

INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SÃO PAULO

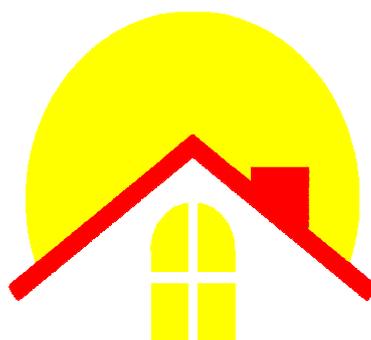
Campus Presidente Epitácio

ALINE GRASIELE DE OLIVEIRA AMORIM

DANILO MENEZES DE LIMA

NILZA MENDONÇA RAMOS

WIVIANE ANDERSON CASSEMIRO DOS REIS



CASA DO LANCHEIRO

ALINE GRASIELE DE OLIVEIRA AMORIM
DANILO MENEZES DE LIMA
NILZA MENDONÇA RAMOS
WIVIANE ANDERSON CASSEMIRO DOS REIS



Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenadoria do Curso de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), como requisito parcial à obtenção do título de Técnico em Administração.

Orientador: Professor Me. Douglas Fernando dos Santos Godoy.

ALINE GRASIELE DE OLIVEIRA AMORIM

DANILO MENEZES DE LIMA

NILZA MENDONÇA RAMOS

WIVIANE ANDERSON CASSEMIRO DOS REIS



Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenadoria do Curso de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), como requisito parcial à obtenção do título de Técnico em Administração.

Orientador: Professor Me. Douglas Fernando dos Santos Godoy.

ALINE GRASIELE DE OLIVEIRA AMORIM

DANILO MENEZES DE LIMA

NILZA MENDONÇA RAMOS

WIVIANE ANDERSON CASSEMIRO DOS REIS



Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenadoria do Curso de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), como requisito parcial à obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA

Professor Bruno Teremussi Neto

Professor Me. Douglas Fernando dos Santos Godoy

Professor Marcos Nascimento

Presidente Epitácio, 23 de junho de 2016.

Dedicamos este trabalho aos nossos familiares, que nos deram suporte durante o decorrer de todo o curso, e a Deus, que nos deu forças para progredir e concluir este estudo.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, depois ao nosso orientador, não somente pelo apoio, mas também pela constante orientação e dedicação neste trabalho, pela sua amizade e interesse na consecução deste estudo.

Gostaríamos de fazer breves agradecimentos antes de encerrar esse discurso: Em primeiro lugar ao Instituto Federal que nos deu toda estrutura para conseguirmos estar aqui hoje, agradecemos também ao diretor Ítalo Junior, a todos os professores que sempre estiveram dispostos a nos ajudar, sendo eles excelentes profissionais, não poderíamos esquecer-nos de dizer nosso muito obrigado ao coordenador do curso Marcelo Zorzan, sem o qual nosso trabalho não teria sido suficiente para funcionar como funcionou. Em penúltimo lugar aos amigos de equipe que formamos aqui, e por último fazemos um agradecimento a todos os colaboradores do IFSP por toda dedicação. Agradecemos também a todos os professores pelo apoio e pelos ensinamentos que nos foram dados desde o início do curso administração. E, por fim, agradecemos a nossas famílias e amigos que contribuíram direta e indiretamente para a conclusão deste trabalho, que é de suma importância para o nosso crescimento profissional.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Qual é o seu Gênero? - - - - -	18
Gráfico 2 - Qual sua Faixa etária? - - - - -	18
Gráfico 3 - Qual é a sua escolaridade? - - - - -	19
Gráfico 4 - Tempo de permanência das Empresas no Mercado - - - - -	19
Gráfico 5 - Frequência de compra de produtos dos lancheiros - - - - -	21
Gráfico 6 - Gasto total dos lancheiros com compra de produtos (semanalmente) - - - - -	22
Gráfico 7 - Como o consumidor costuma pagar suas contas? - - - - -	25
Gráfico 8 - Como os consumidores costumam se informar? - - - - -	26
Gráfico 9 - É viável a abertura da Casa do Lancheiros em Presidente Epitácio? - - - - -	27

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Produtos mais comprados pelos lancheiros entrevistados - - - - -	20
Quadro 2- Marcas de produtos mais consumidas pelos lancheiros - - - - -	20
Quadro 3 - Principais empresas fornecedoras de produtos para lancheiros -	23
Quadro 4 - Problemas relatados pelos lancheiros - - - - -	24
Quadro 5 - Forças e fraquezas os concorrentes - - - - -	30
Quadro 6 - Avaliação dos Fornecedores - - - - -	31
Quadro 7 - Fornecedor 1 - - - - -	32
Quadro 8 - Fornecedor 2 - - - - -	33
Quadro 9- Fornecedor 3 - - - - -	33
Quadro 10 - Fornecedor 4 - - - - -	33
Quadro 11- Fornecedor 5 - - - - -	34
Quadro 12 - Fornecedor 6 - - - - -	35
Quadro 13 - Fornecedor 7 - - - - -	36
Quadro 14 - Fornecedor 8 - - - - -	37
Quadro 15 - Fornecedor 9 - - - - -	38
Quadro 16 - Fornecedor 10 - - - - -	39
Quadro 17 - Fornecedor 11- - - - -	39
Quadro 18 - Fornecedor 12- - - - -	39
Quadro 19 - Fornecedor 13- - - - -	40
Quadro 20 - Fornecedor 14- - - - -	40

SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO	12
1.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO	12
1.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES.	13
1.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO	14
1.4 MISSÃO DA EMPRESA.....	14
1.5 VISÃO DA EMPRESA	15
1.6 VALORES DA EMPRESA	15
1.7 FORMA JURÍDICA	15
1.8 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	15
1.9 CAPITAL SOCIAL	16
1.10 FONTE DE RECURSOS	16
2 ANÁLISE DE MERCADO	17
2.1 ESTUDO DOS CLIENTES.....	17
2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES	27
2.3 ESTUDOS DOS FORNECEDORES	31
3 PLANO DE MARKETING	41
3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS	41
3.2 PREÇO.....	42
3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS.....	46
3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO.....	49
3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	50
4 PLANO OPERACIONAL	51
4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO.....	51
4.2 CAPACIDADE COMERCIAL.....	61
4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS	61
4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL.....	62
5 PLANO FINANCEIRO	64
5.1 ESTIMATIVAS DOS INVESTIMENTOS FIXOS	64
5.2 CAPITAL DE GIRO	65

5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS.....	69
5.4 INVESTIMENTO TOTAL.....	69
5.5 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA	70
5.6 ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA- PRIMA, MATERIAIS INDUSTRIAIS.....	72
5.7 ESTIMATIVA DE CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO.....	72
5.8 APURAÇÃO DE CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS.....	72
5.9 ESTIMATIVAS DE CUSTOS DE MÃO DE OBRA	75
5.10 ESTIMATIVA DE CUSTOS DE DEPRECIAÇÃO.....	75
5.11 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAS	75
5.12 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS	76
5.13 INDICADORES DE VIABILIDADE	76
5.13.1 Ponte de Equilíbrio	76
5.13.2 Lucratividade	77
5.13.3 Rentabilidade	77
5.13.4 Prazo de retorno do investimento.....	78
6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO	79
7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	80
7.1. MATRIZ F.O.F.A.....	80
8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO	82
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83
APÊNDICE- A	84
ANEXO A- CORPO DE BOMBEIROS.....	92

SUMÁRIO EXECUTIVO

Neste ponto, serão expostas todas as informações referentes à empresa em questão, de modo a colocá-los a par das pretensões com relação ao negócio.

1.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO

Muitas pessoas, no Brasil e em boa parte do mundo, sofrem com longas jornadas de trabalho. Às vezes, mesmo quando estão em casa, acabam realizando uma tarefa ou outra, pelo computador ou mesmo pelo *smartphone*. Fenômenos como esse têm levado as pessoas à falta de tempo para atividades essenciais, como passar algumas horas com a família.

Os *fast-foods* - hoje um negócio amplamente difundido pelo mundo – propõem-se a oferecer lanches rápidos, apoiado no fenômeno da falta de tempo das pessoas. Se as pessoas não podem, muitas vezes, passear, tampouco passar algumas horas de tranquilidade com a família, não poderia, evidentemente, passar um período muito longo esperando para comer um lanche. O sucesso deste negócio se expressa em números.

De acordo com Gouvêa (2015), o negócio de *fast-food* no Brasil tem crescido continuamente. Em 2011, o negócio faturou 121 bilhões de reais, sendo que, três anos depois, o faturamento registrado foi de 157 bilhões de reais. O crescimento deste negócio se expressa também no gasto das famílias brasileiras. Segundo Gouvêa (2015), em 2014, a cada R\$ 100,00 gastos com alimentação, R\$ 33,00 referiam-se a gastos com *fast-food*. Cabe destacar, ainda, que a maior participação nos gastos em *Food Service* continua sendo na região Sudeste do país (GOUVÊA, 2015)

Segundo Gouvêa, (2015) observa-se outro fenômeno, o crescimento de 8 a 9% em 2015, em refeições fora do lar, isso significa que o gasto dos brasileiros em relação a alimentação é de 36% uma projeção indica que até

2018 essa porcentagem ira chegar a 40% das despesas brasileiras com alimentação.

Especialmente em Presidente Epitácio, uma cidade de 43.535 habitantes (IBGE, 2015), localizado no interior do estado de São Paulo e que faz divisa com o Estado de Mato Grosso do Sul, observa-se uma grande quantidade de negócios relacionados à alimentação. Eles vão desde um carrinho de lanche até uma pizzaria, e estão situados em inúmeros pontos da cidade. De acordo com levantamentos feitos pelos proponentes deste estudo, tem-se, em Presidente Epitácio, 32 carrinhos de lanche, 29 lanchonetes, 15 restaurantes, 9 pizzarias e 5 pastelarias.

Como demonstrado acima, é notório o crescimento do número de negócios direcionados ao comércio de alimentos, especialmente lanches, no Brasil e, especificamente, na cidade de Presidente Epitácio. Este crescimento representa não somente uma oportunidade para abertura de negócio com a finalidade de atender o consumidor final – aquele que consome lanches freqüentemente – sustentado na alta demanda por lanches que se verifica atualmente, mas também e, principalmente, a negócios dedicados a atender os lancheiros, ou seja, as empresas que comercializam lanches nas cidades.

A *Casa do Lancheiro* é um negócio destinado a atender, como a própria denominação da empresa sugere lancheiros da cidade de Presidente Epitácio. Com objetivo de suprir as exigências dos clientes, busca-se fazer da *Casa do Lancheiro* uma organização centrada em atender as necessidades dos clientes, procurando oferecer, principalmente, os seguintes produtos: pão para lanche, salsicha, presunto, mussarela, bacon, batata palha, ketchup, mostarda, copos descartáveis e sacos para lanches, dentre outros produtos. O atendimento aos clientes será feito presencialmente, por meio de representante, a entrega será rápida e o cliente poderá pagar suas compras com dinheiro, o que é mais usual, ou com cartão de crédito.

1.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES.

Sócio 1

Nilza Mendonça Ramos
Rua: Pedro Henrique Nº 9-30

Presidente Epitácio - São Paulo

Experiência Profissional

Perfil: Ensino médio e cursando técnico em administração de empresas.

Ex-funcionária da Panificadora Paraty, exercendo o cargo de balconista.

Atribuição: Representante Comercial/ Entregador

Sócio 2

Aline Grasielle de Oliveira Amorim

Rua: Joaquim Pires Nº14-22

Presidente Epitácio - São Paulo

Experiência Profissional

Perfil: Ensino médio e cursando técnico em administração de empresas.

Ex-funcionária da Panificadora Paraty, exercendo o cargo de balconista.

Atribuição: Administrador/ Estoquista

1.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome Fantasia: <i>Casa do Lancheiro</i>

Razão Social: Silva e Ramos Ltda.

CNPJ: 07.605.718/0001-54

1.4 MISSÃO DA EMPRESA

Oferecer produtos para atender as necessidades de comércios de lanches e refeições de Presidente Epitácio e região, prezando pela qualidade e diversidade de produtos, bem como pelo atendimento personalizado, buscando, com isso, agradar consumidores e garantir bons resultados para a empresa e seus parceiros estratégicos.

1.5 VISÃO DA EMPRESA

Ser o maior distribuidor de produtos para comércios de lanches e refeições do Oeste paulista.

1.6 VALORES DA EMPRESA

Os clientes são a razão da existência de qualquer empresa. São eles que permitem, por meio do consumo, a sobrevivência das organizações. Devido à sua importância, os clientes merecem todo o respeito e tratamento diferenciado.

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

Descartar de forma correta e consciente as embalagens de maneira que não agrida o meio ambiente. Contribuir com a redução de lixo e adotar posturas e ações entre os colaboradores proporcionando qualidade de vida.

HONESTIDADE

Exercer a honestidade de forma clara, sobre tudo das necessidades humanas para gerar dela o verdadeiro caminho existente, incorporado e enraizado.

1.7 FORMA JURÍDICA

Sociedade limitada

1.8 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Visto que a empresa terá seus tributos simplificados e reduzidos, a empresa Casa do Lancheiro se enquadra no Regime Simples Nacional.

1.9 CAPITAL SOCIAL

	Nome do Sócio	Valor	% de Participação
Sócio 1	Aline Grasiela de O. Amorim	42.972,86	50%
Sócio 2	Nilza Mendonça Ramos	42.972,85	50%
Total		85.945,71	100%

1.10 FONTE DE RECURSOS

Sócio: 1

Venda de um carro próprio, Fiesta, Ano 2012, no valor de R\$ 23.500,00 (vinte e três mil e quinhentos reais); investimento de R\$ 4.500,00 proveniente da venda de uma motocicleta, Fan 125, Ano 2012; investimento de R\$ 14.972,86 em dinheiro.

Sócio: 2

Venda de um carro próprio, Parati, Ano 2002, no valor de R\$ 12.000,00 (doze mil reais); investimento de R\$ 20.000,00 proveniente da venda de um terreno próprio, localizado no Village Lagoinha com 400 m², investimento de R\$ 10.972,85 em dinheiro.

2 ANÁLISE DE MERCADO

A presente seção se destina a explorar informações a respeito de clientes, concorrentes e fornecedores da Casa do Lancheiro. Estes estudos se mostram de grande importância para fins de estabelecimento de estratégias de concepção, implantação e manutenção do negócio proposto.

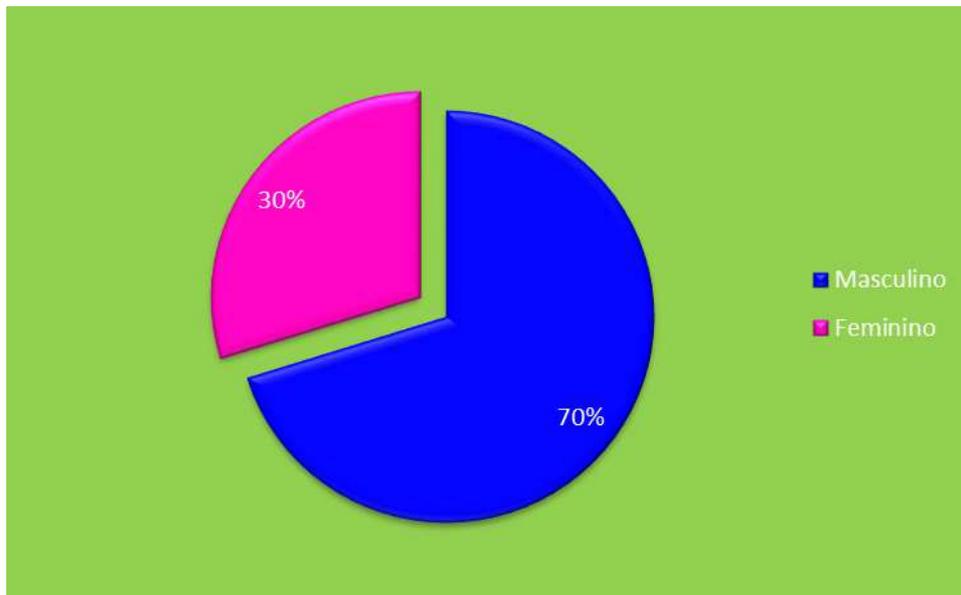
A seção se encontra organizada da seguinte forma: a) primeiramente, será apresentado o estudo dos clientes; b) em seguida, o estudo dos concorrentes; c) e, por fim, o estudo dos fornecedores.

2.1 ESTUDO DOS CLIENTES

Com a finalidade de obter mais conhecimento acerca do comportamento dos lancheiros da cidade de Presidente Epitácio, foi elaborado um questionário de pesquisa que, posteriormente, foi aplicado aos empresários fornecedores de lanches (cachorros-quentes, pizza, porções, pasteis, etc) da cidade. Ao todo, foram realizadas 47 (quarenta e sete) entrevistas. Isso significa que 52% da população de lancheiros da cidade, que atualmente é de 90 empreendimentos, foi consultada.

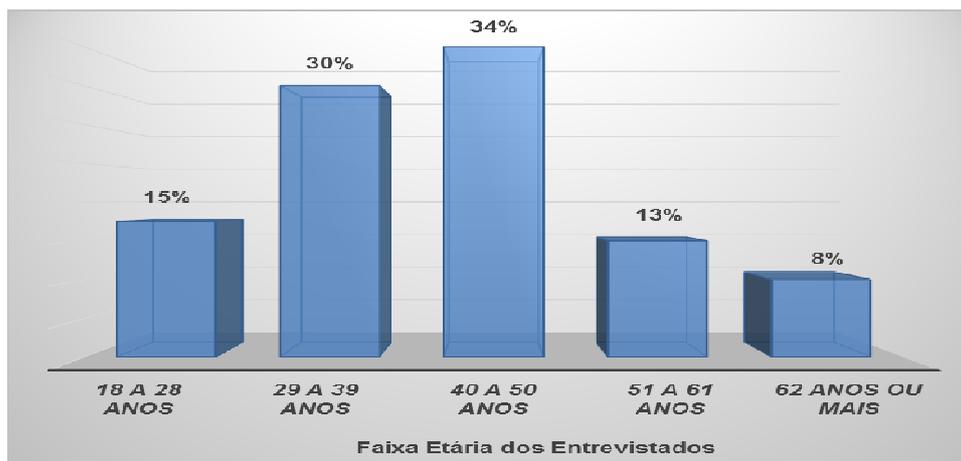
O questionário foi composto por 18 questões, sendo grande parte de questões fechadas, de múltipla escolha. As primeiras questões do questionário tiveram o objetivo de caracterizar os entrevistados. Nesta parte, constam questões que procuraram revelar o gênero, a idade e o nível escolar dos entrevistados. As demais questões buscaram revelar as preferências e, assim, o comportamento do consumidor. Nesta parte, constam questões como as seguintes: Quanto tempo está no negócio? Quais produtos costumam comprar? Como pagam suas compras? De certo modo, esta parte se dedica a fazer um diagnóstico do mercado, a fim de descobrir como a empresa proposta pode agir de maneira mais adequada para atender estes consumidores.

Depois da parte de coleta, foi realizada a apuração/tabulação dos dados. A tabulação resultou na apresentação de gráficos e tabelas, as quais serão apresentadas na sequência. Estas ilustrações, ainda, facilitaram a análise dos dados coletados que acompanham alguns gráficos.

Gráfico 1- Qual é o seu Gênero?

Fonte: os próprios autores.

O gráfico 1 apresenta a distribuição dos entrevistados por gênero. Descobriu-se que 70% deles são do gênero masculino. O restante, 30%, são do gênero feminino. O gráfico 1 apresenta indícios de que os estabelecimentos que comercializam lanches na cidade de Presidente Epitácio são predominantemente comandados por homens.

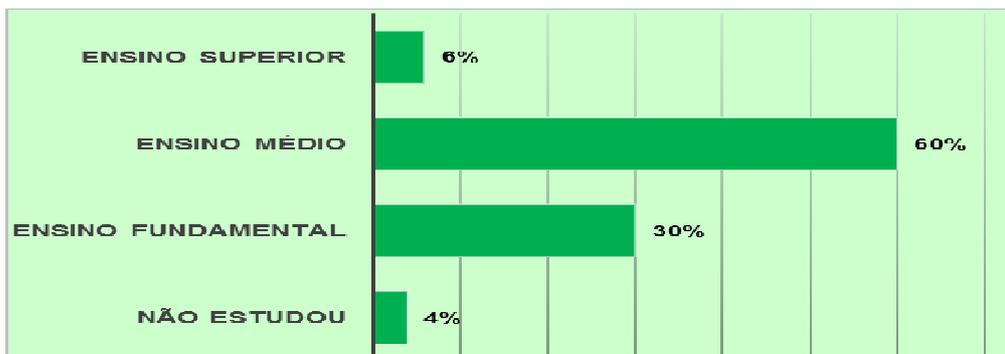
Gráfico 2 - Qual é sua Faixa Etária?

Fonte: os próprios autores.

Pode-se destacar no gráfico 2 que apenas 8% dos pesquisados possuem 62 anos ou mais. Destaca-se, ainda, que 64% dos consultados

possuem entre 29 e 50 anos. Portanto, este será o público que, predominantemente, a Casa do Lancheiro terá de atender diariamente.

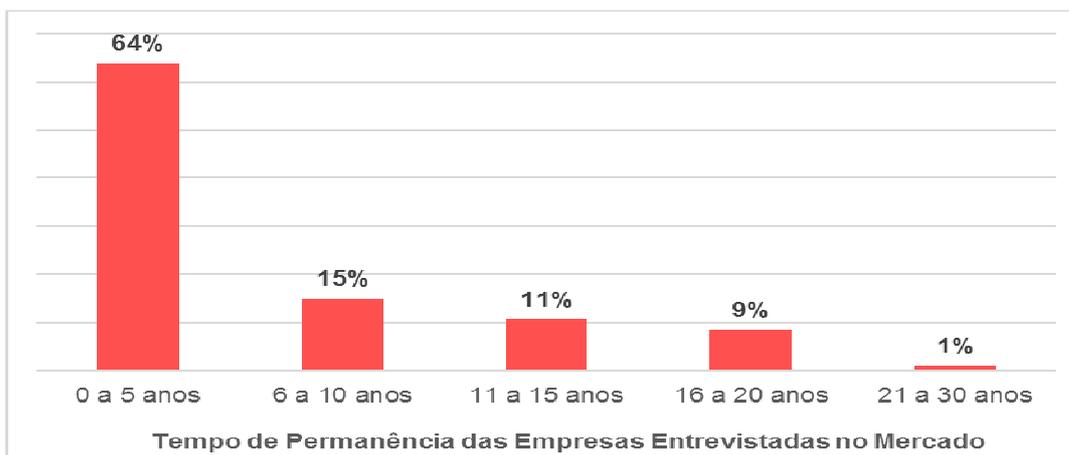
Gráfico 3- Qual é sua escolaridade?



Fonte: os próprios autores.

Pode-se destacar do gráfico 3 que apenas 4% dos entrevistados não estudaram. No mesmo sentido, somente 6% possuem curso superior. A maioria, 90% das pessoas consultadas, possuem nível médio ou nível fundamental.

Gráfico 4- Tempo de Permanência das Empresas no Mercado



Fonte: os próprios autores.

O gráfico 4 apresenta o tempo de permanência das empresas consultadas no mercado. Chama a atenção o fato de 64% das empresas consultadas possuírem entre 0 e 5 anos de vida. Isso pode revelar uma alta rotatividade de empresas neste setor. Por ser um negócio de custo e lucratividade

relativamente baixo, torna-se fácil inaugurar ou fechar um negócio. Por outro lado, 36% das empresas consultadas duradouros e estáveis, com tempo de permanência no mercado igual ou superior a 6 anos.

Quadro 1- Produtos mais comprados pelos lancheiros entrevistados

Produtos	Nº de Citações
Refrigerantes	47
Ketchup	46
Canudos	43
Guardanapos	42
Batata Palha	41
Pão	38
Salsicha	38
Luvras descartáveis	36
Bacon	35
Mussarela	32
Apresuntado	28
Hambúrguer	24

Fonte: Os próprios autores.

O quadro é importante, porque ele revela quais são os produtos mais consumidos pelos lancheiros da cidade de Presidente Epitácio. A Casa do Lancheiro, diante desta informação, terá de manter atenção redobrada com relação aos estoques destes produtos, pois eles são produtos imprescindíveis para a confecção e consumo de lanches.

Quadro 2 - Marcas de produtos mais consumidas pelos lancheiros

Produtos	Marcas	Nº de Citações
Salsichas	<i>Perdigão</i>	34
Hambúrguer	<i>Perdigão</i>	20
Batata Palha	<i>Indefinido*</i>	14
Batata Palito Pré -Cozida	<i>Copacol</i>	3
Ketchup	<i>D'ajuda</i>	16
Mostarda	<i>D'ajuda</i>	13
Maionese	<i>D'ajuda</i>	20
Apresuntado	<i>Perdigão</i>	6
Mussarela	<i>Indefinido*</i>	17
Bacon	<i>Sadia</i>	15

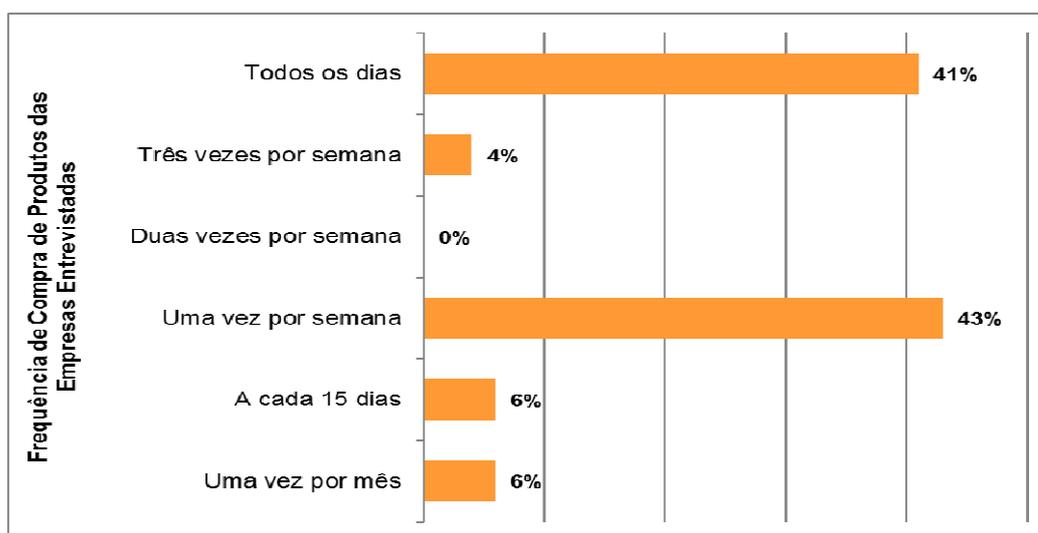
Molho de Pimenta	<i>D'ajuda</i>	5
Linguiça Calabresa	<i>Sadia</i>	14
Polpa de Frutas	<i>Pura polpa</i>	5
Lombo	<i>Aurora</i>	3
Palmito	<i>Pupunha</i>	2
Bisnaga de Catupiry	<i>Clara Milcky</i>	10
Champignon	<i>Ting</i>	2
Farinha de Trigo	<i>Ofélia</i>	4
Fermento	<i>Fermix</i>	2

*Pela grande variedade de marcas citadas, parece não existir uma preferência coletiva. O preço, neste caso, parece ser fator de definição de compra.

Fonte: os próprios autores.

O quadro 2 revela as marcas mais consumidas pelos lancheiros. Destacam-se as marcas Perdigão, com 60 citações, e D'ajuda, com 54 citações. Percebe-se que alguns consumidores preferem marcas mais conhecidas, como as marcas citadas anteriormente, enquanto outros são mais sensíveis ao preço. Este levantamento será muito útil para a Casa do Lancheiro, pois ela passa a conhecer a preferência do consumidor com relação a marcas, podendo fazer compras mais precisas, com o objetivo de atender os seus consumidores.

Gráfico 5- Frequência de compra de produtos dos lancheiros



Fonte: Os próprios autores

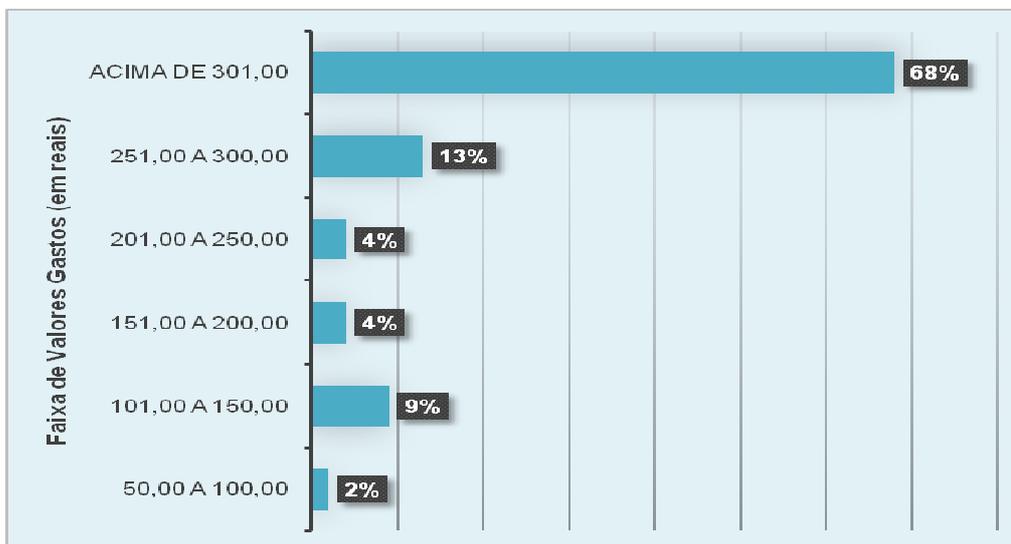
O gráfico 5 informa a frequência de compra de produtos dos lancheiros da cidade de Presidente Epitácio. Os dados revelam que 43% dos lancheiros consultados compram apenas uma vez por semana. Em outro sentido, 41%

dos lancheiros preferem comprar produtos todos os dias. Os lancheiros se dividem, assim, entre aqueles que gostam de comprar em um volume maior, para não ter de ficar fazendo compras todos os dias, e aqueles que gostam de comprar todos os dias, para ter sempre produtos fresquinhos e em boas condições de uso.

Os resultados do gráfico 6 implicam em decisões importantes para a Casa do Lancheiro. Por exemplo, os dados podem contribuir para a empresa decidir as formas de comercialização que se dará entre a Casa do Lancheiro e os consumidores. Decisões, como: a) a empresa terá vendedor? b) se sim, qual será a frequência da visita? c) serão realizadas vendas por telefones; d) como serão feitas as entregas, dentre outras decisões.

A empresa contará com um representante comercial, que realizará as visitas de acordo com sua demanda de clientes, as vendas realizadas por telefone serão feitas através de um funcionário que selecionará o pedido dos clientes e em seguida repassará o pedido para ser entregue, em relação as entregas serão efetuadas a partir de um entregador que utilizará um veículo refrigerado para manter a qualidade dos produtos.

Gráfico 6 - Gastos total do lancheiro com compra de produtos (semanalmente)



Fonte: Os próprios autores.

O gráfico 6 apresenta quanto os lancheiros costumam gastar por semana para comprar produtos que servirão para confecção e consumo dos seus lanches. Destaca-se que 81% dos empresários entrevistados relataram

que costumam gastar R\$ 251,00 ou mais com a compra destas matérias-primas para elaboração e consumo de lanches. Estes dados dão pista do faturamento que a Casa do Lancheiro pode alcançar.

Hipoteticamente e sendo razoável, pode-se imaginar, inicialmente, que a Casa do Lancheiro consiga vender apenas para 20% do mercado, ou seja, 18 lancheiros. A Casa do Lancheiro teria um lucro líquido mensal de aproximadamente R\$14.499,82. Em outras hipóteses mais otimistas, por exemplo, considerando o atendimento de 40% do mercado, ou seja, 36 clientes, e o mesmo consumo médio, o faturamento poderia dobrar (R\$28.999,64).

Este faturamento que pode ser alcançado de certo modo surpreende, pois, a princípio, se imaginou que os lancheiros gastassem menos com a compra de produtos para montagem e consumo de lanches. Sendo assim, a surpresa positiva reforça a ideia de que o negócio tem potencial de faturamento e, conseqüentemente, de lucratividade. Com isso, rompe com um dos grandes desafios enfrentados por empresas iniciantes no Brasil e, em maior grau, na cidade de Presidente Epitácio: a dificuldade de conseguir altos volumes de receita.

Quadro 3 - Principais empresas fornecedoras de produtos para os lancheiros

Empresas Fornecedoras	Nº de Citações
Supermercado O.A	35
Supermercado Central	25
Supermercado Neto	20
Diego Doces	16
Casa das Embalagens	13
Padaria Panmix	8
Outros	11

Fonte: Os próprios autores.

O quadro 3 apresenta as principais empresas fornecedoras de produtos para os lancheiros. Destacaram-se os dois grandes supermercados da cidade, que são o Central e o Super neto, e o supermercado de médio

porte, mas que possui algumas lojas em Presidente Epitácio, que é o supermercado O.A.

O supermercado O.A, que foi o mais citado pelos lancheiros, aparece na pesquisa com 35 citações, mostrando que é o mais frequentado pelos lancheiros e, conseqüentemente, o principal concorrente da Casa do Lancheiro. Em seguida, aparece o supermercado Central, com 25 citações, e o supermercado Neto, com 20 citações. Estas lojas não deixam de representar concorrências importantes para a Casa do Lancheiro.

A preferência pelo supermercado O.A pode ter relação com o oferecimento de promoções frequentes para este público e de, inclusive, desconto específico para os lancheiros da cidade. De certo modo, isso retém os consumidores e reforça a imagem da empresa fornecedora na cidade.

Cabe destacar ainda que a maioria das empresas citadas pelos lancheiros comercializa seus produtos a preços de varejo. Neste aspecto, a Casa do Lancheiro oferece um claro diferencial. Como a empresa atenderá um público específico e terá condições de fazer compras relativamente altas de produtos direto da fábrica, a tendência é que o preço de venda dos produtos seja menor do que os praticados por fornecedores anteriormente citados. O foco neste grupo de consumidores permitirá este diferencial.

Quadro 4 - Problemas relatados pelos lancheiros

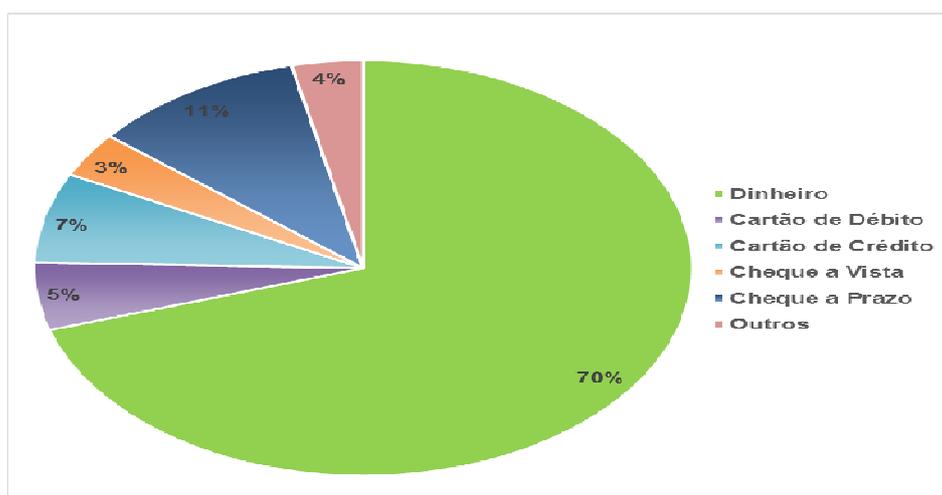
Problemas	Nº de citações
Não encontram todos os produtos para sua empresa em um único lugar	34
Os preços dos produtos que necessito são altos na cidade, quando comparados aos preços praticados em outras cidades	27
Não encontram todas as marcas que desejo na cidade	14
O atendimento dos fornecedores da cidade poderia ser melhor	13
Os fornecedores da cidade não entregam os produtos comprados em seu estabelecimento	6
Não encontram os produtos no tamanho desejado na cidade	5
Os fornecedores da cidade demoram muito para realizar as entregas dos produtos comprados	3

Os fornecedores da cidade deixam a desejar em termos de higiene para manusear alimentos	1
Os produtos comercializados poderiam ser melhores do ponto de vista da qualidade	1
Outros	0

O quadro 4 apresenta informações muito interessantes para a pesquisa. Dentre os problemas citados pelos consumidores, está a dificuldade enfrentada para encontrar todos os produtos que precisam em um único lugar; a questão do preço alto praticado na cidade; a ausência de algumas marcas desejadas nas empresas fornecedoras; e a baixa qualidade do atendimento das empresas fornecedoras.

Conhecer estes problemas facilita o desenvolvimento do negócio proposto, pois permite visualizar o que pode ser aperfeiçoado. Portanto, estas informações dão sustentação ao principal diferencial de negócio da Casa do Lancheiro, que é o oferecimento de uma grande variedade de marcas e produtos em um único lugar e a preços menores do que os praticados na cidade de Presidente Epitácio.

Gráfico 7 - Como o consumidor costuma pagar suas contas?



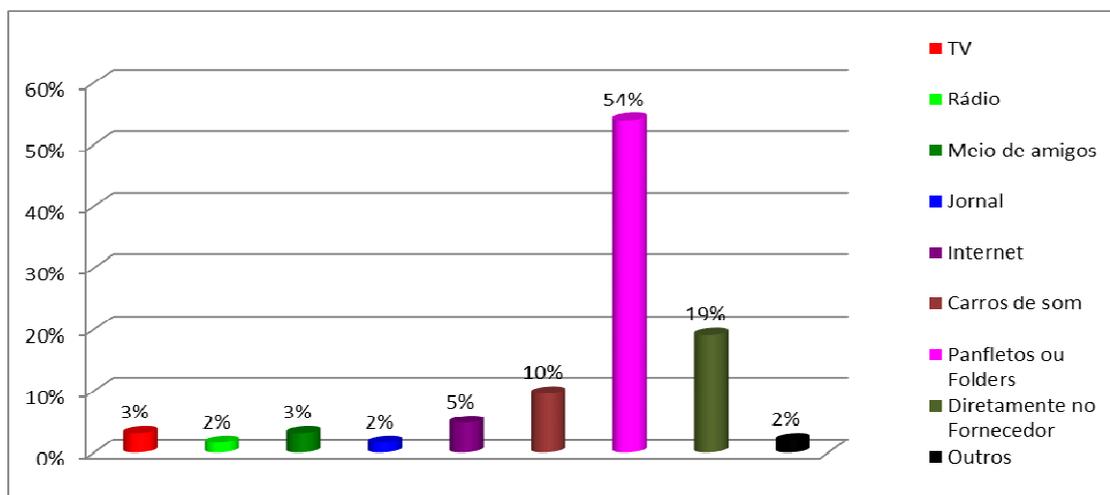
Fonte: Os próprios autores.

No Gráfico 7, a pesquisa nos mostra que, mesmo havendo outras formas de pagamento, a maioria dos entrevistados (70%) optaria por pagar a

vista, com dinheiro. Revelou-se, ainda, que 11% preferem pagar a prazo, com cheque a prazo, 7% com cartão de crédito e apenas 5% com cartão de débito.

Como se pôde notar, a prática de pagamento mais comum é à vista, com dinheiro. Ao contrário do que se pensou, a prática de pagamento com cheque ainda resiste, embora em menor proporção do que em tempos passados. Gradativamente, o pagamento com cartão tem avançado como meio de pagamento favorito dos consumidores. Refletindo sobre estas questões, tomou-se a decisão de, além de permitir o pagamento em dinheiro, abrir a possibilidade de pagamento com cartão de crédito e débito. O pagamento com cheque, apesar de ser mencionado por 11% dos consumidores, mostra-se muito arriscado, por conta de frequentes “calotes” assistidos. Neste caso, parece não ser a melhor forma de pagamento para uma empresa iniciante no mercado, como será a Casa do Lancheiro.

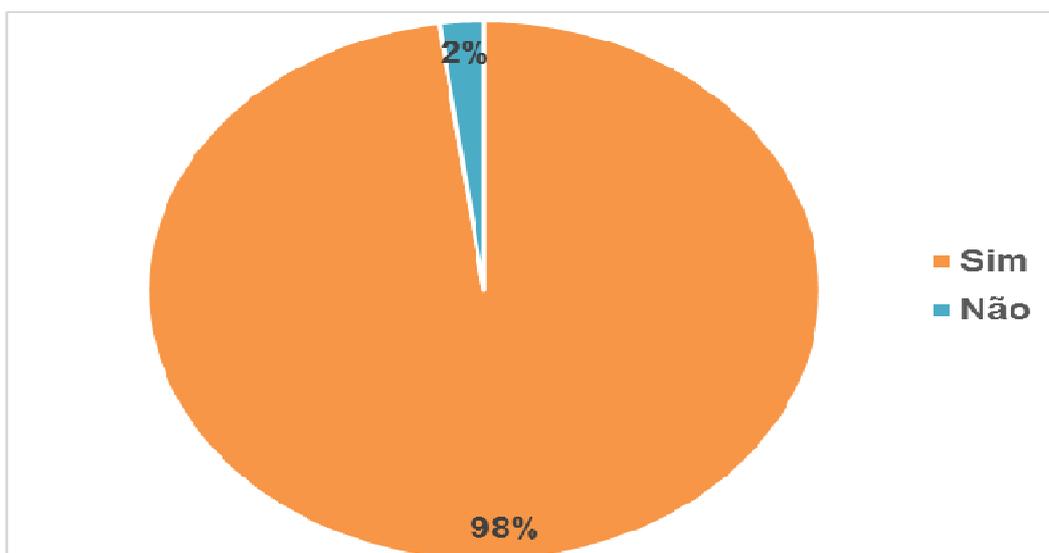
Gráfico 8 - Como os consumidores costumam se informar?



Fonte: Os próprios autores.

O Gráfico 8 apresenta a maneira como os lancheiros da cidade se informam. Destaca-se como meio de divulgação panfletos e folders (54%), diretamente com o fornecedor (19%) e carro de som (10%). Conclui-se, a partir disso, que estes meios de divulgação devem ser amplamente usados pela Casa do Lancheiro para estabelecer comunicação com os comerciantes da cidade.

Gráfico – 9 É viável a abertura da Casa do Lancheiro em Presidente Epitácio?



Fonte: Os próprios autores.

O Gráfico 9 revela que 98% dos consumidores entrevistados consideram que a abertura de uma empresa distribuidora de produtos para lancheiros na cidade de Presidente Epitácio é viável. Apenas 2% dos consumidores se manifestaram contrários à abertura da Casa do Lancheiro.

Em síntese, esta última pergunta revela que a Casa do Lancheiro seria bem recebida pelos consumidores. De acordo com relatos dos entrevistados, os lancheiros da cidade anseiam por uma empresa assim, exatamente para preencher problemas de mercado, como a dificuldade de encontrar produtos em um único lugar e a preços de atacado.

2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES

Concorrente 1

O concorrente 1 se encontra localizado na cidade de Presidente Epitácio, mais especificamente na Rua Guanabara. Trata-se de um supermercado com 15 anos de existência e que possui 26 funcionários, que possui uma grande clientela. A empresa comercializa uma grande quantidade de produtos que geralmente lancheiros costumam comprar.

O concorrente 1 não possui uma boa localização. O seu ponto comercial fica relativamente escondido, não sendo facilmente encontrado ou observado pelos consumidores. Outro problema é o de que, em muitos momentos, os preços que são anunciados não são o que de fato são praticados. O atendimento é lento, a empresa não telefona para os clientes e nem faz visitas aos mesmos, com o propósito de realização de pedidos e/ou para saber se o seu atendimento está adequado.

Concorrente 2

O concorrente 2 se encontra localizado na cidade de Presidente Epitácio, nas proximidades da Avenida Presidente Vargas. Trata-se de um supermercado com aproximadamente 13 anos de existência e está entre os maiores da cidade. A exemplo do concorrente 1, a empresa comercializa uma grande quantidade de produtos que lancheiros costumam consumir.

O concorrente 2 possui uma boa localização. O seu ponto comercial fica aparente, em uma esquina, na avenida de maior circulação de veículos da cidade de Presidente Epitácio. Além disso, o concorrente 2 possui muitas opções de compra, como queijos dos mais diversos tipos. No ramo de embalagem, o ponto forte é a qualidade dos produtos oferecidos.

A empresa analisada também possui muitos aspectos negativos. Destaca-se a falta de especialização dos empregados, a desorganização dos produtos nas prateleiras e o estacionamento com poucas vagas. Sobre o setor de frios, a empresa comercializa os produtos a preços elevados e não faz entrega aos seus consumidores.

Concorrente 3

O concorrente 3 se encontra localizado na cidade de Presidente Epitácio, mais especificamente na entrada da cidade, na Avenida Presidente Vargas. Esta empresa possui boa localização e estacionamento amplo.

Por outro lado, os consumidores costumam reclamar do preço alto dos produtos comercializados nesta empresa. Além disso, há relatos dos consumidores alguns produtos procurados simplesmente não são encontrados

na empresa. Por fim, cabe destacar que o atendimento é demorado, o que, muitas vezes, desestimula o consumidor.

Concorrente 4

O concorrente número 4 se localiza na Rua Paraná, próximo à Avenida Presidente Vargas, onde se tem um grande fluxo de pessoas. A loja existe há anos e é bem conhecida. Seu ponto tem boa visibilidade e a empresa comercializa produtos diversos, dentre eles embalagens em geral e produtos para lancheiros.

De positivo, pode-se destacar que a empresa possui ótimo atendimento, conta com um número adequado de empregados, comercializa produtos de qualidade e possui grande variedade em alguns itens e pouca variedade em outros. Isso tudo mantém a organização em destaque, sendo muito frequentada.

Por outro lado, percebe-se neste estabelecimento que os valores dos produtos comercializados são muito acima dos praticados na cidade. Apesar disso, os consumidores muitas vezes acabam comprando por não ter outras empresas que forneçam os mesmos produtos e a preços menores. O seu espaço interno é muito limitado, o que dificulta a circulação de seus clientes, fazendo com que as compras ou visitas dos consumidores sejam desistidas, principalmente em dias comemorativos. Os produtos da empresa são todos empilhados em prateleiras, às vezes de maneira desorganizada. A iluminação também não é a mais adequada. Por fim, destaca-se que a empresa possui pouca variedade em embalagens e produtos para lancheiros.

Concorrente 5

O concorrente 5 se apresenta como um dos principais concorrentes da Casa do Lancheiro. A empresa se localiza na cidade de Presidente Epitácio, perto de bancos e de muitos comércios, e existe há 25 anos. O estabelecimento fornece aos seus clientes diversas embalagens, como por exemplo, sacola plástica de tamanhos distintos, garrafas plásticas, sache, balas, doces, galões de maionese, etc.

A localização do estabelecimento é boa. Por lá circulam muitas pessoas. Os produtos comercializados possuem preços acessíveis e conta com uma freguesia cativa, que compra desta empresa há muitos anos.

Por outro lado, a empresa também apresenta problemas. Os empregados, a julgar pelo atendimento que prestam, não são treinados adequadamente. A reposição e organização de produtos também apresentam problemas. Os produtos muitas vezes não estão no lugar correto e/ou estão desorganizados nas prateleiras. O setor administrativo se encontra misturado com a parte de venda da empresa, o que causa algumas confusões. A impressão geral é a de que esta empresa se acomodou, ou seja, “*parou no tempo*”.

Quadro – 5 Forças e fraquezas dos concorrentes

Concorrentes	Forças	Fraquezas
Concorrente 1	- Preço - Variedade de produtos	- Localização - Atendimento
Concorrente 2	- Variedade de produtos - Localização - Qualidade dos produtos	- Preço - Desorganização da loja - Treinamento dos empregados
Concorrente 3	- Localização - Estacionamento amplo	- Preço - Variedade de produtos - Atendimento
Concorrente 4	- Localização - Atendimento - Qualidade dos produtos	- Preço - Espaço interno - Variedade de produtos
Concorrente 5	- Preço - Localização - Variedade de alguns produtos	- Atendimento - Desorganização da loja - Variedade de alguns produtos

Fonte: os próprios autores.

Após a análise de mercado foi possível identificar que a maioria dos Lancheiros presentes no mercado de Presidente Epitácio não tem um local específico para adquirir seus produtos, tem como pontos fortes uma boa localização e um bom tempo de permanência no mercado, sendo esse o principal concorrente indireto. Todos eles oferecem parcialmente os produtos, mas não contam com as diversidades que a Casa do Lancheiro irá fornecer para os lancheiros da cidade.

A Casa do Lancheiro irá oferecer principalmente a prestação de serviços, as visitas realizadas com frequência aos consumidores, a presença de variedades de produtos em um único lugar e também aos preços acessíveis.

2.3 ESTUDOS DOS FORNECEDORES

A Casa do Lancheiro tem como objetivo manter uma boa relação com os fornecedores, tendo como aliados marcas concorrentes como: Sadia, Seara e Perdigão, atendendo assim as necessidades de cada cliente e até mesmo no caso de falta de um produto ou outro, suprir a demanda e possuir condições de atender a todos os pedidos.

Foi feito um estudo para favorecer o conhecimento sobre os fornecedores. Os fornecedores a seguir foram escolhidos por oferecerem qualidades nos produtos e rapidez na entrega.

Os fornecedores são avaliados por 5 critérios: quantidade, preço, prazo de entrega, condição de pagamento e localização, onde os mesmos são classificados como ótimo, bom e regular.

Quadro – 6

Fornecedor	Quantidade	Preço	Prazo de Entrega	Condição de Pagamento	Localização
Sadia	Bom	Regular	Bom	Ótimo	Regular
Perdigão	Bom	Ótimo	Bom	Ótimo	Regular
Seara	Bom	Bom	Ótimo	Ótimo	Regular
Cortez Frios	Bom	Ótimo	Bom	Ótimo	Bom
Carlos	Bom	Regular	Ótimo	Ótimo	Regular

Coca-Cola	Bom	Bom	Bom	Ótimo	Bom
Funada	Bom	Bom	Ótimo	Regular	Bom
Basc	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Regular	Ótimo
Tião Coméia	Bom	Bom	Bom	Ótimo	Regular
Silas	Bom	Bom	Bom	Ótimo	Bom
Tia Ofélia	Bom	Ótimo	Bom	Regular	Bom
Nita	Bom	Bom	Bom	Ótimo	Regular
Marquespan	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Ótimo	Regular
Massa da Feira	Bom	Ótimo	Bom	Ótimo	Regular

Concluimos que o processo de seleção dos fornecedores escolhidos é de extrema importância, porque oferecem formas de pagamento acessíveis para a Casa do Lancheiro, rapidez e agilidade na entrega dos produtos. É importante destacar que os fornecedores selecionados conseguem apresentar diferenciais. Ex: Cortez Frios irá oferecer a maior parte dos itens necessários para a empresa, Coca-Cola e Basc diferenciam-se por oferecer uma bebida muito consumida, sejam nos restaurantes, pizzarias, lanchonetes etc.

Quadro-7

Fornecedor 1 – Sadia					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização
Apresentado	Kg	13,90	Semanalmente	Boleto/á vista	Jundiaí/SP
Bacon	Kg	10,90	Semanalmente	Boleto/á vista	
Linguiça Calabresa	Kg	9,70	Semanalmente	Boleto/á vista	
Lombo	Kg	17,67	Semanalmente	Boleto/á vista	
Presunto	Kg	13,80	Semanalmente	Boleto/á vista	
Queijo Mussarela	Kg	20,00	Semanalmente	Boleto/á vista	
Salame	Kg	31,27	Semanalmente	Boleto/á vista	
Salsicha	Kg		Semanalmente	Boleto/á vista	
Peito de Peru	Kg	24,73	Semanalmente	Boleto/á vista	

Batata	500g	4,74	Semanalmente	Boleto/á vista	
Filé de Frango	Kg	9,90	Semanalmente	Boleto/á vista	

Quadro – 8

Fornecedor 2 – Perdigão					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização
Apresentado	Kg	11,56	Semanalmente	Boleto/á vista	Jundiaí/ SP
Batata Palito	400g	4,26	Semanalmente	Boleto/á vista	
Hambúrguer	Un.	0,68	Semanalmente	Boleto/á vista	
Presunto	Kg	14,80	Semanalmente	Boleto/á vista	
Salsicha	Kg	5,23	Semanalmente	Boleto/á vista	

Quadro – 9

Fornecedor-3 Seara					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização
Apresentado	Kg	8,20	3 dias	Boleto/ á vista	Rebedouro/ SP
Hambúrguer	Un.	0,59	3 dias	Boleto/ á vista	
Linguiça Calabresa	Kg	9,96	3 dias	Boleto/ á vista	
Presunto	Kg	12,54	3 dias	Boleto/ á vista	
Salsicha	Kg	5,10	3 dias	Boleto/ á vista	

Quadro – 10

Fornecedor 4-Cortez Frios					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de	Condição	Localização

			entrega	de pagamento	
Apresentado Rezende	Kg	8,80	Semanalmente	Boleto/ á vista	Presidente Prudente/ SP
Azeitona	2 Kg	23,00	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Bacon	Kg	10,90	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Batata Palito Pré-Cozida	Kg	6,30	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Ketchup	2 litros	6,90	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Champignon	2 Kg	39,00	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Ervilha	3 Kg	9,50	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Extrato de Tomate	2 litros	12,80	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Filé de Frango	Kg	7,40	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Hambúrguer Perdigão	36 un.	22,00	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Maionese	200 Gr	3,40	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Milho	3 Kg	9,20	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Mostarda	2 litros	6,90	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Palmito	2 Kg	18,00	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Peito de Peru	Kg	31,50	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Presunto Rezende	Kg	12,00	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Queijo Mussarela	Kg	16,50	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Requeijão Catupiry Bisnaga Clara Milk	Un.	9,50	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Salsicha	Kg	5,60	Semanalmente	Boleto/ á vista	

Quadro-11

Fornecedor 5- Carlos					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Formas de pagamento	Localização
Mussarela	Kg	16,80	Pronta entrega	Cheque/ á prazo/á	Paraná (PR)

				vista	
--	--	--	--	-------	--

Quadro – 12

Fornecedor 6-Coca-Cola					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização
Coca Cola garrafa 290 ml	Un.	1,42	Semanalmente	Boleto/ á vista	Presidente Prudente /SP
Cola Cola lata 350 ml	Un.	1,62	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Coca Cola Zero lata 350 ml	Un.	1,62	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Coca Cola pet 600 ml	Un.	2,84	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Coca Cola garrafa 1 litro	Un.	1,88	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Coca Cola 2 litros	Un.	4,92	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Coca Cola Zero 2 litros	Un.	4,92	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Fanta garrafa 290 ml	Un.	1,42	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Fanta Laranja lata 350 ml	Un.	1,55	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Fanta Maracujá 350 ml	Un.	1,55	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Fanta Uva 350 ml	Un.	1,55	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Fanta garrafa 600 ml	Un.	3,93	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Fanta garrafa 1 litro	Un.	1,88	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Fanta Laranja 2 litros	Un.	4,17	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Fanta Maracujá 2 litros	Un.	4,17	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Fanta Uva	Un.	4,17	Semanalmente	Boleto/ á vista	

2 litros				vista	
Kuat garrafa 290 ml	Un.	1,42	Semanalmente	Boleto/á vista	
Kuat lata 350 ml	Un.	1,55	Semanalmente	Boleto/á vista	
Kuat 2 litros	Un.	2,55	Semanalmente	Boleto/á vista	
Sprite garrafa 290 ml	Un.	1,42	Semanalmente	Boleto/á vista	
Sprite lata 350 ml	Un.	1,55	Semanalmente	Boleto/á vista	
Sprite 2 litros	Un.	4,17	Semanalmente	Boleto/á vista	

Quadro – 13

Fornecedor 7-Funada					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização
Tubaína garrafa 605 ml	Un.	0,75	1 dia	À vista	Presidente Prudente/SP
Guaraná garrafa 605 ml	Un.	0,75	1 dia	À vista	
Micam garrafa 605 ml	Un.	0,75	1 dia	À vista	
Soda garrafa 605 ml	Un.	0,75	1 dia	À vista	
Tubaína pet 2 litros	300 Un.	3,08	1 dia	À vista	
Guaraná pet 2 litros	300 Un.	3,08	1 dia	À vista	
Micam pet 2 litros	300 un.	3,08	1 dia	À vista	
Soda pet 2 litros	300 un.	3,08	1 dia	À vista	

Quadro – 14

Fornecedor 8-Basc					
Polpa da Fruta					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização
Acerola	10	6,00	Pronta entrega	À vista	Presidente Epitácio/SP
Abacaxi	10	6,00	Pronta entrega	À vista	
Abacaxi e Hortelã	10	7,00	Pronta entrega	À vista	
Caju	10	8,00	Pronta entrega	À vista	
Goiaba	10	5,30	Pronta entrega	À vista	
Mamão	10	5,30	Pronta entrega	À vista	
Melão	10	5,80	Pronta entrega	À vista	
Morango	10	8,00	Pronta entrega	À vista	
Maracujá	10	10,00	Pronta entrega	À vista	
Tamarindo	10	6,50	Pronta entrega	À vista	
Uva	10	8,00	Pronta entrega	À vista	
Açaí	10	16,00	Pronta entrega	À vista	
Açaí com Laranja	10	10,00	Pronta entrega	À vista	
Coco	10	14,00	Ponta entrega	À vista	
Cupuaçu	10	13,00	Pronta entrega	À vista	
Melancia	10	9,50	Pronta entrega	À vista	
Limão	10	9,00	Pronta entrega	À vista	
Graviola	10	10,00	Pronta entrega	À vista	
Frutas Vermelhas	10	16,00	Pronta entrega	À vista	

Cajá	10	12,00	Pronta entrega	À vista	
------	----	-------	----------------	---------	--

Quadro– 15

Fornecedor 9-Tião Coméia Embalagens em Geral						
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização	
Caixas de pizza	25 un.	20,00	Semanalmente	Boleto/á vista	Mandaguçu/PR	
Copos Descartáveis	100 un.	3,75	Semanalmente	Boleto/á vista		
Discos de Pizza	35	35,00	Semanalmente	Boleto/á vista		
Guardanapo tv	4 Un.	8,50	Semanalmente	Boleto/á vista		
Luvas Descartáveis	100	2,50	Semanalmente	Boleto/á vista		
Papel Toalha para banheiro	Un.	7,50	Semanalmente	Boleto/á vista		
Hambúrgueira	400	66,00	Semanalmente	Boleto/á vista		
Saco de Lanche para Cachorro- quente	1000	24,00	Semanalmente	Boleto/á vista		
Saco de Lanche para Hambúrguer	1000	28,00	Semanalmente	Boleto/á vista		
Saco de Papel	2 Kg	7,90	Semanalmente	Boleto/á vista		
Sacolas	100	29,00	Semanalmente	Boleto/á vista		
Toucas Descartáveis	100	6,90	Semanalmente	Boleto/á vista		
Canudos	300 Un.	2,00	Semanalmente	Boleto/á vista		
Ketchup sache	1 cx.	6,50	Semanalmente	Boleto/á vista		
Maionese sache	1 cx.	6,50	Semanalmente	Boleto/á vista		
Jaqueta para câmara fria	1	86,00	Semanalmente	Boleto/á vista		
Balança eletrônica	1	4.702,00	Semanalmente	Boleto/á vista		
Fatiadora de frios	1	3.300,00	Semanalmente	Boleto/á vista		

Quadro – 16

Fornecedor 10- Silas Embalagens					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamentos	Localização
Toucas Descartáveis	100 Un.	7,90	Semanalmente	Boleto/ á vista	Presidente Prudente/SP
Caixas de pizza	Un.	1,25	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Copos Descartáveis	25 pacotes	59,90	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Discos de Pizza	100 Un.	39,00	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Guardanapos TV	4 Un.	7,30	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Luvas Descartáveis	1 pacote c/ 100	1,95	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Bisnagas	Un.	1,05	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Saco de Lanche	Kg	12,90	Semanalmente	Boleto/ á vista	
Sacolas	1 fardo c/ 100	5,50	Semanalmente	Boleto/ á vista	

Quadro – 17

Fornecedor 11-Tia Ofélia					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização
Farinha de trigo	Kg	1,84	Semanalmente	Á vista	Presidente Prudente/ SP

Quadro-18

Fornecedor 12- Nita					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização
Farinha de Trigo	Kg	2,45	Semanalmente	Boleto ou á vista	Moinho Paulista/SP

Quadro– 19

Fornecedor 14- Marquespan					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização
Carrinho de pães	Un.	Comodato	1 dia		Tatuí/ SP
Climática	Un.	Comodato	1 dia		
Forno Industrial	Un.	Comodato	1 dia		
Pães Congelados	Kg	4,25	1 dia	Boleto/ á vista	

Quadro– 20

Fornecedor 15-Massa da feira					
Item	Quantidade	Preço	Prazo de entrega	Condição de pagamento	Localização
Massa de pastel	500g	3,10	Semanalmente	Boleto/cheque	Bauru/ SP
Massa de pastel	1 kg	6,20	Semanalmente	Boleto/cheque	

3 PLANO DE MARKETING

A empresa Casa do Lancheiro traz ao mercado de Presidente Epitácio inovações que se referem aos serviços prestados aos lancheiros de pequeno e grande porte da cidade. De acordo com a pesquisa realizada, constatamos que há carência desses serviços na cidade. Para uma melhor qualidade no atendimento e aos nossos clientes, a empresa terá como diferencial um carro Fiorino equipado para atender o cliente em seu estabelecimento com maior agilidade na entrega e qualidade nos serviços prestados, oferecendo como forma de pagamento dinheiro e máquinas de cartão de débito e crédito.

3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS





De acordo com os resultados da pesquisa realizada, podemos concluir que conseguiremos atender aos lancheiros, ou seja, comercializar produtos essenciais para constituir um lanche (pães, molhos, salsichas, massas, caixas personalizadas, embalagens diversas, bebidas, frios entre outros), que são os mais requisitados em Presidente Epitácio.

3.2 PREÇO

O preço cobrado pelos produtos foi estabelecido com base em outros preços de custo e no preço dos principais concorrentes da Casa do Lancheiro, buscando, como estratégia manter preços sempre abaixo dos principais concorrentes, sendo este, portanto, um diferencial da Casa do Lancheiro. Segue os preços que serão praticados pela empresa.

Fornecedor 1 Sadia		
Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Apresentado	13,90	16,44
Bacon	10,90	13,16
Linguiça Calabresa	9,70	11,04
Presunto	13,80	16,56
Queijo Mussarela	20,00	25,00
Salame	31,27	46,90
Salsicha	4,47	6,70
Peito de Peru	24,73	37,09
Batata Palito	4,74	7,58
Filé de Frango	9,90	17,60

Fornecedor 2 Perdigão		
Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Apresentado	11,56	16,60
Batata Palito	4,26	6,50
Hambúrguer	0,68	1,10
Presunto	14,80	19,24
Salsicha	5,23	6,80

Fornecedor 3 Seara		
Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Apresentado	8,20	10,66
Hambúrguer	0,59	0,74
Linguiça Calabresa	9,96	11,95
Presunto	12,54	15,67
Salsicha	5,10	6,22

Fornecedor 4 Cortez Frios		
Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Apresentado Rezende	8,80	11,00
Azeitona	23,00	28,29
Bacon	10,90	13,62
Batata Palito Pré-Cozida	6,30	8,82
Ketchup	6,90	8,28
Champignon	39,00	46,80
Ervilha	9,50	11,40
Extrato de tomate	12,80	15,36
Filé de Frango	7,40	8,80
Hambúrguer Perdigão	22,00	27,36
Milho	9,20	11,04
Mostarda	6,90	8,28
Palmito	18,00	23,40
Peito de Peru	31,50	39,37
Presunto Rezende	12,00	
Queijo Mussarela	16,50	19,80
Requeijão Catupiry Bisnaga Clara Milk	9,50	11,21

Salsicha	5,60	6,72
----------	------	------

Fornecedor 5 Paladar

Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Mussarela	16,80	21,00

Fornecedor 6 Coca-Cola

Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Coca-Cola garrafa 290 ml	1,42	1,89
Coca-Cola lata 350 ml	1,62	1,94
Coca-Cola Zero lata 350 ml	1,62	1,78
Coca-Cola pet 600 ml	2,84	3,40
Coca-Cola garrafa 1 litro	1,88	2,25
Coca-Cola 2 litros	4,92	5,50
Coca-Cola Zero 2 litros	4,92	6,15
Fanta garrafa 290 ml	1,42	1,89
Fanta Laranja lata 350 ml	1,55	1,78
Fanta Maracujá 350 ml	1,55	1,78
Fanta Uva 350 ml	1,55	1,78
Fanta garrafa 600 ml	2,84	3,40
Fanta garrafa 1 litro	1,88	2,25
Fanta Laranja 2 litros	4,17	5,00
Fanta Maracujá 2 litros	4,17	5,00
Fanta Uva 2 litros	4,17	5,00
Kuat garrafa 290 ml	1,42	1,89
Kuat lata 350 ml	1,55	1,78
Kuat 2 litros	4,17	5,00
Sprite garrafa 290 ml	1,42	1,89
Sprite lata 350 ml	1,59	1,78
Sprite 2 litros	4,17	5,00

Fornecedor 7 Funada

Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Tubaína garrafa 600 ml	1,75	1,09
Guaraná garrafa 600 ml	1,75	1,09
Micam garrafa 600 ml	1,75	1,09
Soda garrafa 600 ml	1,75	1,09
Tubaína pet 2 litros	3,08	3,39
Guaraná pet 2 litros	3,08	3,39
Micam pet 2 litros	3,08	3,39
Soda pet 2 litros	3,08	3,39

Fornecedor 8 Basc Palpa da Fruta

Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Acerola	6,00	9,90

Abacaxi	6,00	9,90
Abacaxi e Hortelã	7,00	9,90
Caju	8,00	11,00
Goiaba	5,30	9,90
Mamão	5,30	9,90
Melão	5,80	9,90
Morango	8,00	11,00
Maracujá	10,00	13,00
Tamarindo	6,50	9,90
Uva	8,00	11,00
Açaí	16,00	21,92
Açaí com Laranja	10,00	13,00
Coco	14,00	19,90
Cupuaçu	13,00	19,90
Melancia	9,50	13,00
Limão	9,00	13,00
Graviola	10,00	13,00
Frutas vermelhas	16,00	21,92
Cajá	12,00	19,92

Fornecedor 9 Tiaõ Coméia Embalagens em Geral

Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Toucas Descartáveis	6,90	9,66
Caixas para pizza	20,00	26,00
Copos Descartáveis	3,75	5,06
Discos de pizza	1,00	1,50
Guardanapos TV	8,50	12,75
Luvras Descartáveis	2,50	3,75
Bisnagas	1,05	1,78
Saco de Lanche Hambúrguer	28,00	40,00
Saco Lanche Cachorro Quente	24,00	36,00
Saco de Papel	7,90	10,66
Hamburgueira	66,00	96,00
Sacolas	29,00	37,30
Canudos	2,00	3,50
Ketchup sache	6,50	8,45
Maionese sache	6,50	8,45
Papel Toalha para banheiro	7,50	9,90

Fornecedor 10 Silas Embalagens

Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Toucas Descartáveis	7,90	11,38
Caixas de pizza	1,25	1,62
Copos Descartáveis	59,90	78,00
Discos de pizza	0,39	0,58

Guardanapos TV	7,30	10,95
Luvras Descartáveis	1,95	2,98
Bisnagas	1,05	1,78
Saco de Lanche	12,90	16,77
Sacolas	5,50	9,90

Fornecedor 11 Tia Ofélia

Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Farinha de Trigo	1,84	2,08

Fornecedor 12 Nita

Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Farinha de Trigo	2,45	2,82

Fornecedor 13 Marquespan

Item	Preço de custo (Kg)	Preço de venda (Kg)
Carrinho de pães	Comodato	
Climática	Comodato	
Forno Industrial	Comodato	
Pães	4,25	7,22

Fornecedor 14 Massa da Feira

Item	Preço de custo (Kg)	Preço de vendas (Kg)
Massa de pastel 500 g	3,10	4,18
Massa de pastel 1 Kg	6,20	8,49

3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Para promover a Casa do Lancheiro e seus produtos podemos utilizar os seguintes métodos citados abaixo para iniciar a empresa e atrair futuros clientes, porem o que deve ser relevante é as estratégias que a empresa ira adquirir após se estabelecer no mercado, como: marketing boca a boca, pós venda, folders, propaganda volantes.

Folders - Folhetos explicativos sobre quais os produtos e serviços estão sendo vendidos, logo marca da empresa, telefone, endereço, e-mail e as

vantagens que temos diante dos nossos concorrentes. Vantagem está como agilidade e confiança. Método para esse tipo de divulgação: divulgar e entregar ao público alvo em casas e estabelecimentos comerciais.

Cartões e Imas de Geladeira – Método também utilizado para a divulgação com logo marca da empresa, telefone, endereço, e-mail e principais serviços realizados uma forma bem rápida e sucinta de promover o nome da empresa em questão. Método de divulgação utilizado para esse tipo de ferramenta: divulgação em vias públicas, estabelecimentos comerciais, marketing um a um.

Adesivos da Casa do Lancheiro com Slogan para veículos automotores- Método específico para a exposição da marca em questão com o intuito de disseminar o nome da marca para que fique gravado na mente das pessoas, o Slogan e tudo que está relacionado a ela. Principais meios de divulgação Carros, Motos e bicicletas.

Cartazes- Método utilizado para propaganda e exposição da marca onde podemos especificar serviço que prestamos ou um produto que vendemos, quem somos e como vendemos. Pode se utilizar também um folder e transforma lá em um cartaz. Meio para se utilizar essa ferramenta: locais públicos e estabelecimentos comerciais.

Propaganda Volante- Exposição da marca mediante carro de som passeando por determinados pontos estratégicos da cidade. Propaganda mediante uma gravação de áudio com carro de som contratado.

Painéis luminosos em lugares estratégicos- Modelo Exposição mais prático onde colocamos os anúncios no painel e o próprio fica se alternando e repassando de acordo com contrato fechado no ato do negócio. Hoje atualmente contamos com dois painéis em nossa cidade colocados estrategicamente em dois pontos de muito movimento em nossa cidade o

primeiro na frente da sorveteria Du Porto e outro na Esquina da Avenida Pres. Vargas com a Rua: Pernambuco.

Marketing boca a boca- Propaganda feita através de clientes que saem divulgando o negócio, e sua marca após ter tido algum contato com você e sua empresa ou serviço. Normalmente ocorre com bastante frequência.

Folhinhas de calendário- Feitas aproveitando expressamente uma oportunidade de ocasião no caso o fim de um ano e o começo de um próximo ano que vem por ai e é uma rápida disseminação da sua marca. Conseguindo assim fixar a sua marca na mente de seus clientes tanto internos como externos. E considerado também uma ferramenta de marketing de massa, pois não possui distinção de público.

Carta de agradecimentos pelo ano que se passou- Busca se a fidelização dos clientes e a manutenção da imagem da empresa com seus clientes potenciais. Recomenda-se fazer com clientes em que você já teve algum contato ou até mesmo já prestou algum serviço.

Plano de fidelização de clientes- Consiste em criar métodos para a satisfação e fidelização dos clientes potenciais para o negócio, os chamados clientes fixos e também os novos clientes que podem vir a se tornar, pois esse e o nosso verdadeiro objetivo, a manutenção dos clientes fixos e a aquisição de novos clientes por que só assim teremos uma cadeia produtiva em perfeito estado de valor.

Pós-Venda- Ato em que a empresa priva principalmente o seu cliente buscando estreita a relação entre cliente e empresa visando uma relação de amizade com seu cliente. E buscando informações sobre o cliente em relação ao seu produto.

Pesquisa de Satisfação- Enviada após uma empresa vende um produto ou prestar um serviço para um cliente seu principal motivo para este

ato e detectar possíveis erros com o produto ou com o atendimento e em contra partida possíveis acertos e qualidades que o produto possui para os clientes sendo assim uma forte arma para medir a satisfação do cliente em relação ao produto.

Questionário Via E-mail - Pesquisa para medir a satisfação do cliente para com o produto ou serviço prestado, enviada pela empresa e respondida pelo cliente tudo através de um E-mail cadastrado na hora da compra do produto, tendo o seu resultado quantificado em números para medir o grau de aceitação do produto ou Serviço executado.

Questionário Via Carta Resposta- Pesquisa para medir a satisfação do cliente para com o produto ou serviço prestado, enviado pela empresa e respondido pelo cliente através de uma carta resposta, utilizando o endereço de cadastro na hora da compra do produto ou serviço, tendo seu resultado quantificado em números para medir o grau de aceitação do produto ou serviço executado.

Questionário Via Telemarketing- Pesquisa para medir a satisfação do cliente para com o produto ou serviço prestado, enviado pela empresa e respondido pelo cliente através de carta resposta, utilizando o telefone cadastrado na hora da compra do produto ou serviço, tendo seu resultado quantificado em números para medir o grau de aceitação do produto ou serviço executado.

3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A empresa terá com um contato direto com os clientes, tendo um representante fazendo visitas semanalmente nas empresas e atendendo todos os dias, tanto por telefone e whatsapp. Na empresa constataram um administrador, um balconista, um entregador, produtos a pronta entrega e um estoquista para o acompanhamento de entrada e saída de mercadorias.

Será utilizado um carro Fiorino equipado com refrigeração para manter a qualidade dos produtos para realizar visitas e as entregas aos clientes.

3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Endereço: Rua São Luís nº 10-42		
Bairro: Centro	Cidade: Presidente Epitácio	Estado: São Paulo
Telefone 1: 3999-0000	Telefone 2: 3251-4101	

A empresa iniciará seu atendimento às 8:00 horas com término às 20:00 horas, sendo que a partir das 20 horas se necessário a empresa irá atender por meio de telefone, o estabelecimento será localizado na Rua São Luís, nº 10-42, no centro de Presidente Epitácio-SP. Foi uma ótima escolha de local, vários fatores influenciaram na escolha, principalmente por estar no centro da cidade, onde se concentra a maioria dos nossos clientes. Foi levado em consideração também o valor do aluguel de 500,00 reais acessível para a empresa iniciar.

É importante esclarecer que a Casa do Lancheiro não atenderá de portas abertas, embora terá condições de atender o cliente se ele for até a empresa.

4 PLANO OPERACIONAL

A estrutura física aqui apresentada possibilitará acompanhar e identificar os processos que serão realizados dentro da empresa.

4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO



Foram reservadas as medidas do espaço físico de acordo com as necessidades para estocagem devido a grandes diversidades de produtos com a finalidade de facilitar o fluxo de Funcionários e de mercadorias, a cozinha tem a distribuição muito pratica que proporciona o espaço para os equipamentos a serem usados e o conforto adequado para o fluxo de trabalho e seguindo as normas de órgãos fiscalizadores. Quando se trata de uma cozinha e de equipamentos o profissional necessita de habilidades e experiência neste seguimento, portanto os funcionários da Casa do Lancheiro contaram com treinamento de uma semana que será disponibilizado e enviado um profissional da empresa Marquespan para este procedimento, ao lado da cozinha se encontra a câmara fria que é considerada média, o escritório é visto como um

ambiente organizacional onde é preciso espaço, conforto para realizar determinada execução de atividades, os banheiros contam com tamanhos ideais nem grandes e nem pequenos para não trazer desconforto e complicações na limpeza.

FACHADA

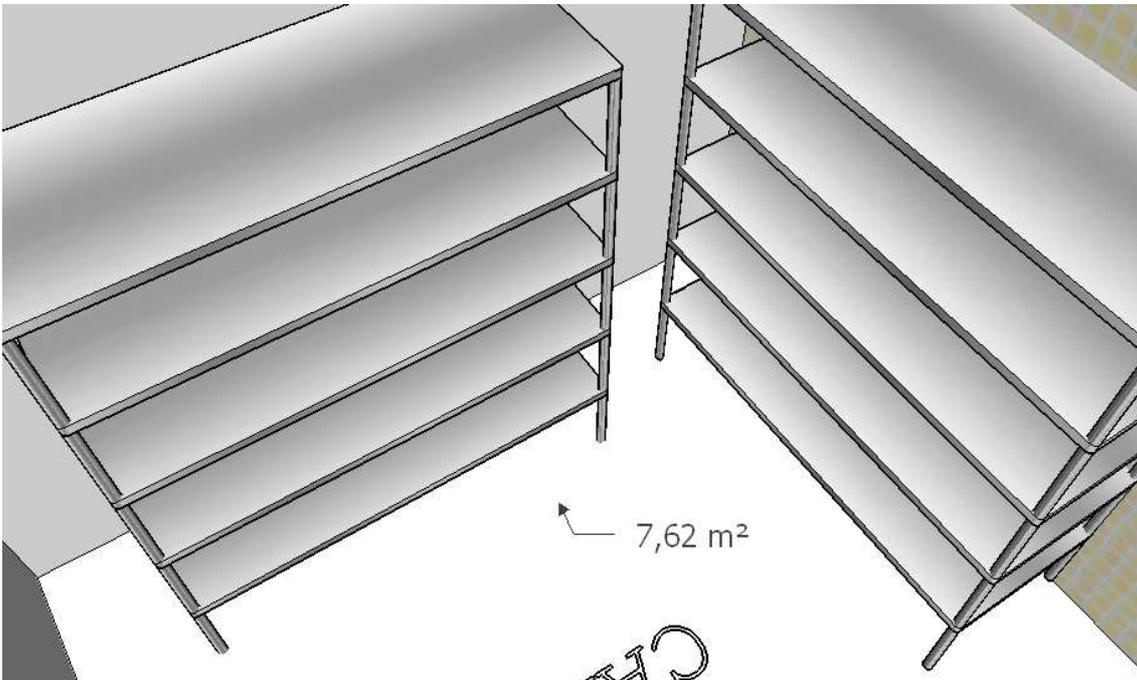
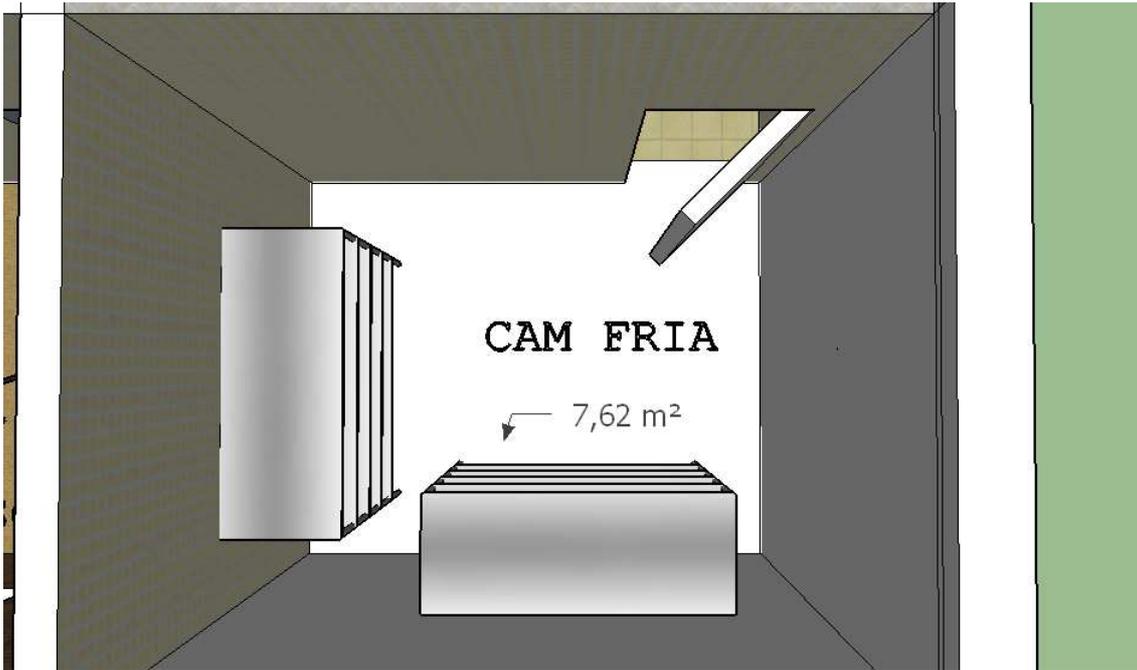


COZINHA

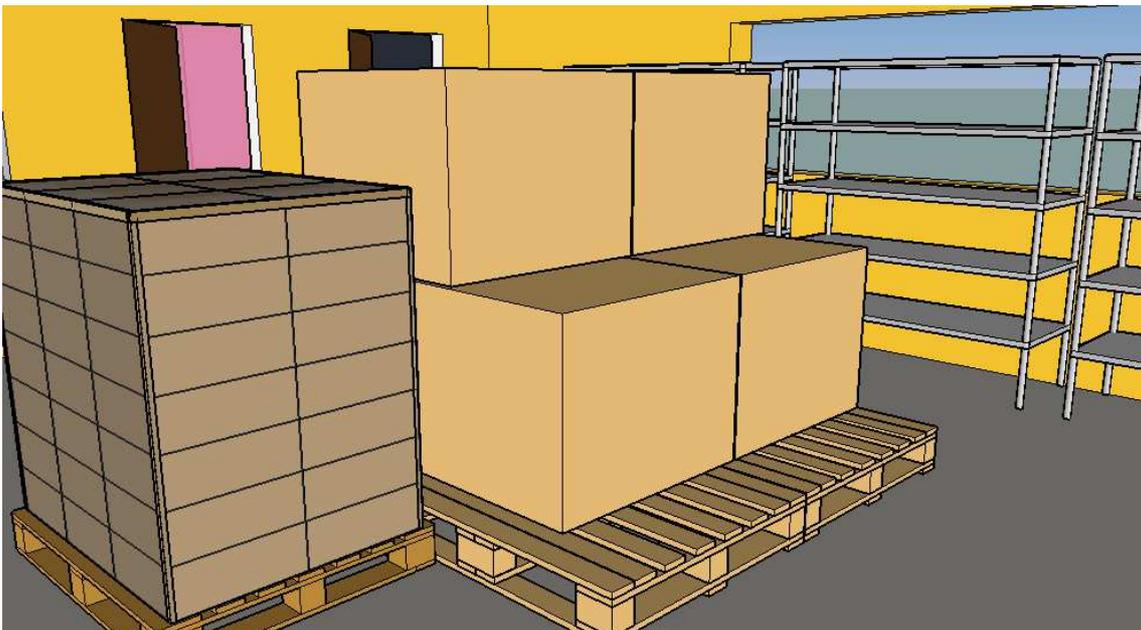




CÂMARA FRIA



DEPÓSITO





ESCRITÓRIO

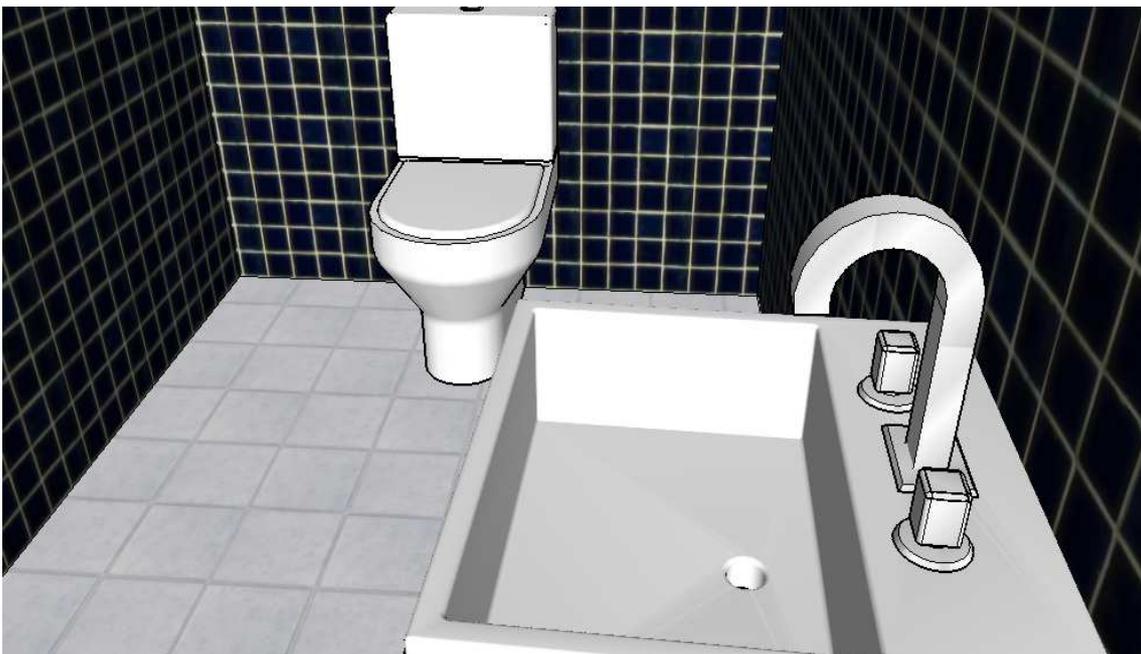




BANHEIRO FEMININO



BANHEIRO MASCULINO



4.2 CAPACIDADE COMERCIAL

A maneira de desenvolver o atendimento ao cliente será uma medida inicial com a estimativa de 12 a 18 visitas por dia, com base nas experiências adquiridas pelos sócios, essa capacidade poderá vir a crescer conforme a fidelização dos clientes.

4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

Para comprar os produtos oferecidos pela Casa do Lancheiro o cliente fará um pedido que será realizado através de telefone, pedido pessoalmente aonde o cliente irá até a nossa empresa, ou teremos o contato direto com o cliente através da visita do vendedor, em seguida faremos a emissão da nota fiscal, logo após será feito a seleção de pedidos para que assim os produtos possam ser entregues e recebidos pelo cliente para se obter o preço a ser pago, concluindo com o pós venda levantando informações para o feedback do processo.

A figura a seguir apresenta detalhadamente todos os processos operacionais da Casa do Lancheiro.



Fonte: Os próprios autores

4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL

Cargo/Função	Qualificações necessárias
Sócio 1: Representante Comercial/Entregador	Boa comunicação, ser responsável em seu estabelecimento, apto para desempenhar tarefas, responsável pela venda e manter a imagem da empresa. Conhecimento em preparar cargas e descargas de mercadorias, movimentar materiais e realizar a entrega dos pedidos aos clientes.
Sócio 2: Administrador/Estoquista	É necessário estar cursando Técnico em Administração, bom relacionamento interpessoal, ter noções de informática e possuir experiência na área. Ter

	conhecimento para receber as mercadorias, conferir e verificar as validades dos produtos controlando assim as perdas e organizar estoques.
Auxiliar Geral	Tem função de acompanhar as ordens da empresa, se encaixando no que for preciso até mesmo em atividades de limpeza.

5 PLANO FINANCEIRO

No plano financeiro estão apresentadas e realizadas todas as contas efetuadas para se iniciar os trabalhos da empresa, como as contas a pagar e receber bens e ativos.

5.1 ESTIMATIVAS DOS INVESTIMENTOS FIXOS

A – Máquinas e Equipamentos

Máquinas e Equipamentos				
Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Computador PC	2	R\$ 1.199,00	R\$ 2.398,00
2	Telefone sem fio Philips	2	R\$ 151,05	R\$ 302,10
3	Impressora Multifuncional	1	R\$ 1.049,00	R\$ 1.049,00
4	Ventilador de Parede	3	R\$ 132,90	R\$ 398,70
5	Estabilizador	2	R\$ 69,90	R\$ 139,80
6	Nobreak 115 V Preto	1	R\$ 249,00	R\$ 249,00
7	Balança Eletrônica	1	R\$ 4.702,00	R\$ 4.702,00
8	Fatiadora de Frios	1	R\$ 3.300,00	R\$ 3.300,00
9	Geladeira	1	R\$ 1.990,00	R\$ 1.990,00
10	Máquina para cartões	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
11	Câmara Fria	1	R\$ 5.500,00	R\$ 5.500,00
12	Purificador de água Natural e gelada	1	R\$ 359,10	R\$ 359,10
TOTAL				R\$ 21.087,70

B – Móveis e Utensílios

Móveis e Utensílios				
Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Escrivaninha Politorno fênix	1	R\$ 319,90	R\$ 319,90
2	Cadeira Office Importada TWO	2	R\$ 137,90	R\$ 275,80
3	Balcão para Pia Decibal	1	R\$ 239,00	R\$ 239,00
4	Armário	2	R\$ 580,00	R\$ 1.160,00
5	Gôndolas Laterais	8	R\$ 455,00	R\$ 3.640,00
6	Jaqueta para Câmara Fria	1	R\$ 86,00	R\$ 86,00
TOTAL				R\$ 5.720,70

C – Veículo

Veículo			
Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Fiorino 2014	1	R\$ 32.900,00	R\$ 32.900,00
SUBTOTAL			R\$ 32.900,00

Total de Investimentos Fixos		
Item	Descrição	Valor
5.1-A	Máquinas e Equipamentos	R\$ 21.087,70
5.1-B	Móveis e Utensílios	R\$ 5.720,70
5.1-C	Veículo Fiorino 2014	R\$ 32.900,00
TOTAL		R\$ 59.708,40

5.2 CAPITAL DE GIRO

A - Estimativa do Estoque Inicial

Estoque Inicial					
Item	Descrição		Qtd	Valor de Custo	Total
1	Apresentado Sadia	Kg	40,5	R\$ 13,90	R\$ 562,95
2	Apresentado Perdigão	Kg	55,25	R\$ 11,56	R\$ 638,69
3	Apresentado Seara	Kg	29,75	R\$ 8,20	R\$ 243,95
4	Apresentado Resende	Kg	10	R\$ 8,80	R\$ 88,00
5	Bacon Sadia	Kg	67,5	R\$ 10,90	R\$ 735,75
6	Linguíça Calabresa Sadia	Kg	37,25	R\$ 9,70	R\$ 361,33
7	Linguíça Calabresa Seara	Kg	30,25	R\$ 9,96	R\$ 301,29
8	Presunto Sadia	Kg	11,25	R\$ 13,80	R\$ 155,25
9	Presunto Perdigão	Kg	9,25	R\$ 14,80	R\$ 136,90
10	Presunto Resende	Kg	2	R\$ 12,00	R\$ 24,00
11	Muçarela Sadia	Kg	15	R\$ 20,00	R\$ 300,00
12	Muçarela Paladar B	Kg	120	R\$ 16,50	R\$ 1.980,00
13	Salame Sadia	Kg	4,5	R\$ 31,27	R\$ 140,72
14	Salsicha Perdigão	Kg	126,25	R\$ 5,23	R\$ 643,88
15	Salsicha Seara	Kg	53,75	R\$ 5,10	R\$ 301,00
16	Peito de peru Sadia	Kg	1,125	R\$ 24,73	R\$ 27,82
17	Batata Palito Copacol	Kg	135	R\$ 6,30	R\$ 850,50
18	Filé de Frango Nutribem	Kg	135	R\$ 7,40	R\$ 999,00
19	Hambúrguer Perdigão	Un.	1080	R\$ 0,61	R\$ 637,20
20	Hambúrguer Seara	Un.	45	R\$ 0,59	R\$ 27,45
21	Requeijão Catupiry Clara Milk	Un.	70	R\$ 9,50	R\$ 665,00

22	Mostarda Calcutá	Un.	18	R\$ 6,90	R\$ 124,20
23	Ketchup Calcutá	Un.	36	R\$ 5,99	R\$ 215,64
24	Maionese Dájuda	Un.	45	R\$ 8,99	R\$ 404,55
25	Milho Predilecta 3 kg	Un.	18	R\$ 9,20	R\$ 165,60
26	Azeitona Vale Fértil 2 kg	Un.	18	R\$ 23,00	R\$ 414,00
27	Champignon Vale Fértil 2 kg	Un.	7,5	R\$ 39,00	R\$ 292,50
28	Ervilha Predilecta 3 Kg	Un.	5	R\$ 9,50	R\$ 47,50
29	Extrato de Tomate Dájuda 3kg	Un.	18	R\$ 12,80	R\$ 230,40
30	Coca Cola garrafa 290 ml	Un.	216	R\$ 1,42	R\$ 306,72
31	Coca Cola lata 350 ml	Un.	108	R\$ 1,62	R\$ 174,96
32	Coca Cola Zero lata 350 ml	Un.	54	R\$ 1,62	R\$ 87,48
33	Coca Cola pet 600 ml	Un.	54	R\$ 2,84	R\$ 153,36
34	Coca Cola garrafa 1 litro	Un.	216	R\$ 1,88	R\$ 406,08
35	Coca Cola 2 litros	Un.	54	R\$ 4,92	R\$ 265,68
36	Coca Cola Zero 2 litros	Un.	13	R\$ 4,92	R\$ 63,96
37	Fanta garrafa 290 ml	Un.	108	R\$ 1,42	R\$ 153,36
38	Fanta Laranja lata 350 ml	Un.	54	R\$ 1,55	R\$ 83,70
39	Fanta Maracujá 350 ml	Un.	27	R\$ 1,55	R\$ 41,85
40	Fanta Uva 350 ml	Un.	27	R\$ 1,55	R\$ 41,85
41	Fanta garrafa 1 litro	Un.	108	R\$ 1,88	R\$ 203,04
42	Fanta Laranja 2 litros	Un.	13	R\$ 4,17	R\$ 54,21
43	Kuait lata 350 ml	Un.	54	R\$ 1,55	R\$ 83,70
44	Kuait 2 litros	Un.	13	R\$ 2,55	R\$ 33,15
45	Sprite lata 350 ml	Un.	27	R\$ 1,55	R\$ 41,85
46	Sprite 2 litros	Un.	7	R\$ 4,17	R\$ 29,19
47	Tubaína garrafa 605 ml	Un.	216	R\$ 0,75	R\$ 162,00
48	Guaraná garrafa 605 ml	Un.	108	R\$ 0,75	R\$ 81,00
49	Micam garrafa 605 ml	Un.	54	R\$ 0,75	R\$ 40,50
50	Soda garrafa 605 ml	Un.	108	R\$ 0,75	R\$ 81,00
51	Tubaína pet 2 litros	Un.	54	R\$ 3,08	R\$ 166,32
52	Guaraná pet 2 litros	Un.	13	R\$ 3,08	R\$ 40,04
53	Micam pet 2 litros	Un.	7	R\$ 3,08	R\$ 21,56
54	Soda pet 2 litros	Un.	7	R\$ 3,08	R\$ 21,56
55	Polpas Basc Acerola pct. com 10	Un.	9	R\$ 6,00	R\$ 54,00
56	Polpas Basc Abacaxi pct. com 10	Un.	9	R\$ 6,00	R\$ 54,00
57	Polpas Basc Abacaxi e Hortelã pct. com 10	Un.	9	R\$ 7,00	R\$ 63,00
58	Polpas Basc Caju pct. com 10	Un.	9	R\$ 8,00	R\$ 72,00
59	Polpas Basc Goiaba pct. com 10	Un.	4	R\$ 5,30	R\$ 21,20
60	Polpas Basc Mamão pct. com 10	Un.	4	R\$ 5,30	R\$ 21,20
61	Polpas Basc Melão pct. com 10	Un.	9	R\$ 5,80	R\$ 52,20

62	Polpas Basc Morango pct. com 10	Un.	9	R\$ 8,00	R\$ 72,00
63	Polpas Basc Maracujá pct. com 10	Un.	9	R\$ 10,00	R\$ 90,00
64	Polpas Basc Tamarindo pct. com 10	Un.	4	R\$ 6,50	R\$ 26,00
65	Polpas Basc Uva pct. com 10	Un.	4	R\$ 8,00	R\$ 32,00
66	Polpas Basc Açaí pct. com 10	Un.	4	R\$ 16,00	R\$ 64,00
67	Polpas Basc Açaí com Laranja pct. com 10	Un.	4	R\$ 10,00	R\$ 40,00
68	Polpas Basc Coco pct. com 10	Un.	4	R\$ 14,00	R\$ 56,00
69	Polpas Basc Cupuaçu pct. com 10	Un.	4	R\$ 13,00	R\$ 52,00
70	Polpas Basc Melancia pct. com 10	Un.	4	R\$ 9,50	R\$ 38,00
71	Polpas Basc Limão pct. com 10	Un.	4	R\$ 9,00	R\$ 36,00
72	Polpas Basc Graviola pct. com 10 Unid.	Un.	4	R\$ 10,00	R\$ 40,00
73	Polpas Basc Frutas Vermelhas pct. com 10	Un.	4	R\$ 16,00	R\$ 64,00
74	Polpas Basc Cajá pct. com 10 Unid.	Un.	4	R\$ 12,00	R\$ 48,00
75	Caixas de Pizzas Coméia	Un.	60	R\$ 0,80	R\$ 48,00
76	Copos descartáveis Silas Embalagens pct com 100	Un.	36	R\$ 2,39	R\$ 86,04
77	Discos de Pizzas de Papelão	Un.	60	R\$ 1,00	R\$ 60,00
78	Guardanapo TV	Un.	18	R\$ 7,30	R\$ 131,40
79	Luvras Descartáveis	Un.	18	R\$ 1,95	R\$ 35,10
80	Papel Toalha para banheiro	Un.	9	R\$ 7,50	R\$ 67,50
81	Hamburgueira 400 Unid.	Un.	9	R\$ 66,00	R\$ 594,00
82	Saco de Lanche para Hot Do pct com 1000	Un.	18	R\$ 12,90	R\$ 232,20
83	Saco de Lanche para Hambúrguer pct com 1.000	Un.	18	R\$ 28,00	R\$ 504,00
84	Saco de Papel 2 kg	Un.	9	R\$ 7,90	R\$ 71,10
85	Sacolas Plásticas pct com 100	Un.	36	R\$ 5,50	R\$ 198,00
86	Toucas Descartáveis pct com 100	Un.	18	R\$ 6,90	R\$ 124,20
87	Bisnagas	Un.	36	R\$ 1,05	R\$ 37,80
88	Canudos pct com 100	Un.	18	R\$ 2,00	R\$ 36,00
89	Ketchup sache	Un.	18	R\$ 6,50	R\$ 117,00
90	Maionese sache	Un.	18	R\$ 6,50	R\$ 117,00
91	Farinha de trigo Ofélia 1 kg	Un.	20	R\$ 1,84	R\$ 36,80
92	Farinha de trigo Nita 1 Kg	Un.	40	R\$ 2,45	R\$ 98,00
93	Pães Congelados Marquespan	Un.	126	R\$ 4,25	R\$ 535,50
94	Massa de pastel Massa da Feira	Un.	7	R\$ 6,20	R\$ 43,40

1 Kg				
TOTAL				R\$ 18.721,82

B - Caixa Mínimo

Contas a Receber			
Prazo Médio de Vendas	%	Números de Dias	Média Ponderada
À Vista	70%	0	0
À Prazo	30%	30	9
Prazo Médio Total Vendas (dias)			9

Contas á Pagar			
Prazo Médio de Vendas	%	Número de Dias	Média Ponderada
À Vista	20%	0	0
À Prazo	80%	30	24
Prazo Médio de Compras (dias)			24

Necessidade Média de Estoques	Números de Dias	
	7	Dias

Recursos da Empresa Fora de seu caixa	Números de Dias
Contas a Receber - Prazo Médio de Vendas	9
Estoques - necessidade média de estoques	7
SUBTOTAL 1	16
Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa	
Fornecedores - Prazo Médio de Compras	24
SUBTOTAL 2	24
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	0

Caixa Mínimo	
Custo Fixo Mensal (5.11)	R\$ 8.061,00
Custo Variável Mensal (5.8)	R\$ 70.186,77
Custo Total da Empresa	R\$ 78.247,77

Custo total diário	R\$ 2.608,26
Necessidade líquida de Capital de giro em dias	0
Caixa Mínimo	0

Capital de Giro	
Investimentos Financeiros	
Estoque Inicial	R\$ 18.721,82
Caixa Mínimo	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 18.721,82

5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Investimentos Pré- Operacionais			
Item		Valor	
Despesas de legalização	Abertura de Firma	R\$ 501,64	
	Bombeiro	R\$ 97,50	
	Vigilância Sanitária	R\$ 50,00	
	Alvará de Funcionamento	R\$ 220,00	
	Junta Comercial	DARE	R\$ 129,36
		DARF	R\$ 21,00
		Obras civis e reformas	R\$ 6.495,99
TOTAL		R\$ 7.515,49	

5.4 INVESTIMENTO TOTAL

Investimento Total			
Item	Descrição do Investimento	Valor	%
5.1	Total de Investimentos Fixos	R\$ 59.708,40	69,47%
5.2	Capital de Giro	R\$ 18.721,82	21,78%
5.3	Investimento Pré Operacional	R\$ 7.515,49	8,74%

TOTAL	R\$ 85.945,71	100%
--------------	---------------	------

5.5 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

Estimativa do Faturamento Mensal				
Item	Descrição	Estimativa de Vendas	Preços de Vendas	Faturamento
1	Apresentado Sadia	162	R\$ 16,44	R\$ 2.663,28
2	Apresentado Perdigão	221	R\$ 16,60	R\$ 3.668,60
3	Apresentado Seara	119	R\$ 10,66	R\$ 1.268,54
4	Apresentado Resende	40	R\$ 11,00	R\$ 440,00
5	Bacon Sadia	270	R\$ 13,16	R\$ 3.553,20
6	Linguixa Calabresa Sadia	149	R\$ 11,04	R\$ 1.664,96
7	Linguixa Calabresa Seara	121	R\$ 11,95	R\$ 1.445,95
8	Presunto Sadia	45	R\$ 16,56	R\$ 745,20
9	Presunto Perdigão	37	R\$ 19,24	R\$ 711,88
10	Presunto Rezende	8	R\$ 18,00	R\$ 144,00
11	Muçarela Sadia	60	R\$ 25,00	R\$ 1.500,00
12	Muçarela Paladar	480	R\$ 19,80	R\$ 9.504,00
13	Salame Sadia	18	R\$ 46,90	R\$ 844,20
14	Salsicha Perdigão	505	R\$ 6,72	R\$ 3.393,60
15	Salsicha Seara	215	R\$ 6,22	R\$ 1.337,30
16	Peito de peru Sadia	4,5	R\$ 37,09	R\$ 166,91
17	Batata Palito Copacol 1 Kg	540	R\$ 8,82	R\$ 4.762,80
18	Filé de Frango Nutribem	540	R\$ 8,80	R\$ 4.752,00
19	Hambúrguer Seara	4320	R\$ 0,74	R\$ 3.196,80
20	Hambúrguer Perdigão pct com 36	180	R\$ 27,36	R\$ 4.924,80
21	Requeijão Catupiry Clara Milk 1,8 kg	279	R\$ 11,21	R\$ 3.127,59
22	Mostarda Calcutá 3 lts	72	R\$ 8,28	R\$ 596,16
23	Ketchup Calcutá 3 lts	145	R\$ 7,79	R\$ 1.129,55
24	Maionese Dájuda 3 lts	180	R\$ 11,69	R\$ 2.104,20
25	Milho Predilecta 3 kg	72	R\$ 11,04	R\$ 794,88
26	Azeitona Vale Fértil 2 kg	72	R\$ 28,29	R\$ 2.036,88
27	Champignon Vale Fértil 2 kg	30	R\$ 46,80	R\$ 1.404,00
28	Ervilha Predilecta 3 Kg	20	R\$ 11,40	R\$ 228,00
29	Extrato de Tomate Dájuda 3 kg	72	R\$ 15,36	R\$ 1.105,92
30	Coca Cola garrafa 290 ml	864	R\$ 1,89	R\$ 1.632,96
31	Coca Cola lata 350 ml	432	R\$ 1,94	R\$ 838,08
32	Coca Cola Zero lata 350 ml	216	R\$ 1,78	R\$ 384,48
33	Coca Cola pet 600 ml	216	R\$ 3,40	R\$ 734,40
34	Coca Cola garrafa 1 litro	864	R\$ 2,25	R\$ 1.944,00
35	Coca Cola 2 litros	216	R\$ 5,50	R\$ 1.188,00
36	Coca Cola Zero 2 litros	54	R\$ 6,15	R\$ 332,10
37	Fanta garrafa 290 ml	432	R\$ 1,89	R\$ 816,48
38	Fanta Laranja lata 350 ml	216	R\$ 1,78	R\$ 384,48

39	Fanta Maracujá 350 ml	108	R\$ 1,78	R\$ 192,24
40	Fanta Uva 350 ml	108	R\$ 1,78	R\$ 192,24
41	Fanta garrafa 1 litro	432	R\$ 2,25	R\$ 972,00
42	Fanta Laranja 2 litros	54	R\$ 5,00	R\$ 270,00
43	Kuat lata 350 ml	216	R\$ 1,78	R\$ 384,48
44	Kuat 2 litros	54	R\$ 5,00	R\$ 270,00
45	Sprite lata 350 ml	108	R\$ 1,78	R\$ 192,24
46	Sprite 2 litros	27	R\$ 5,00	R\$ 135,00
47	Tubaína Funada garrafa 605 ml	864	R\$ 1,09	R\$ 941,76
48	Guaraná Funada garrafa 605 ml	432	R\$ 1,09	R\$ 470,88
49	Micam Funada garrafa 605 ml	216	R\$ 1,09	R\$ 335,44
50	Soda Funada garrafa 605 ml	432	R\$ 1,09	R\$ 470,88
51	Tubaína Funada pet 2 litros	216	R\$ 3,39	R\$ 732,24
52	Guaraná Funada pet 2 litros	54	R\$ 3,39	R\$ 183,06
53	Micam Funada pet 2 litros	27	R\$ 3,39	R\$ 91,53
54	Soda Funada pet 2 litros	27	R\$ 3,39	R\$ 91,53
55	Polpas Basc Acerola	36	R\$ 9,90	R\$ 356,40
56	Polpas Basc Abacaxi	36	R\$ 9,90	R\$ 356,40
57	Polpas Basc Abacaxi e Hortelã	36	R\$ 9,90	R\$ 356,40
58	Polpas Basc Caju	36	R\$ 11,00	R\$ 396,00
59	Polpas Basc Goiaba	18	R\$ 9,90	R\$ 178,20
60	Polpas Basc Mamão	18	R\$ 9,90	R\$ 178,20
61	Polpas Basc Melão	36	R\$ 9,90	R\$ 356,40
62	Polpas Basc Morango	36	R\$ 11,00	R\$ 396,00
63	Polpas Basc Maracujá	36	R\$ 13,00	R\$ 468
64	Polpas Basc Tamarindo	18	R\$ 9,90	R\$ 178,20
65	Polpas Basc Uva	18	R\$ 11,00	R\$ 198,00
66	Polpas Basc Açaí	18	R\$ 21,92	R\$ 394,56
67	Polpas Basc Açaí com Laranja	18	R\$ 13,00	R\$ 234,00
68	Polpas Basc Coco	18	R\$ 19,90	R\$ 358,20
69	Polpas Basc Cupuaçu	18	R\$ 19,90	R\$ 358,20
70	Polpas Basc Melancia	18	R\$ 13,00	R\$ 234,00
71	Polpas Basc Limão	18	R\$ 13,00	R\$ 234,00
72	Polpas Basc Graviola	18	R\$ 13,00	R\$ 234,00
73	Polpas Basc Frutas Vermelhas	18	R\$ 21,92	R\$ 394,56
74	Polpas Basc Cajá	18	R\$ 19,92	R\$ 358,56
75	Caixas de Pizzas	240	R\$ 1,62	R\$ 4.592,70
76	Copos descartáveis 100 unid	144	R\$ 3,69	R\$ 531,36
77	Discos de Pizzas	240	R\$ 1,50	R\$ 360,00
78	Guardanapo TV	72	R\$ 10,95	R\$ 788,40
79	Luvras Descartáveis	18	R\$ 2,98	R\$ 53,64
80	Papel Toalha para banheiro	9	R\$ 9,90	R\$ 89,10
81	Hamburgueira 400 unid	9	R\$ 96,00	R\$ 864,00
82	Saco de Lanche 1000 unid	18	R\$ 16,77	R\$ 301,86
83	Saco de Lanche para Hambúrguer 1000 uniu	18	R\$ 40,00	R\$ 720,00
84	Saco de Papel 2 kg	9	R\$ 10,66	R\$ 95,94

85	Fardo de Sacolas com 100 unid	144	R\$ 9,90	R\$ 1.425,60
86	Toucas Descartáveis pct com 100 unid	18	R\$ 9,66	R\$ 173,88
87	Bisnagas	36	R\$ 1,78	R\$ 64,08
88	Canudos pct com 100 uni	72	R\$ 3,50	R\$ 252,00
89	Ketchup sache	72	R\$ 8,45	R\$ 608,40
90	Maionese sache	72	R\$ 8,45	R\$ 608,40
91	Farinha de trigo Ofélia 1 kg	80	R\$ 2,08	R\$ 166,40
92	Farinha de trigo Nita 1Kg	160	R\$ 2,82	R\$ 451,20
93	Pães Congelados Marquespan	504	R\$ 7,22	R\$ 3.638,88
94	Massa de pastel 1 Kg Massa da Feira	30	R\$ 8,49	R\$ 254,70
TOTAL				R\$ 99.654,52

5.6 ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA- PRIMA, MATERIAIS INDUSTRIAIS.

(Este espaço deve ser preenchido somente pelo segmento industrial)

5.7 ESTIMATIVA DE CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Impostos (Custo de Comercialização)			
Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
Simplex Nacional	5,47%	R\$ 99.654,52	R\$ 5.451,10
Gasto com Vendas			
Propaganda	1,41%	R\$ 99.654,52	R\$ 1.410,00
Total de Custos de Comercialização			R\$ 6.861,10

5.8 APURAÇÃO DE CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS

Item	Descrição	Estimativa de Vendas	Custo Unitário de Aquisição	Custo de Mercadoria Vendida
1	Apresentado Sadia	162	R\$ 13,90	R\$ 2.251,80
2	Apresentado Perdigão	221	R\$ 11,56	R\$ 2.554,76
3	Apresentado Seara	119	R\$ 8,20	R\$ 975,80
4	Apresentado Resende	40	R\$ 8,80	R\$ 352,00

5	Bacon Sadia	270	R\$ 10,90	R\$ 2.943,00
6	Linguíça Calabresa Sadia	149	R\$ 9,70	R\$ 1.445,30
7	Linguíça Calabresa Seara	121	R\$ 9,96	R\$ 1.205,16
8	Presunto Sadia	45	R\$ 13,80	R\$ 621,00
9	Presunto Perdigão	37	R\$ 14,80	R\$ 547,60
10	Presunto Rezende	8	R\$ 12,00	R\$ 96,00
11	Muçarela Sadia	60	R\$ 20,00	R\$ 1.200,00
12	Muçarela Paladar	480	R\$ 16,50	R\$ 7.920,00
13	Salame Sadia	18	R\$ 31,27	R\$ 562,86
14	Salsicha Perdigão	505	R\$ 5,10	R\$ 2.575,50
15	Salsicha Seara	215	R\$ 5,60	R\$ 1.204,00
16	Peito de peru Sadia	4,5	R\$ 24,73	R\$ 111,29
17	Batata Palito Copacol 1 Kg	540	R\$ 6,30	R\$ 3.402,00
18	Filé de Frango Nutribem	540	R\$ 7,40	R\$ 3.996,00
19	Hambúrguer Seara	4320	R\$ 0,59	R\$ 2.548,80
20	Hambúrguer Perdigão pct com 36	180	R\$ 0,61	R\$ 109,80
21	Requeijão Catupiry Clara Milk 1,8 kg	279	R\$ 9,50	R\$ 2.650,50
22	Mostarda Calcutá 3 lts	72	R\$ 6,90	R\$ 496,80
23	Ketchup Calcutá 3 lts	145	R\$ 5,99	R\$ 868,55
24	Maionese Dájuda 3 lts	180	R\$ 8,99	R\$ 1.618,20
25	Milho Predilecta 3 kg	72	R\$ 9,20	R\$ 662,40
26	Azeitona Vale Fértil 2 kg	72	R\$ 23,00	R\$ 1.656,00
27	Champignon Vale Fértil 2 kg	30	R\$ 39,00	R\$ 1.170,00
28	Ervilha Predilecta 3 Kg	20	R\$ 9,50	R\$ 190,00
29	Extrato de Tomate Dájuda 3 kg	72	R\$ 12,80	R\$ 921,60
30	Coca Cola garrafa 290 ml	864	R\$ 1,42	R\$ 1.226,88
31	Coca Cola lata 350 ml	432	R\$ 1,62	R\$ 699,84
32	Coca Cola Zero lata 350 ml	216	R\$ 1,62	R\$ 349,92
33	Coca Cola pet 600 ml	216	R\$ 2,84	R\$ 613,44
34	Coca Cola garrafa 1 litro	864	R\$ 1,88	R\$ 1.624,32
35	Coca Cola 2 litros	216	R\$ 4,92	R\$ 1.062,72
36	Coca Cola Zero 2 litros	54	R\$ 4,92	R\$ 265,68
37	Fanta garrafa 290 ml	432	R\$ 1,42	R\$ 613,44
38	Fanta Laranja lata 350 ml	216	R\$ 1,55	R\$ 334,80
39	Fanta Maracujá 350 ml	108	R\$ 1,55	R\$ 167,40
40	Fanta Uva 350 ml	108	R\$ 1,55	R\$ 167,40
41	Fanta garrafa 1 litro	432	R\$ 1,88	R\$ 812,16
42	Fanta Laranja 2 litros	54	R\$ 4,17	R\$ 225,18
43	Kuat lata 350 ml	216	R\$ 1,55	R\$ 334,80
44	Kuat 2 litros	54	R\$ 2,55	R\$ 137,70
45	Sprite lata 350 ml	108	R\$ 1,55	R\$ 167,40
46	Sprite 2 litros	27	R\$ 4,17	R\$ 112,59
47	Tubaína Funada garrafa 605 ml	864	R\$ 0,75	R\$ 648,00
48	Guaraná Funada garrafa 605 ml	432	R\$ 0,75	R\$ 324,00
49	Micam Funada garrafa 605 ml	216	R\$ 0,75	R\$ 162,00

50	Soda Funada garrafa 605 ml	432	R\$ 0,75	R\$ 324,00
51	Tubaína Funada pet 2 litros	216	R\$ 3,08	R\$ 665,28
52	Guaraná Funada pet 2 litros	54	R\$ 3,08	R\$ 166,32
53	Micam Funada pet 2 litros	27	R\$ 3,08	R\$ 83,16
54	Soda Funada pet 2 litros	27	R\$ 3,08	R\$ 83,16
55	Polpas Basc Acerola	36	R\$ 6,00	R\$ 216,00
56	Polpas Basc Abacaxi	36	R\$ 6,00	R\$ 216,00
57	Polpas Basc Abacaxi e Hortelã	36	R\$ 7,00	R\$ 252,00
58	Polpas Basc Caju	36	R\$ 8,00	R\$ 288,00
59	Polpas Basc Goiaba	18	R\$ 5,30	R\$ 95,40
60	Polpas Basc Mamão	18	R\$ 5,30	R\$ 95,40
61	Polpas Basc Melão	36	R\$ 5,80	R\$ 208,80
62	Polpas Basc Morango	36	R\$ 8,00	R\$ 288,00
63	Polpas Basc Maracujá	36	R\$ 10,00	R\$ 360,00
64	Polpas Basc Tamarindo	18	R\$ 6,50	R\$ 117,00
65	Polpas Basc Uva	18	R\$ 8,00	R\$ 144,00
66	Polpas Basc Açaí	18	R\$ 16,00	R\$ 288,00
67	Polpas Basc Açaí com Laranja	18	R\$ 10,00	R\$ 180,00
68	Polpas Basc Coco	18	R\$ 14,00	R\$ 252,00
69	Polpas Basc Cupuaçu	18	R\$ 13,00	R\$ 234,00
70	Polpas Basc Melancia	18	R\$ 9,50	R\$ 171,00
71	Polpas Basc Limão	18	R\$ 9,00	R\$ 162,00
72	Polpas Basc Graviola	18	R\$ 10,00	R\$ 180,00
73	Polpas Basc Frutas Vermelhas	18	R\$ 16,00	R\$ 288,00
74	Polpas Basc Cajá	18	R\$ 12,00	R\$ 216,00
75	Caixas de Pizzas	240	R\$ 0,80	R\$ 192,00
76	Copos descartáveis 100 unid	144	R\$ 2,39	R\$ 344,16
77	Discos de Pizzas	240	R\$ 1,00	R\$ 240,00
78	Guardanapo TV	72	R\$ 7,30	R\$ 525,60
79	Luvax Descartáveis	18	R\$ 1,95	R\$ 35,10
80	Papel Toalha para banheiro	9	R\$ 7,50	R\$ 67,50
81	Hamburgueira 400 unid	9	R\$ 66,00	R\$ 594,00
82	Saco de Lanche 1000 unid	18	R\$ 12,90	R\$ 232,20
83	Saco de Lanche para Hambúrguer 1000 uniu	18	R\$ 28,00	R\$ 504,00
84	Saco de Papel 2 kg	9	R\$ 7,90	R\$ 71,10
85	Fardo de Sacolas com 100 unid	144	R\$ 5,50	R\$ 792,00
86	Toucas Descartáveis pct com 100 unid	18	R\$ 6,90	R\$ 124,20
87	Bisnagas	36	R\$ 1,05	R\$ 37,80
88	Canudos pct com 100 uni	72	R\$ 2,00	R\$ 144,00
89	Ketchup sache	72	R\$ 6,50	R\$ 468,00
90	Maionese sache	72	R\$ 6,50	R\$ 468,00
91	Farinha de trigo Ofélia 1 kg	80	R\$ 1,84	R\$ 147,20
92	Farinha de trigo Nita 1 Kg	160	R\$ 2,45	R\$ 392,00
93	Pães Cong. Marquespan	504	R\$ 4,25	R\$ 2.142,00

94	Massa de pastel 1 Kg Massa da Feira	30	R\$ 6,20	R\$ 186,00
TOTAL				R\$ 70.186,77

5.9 ESTIMATIVAS DE CUSTOS DE MÃO DE OBRA

Cargo do funcionário	Salário	FGTS	Av. Prévio	13º Sal.	Férias	INSS	1/3 Férias
Auxiliar Geral	R\$1.028,00	R\$82,24	R\$23,34	R\$85,67	R\$28,58	R\$82,24	R\$19,22
Total	R\$1.028,00	R\$82,24	R\$23,34	R\$85,67	R\$28,58	R\$82,24	R\$19,22
Total do Custo de Mão de Obra							R\$ 1.349,26

5.10 ESTIMATIVA DE CUSTOS DE DEPRECIAÇÃO

Depreciação do Maquinário				
Descrição do Ativo	Valor do Ativo	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Maquinas e Equipamentos	R\$ 21.087,70	10	R\$ 2.108,77	R\$ 175,73
Moveis e Utensílios	R\$ 5.720,70	10	R\$ 572,07	R\$ 47,67
Veículo Fiorino	R\$ 32.900,00	10	R\$ 3.290,00	R\$ 274,17
Total de Depreciação			R\$ 5.970,84	R 497,57

5.11 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Custos Fixos Operacionais	
Custo Fixo Total	Valor
Aluguel	R\$ 500,00
Água	R\$ 120,00
Energia Elétrica	R\$ 1.800,00
Telefone + Internet	R\$ 300,00
Escritório de Contabilidade	R\$ 350,00
Pró- labore (Sócio 1)	R\$ 1.320,00
Pró- labore (Sócio 2)	R\$ 1.320,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 300,00
Salários + encargos	R\$ 1.349,26
Material de Limpeza	R\$ 100,00
Material de Escritório	R\$ 150,00
Depreciação	R\$ 497,57

TOTAL	R\$ 8.106,83
--------------	--------------

5.12 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Demonstrativo do Resultado de Exercício Mensal		
Item	Descrição	Valor
5.5	Receita Total	R\$ 99.654,52
5.7	Custo de Comercialização	R\$ 6.861,10
5.8	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 70.186,77
	Margem de Contribuição	R\$ 22.606,65
5.11	Custos Fixos Totais	R\$ 8.106,83
Resultado do Exercício		R\$ 14.499,82

Demonstrativo do Resultado de Exercício Anual		
Item	Descrição	Valor
5.5	Receita Total	R\$ 1.195.854,24
5.7	Custo de Comercialização	R\$ 82.333,20
5.8	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 842.241,24
	Margem de Contribuição	R\$ 271.279,80
5.11	Custos Fixos Totais	R\$ 97.281,96
Resultado do Exercício		R\$ 173.997,84

5.13 INDICADORES DE VIABILIDADE

5.13.1 Ponte de Equilíbrio

Valores Mensais:

Receita Total	R\$ 99.654,52
----------------------	---------------

Custo Variável Total	R\$ 77.047,87
Custo Fixo Total	R\$ 8.106,83

$$\text{ÍNDICE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO} = \frac{\text{R\$ } 99.654,52 - \text{R\$ } 77.047,87}{\text{R\$ } 99.654,52} = 0,23$$

$$\text{PONTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{R\$ } 8.106,83}{0,23} = \text{R\$ } 35.247,09 \text{ Mensais}$$

0,23

No momento em que a Casa do Lancheiro atingir a receita de R\$ 35.247,09 chegará ao PE (Ponto de Equilíbrio) e estará cobrindo seus custos totais.

5.13.2 Lucratividade

Receita Total	R\$ 1.195.854,24
Lucro Líquido	R\$ 173.997,84

$$\text{LUCRATIVIDADE} = \frac{\text{R\$ } 173.997,84}{\text{R\$ } 1.195.854,24} \times 100 = 14,55\% \text{ ao Ano}$$

A Casa do Lancheiro terá lucro anual de aproximadamente **14,55%** após pagar todos os impostos e despesas devidas.

5.13.3 Rentabilidade

Lucro Líquido	R\$ 173.997,84
Investimento Total	R\$ 85.945,71

$$\text{RENTABILIDADE} = \frac{\text{R\$ } 173.997,84}{\text{R\$ } 85.945,71} \times 100 = \text{R\$ } 202,45 \% \text{ ao Ano}$$

Em um ano os sócios conseguirão atingir a rentabilidade de **202,45 %** ao ano.

5.13.4 Prazo de retorno do investimento

Investimento Total	R\$ 85.945,71
Lucro Líquido	R\$ 173.997,84

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{R\$ 85.945,71}}{\text{R\$ 173.997,84}} = 0,49 \text{ Meses}$$

Em menos de um ano do início das atividades da empresa, os investidores terão recuperado todo capital oferecido para a montagem do negócio.

6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

A elaboração do Cenário foi gerada a partir de uma variação de 20% de cada produto vendido para menos, no caso pessimista, ou para mais, no caso otimista, referente ao cenário provável.

Item	CENÁRIO PROVAVEL		CENÁRIO PESSIMISTA	CENÁRIO OTIMISTA
	Descrição da Conta	Valor	Valor	Valor
5.5	Receita Total	R\$ 99.654,52	R\$ 79.723,62	R\$ 119.585,42
	Vendas	R\$ 99.654,52	R\$ 79.723,62	R\$ 119.585,42
	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 6.861,10	R\$ 5.488,88	R\$ 8.233,32
5.6	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 6.861,10	R\$ 5.488,88	R\$ 8.233,32
5.6	Gastos com Vendas (-)			
	Custos Variáveis totais			
5.8	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$70.186,77	R\$ 56.149,42	R\$ 84.224,12
*	Margem de Contribuição	R\$ 22.606,65	R\$ 18.085,32	R\$ 27.127,98
5.11	Custos Fixos Totais	R\$ 8.106,83	R\$ 8.106,83	R\$ 8.106,83
	Resultado Operacional	R\$ 14.499,82	R\$ 9.978,49	R\$ 19.021,15
	Lucro do Exercício	R\$ 14.499,82	R\$ 9.978,49	R\$ 19.021,15

7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICO

7.1. MATRIZ F.O.F.A.

Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Forças	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Atendimento Diferenciado • Logística • Segmento de clientes bem definidos • Preços Acessíveis • Todos os produtos em um único lugar • Qualidades • Propaganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado sem Qualificação • Supermercados
Fraquezas	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Pouca experiência dos Sócios na área de comércio de Atacado • Pouco conhecimento do Mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Grandes supermercados • Entrada de novos entrantes • Concorrentes

Forças:

- O ponto Forte da nossa empresa será o atendimento de qualidade, onde visitaremos nossos clientes.
- A empresa atuara com a logística se preocupando desde a embalagem até a entrega final
- Preço acessível, pois compraremos uma boa quantidade sendo assim teremos um bom desconto e um bom preço para nossos clientes.
- Todos os produtos em um único lugar desde os pães para o lanche até a embalagem final.
- Total qualidade dos produtos e divulgação frequente.
- A casa do lancheiro contara com uma grande demanda

Oportunidades:

- Em Presidente Epitácio, a casa do lancheiro será única em oferecer tudo em um único lugar, isso gera oportunidade de negócio.

- Na falta do produto no supermercado será uma oportunidade de venda para com este concorrente indireto.

Fraquezas:

- Os sócios têm pouca experiência na área de começar um novo empreendimento.
- Pouco conhecimento no Mercado de trabalho.

Ameaças:

- Com nosso empreendimento, os concorrentes podem se sentirem ameaçados e começar a se igualar com as nossas estratégias de vendas e outra ameaça seria novos entrantes no mesmo ramo ao ver que nosso negocio é viável.

8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Após a realização deste trabalho foi possível identificar que a cidade de Presidente Epitácio tem uma carência nesse ramo de negócio. É importante destacar que abrir a Casa do Lancheiro seria uma grande e exclusiva oportunidade em oferecer todos os produtos em um único lugar.

Portanto em relação ao aspecto financeiro a viabilidade da empresa foi comprovada, visto que com um Investimento de R\$ 85.945,71 esperamos um faturamento mensal de R\$ 99.654,52 e um total de Rentabilidade no valor de 202,45 % ao ano, concluindo um total de 14,55 % de lucratividade ao ano. Com os resultados apresentados estimamos o prazo de um ano para o retorno dos investimentos feito pelos sócios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SOUZA, Gouvêa de. Panorama do mercado de food servisse no Brasil. Disponível em: <<http://www.mercadoeconsumo.com.br/noticias/panorama-mercado-de-food-service-brasil/>>. Acesso em: 17 abr. 2015.

(Artigo da internet)

DONNA, Enzo. Cenários e perspectivas mercado food servisse 2016 e fechamento 2015-Grupo DIEFS. Disponível em: <<http://www.guiagphr.com.br/novidadesMercadoDetalhe.asp?iid=14568>>.

Acesso em:

IBGE-População. Disponível em:

<<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=354130>>



APÊNDICE- A

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
Curso Técnico em Administração- Terceiro Módulo-Primeiro Semestre de
2016

Professor Me. Douglas Fernando dos Santos Godoy

Pesquisa de Mercado

Negócio: Fornecedores para Lancheiros

1-Qual é o seu gênero?

- Masculino
- Feminino

2-Qual é a sua idade?

- 18 a 28 anos
- 29 a 39 anos
- 40 a 50 anos
- 51 a 61 anos
- Acima de 62 anos

3-Qual é a sua escolaridade?

- Não estudou
- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Superior

4-Qual é a sua renda Familiar?

- Até R\$ 1.760,00
- R\$ 1.760,01 a R\$ 3.520,00 reais
- De R\$ 3.520,01 a R\$ 8.880,00 reais
- De R\$ 8.880,01 a R\$ 17.600,00 reais
- Acima de R\$ 17.600,01 reais

5-O seu estabelecimento comercial existe há, *aproximadamente*, quantos meses ou anos?

Resposta:_____

6-Onde se encontra o seu estabelecimento comercial?

Rua:_____

_____Nº_____

Bairro:_____

Ponto de Referência_____

7-Quais são os produtos que você costuma comprar para a sua empresa?

(Pode assinalar quantas alternativas forem necessárias)

- Apresuntado
- Mussarela
- Disco de Pizza
- Pão para Hot Dog
- Salsicha
- Batata Palha
- Hambúrguer
- Azeitona
- Ervilha

- Azeite
- Milho Verde
- Maionese
- Catchup
- Mostarda
- Molho de Pimenta
- Molho Barbecue
- Bacon
- Catupiry
- Ling. Calabresa
- Refrigerante
- Pão de Hambúrguer
- Água Mineral
- Saco para Lanche
- Canudos
- Guardanapos
- Copos Descartáveis
- Tomate Seco
- Orégano
- Palmito
- Luvas Descartáveis
- Toucas Descartáveis
- Filé de Frango

Outros _____

8-Usando a lista de produtos apresentada acima, liste os produtos mais consumidos pela sua empresa e quanto ela gasta, semanalmente, com a compra destes produtos:

Produto1: _____

Gasto semanal com produto 1: R\$ _____

Produto 2: _____

Gasto semanal com produto 2: R\$ _____

Produto 3: _____

Gasto semanal com o produto 3: R\$ _____

Produto 4: _____

Gasto semanal com o produto 4: R\$ _____

9-Quanto você costuma gastar por semana com a compra de produtos para a sua empresa?

- De R\$ 50,00 a R\$ R\$ 100,00
- De R\$ 101,00 a R\$ 150,00
- De R\$ 151,00 a R\$ 200,00
- De R\$ 201,00 a R\$ 250,00
- De R\$ 251,00 a R\$ 300,00
- Acima de R\$ 301,00 _____

10-Para cada produto listado abaixo, declare qual é a marca que você usa para preparar lanches:

Salsicha: _____

Ling. Calabresa: _____

Hambúrguer: _____

Polpas de Frutas: _____

Batata Palha: _____

Lombo: _____

Batata Palito Pré-Cozida: _____

Palmito: _____

Catchup: _____

Bisnaga de Catupiry: _____

Mostarda: _____

Champignon: _____

Maionese: _____

Farinha de Trigo: _____

Apresentado: _____

Fermento: _____

Mussarela: _____

Bacon: _____

Molho de Pimenta: _____

11-Com que frequência você costuma fazer compras de produtos para a sua empresa?

- Uma vez por mês
- A cada quinze dias
- Uma vez por semana
- Duas vezes por semana
- Três vezes por semana
- Todos os dias
- Outro _____

12-Onde você costuma comprar os produtos necessários para a sua empresa? (Pode assinalar quantas alternativas forem necessárias)

- Central Max
- Super Neto
- Padaria panmix
- Supermercado O.A
- Diego Doces
- Casa das Embalagens
- Maxi Atacado – Presidente Prudente
- Assaí – Presidente Prudente
- Direto com Distribuidor (por pedido)
- Outros _____

13-Usando como base a lista apresentada na questão anterior, liste os três principais fornecedores de produtos da sua empresa e avalie cada um deles:

Fornecedor 1: _____

Ótimo Bom Regular Ruim Péssimo

Por que _____

Fornecedor 2: _____

Ótimo Bom Regular Ruim Péssimo

Por que _____

Fornecedor 3: _____

Ótimo Bom Regular Ruim Péssimo

Por que _____

14-De maneira geral, quais são os problemas encontrados nas empresas fornecedoras da cidade que dificultam a sua compra:

(Pode assinalar quantas alternativas forem necessárias)

- Eu não encontro todos os produtos que preciso para a minha empresa em um único lugar.
- Os preços dos produtos que necessito são altos na cidade, quando comparados aos preços praticados em outras cidades, especialmente as maiores.
- O atendimento dos fornecedores da cidade poderia ser melhor.

- Não encontro todas as marcas de produtos que desejo na cidade.
- Os fornecedores da cidade não entregam os produtos comprados por mim em minha casa.
- Não encontro produtos no tamanho desejado na cidade.
- Os fornecedores da cidade deixam a desejar em termos de higiene para manusear alimentos.
- Os produtos comercializados poderiam ser melhores do ponto de vista da qualidade.
- Os fornecedores da cidade demoram muito para realizar as entregas dos produtos comprados por mim.
- Outros _____

15-Você recebe visita de vendedores de distribuidoras de alimentos da cidade ou de outras cidades em seu estabelecimento comercial?

- Sim
- Não

16-Como você costuma pagar as compras que realiza para a sua empresa?

- Dinheiro
- Cheque (á prazo)
- Cheque (á vista)
- Cartão de Débito
- Cartão de Crédito
- Outro _____

17-Como você costuma ficar sabendo das ofertas de produtos de que você precisa?

- Pela TV
- Pelo rádio

- Por meio de amigos
- Pelo Jornal
- Pela internet (sites e redes sociais)
- Por meio de carros de som
- Panfletos ou Folders
- Diretamente no fornecedor
- Outro _____

Caro respondente, agora iremos fazer uma breve descrição do negócio que estamos estudando, para que possa responder à questão final deste questionário:

CASA DO LANCHEIRO

Seria uma distribuidora de alimentos e embalagens, especializada no atendimento ao lancheiro e teria como principais características: a) diversidade e tamanhos diferenciados de produtos; b) entrega de produtos na casa ou no estabelecimento comercial do cliente; c) pedidos realizados por telefone; d) preços iguais ou inferiores aos praticados no mercado de Presidente Epitácio.

18-Você considera viável a abertura de uma distribuidora de produtos para lancheiros na cidade de Presidente Epitácio?

- Sim
- Não

ANEXO A- Corpo de Bombeiros

POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO
CORPO DE BOMBEIROS
AUTO DE VISTORIA DO CORPO DE BOMBEIROS
AVCB N°

O CORPO DE BOMBEIROS EXPEDE O PRESENTE AUTO DE VISTORIA, POR MEIO DO SISTEMA ELETRÔNICO VIA FÁCIL BOMBEIRO, PARA A EDIFICAÇÃO OU ÁREA DE RISCO ABAIXO, NOS TERMOS DO REGULAMENTO DE SEGURANÇA CONTRA INCÊNDIO DO ESTADO DE SÃO PAULO.

Projeto N° 132532/3541307/2015

Endereço: São Luís

N° 10-42

Complemento:

Bairro: Centro

Município: Presidente Epitácio

Ocupação: Casa do Lancheiro- Comércio Atacado

Proprietário: Daniel Vieira Lopes

Responsável pelo Uso: Casa do Lancheiro- Silva e Ramos LTDA

Responsável Técnico:

CREA/CAU:

ART/RRT n°

Área Total (m):

Área Aprovada (m):

Validade: 07-05-2019

Vistoriador: 1ºSargento PM Rafael Holanda Santos

Homologação:

OBSERVAÇÕES: NÃO LIBERA O USO E A VENDA DE GLP E O USO E A VENDA DE ARTEFATOS PIROTÉCNICOS NO INTERIOR DA EDIFICAÇÃO.

NOTAS: 1) O AVCB deve ser afixado na entrada principal da edificação, em local visível ao público. 2) Complete ao proprietário ou responsável pelo uso da edificação a responsabilidade de renovar o AVCB e de manter as medidas de segurança contra incêndio em condições de utilização, providenciando a sua adequada manutenção. Sob pena de cassação do AVCB, independente das responsabilidades civis e criminais.

Presidente Epitácio, 20 de Abril de 2016