### L

Linguagens 1, 2, 3, 5, 6, 8, 10

### M

Mulher negra 13, 15, 16

Museu Nacional 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29

### O

Organização 31, 32

### P

Pesquisa 7, 8, 13, 14, 15, 16, 24, 27, 30, 33, 37, 39, 41, 42, 43, 46

Processos 31, 36

### Q

Qualidade de vida 39, 40, 41, 42, 43, 44, 46, 48

### R

Religiosidade 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47

### S

Semiótica 1, 2, 3, 4, 5, 10, 12

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-681-2



9 788572 476812