

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 O Conceito do Negócio

A *Lanchonete Pôr do sol* é uma empresa que atua na área alimentícia, e tem como objetivo a comercialização e fabricação de lanches, vitaminas e sucos.

A *Lanchonete Pôr do Sol* iniciou com o objetivo de criar uma nova opção no ramo de lanches naturais e tradicionais, devido à carência existente na cidade de Itapirapuã e região, sempre priorizando qualidade, sabor, atendimento e preços acessíveis.

1.2 Equipe de Gestão

A equipe de gestão da *Lanchonete Pôr do sol* é composto por quatro profissionais capacitados e especializados. Os quais atuam mais de três anos no mercado, tendo experiência na área de fabricação (terceirizada) e vendas de lanches.

E para um desempenho eficaz da *Lanchonete Pôr do sol* contamos com uma equipe de colaboradores na área de atendimento ao cliente.

1.2.1 Composição do Capital Social

A *Lanchonete Pôr do sol*, com sede registrada na Avenida João Mariano Costa s/nº Centro, na cidade de Itapirapuã – GO, inscrita no CNPJ 93.251.251/0001-02; Inscrição Estadual 130210. Tem como representante legal a Srtª. Synttia Ferreira, sócia com 40% das cotas; a Srtª. Rhinelly Rocha, com 20%; o Sr. Tiago Fernandes, com 20%; e o Sr. Vander Azevedo, também com 20%, totalizando 100% da cota da empresa.

Participação do Capital

NOME	% NO CAPITAL	INVESTIMENTO
Synttia Ferreira	40	11.277,66

Rhinelly Rocha	20	5.638,83
Tiago Fernandes	20	5.638,83
Vander Azevedo	20	5.638,83
TOTAL	100	28.194,15

1.3 Marketing e Vendas

A *Lanchonete Pôr do sol* realiza seu marketing através de meios de comunicação local, parcerias estratégicas e responsabilidade social, efetuando vendas diretas na *Lanchonete Pôr do Sol*, por meio de telefone, tendo sempre o cuidado de proporcionar, além da variedade de produtos, a entrega no lugar e na hora certa alcançando assim a satisfação dos clientes.

A empresa tem o intuito de obter boas parcerias com fornecedores e prestadores de serviços especializados, dando a possibilidade de oferecer preço competitivo e qualidade, fidelizando seus clientes.

1.4 Mercado e Competidores

A *Pôr do Sol Lanchonete* atua no mercado promissor, pois não existe em Itapirapuã e cidades circunvizinhas uma empresa no ramo de lanchonete diferenciado.

Com relação aos competidores, a *Lanchonete Pôr do Sol* apresenta algumas vantagens sobre seus concorrentes como: equipe de gestão, localização, parcerias, forma de atendimento e marketing, o que lhe possibilita um maior crescimento e desenvolvimento lucrativo.

Com essas vantagens estima-se estar dando cobertura a uma média de 80% dos clientes da região, com isso a empresa terá um desenvolvimento lucrativo.

1.5 Estratégia de Crescimento

A *Lanchonete Pôr do Sol* iniciou suas atividades no mês de maio do ano de 2006, e inaugurou sua loja no dia 10 de julho de 2006, visando ser a melhor lanchonete de Itapirapuã e região.

Com o objetivo de oferecer produtos saudáveis e de qualidade aos seus clientes, a empresa teve uma participação no mercado de 8,5% nos períodos. Para atingir esta à

percentagem de mercado será adotado uma política de preços acessíveis, uma alto padrão de qualidade nos produtos, serviços, investimento em propaganda e outras ações que consolidem a *Lanchonete Pôr do Sol* no mercado.

1.6 Infra-estrutura e Operação

A *Lanchonete Pôr do Sol* localiza-se no centro da cidade de Itapirapuã, com uma estrutura planejada para oferecer condições práticas e eficientes no processo de trabalho e conforto aos clientes e sócios.

As operações são realizadas por funcionários capacitados, utilizando os devidos acessórios de higiene e conta com um moderno maquinário e equipamento.

1.7 Previsão de Resultados Financeiros

Os resultados financeiros da *Lanchonete Pôr do Sol* foram satisfatórios, pois através das tabelas e projeções pode-se concluir que é um empreendimento viável, pois apresentou uma taxa interna de retorno (TIR) de 80,51% no período. Trabalhamos com duas expectativas do valor presente líquido (VPL) com taxa mínima de atratividade de 8,5% sendo R\$ 99.871,56 no período, e com a taxa máxima de atratividade de 10% sendo R\$ 93.764,47 no período.

2 CONCEITO DO NEGÓCIO

2.1 O Projeto

A *Lanchonete Pôr do Sol* tem como finalidade a comercialização de produtos (lanches naturais, sucos, vitaminas, refrigerantes, sorvetes, cerveja, água mineral, tira gosto e cremes). E surgiu através da carência existente na cidade de Itapirapuã e região.

A *Lanchonete Pôr do Sol* é uma empresa diferenciada, onde proporciona aos clientes total conforto, ambiente agradável e atendimento de qualidade.

2.2 Missão

A *Lanchonete Pôr do Sol* tem como missão proporcionar produtos, serviços de qualidade superior, fortalecimento continuamente o relacionamento com os seus clientes, garantindo assim a criação e valores para a empresa e satisfação para os colaboradores.

2.3 Visão

A *Lanchonete Pôr do Sol* visa ser reconhecida como a melhor lanchonete do mercado alimentício.

2.4 Valores Essenciais

Para atingir-se a missão proposta afirma-se que os valores da empresa refletem a sua cultura, conformidade por anos de conhecimento e experiência no mercado. Estes são:

- * Foco no cliente;
- * Valorização e respeito aos empregados;
- * Ética
- * Qualidade dos serviços prestados;
- * Criatividade;
- * Comprometimento;

- * Aprendizado contínuo;
- * Integração, agilidade e inovação.

3 EQUIPE DE GESTÃO

*** Gerente Administrativa:**

Synttia Ferreira da Silva

Escolaridade: Ensino Superior

Instituição: Unifaj

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

Competência:

Responsável pela captação de clientes e recurso, planejamento de políticas de Recursos Humanos, recrutando, selecionando e treinando os funcionários.

*** Gerente de Marketing**

Rhinelly Rocha Rios

Escolaridade: Ensino Superior

Instituição: Unifaj

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

Competência:

Responsável por todas as atividades relacionadas a Marketing da *Lanchonete Pôr do Sol*, como, divulgação escrita e falada, rádio local e regional, panfletos e outdoor; responsável pelos textos internos que são divulgados.

Trabalha diretamente ligada com a Gerencia Adm. Synttia Ferreira da Silva.

*** Gerente de Produção**

Tiago Fernandes Monteiro

Escolaridade: Ensino Superior

Instituição: Unifaj

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

Competência:

Organizar e coordenar os processos de produção, para que os produtos sejam entregues no tempo exato sem atrasos e desperdícios.

*** Gerente de Vendas**

Vander Francisco de Azevedo

Escolaridade: Ensino Superior

Instituição: Unifaj

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

Competência:

Detectar os desejos e necessidades dos clientes, desenvolvendo estratégias para que sejam satisfeitos.

*** Atendente Externa**

Belize Oliveira de Carvalho

Escolaridade: Ensino Superior

Instituição: Unifaj

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

Competência:

Organizar e coordenar o processo relacionado diretamente com os clientes, oferecendo o melhor produto, bom atendimento.

*** Atendente Externa**

Fabiana do Couto Silva

Escolaridade: Ensino Superior

Instituição: Unifaj

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

Competência:

Organizar e coordenar o processo relacionado diretamente com os clientes, oferecendo o melhor produto, bom atendimento.

4 MERCADO E COMPETIDORES

4.1 Análise Setorial

Itapirapuã é um dos pontos ligados ao pólo (Jussara), da região do Mato Grosso Goiano, circundada de pessoas que basicamente “dependem” de sua estrutura comercial. O cenário mostrou-se muito favorável à existência de uma empresa que possa atender o público com todos os tipos de alimentos saudáveis.

Devido a distancia dos grandes centros é carente de um local onde possam tomar refrigerante, cremes, sucos naturais, sanduíche natural, vitaminas, cervejas, tira gosto, sorvete, água mineral, e de acordo com essa realidade, vislumbra se a possibilidade da Pôr do Sol ser muito lucrativa.

Através de consultas a informações do SEBRAE (Serviço de Apoio a Micro e Pequena empresas) e IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), foi possível dimensionar o tamanho do mercado, dos concorrentes e clientes potenciais e juntamente com pesquisas feitas em diversos produtos alimentícios na cidade de Itapirapuã – GO.

4.2 Mercado Alvo

Consumidores

O público alvo da *Lanchonete Pôr do Sol* é a população de Itapirapuã e cidades vizinhas. Atendendo também Prefeitura, Fórum, Cooperativa e Escolas como:

- * Prefeitura Municipal de Itapirapuã – GO;
- * Fórum de Itapirapuã – GO;
- * COMAI – Cooperativa Mista de Itapirapuã – GO;
- * Escola Educacional Alegria do Saber; e
- * Escola Batista.

4.3 Projeção de Venda e Market Share

Projeção de Vendas:

Após analisar as pesquisas de mercado com relação ao perfil dos consumidores e da concorrência, foram estipulados fatores que diferenciasssem os produtos dos demais,

como: melhor qualidade, sabor, atendimento personalizado e ambiente moderno e agradável. Isso associado a uma política de preços acessíveis.

A *Lanchonete Pôr do Sol*, embora seja uma empresa nova no mercado, conseguiu um resultado positivo. Nos cinco primeiros períodos projetados, estimou-se uma projeção de venda satisfatória, pois espera-se que o público já tenha conhecimento da empresa e aprovação do desempenho da mesma.

1º Período	2º Período	3º Período	4º Período	5º Período
13.382,80	22.827,68	30.192,10	39.065,65	66.933,53

Market Share:

De acordo com a projeção de vendas observou-se um aumento de Market Share de mercado-alvo, devido ao crescimento do consumo de lanches e do número de consumidores.

70			
60			
50			
40			
30			
20			
10			
0			

Empresas:

■ Informais ■ Concorrentes
■ Lanchonete Pôr do Sol

4.4 Necessidades dos Clientes

Vários são os motivos que levaram os clientes a adquirir nossos produtos. Eles necessitam de uma empresa que disponha produtos com qualidade de melhor preço e com higiene necessária.

A *Lanchonete Pôr do Sol* possui profissionais qualificados para atender aos clientes com qualidade, competência e formalidade que o cliente procura.

4.5 Benefícios

Com base nas necessidades dos nossos clientes, identificamos os seguintes benefícios oferecidos pela *Lanchonete Pôr do Sol*.

- * Preço competitivo devido à parceria com fornecedores que possibilita poder de negociação a favor do cliente;
- * Total comprometimento com o projeto do cliente, dedicação para o que foi planejado no papel se concretizem na realidade.
- * Programas com Show nos finais de semana para satisfazer as necessidades dos clientes.
- * União dos sócios do projeto para que tudo ocorra de forma eficiente e agradável.

4.6 Concorrência / Competidores

Não há empresa diferenciada como a *Lanchonete Pôr do Sol* em Itapirapuã e cidades circunvizinhas. Os concorrentes mais próximos estão localizados em Jussara.

Devido ao bom desempenho da economia mundial, facilita a comercialização de produtos considerados supérfluos, tornando assim, nossa produção um excelente negócio. O que faz da *Lanchonete Pôr do Sol* uma inovação por ser um produto diferenciado dos existentes no mercado, possuindo grande probabilidade para o êxito mercadológico.

4.7 Vantagens Competitivas

A *Lanchonete Pôr do Sol* apresenta algumas vantagens competitivas fundamentais para o crescimento e desenvolvimento do comércio como:

- * Atendimento personalizado;
- * Preço acessível, com alta qualidade;
- * Agilidade;
- * Criatividade;
- * Pontualidade;
- * Proximidade do mercado-alvo;
- * Credibilidade;
- * Boas parcerias;
- * Responsabilidade social;
- * Localização da empresa;
- * Marketing;
- * Equipe de gestão atuante.

4.8 Política de Recursos Humanos

A *Lanchonete Pôr do Sol* acredita que promovendo uma boa comunicação dentro da empresa, irá conseguir maior produtividade e melhor ambiente de trabalho, pois quando as pessoas trabalham em equipe, pode trocar idéias, experiências, intercambiar soluções, transformando o trabalho em uma atividade social, não apenas técnica ou operacional.

Trabalhamos diretamente com parceiros que terceirizamos serviços, e estes também estão comprometidos com os resultados da parceria que realizamos que é a satisfação dos clientes.

5 MARKETING E VENDAS

A *Lanchonete Pôr do Sol* tem público alvo àqueles clientes que buscam um ambiente diversificado e agradável. Por isso desde o início teve-se a preocupação em oferecer um diferencial na nossa prestação de serviços.

Pensou-se em uma empresa que atenda as necessidades dos seus clientes, além de estar sempre inovando e mantendo o preço acessível, proximidade do mercado alvo, boas parcerias e atendimento personalizado.

5.1 Produtos / Serviços

Os produtos e serviços da *Lanchonete Pôr do Sol* priorizam a higiene, qualidade na produção, manuseio, agilidade, com cliente, educação e responsabilidade social, garantindo satisfação aos clientes.

Veja abaixo a relação dos produtos oferecidos:

PRODUTOS
Creme
Vitaminas
Sucos naturais
Refrigerantes
Água Mineral
Cerveja
Sanduíches Naturais
Salgados
Tira Gosto

5.2 Preços

O preço é uma ferramenta efetiva de marketing, pois a demanda influencia a imagem do produto e pode ajudar a atingir o seu mercado alvo. Nosso preço é adaptativo ao do mercado, isso devido a quantidade, acabamento, tamanho, forma de

apresentar a mercadoria e outros. O comprador escolhe entre diferentes ofertas com base nos produtos que contém o menor valor.

Através de pesquisas foram estipulados e o preço da concorrência permitindo então planejar melhor as compras, conseguindo custos e repassando estes aos consumidores.

Haverá um contrato que será estabelecido com os clientes para compra de nossos produtos / serviços onde suas regras e normas são estabelecidas pelos sócios, para assegurar o comprometimento da *Lanchonete Pôr do Sol* com seus contratantes. Este contrato é feito a partir do momento em que o contratante (empresas, escolas, órgãos públicos e outros) adquira a meta interna (mínimo de 50 salgados semanais), que dá ao contratante um desconto de 10% no valor total da compra.

5.3 Praça

Identificou-se este ponto devido à facilidade de acesso, estacionamento visibilidade, público alvo e outros. A empresa estará localizada na cidade de Itapirapuã – Estado de Goiás, na Avenida João Mariano Costa, s/nº centro.

O propósito de distribuição é levar ao consumidor ao produto que ele procura.

5.4 Promoção

Divulga-se a *Lanchonete Pôr do Sol* com campanhas publicitárias, em rádio, cartazes e folders, com promoção de inauguração para que possa atrair os clientes. Para a *Lanchonete Pôr do Sol* a melhor propaganda é aquela feita pelos clientes que, estando satisfeitos, divulgam o potencial da empresa.

5.5 Pessoas

A *Lanchonete Pôr do Sol* valoriza as pessoas, tendo a consciência do valor de seus clientes (internos e externos) para a organização.

5.6 Processos

A *Lanchonete Pôr do Sol* procura minimizar o máximo seus processos (internos e externos) como atendimento, higiene, agilidade preços baixos.

5.7 Percepções

A *Lanchonete Pôr do Sol* possui um ambiente agradável, que dispõe de um espaço confortável, música ambiente, telão, shows aos finais de semana e ampla decoração.

5.8 Estratégia de Vendas

As estratégias variam de acordo com as circunstâncias do mercado.

- Satisfazer as necessidades dos clientes por meio de produtos.
- Ter imagem dinâmica e moderna.
- A comercialização é feita através de venda direta dos atendentes.

5.9 Parcerias Estratégicas

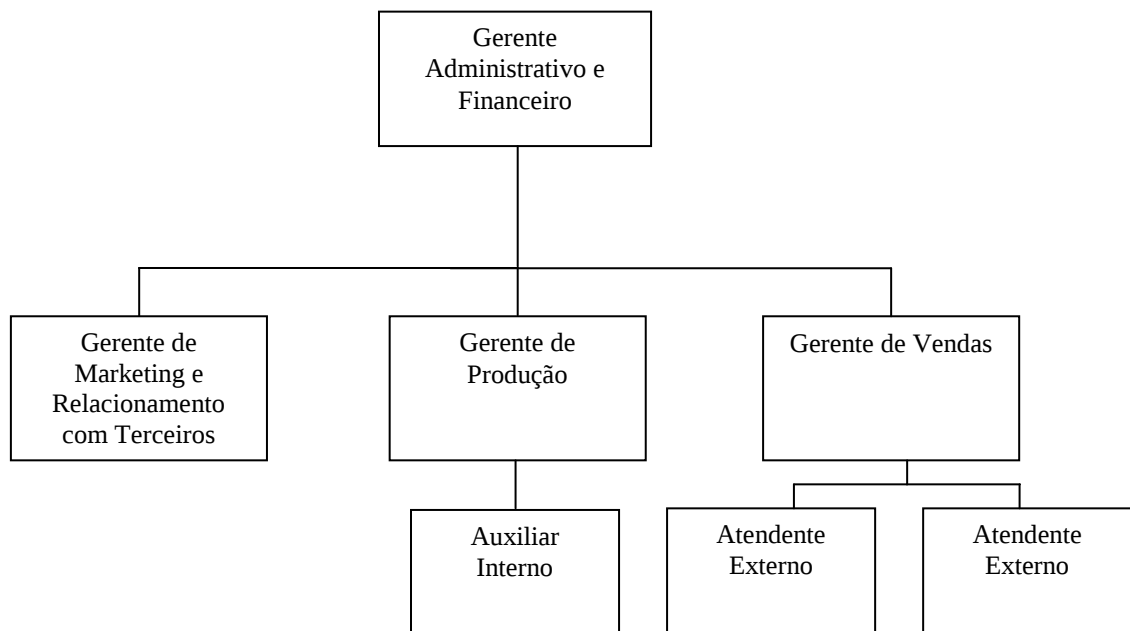
Temos parcerias com fornecedores como: Skol, Brahma, Antarctica, Coca-Cola, Sadia, Salgados, entregas na hora certa. Onde os serviços acontecem com um laço de profissionalismo e confiança.

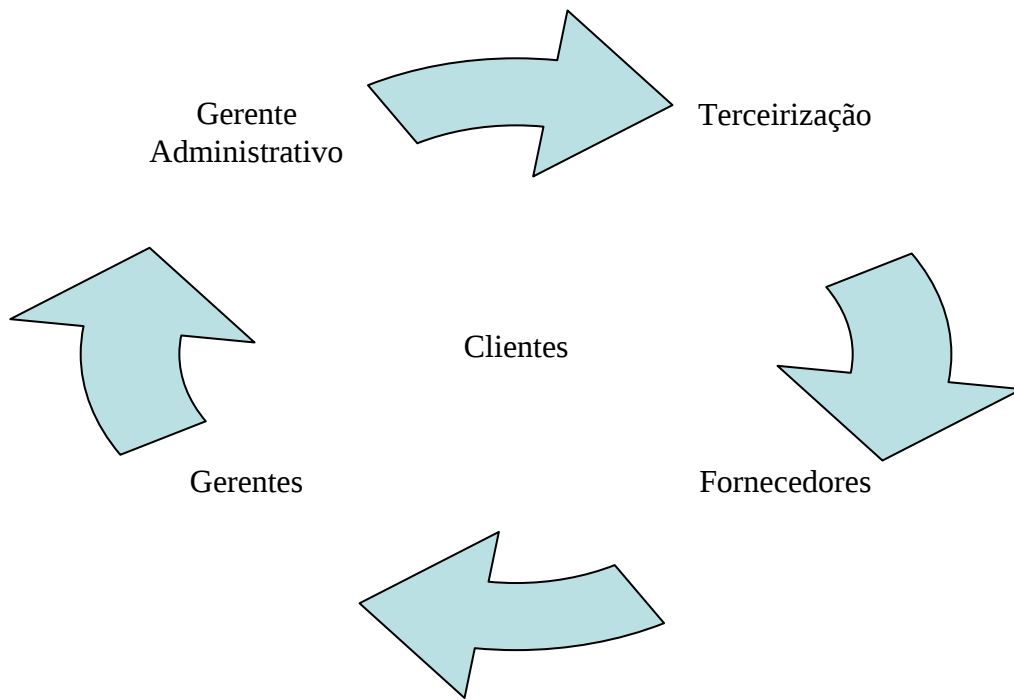
A sintonia em que a empresa trabalha em equipe dá a tranquilidade que em qualquer momento de um trabalho que esteja sendo executado e fazendo modificações que corrijam as falhas.

6 ESTRUTURA OPERACIONAL

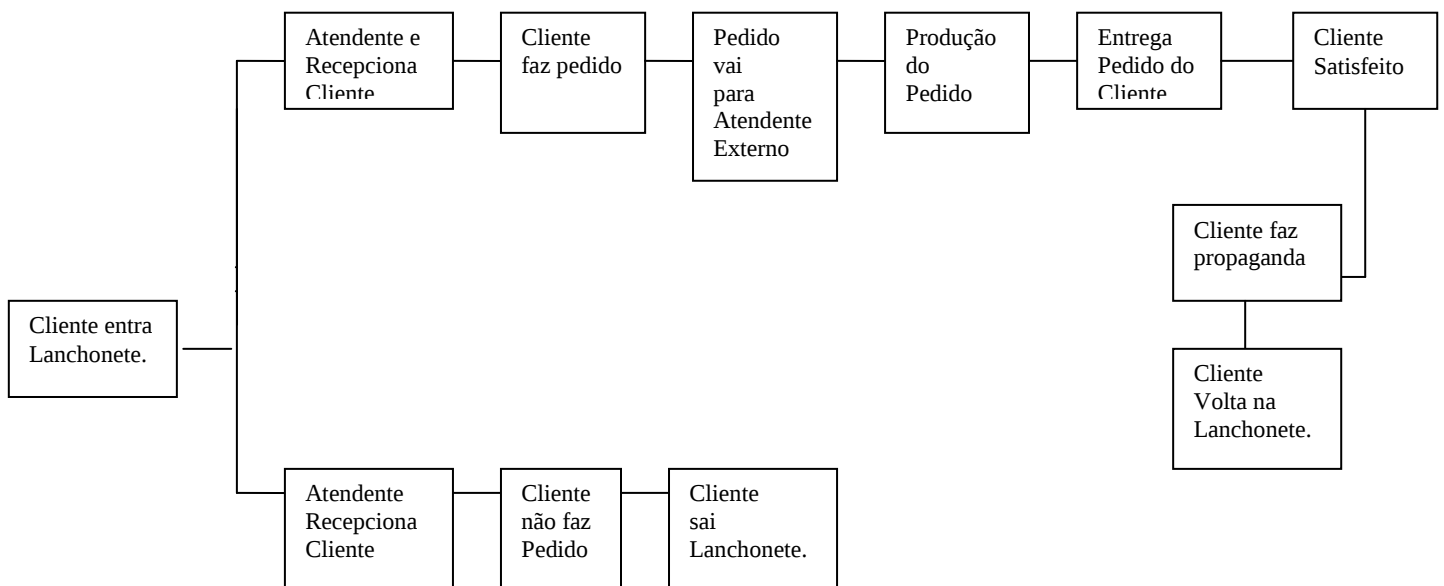
6.1 Organograma Funcional

O Organograma Funcional estabelece as gerências e suas respectivas funções, e a ligação direta e indireta com a gerente administrativa da *Lanchonete Pôr do Sol*.





6.2 Fluxograma



6.2.1 Infra Estrutura

A infra-estrutura física e o layout da *Lanchonete Pôr do sol* foram projetados para oferecer condições práticas e eficientes no processo do trabalho e conforto. É composto por um escritório, dois banheiros, uma cozinha e uma área de atendimento

e lazer que está a disposição para acomodação dos clientes, tendo vinte jogos de mesa completo.

6.2.2 Localização

A *Lanchonete Pôr do Sol* tem escritório instalado na Avenida João Mariano Costa s/nº Centro, na cidade de Itapirapuã – GO. A Avenida é uma das principais vias de acesso a todos os setores da cidade onde há um grande fluxo de pessoas, portanto a empresa possui uma localização estratégica.

7 ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

O grande objetivo da *Lanchonete Pôr do Sol* é criar uma cultura de equipe com pessoas empenhadas a proporcionar uma experiência de hospitalidade agradável, com relacionamentos diferenciados e identificar com maior clareza o perfil dos clientes, oferecendo produtos de boa qualidade e atendimento diferenciado. Deve-se estar sempre em constantes mudanças, enxergando possibilidades, percebendo as potencialidades do mercado e sabermos aproveitar isso, para que se consolide a *Lanchonete Pôr do Sol* em Itapirapuã e região.

O diferencial vai ser a transformação no fim da tarde de lanchonete para barzinho e aos finais de semana e feriados, show ao vivo, abrindo uma opção a mais de lazer para Itapirapuã.

7.1 Fornecedores de Serviços

A *Lanchonete Pôr do Sol* trabalha com vários fornecedores selecionados de forma que atendem todas as necessidades da empresa, quanto à localização, preço, formas de pagamento, atendimento, confiabilidade, qualidade e rapidez na entrega.

7.2 - Análise SWOT

AMBIENTE	INTERNO
FORÇAS	FRAQUEZAS
Marcas de produtos Participação de mercado Vantagens de custo Localização Ampla e excelente estrutura Estacionamento próprio Política de preço Qualidade Atendimento diferenciado Variedades de produtos	Pouca força de marca Restrições a pagamentos a prazo Mercado restrito Falta de acesso a fontes de matéria-prima Pouco controle sobre a rede de distribuição

AMBIENTE	EXTERNO
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Necessidades não são satisfeitas do consumidor Aumento do poder de compra no mercado Disponibilidade de linhas de crédito Expansão de mercado Parcerias estratégicas Diversificação de produtos	Mudanças nos padrões de consumo Entrada de novos concorrentes Tributos fiscais Logística inadequada Redução de poder de compra dos consumidores

7.3 Cronograma

Com base nos objetivos da empresa a formulação de estratégias, deriva de sua capacidade de promover um plano de implantação e crescimento, elaboram-se o seguinte cronograma de ações:

ANO 2006			
Descrição	Maio	Junho	Julho
Documentação de Abertura da Lanchonete	X		
Reforma	X	X	
Instalação		X	
Inauguração			X

8 PROJEÇÃO DE CUSTOS E DESPESAS

8.1 Planilha de Investimentos

OBRAS CIVIS			
Discriminação	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Reforma do Prédio	01	3.000,00	3.000,00
TOTAL			3.000,00

EQUIPAMENTOS			
Discriminação	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Impressora	01	500,00	500,00
Aparelho telefônico	02	40,00	80,00
Ventiladores	06	120,00	720,00
Ar condicionado	01	600,00	600,00
Computador	01	1.800,00	1.800,00
Microondas	01	446,00	446,00
Forno Elétrico	01	1.049,00	1.049,00
Exaustor	01	90,00	90,00
Liquidificador industrial	01	200,00	200,00
Espremedor de frutas	01	170,00	170,00
Chapa	01	450,00	450,00
Fogão industrial	01	270,00	270,00
Freezer vertical	02	1.000,00	2.000,00
Telão com data show	01	2.000,00	2.000,00
Mesa de som	01	1.000,00	1.000,00
Cafeteira e leiteira	01	150,00	150,00
Estufa quente	01	1.000,00	1.000,00

TOTAL	14.325,25
--------------	-----------

MÓVEIS E UTENSÍLIOS			
Discriminação	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Mesa de escritório	01	300,00	300,00
Arquivo de aço	01	200,00	200,00
Lixeira (normal)	13	15,00	195,00
Lixeira (pedal)	02	30,00	60,00
Banqueta	10	50,00	500,00
Mesas com cadeiras	20	200,00	4.000,00
Armários	02	100,00	200,00
Bandejas	30	8,00	240,00
Facas	04	3,00	12,00
Mesa de inox	01	400,00	400,00
Prato de sobremesa Dz	05	36,00	180,00
Talheres conjunto inox 42pças	02	156,00	312,00
Copos duplos Dz.	04	30,00	120,00
Copos simples Dz.	10	24,00	240,00
Panelas industriais	Diversas	500,00	500,00
Cadeiras de escritório	03	59,00	177,00
TOTAL			7.636,00

COMPRAS (ESTOQUE INICIAL)			
Discriminação	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Cerveja lata 12x1	04	17,00	68,00
Cerveja garrafa 24x1	05	48,50	242,00
Refrigerante lata 12x1	03	11,90	35,70
Refrigerante 600ml	03	18,70	561,40

12x1			
Refrigerante 1 l 12x1	03	19,00	57,00
Refrigerante 290 ml 24x1	02	19,00	38,00
Suco lata 12x1	03	20,00	60,00
Água mineral com gás 12x1	03	9,00	27,00
Água mineral sem gás 12x1	03	6,00	18,00
Água Tônica 12x1	03	14,00	42,00
Polpa de Frutas	diversas	100,00	100,00
Frutas	diversas	150,00	150,00
Salgados	diversas	280,00	280,00
Temperos	diversas	100,00	100,00
Leite Longa Vida cx	04	14,40	57,60
Achocolatado	05	10,00	50,00
Café kg	06	7,00	42,00
Açúcar	06	7,00	42,00
Adoçante	03	4,50	13,50
Presunto kg	05	5,00	25,00
Mussarela kg	05	6,50	32,50
Pão de forma	04	0,80	3,20
Verduras e Legumes	diversas	50,00	50,00
Mesa de Escritório	01	300,00	300,00
Cadeiras de Escritório	03	59,00	177,00
Arquivo de Aço	01	200,00	200,00
Lixeira (normal)	13	15,00	195,00
Lixeira (pedal)	02	30,00	60,00
Banqueta	10	50,00	500,00
Mesa com Cadeiras	20	200,00	4.000,00
Armários	02	100,00	200,00

Bandejas	30	8,00	240,00
Facas	04	3,00	12,00
Mesa de Inox	01	400,00	400,00
Prato de sobremesa dz	05	36,00	180,00
Talheres conjunto Inox 42 pças	02	156,00	312,00
Copos duplos dz	04	30,00	120,00
Copos simples dz	10	24,00	240,00
Panelas Industriais	diversas	500,00	500,00
TOTAL			2.159,90

COMPLEMENTARES			
Discriminação	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Material de Escritório (papel, clipes, caneta, grampeador)	diversos	100,00	100,00
Material de Decoração (quadros, vasos, tapetes, flores)	diversos	500,00	500,00
Tocas pct com 10 und	03	10,00	30,00
Papel Toalha bobina	03	2,00	6,00
Pano de Prato	20	1,50	30,00
Porta Guardanapos	25	12,00	300,00
Guardanapos pct	30	1,00	30,00
Óleo de Soja	02	36,00	72,00
Margarina k	02	2,50	5,00
TOTAL			1.073,00
TOTAL DOS INVESTIMENTOS			28.194,15

8.1.2 Despesas

As despesas programadas pela *Lanchonete Pôr do Sol* são calculadas para um período de seis meses, como consta nos respectivos dados a seguir:

Discriminação	Qtd.	Valor Unit.	Valor Total
Água / Luz / Telef.	01	750,00	4.500,00
Aluguel do prédio	01	350,00	2.100,00
Mídia e Propaganda	01	100,00	600,00
FGTS	1/3	87,50	504,00
13º	1/3	175,00	525,00
IPTU	01	50,00	50,00
Contratação de Serv. Terceirizado	01	150,00	900,00
Funcionários	03	350,00	6.300,00
Pro labore	04	2.000,00	12.000,00
Honorário Contábil	01	200,00	1.200,00
TOTAL:			24.629,00

Os sócios mencionados na Lanchonete Pôr do Sol terá participação dos lucros no valor de R\$ 500,00

8.2 Projeção de Resultados nos cinco períodos subseqüentes.

O quadro abaixo representa a distribuição dos valores projetados através da análise entre as receitas obtida os custos e as despesas envolvidas no processo.

1° PERÍODO							
VAREJO				ATACADO			
Produto	Qt. Und	Preço	Total	Produto	Qt. Und.	Preço	Total
Cerveja lata	2.304	2,00	4.608,00	Cerveja lata	2.304	1,70	3.916,80
Cerveja garrafa	5.760	2,70	15.552,00	Cerveja garrafa	5.760	2,02	11.635,20
Refrigerante lata	1.728	2,00	3.456,00	Refrigerante lata	1.728	0,99	1.710,72
Refrigerante	1.728	2,20	3.801,60	Refrigerante	1.728	1,55	2.678,40
Refrigerante 1l	1.728	2,50	4.320,00	Refrigerante 1l	1.728	1,58	2.730,24
Refrigerante 290 ml	2.304	1,70	3.916,80	Refrigerante 290 ml	2.304	0,79	1.820,16
Suco lata	90	1,50	135,00	Suco lata	90	1,20	108,00
Água Mineral com gás	1.728	1,50	2.592,00	Água Mineral com gás	1.728	0,75	1.296,00
Água Mineral s/ gás	1.728	1,40	2.419,20	Água Mineral s/ gás	1.728	0,50	864,00
Água Tônica	1.728	1,40	2.419,20	Água Tônica	1.728	1,16	2.004,48
Salgados	17.280	1,50	25920,00	Salgados	17.280	0,80	13.824,00
Sanduíches Naturais	15.000	1,20	18.000,00	Sanduíches Naturais	15.000	0,70	10.500,00
Creme	3.600	1,50	5.400,00	Creme	3.600	0,80	2.880,00
Vitamina	3.600	1,50	5.400,00	Vitamina	3.600	0,80	2.880,00
Tira Gosto	1.920	3,00	5.760,00	Tira Gosto	1.920	2,00	3.840,00
TOTAL VAREJO: 100.699,80				TOTAL ATACADO: 62.688,00			
TOTAL BRUTO: 38.011,80							
TOTAL CUSTO: 24.629,00							
TOTAL LÍQUIDO: 13.382,80							

2° PERÍODO							
VAREJO				ATACADO			
Produto	Qt. Und	Preço	Total	Produto	Qt. Und.	Preço	Total
Cerveja lata	2.499	2,17	5.422,83	Cerveja lata	2.499	1,84	4.598,16
Cerveja garrafa	6.249	2,92	18.247,08	Cerveja garrafa	6.249	2,19	13.685,31
Refrigerante lata	1.874	2,17	4.066,58	Refrigerante lata	1.874	1,07	2.005,18
Refrigerante	1.874	2,38	4.460,12	Refrigerante	1.874	1,68	3.148,32
Refrigerante 1l	1.874	2,71	5.078,54	Refrigerante 1l	1.874	1,71	3.204,54
Refrigerante 290 ml	2.499	1,84	4.598,16	Refrigerante 290 ml	2.499	0,85	2.124,15
Suco lata	97	1,62	157,14	Suco lata	97	1,30	126,10
Água Mineral com gás	1.874	1,62	3.035,88	Água Mineral com gás	1.874	0,81	1.517,94
Água Mineral s/ gás	1.874	1,51	2.829,74	Água Mineral s/ gás	1.874	0,54	1.011,96
Água Tônica	1.874	1,51	2.829,74	Água Tônica	1.874	1,25	2.248,80
Salgados	18.748	1,62	30.371,76	Salgados	18.748	0,86	16.123,28
Sanduíches Naturais	16.275	1,30	21.157,50	Sanduíches Naturais	16.275	0,75	1.562,25
Creme	3.906	1,62	6.327,72	Creme	3.906	0,86	3.359,16
Vitamina	3.906	1,62	6.327,72	Vitamina	3.906	0,86	3.359,16
Tira Gosto	2.083	3,25	6.769,75	Tira Gosto	2.083	2,17	4.520,11
TOTAL: 121.680,26				TOTAL: 73.238,42			
TOTAL BRUTO: 48.441,84							
TOTAL CUSTO: 25.614,16							
TOTAL LÍQUIDO: 22.827,68							

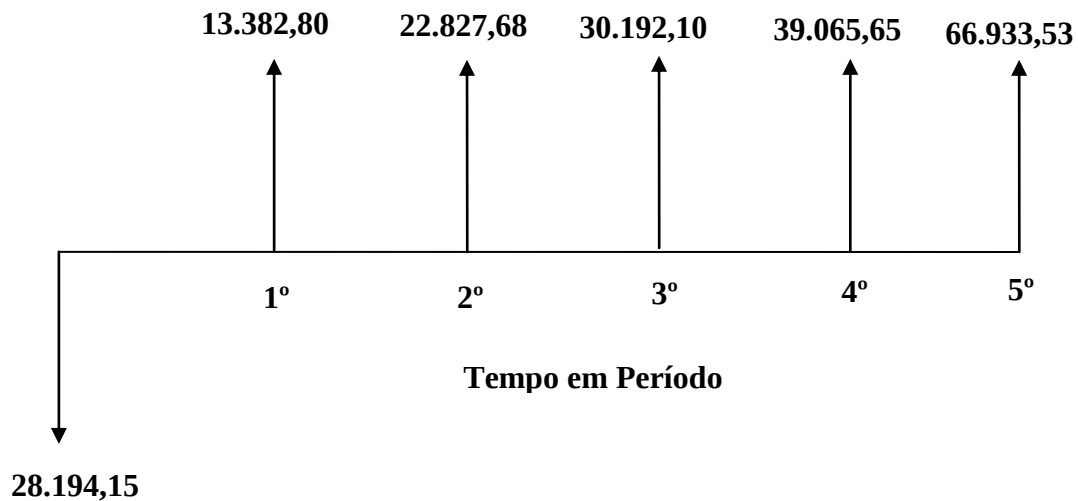
3° PERÍODO							
VAREJO				ATACADO			
Produto	Qt. Und	Preço	Total	Produto	Qt. Und.	Preço	Total
Cerveja lata	2.711	2,35	6.370,85	Cerveja lata	2.711	1,99	5.394,89
Cerveja garrafa	6.780	3,16	21.424,80	Cerveja garrafa	6.780	2,37	16.068,60
Refrigerante lata	2.033	2,35	4.777,55	Refrigerante lata	2.033	1,16	2.358,28
Refrigerante	2.033	2,58	5.245,14	Refrigerante	2.033	1,82	3.700,06
Refrigerante 1l	2.033	2,94	5.977,02	Refrigerante 1l	2.033	1,85	3.761,05
Refrigerante 290 ml	2.711	1,99	5.394,89	Refrigerante 290 ml	2.711	0,92	2.494,12
Suco lata	105	1,75	183,75	Suco lata	105	1,41	148,05
Água Mineral com gás	2.033	1,75	3.557,75	Água Mineral com gás	2.033	0,87	1.768,71
Água Mineral s/ gás	2.033	1,63	3.313,79	Água Mineral s/ gás	2.033	0,58	1.179,14
Água Tônica	2.033	1,63	3.313,79	Água Tônica	2.033	1,35	2.744,55
Salgados	20.341	1,75	35.596,75	Salgados	20.341	0,93	18.917,13
Sanduíches Naturais	17.658	1,41	24.897,78	Sanduíches Naturais	17.658	0,81	14.303,98
Creme	4.238	1,75	7.456,50	Creme	4.238	0,93	3.941,34
Vitamina	4.238	1,75	7.416,50	Vitamina	4.238	0,93	3.941,34
Tira Gosto	2.260	3,52	7.955,20	Tira Gosto	2.260	2,35	5.311,00
TOTAL: 142.862,06				TOTAL: 86.031,24			
TOTAL BRUTO: 56.830,82							
TOTAL CUSTO: 26.638,72							
TOTAL LÍQUIDO: 30.192,10							

4° PERÍODO							
VAREJO				ATACADO			
Produto	Qt. Und	Preço	Total	Produto	Qt. Und.	Preço	Total
Cerveja lata	2.941	2,54	7.470,14	Cerveja lata	2.941	2,15	6.323,15
Cerveja garrafa	7.356	3,42	25.157,52	Cerveja garrafa	7.356	2,57	18.904,92
Refrigerante lata	2.205	2,54	5.600,70	Refrigerante lata	2.205	1,25	2.756,25
Refrigerante	2.205	2,79	6.151,95	Refrigerante	2.205	1,97	4.343,85
Refrigerante 1l	2.205	3,18	7.011,90	Refrigerante 1l	2.205	2,00	4.410,00
Refrigerante 290 ml	2.941	2,15	6.323,15	Refrigerante 290 ml	2.941	0,99	2.911,59
Suco lata	113	1,89	213,57	Suco lata	113	1,52	171,76
Água Mineral com gás	2.205	1,89	4.167,45	Água Mineral com gás	2.205	0,94	2.072,70
Água Mineral s/ gás	2.205	1,76	3.880,80	Água Mineral s/ gás	2.205	0,62	1.367,10
Água Tônica	2.205	1,76	3.880,80	Água Tônica	2.205	1,46	3.219,30
Salgados	22.069	1,89	41.710,41	Salgados	22.069	1,00	22.069,00
Sanduíches Naturais	19.158	1,52	29.120,16	Sanduíches Naturais	19.158	0,87	16.667,46
Creme	4.598	1,89	8.690,22	Creme	4.598	1,00	4.598,00
Vitamina	4.598	1,89	8.690,22	Vitamina	4.598	1,00	4.598,00
Tira Gosto	2.452	3,81	9.342,12	Tira Gosto	2.452	2,54	6.228,08
TOTAL: 167.411,11				TOTAL: 100.641,20			
TOTAL BRUTO: 66.769,91							
TOTAL CUSTO: 27.704,26							
TOTAL LÍQUIDO: 39.065,65							

5° PERÍODO							
VAREJO				ATACADO			
Produto	Qt. Und	Preço	Total	Produto	Qt. Und.	Preço	Total
Cerveja lata	3.190	2,75	8.772,50	Cerveja lata	3.190	2,33	7.432,70
Cerveja garrafa	7.981	3,71	29.609,51	Cerveja garrafa	7.981	2,78	22.187,18
Refrigerante lata	2.392	2,75	6.578,00	Refrigerante lata	2.392	1,35	3.229,20
Refrigerante	2.392	3,02	7.223,84	Refrigerante	2.392	2,13	5.094,96
Refrigerante 1l	2.392	3,45	8.252,40	Refrigerante 1l	2.392	2,17	5.190,64
Refrigerante 290 ml	3.190	2,33	7.432,70	Refrigerante 290 ml	3.190	1,07	3.413,30
Suco lata	122	2,05	250,10	Suco lata	122	1,64	200,08
Água Mineral com gás	2.392	2,05	4.903,60	Água Mineral com gás	2.392	1,01	2.415,92
Água Mineral s/ gás	2.392	1,90	4.544,80	Água Mineral s/ gás	2.392	0,67	1.602,64
Água Tônica	2.392	1,90	4.544,80	Água Tônica	2.392	1,58	3.779,36
Salgados	23.944	2,05	49.085,20	Salgados	23.944	1,08	25.859,52
Sanduíches Naturais	20.786	1,64	34.089,04	Sanduíches Naturais	20.786	0,94	19.538,84
Creme	4.988	2,05	10.225,40	Creme	4.988	1,08	5.387,04
Vitamina	4.988	2,05	10.225,40	Vitamina	4.988	1,08	5.387,04
Tira Gosto	2.660	4,13	10.985,80	Tira Gosto	2.660	2,75	7.315,00
TOTAL: 181.086,00				TOTAL: 100.977,16			
TOTAL BRUTO: 95.745,96							
TOTAL CUSTO: 28.812,43							
TOTAL LÍQUIDO: 66.933,53							

8.3 Projeção de Fluxo de Caixa

FLUXO DE CAIXA



8.4 VPL, TIR, Pay Back.

Projeção do VPL (valor presente líquido) com TMA (taxa média de atratividade) a 8,5% e 10% .

VPL 8,5% = R\$ 99.871,56

VPL 10% = R\$ 93.764,47

Análise: Os resultados mostram claramente que o resultado é viável porque em ambos os cenários (TMA = 8,5% e TMA = 10%) o VPL é positivo (R\$ 99.871,56 e R\$ 93.764,47 respectivamente) e a TIR mostrou-se superior (76,83%) às TMA/s.

TIR: 76,83%

Análise: O resultado mostra que a TIR é satisfatório, pois ela é maior que a TMA.

Pay Back:

Período	Fluxo de Caixa Líquido	Fluxo de Caixa Acumulado
00	(R\$ 28.194,15)	(R\$ 28.194,15)
01	R\$ 13.382,80	(R\$ 13.971,35)
02	R\$ 22.827,68	R\$ 8.856,33
03	R\$ 30.192,10	R\$ 39.048,43
04	R\$ 39.065,65	R\$ 78.114,08
05	R\$ 66.933,53	R\$ 145.047,61

Análise: O investimento será recuperado no 3º período.

9 BIBLIOGRAFIAS

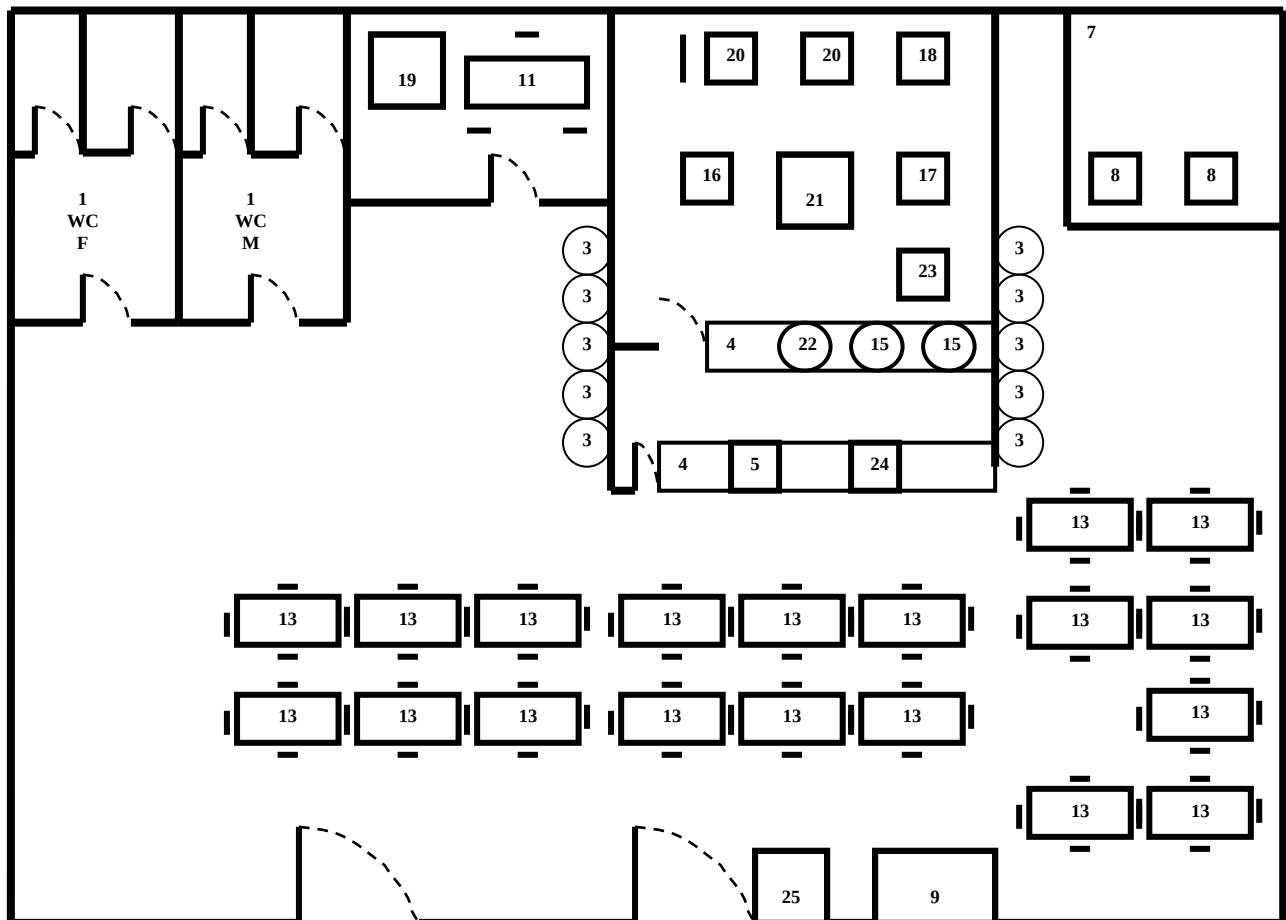
Slack, Chambes, Holand, Harisson, Johnston, Administração da Produção, Edição Compacta, Editora Atlas.

Gitman ,Laurence J., Principio da Administração Financeira .Pearson Education,São Paulo 2006.

10 ANEXO

Layout

Lanchonete Pôr do Sol



Nome do Arquiteto: Alan Caster Sanches

Data: 18 /11/2006

Legenda

- 1 Banheiro feminino;
- 2 Banheiro masculino;
- 3 Banquetas fixas;
- 4 Balcão fixo;
- 5 Estufa quente;
- 6 Cozinha;
- 7 Palco;
- 8 Caixa de som;
- 9 Telão;
- 10 Escritório;
- 11 Mesa de escritório;
- 12 Cadeiras de escritório;
- 13 Jogos de mesas e cadeira

- 14 Liquidificador;
- 15 Espremedor de frutas;
- 16 Freezer;
- 17 Chapa;
- 18 Fogão;
- 19 Armário de aço (arquivo);
- 20 Armário para painéis;
- 21 Mesa inox;
- 22 Microondas;
- 23 Forno elétrico;
- 24 Cafeteira e Leiteira;
- 25 Caixa.

