**- UNIESP -**

UNIÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Evanice Lima de Souza R.A 0050038054

Iranildo Rodrigues da Silva R.A 0050041267

Marcio Mandu Coimbra R.A 0050036713

Plínio Rodrigues Prates R.A 0050024236

Sami dos Santos Silva R.A 0030008118

Wagner Lima de Sousa R.A 0050041202

Trabalho apresentado como exigência da disciplina Projeto Interdisciplinar – Plano de NegóciosPLANO DE NEGÓCIOS. Ministrada e sob orientação da Professora Mestra Márcia Marisa Corrêa

São Paulo, 06 de Junho de 2.014.

**Plano de Negócios da Empresa: Porções & Sabores**

São Paulo, 06 de Junho de 2.014.

**SUMÁRIO**

**ETAPA 1 – INFORMAÇÕES SOBRE O EMPREENDIMENTO**

**ETAPA 2 – ANÁLISE DE MERCADO**/**DESCRIÇÃO GERAL DO NEGÓCIO**

**ETAPA 3 – MISSÃO DA EMPRESA**

**ETAPA 4 – MERCADO CONSUMIDOR**

**ETAPA 5 – MERCADO CONCORRENTE**

**ETAPA 6 – MERCADO FORNECEDOR**

**ETAPA 7 – PRINCIPAIS PRODUTOS OFERECIDOS PELA EMPRESA**

**ETAPA 8 - PROCESSO DE PRODUÇÃO**

**ETAPA 9 – EQUIPAMENTOS/INSTRUMENTOS QUE INTEGRAM O PROCESSO**

**ETAPA 10 - MÓVEIS E UTENSÍLIOS NECESSÁRIOS**

**ETAPA 11 – MATÉRIAS-PRIMAS, MATERIAIS SECUNDÁRIOS E EMBALAGENS**

**ETAPA 12 – INVESTIMENTOS FÍSICOS**

**ETAPA 13 – INVESTIMENTO FINANCEIRO**

**ETAPA 14 – INVESTIMENTO INICIAL**

**ETAPA 15 – GASTOS COM MANUTENÇÃO**

**ETAPA 16 – CUSTOS COM MÃO DE OBRA**

**ETAPA 17 – CUSTOS FIXOS**

**ETAPA 18 – CUSTO DE MATÉRIA-PRIMA E MATERIAIS DIRETOS**

**ETAPA 19 – CÁLCULO DOS CUSTOS UNITÁRIO DE PRODUÇÃO**

**ETAPA 20 – CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA**

**ETAPA 21 – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS**

**ETAPA 22 – LUCRATIVIDADE**

**ETAPA 23 – RENTABILIDADE**

**ETAPA 24 – PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO**

**ETAPA 25 – PONTO DE EQUILIBRIO**

**ETAPA 26 – SUMÁRIIO EXECUTIVO**

|  |
| --- |
| **SUMÁRIO EXECUTIVO** |

O empreendimento consiste na produção de *marmitex,* cujo foco é destinado à produção de refeições. Nosso público-alvo é constituído de asilos, comércios, empresas em geral, escolas, hospitais, orfanatos e presídios dentro do perímetro composto pela cidade de São Paulo e região metropolitana.

A nossa missão é produzirmos refeições em *marmitex* com qualidade, enriquecida em nutrientes que contribuam para uma boa alimentação visando o bem estar e ser uma empresa comprometida com o meio ambiente retirando os resíduos produzidos pelas embalagens promovendo sustentabilidade social e ambiental.

O incentivo inicial será de R$ 6.000.000,00, em forma de rateio de cada sócio que seremos seis e que casa um contribua com um valor de 1.000.000,00 de reais.

A empresa conta com um corpo societário que entram com suas experiências sendo:

A Sr (a). Evanice Lima de Souza que atuará na área de Marketing pela Instituição UNIESP - <http://www.uniesp.edu.br/>, sendo uma profissional jovem, aplicada e com conhecimento em atendimento ao cliente, facilidade em comunicação com boa dicção e visão. Conhecimento em informática e nas variações de mercado.

O Sr Iranildo Rodrigues da Silva formado em nutrição pela escola SENAC - <http://www.sp.senac.br/jsp>, ficará responsável em organizar os alimentos para a elaboração das refeições, higienização dos mesmos, cortes em carnes, organização de frízeres e bancadas, separação de materiais para manutenção.

O Sr Márcio Mandu Coimbra, formado pela Instituição UNIESP - <http://www.uniesp.edu.br/>, que será quem desenvolvera toda a parte de alimentação, com os pratos e sabores associado a um cardápio desenvolvido de acordo com os valores nutricionais desenvolvidos pelo setor responsável.

O Sr. Plínio Rodrigues Prates formado em Logística, pela Instituição UNIESP - <http://www.uniesp.edu.br/> e com curso no SENAI - <http://senai-ce.org.br/?st=index> em controle de estoque.Será responsável em efetuar compras de produtos, reposição de mercadorias, controlar o que mais demanda dentro do ambiente, fará cotação com possíveis novos fornecedores e toda parte logística sendo: Centro de distribuição, *layout* da dispensa e trajetos.

O Sr. Sami Santos da Silva formado em Recursos Humanos, pela Instituição UNIESP - <http://www.uniesp.edu.br/>. Será responsável em rotinas do caixa, controlando entradas possíveis saídas, lançamentos de comandas, atendimentos telefônicos com anotações de pedidos, processo seletivo para contratações, contato com a parte contábil em processos de contratação de funcionários, ou seja, a questão de Departamento De Pessoal.

O Sr Wagner Lima Sousa formado Administração pela Instituição UNIESP - <http://www.uniesp.edu.br/>. Será responsável em conferir o fechamento do caixa, controlando as contas e vencimentos, valores a vencer, depósitos em bancos. Planilha comparativa com base em movimentos de anos anteriores e pagamentos de salários. Passar informações aos outros sócios, cotações e implantação de métodos que possam melhorar o desempenho da empresa no cenário comercial.

|  |
| --- |
| **ETAPA 1 – INFORMAÇÕES SOBRE O EMPREENDIMENTO** |

**Nome da Empresa:**

**Porções & Sabores!!!**

**Razão Social:** Indústria de alimentos em *marmitex* e *delivery* LTDA.

**Endereço:** Rua da Glória, 467.

**CEP: 04458-000**

**Fone / Fax: 965658877**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Pessoa para Contato / Cargo - Função:**

Sr (a). Evanice Lima Souza responsável em estudar as mudanças de comportamento de mercado, Sr (a). Iranildo Rodrigues da Silva responsável em dar suporte como ajudante de cozinha e da equipe de ajudantes, Sr (a). Marcio Mandu Coimbra responsável por elaboração do cardápio e da equipe envolvida, Sr (a). Plínio Rodrigues Prates responsável pela reposição de mercadorias controle de estoque e contato com fornecedores e cotações de mercadorias, Sr (a). Sami dos Santos Silva responsável pela gestão de caixa com controle da entrada de valores e anotações de pedidos e Sr (a). Wagner Lima Sousa responsável pelo departamento financeiro, controle de entrada e saída de valores, liberação de valores para manutenção de equipamentos e outras eventuais necessidades que agregam a saída de valores.

**Sócios:** dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.

**Sócio 1**

Nome: Evanice Lima Souza

Endereço: Rua Tarsila do Amaral, 12 Cep: 02236-050

Cidade – Estado: São Paulo - SP

Telefone (1) 3554-2276/Telefone (2) 9 66778899

Perfil (breve currículo)

Profissional jovem, aplicada e com conhecimento em atendimento ao cliente, facilidade em comunicação com boa dicção e visão. Conhecimento em informática e nas variações de mercado.

**Atribuições.**

Ficará responsável na área de marketing com isso estudará as variações do mercado dentro do setor, aplicando *feedback*, agendando cursos, palestras, observando as mudanças na área de tecnologia, efetuando pesquisas, cadastro de clientes e fornecedores, atendimento telefônico e anotação de pedidos.

**Sócio 2.**

Nome: Iranildo Rodrigues da silva

Endereço: Rua Liberdade, 1176 – CEP: 03845-010

Cidade/Estado: São Paulo – SP

Telefone (1) 11 3667-4259/Telefone (2) 11 9 5434-7286

Perfil (breve currículo)

Profissional com curso de especialização no ramo alimentício feito pelo SENAC com ênfase em nutrição, conhecedor de cardápios que agregam valores nutritivos aos alimentos.

**Atribuições.**

Ficará responsável em organizar os alimentos para a elaboração das refeições, higienização dos mesmos, cortes em carnes, organização de frízeres e bancadas, separação de materiais para manutenção.

**Sócio 3.**

Nome: Marcio Mandu Coimbra

Endereço: Rua Belo Monte, 38 - CEP 04456-789.

Cidade/Estado: São Paulo – SP

Telefone (1) 11 3778-4355/ Telefone (2) 11 9 6255-7188

Perfil (breve currículo)

Formando em Gastronomia pela Instituição UNIESP, que busca um diferencial no mercado para introdução de novos sabores, com misturas de temperos e ervas. Trabalhou em empresas do ramo como Restaurante Fasano.

**Atribuições.**

Será responsável pela elaboração do *marmitex*, experimentos de novos pratos, temperos e na descoberta de novos sabores.

**Sócio 4.**

Nome: Plínio Rodrigues Prates

Endereço: Rua do Café, 77 - CEP: 02235-080.

Cidade/Estado: São Paulo - SP

Telefone (1) 11 3112-4672 / Telefone (2) 11 9 71234355

Perfil (breve currículo)

Profissional conhecedor de controle de estoque. Com elaboração de relatórios via Excel. Possui uma carteira de fornecedores que estão agregados ao ramo alimentício em *food service*.

**Atribuições.**

Será responsável em efetuar compras de produtos, reposição de mercadorias, controlar o que mais demanda dentro do ambiente, fará cotação com possíveis novos fornecedores e toda parte logística sendo: Centro de distribuição, *layout* da dispensa e trajetos.

**Sócio 5.**

Nome: Sami dos Santos Silva

Endereço: Av. Dercy Gonçalves, 88 – CEP: 02122-010.

Cidade/Estado: São Paulo - SP

Telefone (1) 11 3322-4461 / Telefone (2) 11 9 5231-3252

Perfil (breve currículo)

Trabalhou como operador de caixa em rede de supermercados, controlando documentos, entradas de dinheiros. Fechamento de caixa.

**Atribuições.**

Será responsável em rotinas do caixa, controlando entradas possíveis saídas, lançamentos de comandas, atendimentos telefônicos com anotações de pedidos, processo seletivo para contratações, contato com a parte contábil em processos de contratação de funcionários, ou seja, a questão de Departamento De Pessoal.

**Sócio 6.**

Nome: Wagner Lima Sousa

Endereço: Rua Hebe Camargo Gracinha, 713 – CEP: 01314-015.

Cidade/Estado – São Paulo - SP

Telefone (1) 11 5632-7966 / Telefone (2) 11 9 8834-8811

Perfil (breve currículo).

Profissional com experiência nas rotinas de escritórios controlando contas a pagar, contas a receber, fluxo de caixa, fechamento e lançamentos aos bancos.

**Atribuições.**

Será responsável em conferir o fechamento do caixa, controlando as contas e vencimentos, valores a vencer, depósitos em bancos. Planilha comparativa com base em movimentos de anos anteriores e pagamentos de salários. Passar informações aos outros sócios, cotações e implantação de métodos que possam melhorar o desempenho da empresa no cenário comercial.

**Setores de atividade (Natureza)**

* Indústria

**Forma Jurídica**

* Sociedade Limitada

**Enquadramento tributário**

**Atenção: para maior facilidade todos os grupos optam pelo Regime Simples Nacional**

**Âmbito federal**

* REGIME SIMPLES

**Âmbito estadual**

* ICMS – Regime Simplificado

**O recolhimento do simples varia para o setor entre 4% a 11,61%**

**Âmbito municipal**

* ISS – Imposto sobre Serviços (optante do simples nacional)

**Capital Social**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Nome do Sócio** | **Valor** | **% Participação** |
| **Sócio 1** | **Evanice L. Souza** | **R$ 1000.000,00** | **16,66%** |
| **Sócio 2** | **Iranildo R. da Silva** | **R$ 1000.000,00** | **16,66%** |
| **Sócio 3** | **Marcio M. Coimbra** | **R$ 1000.000,00** | **16,66%** |
| **Sócio 4** | **Plínio R. Prates** | **R$ 1000.000,00** | **16,66%** |
| **Sócio 5** | **Sami dos S. Silva** | **R$ 1000.000,00** | **16,66%** |
| **Sócio 6** | **Wagner L. Sousa** | **R$ 1000.000,00** | **16,66%** |
|  |  |  |  |
| **TOTAL** |  | **R$ 6000.000,00** | **100%** |

|  |
| --- |
| **ETAPA 2 – ANÁLISE DE MERCADODESCRIÇÃO GERAL DO NEGÓCIO** |

**O que a empresa faz ou pretende fazer:** Destinar-se a fabricação de mamites para refeições podendo ser assados, cozidos e fritos. Serão entregues no endereço de nossos clientes com veículos e para alimentos quentes utilizamos o que é unicamente permitido pela (ANVISA) – Agencia Nacional de Vigilância Sanitária, a Caixa *Hot Box –* que garantem a integridade e segurança dos alimentos.

**Baseado em quais competências/experiências/tecnologias:** Baseando-se no conhecimento de um dos sócios, Sr (a). Marcio Mandu Coimbra que irá produzir o cardápio juntamente com o apoio do ajudante Sr (a). Iranildo Rodrigues da Silva, o Sr (a) Plínio Rodrigues Prates fica responsável por repor mercadorias em geral, o Sr (a). Sami dos Santos Silva que fica responsável pelo caixa, Sr (a) Evanice Lima Souza que fica responsável pelas mudanças de mercado como concorrentes, feiras e cursos, e o Sr (a) Wagner Lima Sousa que ficará a frente do departamento financeiro. E todos manterão seus espaços devidamente limpo e organizado!

**Estimulado por quais tendências de mercado:** Com a inserção da mulher no mercado de trabalho e a falta de tempo ou por outras necessidades do cotidiano, pesquisas indicam um aumento significativo por este serviço. Segundo a (ABIA) Associação Brasileira da Indústria de Alimentos. O mercado do *food service*, ou de alimentação fora do lar, tem crescido a taxa de 12% ao ano contra 4% do setor alimentício como um todo. É o setor que mais cresceu depois da criação do plano real. Entre 1993 e 1999, a venda de comida fora do lar aumentou 167% enquanto o varejo alimentício tradicional cresceu 54,8%. Em 2000 o *food* foi responsável por um quarto do faturamento da indústria alimentícia.

**Descrição do Mercado de Forma Abrangente (macro):**

**Concorrentes:**

Hibisco refeições, Saucepan Cozinha Industrial, Cozinha do Quintal, Marmitex Via Norte, Sodexo, Quentinha delivery, etc.

Hibisco refeições - <http://hibiscorefeicoes.com.br>;

Saucepan Cozinha Industrial - <http://www.saucepan.com.br/servicos.html>;

Cozinha do Quintal - <http://www.cozinhadoquintal.com.br/2010/11/faca-e-venda-marmitex.html>;

Marmitex Via Norte - <http://marmitexvianorte.blogspot.com.br/>;

Sodexo - <http://br.beneficios-incentivos.sodexo.com/beneficiarios/cartao-alimentacao-pass-beneficiarios>; e,

Quentinha delivery - <http://quentinhadelivery.com.br/>.

**Clientes:**

Destina-se a diversos públicos, sendo: os hospitais, escolas, orfanatos, asilos, presídios, empresas em geral, famílias, Buffet, estando dentro da região metropolitana de São Paul0. Sendo atendidos pelo telefone ou canal de comunicação via net.

**Fornecedores:**

Empresas distribuidoras por atacado ou varejo como: Açougues, *hortifruti*, mercados como: Atacadão, Makro, *Sam”s Club*, Assai, Roldão, Tenda, (CEAGESP) Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo, 89 Embalagens, Martec e CopoBrás.

Atacadão – Fonte: <https://www.atacadao.com.br/>;

Makro – Fonte: <http://www.makro.com.br/SitePages/home.aspx>;

Sam’s Club – Fonte: <http://www.samsclub.com.br/>;

Assaí – Fonte: <http://www.assai.com.br/>;

Roldão – Fonte: <http://www.roldao.com.br/>;

Tenda – Fonte: <http://www.tendaatacado.com.br/>;

CEAGESP – Fonte: <http://www.ceagesp.gov.br/>;

89 Embalagens – Fonte: <http://www.89embalagensefestas.com.br/>;

Martec – Fonte: <http://www.martecclear.com.br/>; e,

CopoBrás – Fonte: <http://www.grupocopobras.com.br>.

**Mensuração da demanda:**

O estudo de mercado mostra um crescimento alto na área de alimentação do país segundo os órgãos pesquisados. Abia, Abrasel, IBGE. Podemos atingir uma produção de 20 mil mamites dia.

Abia – Fonte: <http://www.abia.org.br/vs/inicio.aspx>;

Abrasel – Fonte: <http://www.abrasel.com.br/>; e,

Ibge – Fonte: <http://www.ibge.gov.br/home>.

**Segmento específico (público-alvo) em que compete ou pretende competir:**

Fabricação de *marmitex* para consumo em: asilos, comércios, empresas em geral, escolas, hospitais, orfanatos e presídios.

**Comportamento do mercado em termos de crescimento:**

Mercado que esta em ascensão desde a criação do plano real, segundo a Associação Brasileira da Indústria Alimentícia (ABIA), a necessidade da população economicamente ativa em fazer ao menos uma refeição por dia fora de casa vem crescendo em uma velocidade de 50% maior quando comparada as do serviço auto-alimentar. O faturamento acumulado em 10 anos, entre 2000 e 2010 foram 219%. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostra que o brasileiro destinou ao *food service*, 31,2% de seus gastos totais com alimentação em 2010. A estimativa de 2013 foi de 35% - Fonte “O Estado”. 25/09/2013.

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Alimentícia [(ABIA), o setor tem crescido a uma média anual de 14,2%. O segmento de bares e restaurantes representa 2,4% do Produto Interno Bruto (PIB) – que movimentou no último ano R$ 65,2 bilhões, informa a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL).](http://www.abia.org.br/Anexos2012/a75699fb-66b2-4478-961e-1b7695629893.pdf)  24/09/2013

**Lucratividade:**

A lucratividade é alta uma vez que o mercado segue aquecido e quando se consegue atingir um volume de clientes que demandam uma constante. O objetivo no inicio é de estarem sendo comercializada aproximadamente 20 mil *marmitex por* dia, podendo chegar a uma máxima de 100 mil por dia.

**Características principais do mercado em termos de:**

**Preço praticado:**

O preço será formado a partir do custo de transformação, despesas fixas e variáveis, será cobrado por refeição, também procuramos estar dentro do valor de mercado ou até mesmo conseguindo trabalhar com preço a baixo para que possamos introduzir a empresa no mercado e entrarmos na concorrência.

**Formas de vendas:**

Kits em bandejas *marmitex* onde serão preservada a qualidade, propriedades e a temperatura dos alimentos. Será feito a divulgação por meio de mala direta, em condomínios, em escolas, hospitais e empresas. Estaremos pleiteando regiões com grande espaço de indústrias em geral e tendo em vista uma visita aos departamentos para que possamos tratar de uma possível entrada na área de alimentação e mostrando que um cardápio bem elaborado influência no resultado de produção de seus empregados e também em sua saúde.

**Assistência:**

A empresa responderá por qualquer anomalia que possa existir ou cobrirá com possíveis danos a saúde de seus clientes uma vez que, provado que houve intoxicação alimentar por meio dos *marmitex*.

**Existência de soluções tecnológicas diferenciadas:**

Os resíduos produzidos por sobra sendo recicláveis e orgânicos serão acomodados em locais apropriados. Resíduos como óleo serão separados e destinados aos devidos locais. Na questão da limpeza do espaço e utensílios como: frízeres, bancadas e fogões usaremos produtos biodegradáveis e dentro das especificações da Agencia Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

**Estratégias de marketing:**

O produto a ser oferecido será uma alimentação leve, balanceada, rica em sabor e em nutrientes entregues por meio de *marmitex*. Com veículos adequados para que se preservem os nutrientes, qualidade e vida dos *marmitex*.

O preço será formado de acordo com o tipo de *marmitex*, ou seja, o cardápio. Se a *marmitex* é com divisórias ou não, a quantidade que será fornecida a cada estabelecimento, a distância a ser entregue.

Ficaremos localizados em uma região de fácil acesso as vias que possam nos levar com facilidade aos nossos clientes, de forma a viabilizar a entrega sempre respeitando os horários, buscando uma agilidade para que não influencie no preço, um local que não nos ofereça riscos de enchente nem a visita de pragas indesejáveis, também que nos permita uma reposição de mercadorias de forma eficaz e chegada de funcionários com eficiência.

Propaganda será feito através de mídias locais, anuncio em sites, rádios, empresas parceiras. Criaremos um *slogan* para o envio de malas diretas, comunicação dentro das áreas competentes das empresas.

**Principais concorrentes:**

Hibisco refeições, Saucepan Cozinha Industrial, Cozinha do Quintal, *Marmitex* Via Norte, *Sodexo*, *hellofood,* Quentinhas *delivery*, Quentinha da vovó, etc.

Hibisco refeições – Fonte: <http://hibiscorefeicoes.com.br>;

Saupecan Cozinha Industrial – Fonte: <http://www.saucepan.com.br/servicos.html>;

Cozinha do Quintal – Fonte: <http://www.cozinhadoquintal.com.br/2010/11/faca-e-venda-marmitex.html>;

*Marmitex* Via Norte - Fonte: <http://marmitexvianorte.blogspot.com.br/>;

*Sodexo* – Fonte: <http://br.beneficios-incentivos.sodexo.com/beneficiarios/cartao-alimentacao-pass-beneficiarios>;

*Hellofood* – Fonte: <http://www.hellofood.com.br/?gclid=CKS3_cafsb4CFW4R7AodUgIAIQ>;

Quentinhas *delivery* - Fonte: <http://quentinhadelivery.com.br/>; e,

Quentinha da vovó – Fonte: <http://www.pedidosja.com.br/restaurant/quentinha-da-vovo>.

**Vantagens e desvantagens dos principais concorrentes em termos de:**

**Produtos/serviços (qualidade e tecnologia):**

A vantagem é que já estão ativos no mercado de *delivery* há um tempo com isso já conseguiram adquirir sua clientela e “fidelizar” seus clientes.

A desvantagem deles é que por sermos uma empresa nova no ramo, isso pode ser um diferencial tendo em base produtos e equipamentos de ultima geração, oferecer uma linguagem que transmita confiança, poder oferecer um cardápio diferenciado com uma embalagem onde a refeição fique bem acomodada, e que a agilidade de organização na entrega seja outro ponto positivo.

**Preço:**

Pretendemos justamente usar o preço como um diferencial e uma forma de atrair clientela, pois como teremos uma equipe mais enxuta, porém, a divisão de funções e formas de trabalho que aplicaremos tem como objetivos trabalharmos em sistema de linha de produção onde não haja desperdício de alimentos, tempo, com equipamentos que conservem melhor e por mais tempo a vida dos alimentos. Entraremos com produtos frescos bem selecionados adquiridos para uma semana de trabalho no máximo, no caso dos perecíveis.

**Venda e assistência:**

Com o grande volume de empresas de *food* que há no mercado o nosso diferencial será em oferecer alimentos altamente nutritivos, selecionados, frescos e que garantam a satisfação por completo de nossos clientes. Junto aos nossos *mamirtex* enviaremos dicas de reciclagem que ofereça conhecimento e qualidade de vida a eles e ao meio ambiente. E dicas de como garantir um melhor funcionamento do organismo.

**Capacidade de promoção:**

Devido nossos concorrentes já ter sua fatia de clientela no mercado, entraremos com um jeitinho especial em nosso atendimento e sempre se utilizando de profissionais motivados para que se reflitam na satisfação de nossos clientes.

**Áreas de conhecimento em que a empresa tem experiência e capacitação**

Como seremos uma empresa com um diferencial de proporcionar uma alimentação limpa, saborosa e de qualidade. Iremos nos beneficiar de utilizarmos equipamentos de ultima geração com uma melhor capacidade de recursos, com uma mão de obra treinada, motivada. Visando assim se beneficiar das variações comportamentais como datas comemorativas para inserirmos novas refeições além do cardápio do cotidiano.

**Tecnologias/habilidades dominadas pela empresa:**

O processo de conservação dos alimentos prolongando sua vida. Uso de produtos que não agridem a saúde de nossos clientes, verificando os níveis de sódio de açúcares de nossos alimentos e utilizando legumes e hortaliças sem agrotóxicos.

**Áreas de conhecimento correlatas ou complementares em que a empresa atua ou pretende atuar ou está iniciando capacitação:**

Estamos visionando nos firmar no ramo alimentício de *marmitex* por *delivery*, com experimentos e combinações de sabores de forma a atrair e fidelizar nossos clientes. E podendo oferecer sempre algo novo e respeitando a saúde de nossos clientes.

**Tecnologias/habilidades que a empresa desenvolveu, pretende desenvolver ou está desenvolvendo:**

Estamos voltados a reciclar periodicamente nossa equipe para que sempre nos utilizemos de **informações** para garantir nosso papel na sociedade.

**Tendências tecnológicas, em termos de volatilidade/obsolescência da tecnologia e proliferação/padronização:**

É preciso estar sempre voltado às mudanças e a mudança comportamental da indústria alimentícia para que mantenhamos um bom atendimento.

**Principais formas e fontes de capacitação e acesso a tecnologias que a empresa utiliza:**

Estaremos voltados às mudanças dos mercados, de qualquer natureza. Utilizar-nos-emos de cursos, palestras, feiras e congressos, aplicando mudanças em nosso ambiente de trabalho e adequando a empresa as necessidades do mercado.

|  |
| --- |
| **ETAPA 3 – MISSÃO DA EMPRESA** |

**Missão: “**Produzir refeições em *marmitex* com qualidade, enriquecida em nutrientes que contribuam para uma boa alimentação visando o bem estar e ser uma empresa comprometida com o meio ambiente retirando os resíduos produzidos pelas embalagens promovendo sustentabilidade social e ambiental”.

|  |
| --- |
| **ETAPA 4 – MERCADO CONSUMIDOR** |

|  |  |
| --- | --- |
| **MERCADO**  **CONSUMIDOR:** | **Clientes:** A clientela será formada por empresas de  quaisquer natureza, podendo ser públicas e privadas e que  estejam dentro da região da grande São Paulo.  **Mensuração da demanda:**  De acordo com levantamento que realizamos temos capa-  cidade de produzirmos diariamente 20 mil *marmitex*, sen-  do 10 mil para a refeição do almoço e 10 mil para o jantar. |

|  |
| --- |
| **ETAPA 5 – MERCADO CONCORRENTE** |

**Ponto Forte/Ponto Fraco**

**Hibisco Refeições –** Fonte:<http://hibiscorefeicoes.com.br>;

Ponto Forte - A sua produção que é uma alimentação nutritiva sendo transportada em veículos adequados preservando a qualidade dos alimentos.

Ponto Fraco - Em momentos de responsabilidade ambiental não tem um compromisso com o meio ambiente, que além de ser uma responsabilidade social poderia se tornar um marketing positivo.

**Saucepan Cozinha Industrial –** Fonte:<http://www.saucepan.com.br/servicos.html>;

Ponto Forte - Cozinha Industrial destinada única e exclusivamente para festas, eventos confraternização e coquetéis.

Ponto Fraco - Acreditamos que em possíveis tempos de crise a demanda que é destinada a esse segmento torne-se de certa forma não utilizada, acaba-se deixando de ser consumida. Seria um dos primeiros setores a passar por problemas.

***Marmitex* Via Norte –** Fonte:<http://marmitexvianorte.blogspot.com.br/>;

Ponto Forte - Comida caseira na *marmitex*.Todos os dias um cardápio diferenciado.

Ponto Fraco - Não trabalham com pedidos grandes somente para consumidores residenciais e atua em um ambiente micro.

***Sodexo –*** Fonte:<http://br.beneficios-incentivos.sodexo.com/beneficiarios/cartao-alimentacao-pass-beneficiarios>;

Ponto Forte - Não possui cozinha própria somente trabalha com empresas parceiras. A vantagem é que não precisa dispor de uma cozinha industrial, nem mesmo uma logística própria. Recebe uma taxa ou comissão das empresas associadas.

Ponto Fraco - O que pode ser um ponto forte pode acabar sendo um ponto fraco, também, pois com a estrutura que a *Sodexo* possui, ela teria como absorver uma grande clientela e aumentar os lucros.

***Hellofood –*** Fonte:<http://www.hellofood.com.br/>

Ponto Forte – Trabalha com entregas de refeição para todo o país com cardápio variado e o cliente efetua o pagamento com o cartão.

Ponto Fraco- Apesar de trabalharem com um mercado a nível nacional não atende uma demanda de clientes voltados a área empresarial.

**Quentinhas *delivery –*** Fonte:<http://quentinhadelivery.com.br/>

Ponto Forte – Mesmo tendo ligado no dia que precise da *marmitex* eles entregam.

Ponto Fraco – A empresa não possui site, somente rede social, não tem um horário definido de entrega podendo ser entre 12h e ás 15h. E caso o cliente queira programar a entrega do mamirtex com antecedência eles teriam que fazer um estudo de cardápio para informa-lo quais seriam.

|  |
| --- |
| **ETAPA 6 – MERCADO FORNECEDOR** |

Atacadão, Makro, *Sam’s Club* e Roldão.

Atacadão – Fonte: <https://www.atacadao.com.br/>;

Makro – Fonte: <http://www.makro.com.br/SitePages/home.aspx>;

*Sam’s Club –* Fonte:<http://www.samsclub.com.br/>;

Tenda – Fonte: <http://www.tendaatacado.com.br>; e,

Roldão – Fonte: <http://www.roldao.com.br/>.

Irão fornecer os alimentos não perecíveis como: arroz, feijão, molhos, temperos, óleos, trigo, massas, ou seja, toda parte de mercearia.

E os perecíveis como: Carnes e aves.

Tudo dependera de uma cotação de preços para que possamos efetuar as compras.

CEAGESP – Fonte: <http://www.ceagesp.gov.br/>;

Irá fornecer toda a parte de frutas, legumes e hortaliças.

Martec – Fonte: <http://www.martecclear.com.br/>; e,

Irá fornecer toda parte de uniformes, calçados adequados e materiais de limpeza.

Copobrás – Fonte: <http://www.grupocopobras.com.br/>.

Irá fornecer as embalagens onde serão acomodados os alimentos para serem entregues.

|  |
| --- |
| **ETAPA 7 – PRINCIPAIS PRODUTOS OFERECIDOS PELA EMPRESA** |

**Principais produtos/serviços oferecidos pela empresa:**

A empresa produzirá *mamirtex* para serem consumidas preferencialmente por funcionários das empresas.

|  |
| --- |
| **ETAPA 8 – FLUXOGRAMA DO PROCESSO PRODUTIVO** |

**Processo de Produção:** (detalhar)

O processo de produção se inicia com a organização do espaço onde serão produzidas as *mamirtex*. Faremos uma verificação em cada utensílio, equipamento, para que assim tudo transcorra sem problemas. Depois de termos certeza de que tudo esta em bom estado de uso, sabemos que não ocorrerão acidentes, desperdício ou problemas de outras naturezas, ai então, faremos uma seleção nas panelas, instrumentos de cortes, recipientes para a higienização dos alimentos, bancadas, fogões, gás, frízeres, e na qualidade dos alimentos que iremos utilizar para a produção. Tudo é separado (ingredientes), de acordo com o cardápio, podendo ser: Aves, carnes, grãos (arroz, feijão, milho, etc..), hortaliças, massas, molhos, peixes, temperos e verduras. Iniciamos assim a parte de cozimento dos alimentos, isso por volta das 6h para que tudo esteja pronto até às 8h30min.

Até às 9h estaremos com as mamites todas embaladas nos devidos recipientes e acomodadas nos palites. Seguindo, então, para o carro onde será transportado até seu destino.

A equipe responsável em transportar as *marmitex* durante o tempo de preparo dos alimentos ficou checando possíveis problemas mecânicos ou até mesmo no trafego e do percurso (rota), que serão utilizados, visando assim não perder tempo por problemas de acidentes, para ganhar tempo no transporte e evitar problemas com a qualidade dos alimentos e nem desperdício de combustível.

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **FLUXOGRAMA DE PRODUÇÃO – ETAPAS** | |

1. **Atividade -** Verificar as condições de uso dos fogões, frízeres, panelas, instrumentos de corte, recipientes, abastecimento de água, gás, energia elétrica e condições de uso do carro.

**Responsáveis –** Ajudante chefe de cozinha. Sr. Iranildo Rodrigues da Silva

Responsável por compra de mercadoria e entrega das *marmitex*. Sr. Plínio Rodrigues Prates.

1. **Atividade -** Separação dos instrumentos a serem usados para a preparação como: panelas, conchas, instrumento para cortes, etc....

**Responsável -** Sr. Marcio Mandu Coimbra chefe de Cozinha.

1. **Atividade -** Organizar os ajudantes para que tratem as aves, carnes, grãos, peixes, hortaliças, legumes e temperos. **Responsável -** SR. Iranildo Rodrigues da Silva chefe dos ajudantes de cozinha.
2. **Atividade -** Iniciamos assim o preparo dos alimentos, com as temperaturas adequadas.

**Responsável -** Sr. Marcio Mandu Coimbra.

1. **Atividade -** Finalizado o processo de preparo dos alimentos a equipe de ajudantes inicia o processo de embalagem e arrumação no palite.

**Responsáveis -** Sr. Iranildo Rodrigues da Silva chefe dos ajudantes de cozinha e Sr. Marcio Mandu Coimbra chefe de cozinha.

1. **Atividade –** Nesta etapa o palite com as *marmitex* é conduzido até o veículo de entrega por um dos ajudantes.

**Responsáveis –**.Sr. Iranildo Rodrigues da silva ajudante chefe de cozinha e

Sr. Plínio Rodrigues Prates responsável por compra de mercadorias e entrega das *marmitex.*

1. **Atividade –** Tendo o roteiro elaborado para entrega em seu destino final, irá junto de nosso motorista para garantir a satisfação e fazer o acompanhamento das entregas das *marmitex*.

**Responsável -** Sr. Plínio Rodrigues Pratesresponsável por compra de mercadorias e entrega das *marmitex.*

|  |
| --- |
| **ETAPA 9 – EQUIAMENTOS/ INSTRUMENTOS QUE INTEGRAM O PROCESSO.** |

|  |  |
| --- | --- |
| **EQUIPAMENTOS/ INSTRUMENTOS QUE INTEGRAM O PROCESSO**. | |
| **ETAPAS** | **EQUIPAMENTOS/INSTRUMENTOS UTILIZADOS** |
| Preparo dos alimentos | Acessórios diversos: conchas, facas, colheres, recipientes para acomodar os alimentos, fogão, água, pia, frízer, bancada, uniformes, máquina seladora. |
| Preparo das marmitex | Embalagem, concha, colheres, pegador de macarrão, espátula, garfo, recipientes para acomodar os alimentos. |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **DESCRIMINAÇÃO** | **QUANTIDADE** |
| Fogão Ind. Com 6 bocas | 3 |
| Chapa Veneza 81 cm | 1 |
| Fritadeira Ind. Ven. Água e Óleo 18L. | 2 |
| Forno Ind. Ven. 90 cm | 3 |
| Assador para frango. Bivolt. | 2 |
| Multi Processador. | 3 |
| Liquidificador Ind. | 5 |
| Nhoqueira | 4 |
| Freezer | 2 |
| Filtro d’água | 1 |
| Panelas diversas | 29 |
| Facas diversos cortes | 18 |
| Pás para arroz | 5 |
| Escumadeira | 2 |
| Espátulas | 4 |
| Conchas | 4 |
| Cestos para fritura | 6 |
| Abridores de latas e garrafas | 5 |
| Bandejas Plásticas | 12 |
| Caixas Organizadoras | 12 |
| Placas para cortes: diversos tamanhos | 8 |
| Rolo abre massa: diversos tamanhos | 6 |
| Espremedor de batatas | 3 |
| Assadeiras: diversos tamanhos | 8 |
| Copos | 15 |
| Guardanapos | 20 |
| Tesoura para abrir embalagens | 4 |
| Sistema de ar cond. | 1 |
| Sistema de exaustão | 1 |
| Cubas de aço inox | 1 |
|  |  |
| Artigos de papelaria em geral |  |
| Móveis em geral |  |
| Software | 1 |
| Uniformes | 1 |
| Microcomputadores | 6 |
| Celulares | 6 |
| Linhas telefônicas | 2 |
| Aparelhos de fax | 2 |
| Veículos | 2 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |
| --- |
| **ETAPA 10 – MÓVEIS E UTENSILIOS NECESSARIOS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **MOVEIS E UTENSÍLIOS QUE INTEGRAM O PROCESSO** | |
| **ETAPAS** | **ITENS** |
| Preparação dos alimentos | Fogão, panelas, bancadas, facas, forno, conchas, colheres e vasilhas plásticas. |
| Preparação das unidades de marmitex | Bancadas, embalagens térmicas, colheres, conchas e seladora. |
|  |  |
|  |  |

|  |
| --- |
| **ETAPA 11 – MATÉRIAS-PRIMAS, MATERIAIS SECUNDARIOS E EMBALAGENS.** |

|  |  |
| --- | --- |
| **MATÉRIAS-PRIMAS, MATERIAIS SECUNDÁRIOS E EMBALAGENS.** | |
| ETAPAS | MATÉRIAS-PRIMAS |
| Preparação dos Alimentos | Fogões, panelas, espátulas, etc... |
| Preparação das *marmitex* | Embalagens térmicas 1100 ml, seladoras. |
| Composição da *marmitex* | Alimentos |
|  |  |

|  |
| --- |
| **ETAPA 12 – INVESTIMENTOS FÍSICOS** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **QUADRO DE INVESTIMENTOS FISICOS (EM R$)** | | | |
| **ITEM** | **PREÇO**  **UNITÁRIO** | **QUANT.** | **VALOR**  **TOTAL** |
| Fogãos Ind. 6 b.c/f | R$ 1.739,90 | 3 | R$ 5.219,70 |
| Chapa Ven. 81 cm | R$ 729,90 | 1 | R$ 729,90 |
| Forno Ind. Ven. | R$ 1.349,00 | 2 | R$ 4.047,00 |
| Forno de Micro-ondas ind | R$ 1.119,90 | 3 | R$ 3.319,70 |
| Fritadeira – água/óleo | R$ 879,90 | 2 | R$ 1.759,80 |
| Assador de Frango | R$ 1.599,00 | 3 | R$ 4.797,00 |
| Multi Processador | R$ 999,00 | 4 | R$ 3.996,00 |
| Nhoqueira | R$ 479,90 | 4 | R$ 1.929,60 |
| Liquidificador Ind. 4L | R$ 899,00 | 5 | R$ 4.495,00 |
| Filtro de água | R$ 429,00 | 1 | R$ 429,00 |
| Freezer Ind balcão c/6 pt | R$ 2.200,00 | 2 | R$ 4.400,00 |
| Caçarola 15 kg | R$ 209,90 | 5 | R$ 1.049,50 |
| Caçarola 8 kg | R$ 105,50 | 2 | R$ 211,00 |
| Caçarola 7,7 kg | R$ 47,90 | 2 | R$ 95,80 |
| Chaleira 7,5 kg | R$ 74,90 | 2 | R$ 149,80 |
| Caldeira 21 litros | R$ 76,50 | 2 | R$ 153,00 |
| Caldeira 10 litros | R$ 39,90 | 2 | R$ 79,80 |
| Frigideira n° 45 | R$ 108,90 | 2 | R$ 117,80 |
| Frigideira n° 32 | R$ 64,90 | 2 | R$ 129,80 |
| Frigideira n° 26 | R$ 54,90 | 2 | R$ 109,80 |
| Abr. Latas/garrafas | R$ 7,99 | 5 | R$ 39,95 |
| Panela de Pressão 22L | R$ 229,90 | 8 | R$ 1.839,20 |
| Pá para Caldeirão Poli | R$ 64,90 | 5 | R$ 324,50 |
| Saca rolhas | R$ 18,90 | 3 | R$ 56,70 |
| Espátula curva tram. | R$ 18,90 | 2 | R$ 37,80 |
| Espátula reta tram. | R$ 23,90 | 2 | R$ 47,80 |
| Cutelo 6” Mundial | R$ 21,90 | 2 | R$ 43,80 |
| Espremedor de batatas | R$ 5,29 | 3 | R$ 15,87 |
| Colher de arroz 50 cm | R$ 17,90 | 2 | R$ 35,80 |
| Rolo de massa | R$ 33,90 | 4 | R$ 135,60 |
| Faca Açougue n° 10 | R$ 30,50 | 4 | R$ 122,00 |
| Faca Açougue n° 8 | R$ 24,90 | 4 | R$ 99,60 |
| Faca Açougue n° 6 | R$ 16,90 | 4 | R$ 67,60 |
| Faca Açougue n° 5 | R$ 16,90 | 4 | R$ 67,60 |
| Concha Lh 14 | R$ 12,90 | 4 | R$ 51,60 |
| Escumadeira n° 14 | R$ 21,90 | 3 | R$ 65,70 |
| Escumadeira n° 30 | R$ 26,90 | 3 | R$ 80,70 |
| Assadeira 70x40 cm | R$ 59,90 | 4 | R$ 239,60 |
|  |  |  |  |
| Palete 13x41x82 cm | R$ 69.90 | 18 | R$ 1.258,20 |
| Caixa térm. 80 litros |  |  |  |
| 75x 56,2x37,5 cm | R$ 114,90 | 18 | R$ 2.068,20 |
| Garfo descartável c/100 | R$ 9,39 | 100.000,00 | R$ 9.390,00 |
| Faca descartável c/100 | R$ 9,59 | 100.000,00 | R$ 9.590,00 |
| Colher descartável c/100 | R$ 9,19 | 100.000,00 | R$ 9.190,00 |
| Marmitex EPS. Psoft |  |  |  |
| 1100 ml 100 uni | R$ 62,90 | 100.000,00 | R$ 62.900,00 |
| Balança de precisão | R$ 499,00 | 3 | R$ 1.497,00 |
| Esteira ind. | R$ 5.499,00 | 2 | R$ 10.998,00 |
| Cubas de aço inox | R$ 496,00 | 4 | R$ 1.984,00 |
| Sistema de ar cond. | R$ 12.000,00 | 1 | R$ 12.000,00 |
| Bancada 1200x750x850 | R$ 1.150,00 | 8 | R$ 9.200,00 |
| Sistema de exaustão | R$ 15.000,00 | 1 | R$ 15.000,00 |
| Software | R$ 800,00 | 1 | R$ 800,00 |
| Microcomputador | R$ 1.200,00 | 6 | R$ 7.200,00 |
| Linha telefônica | R$ 500,00 | 3 | R$ 1.500,00 |
| Celulares | R$ 700,00 | 6 | R$ 4.200,00 |
| Aparelhos de fax | R$ 499,00 | 1 | R$ 499,00 |
| Acesso à internet | R$ 250,00 | 1 | R$ 250,00 |
| Veículo Fiat Ducato. | R$ 64.000,00 | 2 | R$ 128.000,00 |
| Galpão 120m² vaga p/6 v | R$1.150.000,00 | 1 | R$ 1.150.000,00 |
| Uniformes | R$ 12.441,98 | 1 | R$ 12.441,98 |
| **Total** |  |  | **R$ 1.490.556,80** |

|  |
| --- |
| **ETAPA 13 – INVESTIMENTO FINANCEIRO** |

|  |  |
| --- | --- |
| **CALCULO DAS NECESSIDADES DE CAPITAL DE GIRO** | |
| RUBRICA | VALORES |
| Custos fixos (30 dias) | R$ 1.490.556,80 |
| Estoque de matéria-prima (30 dias) | R$ 114.823,70 |
| Custos de comercialização (30 dias) | R$ 6.000.000,00 |
| Registros e legalização | R$ 684.600,00 |
| Publicidade inicial | R$ 70.000,00 |
|  |  |
| **Total** | **R$ 8.359.980,50** |

|  |
| --- |
| **ETAPA 14 – INVESTIMENTO INICIAL** |

|  |  |
| --- | --- |
| **INVESTIMENTO INICIAL (R$)** | |
| Investimento Físico | R$ 1.490.556,80 |
| Investimento Financeiro | R$ 182.808,58 |
| **Total** | **R$ 1.673.365,38** |

|  |
| --- |
| **ETAPA 15 – GASTOS COM MANUTENTÇÃO, DEPRECIAÇÃO E SEGUROS (R$)** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **VALOR EM R$** | | | |  |
| **ITEM** | **VALOR TOTAL** | **DEPRECIAÇÃO** | **MANUTENÇÃO** | **SEGURO** |
| Forno, fogões a gás equipamentos. | R$ 105.443,68 | 10% | 4,50%/ano |  |
| Panelas em  Geral. | R$ 3.935,50 | 10% | 13,33%/mês |  |
| Utensílios:  conchas etc... | R$ 4.858,62 | 10% | 2,50%/mês |  |
| Ap. Fax | R$ 499,00 | 10% | 3,33%/mês |  |
| Veículos | R$ 128.000,00 | 20% | 233,33/ano -13,51%/mês |  |
| Eq. Informática | R$ 8.000,00 | 20% | 20%/ano – 12,25%/mês |  |
| Outros: |  |  |  |  |
| Linha telefônica | R$ 1.500,00 | 10% | - |  |
| Celulares | R$ 4.200,00 | 10% | - |  |
| Uniformes | R$ 12.441,98 | 10% | - |  |
|  |  |  |  |  |
| Esteira ind. | R$ 5.499,00 | 10% | 6,17%/mês |  |
| Cubas de aço inox | R$ 496,00 | 10% | 20%/ano – 7,59%/mês |  |
| Sistema de ar cond. | R$ 12.000,00 | 10% | 20%/ano - 1,84%/mês |  |
| Bancada 1200x750x850 | R$ 1.150,00 | 10% | 6,17%/mês |  |
| Sistema de exaustão | R$ 15.000,00 | 10% | 20%/ano – 2,29%/mês |  |
| **Total:** | **R$ 303.023,78** | **160%/mês** | **80,36%/mês** | **2.000,00** |

Fonte: <http://www.tj.pr.gov.br/depat/dcp/depreciacao.htm>

|  |
| --- |
| **ETAPA 16 – CUSTOS COM MÃO DE OBRA** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **FUNÇÃO** | **SALÁRIO** | **QUANTIDADE** | **VALOR**  **MENSAL** | **ENCARGOS**  **(%)\* 31,60** |
| Ajudante Geral | R$ 810,00 | 66 | R$ 53.460,00 | R$ 256,00 |
| Técnico *Chef* | - | 1 | - |  |
| Técnicos em nutrição | - | 1 | - - |  |
| Motorista | 4 | R$ 1.300,00 | R$ 5.200,00 | R$ 1.643,20 |
|  |  |  |  |  |
| **Total** | | | **R$ 58.660,00** | **R$ 1.899,20** |

Encargos – Fonte: <http://www.contabeis.com.br/forum/topicos/102918/encargos-sociais-trabalhistas/>

|  |
| --- |
| **ETAPA 17 – CUSTOS FIXOS** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CUSTOS FIXOS (EM R$)** | | |
| ITEM | VALOR MENSAL | VALOR ANUAL |
| Ajudante Geral | R$ 13.940,00 | R$ 180.700,00 |
| Técnico: Chef | R$ - |  |
| Técnico: Nutrição | R$ - |  |
| Encargos Sociais | R$ 18.536,56 | R$ 222.438,72 |
| Água e Energia | R$ 600,00 | R$ 7.200,00 |
| Manutenção | R$ 252.099,63 | R$ 3.025.195,56 |
| Depreciação | R$ 181.814,27 | R$ 2.181.771,24 |
| Seguros | R$ 2.000,00 | R$ 24.000,00 |
| Telefone | R$ 700,00 | R$ 8.400,00 |
| Combustível | R$ 2.300,00 | R$ 27.600,00 |
| Contador | R$ 500,00 | R$ 6.000,00 |
| Pró-labore | R$ 12.000,00 | R$ 144.000,00 |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Total -** | **R$ 484.490,46** | **R$ 5.827.305,52** |

Obs: **Ajudante geral** incluso 13° salário.

|  |
| --- |
| **ETAPA 18 – CUSTOS DE MATÉRIA-PRIMA E MATERIAIS DIRETOS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **MATÉRIAS-PRIMAS E MATERIAIS DIRETOS P/ UNIDADE PRODUZIDA** | |
| **ITEM** | **VALOR** |
| Embalagem de *Marmitex* | R$ 0,63 |
| Alimentos | R$ 2,18 |
| Gás | R$ 0,05 |
| Energia elétrica | R$ 0,17 |
| Água | R$ 0,13 |
| **Total** | **R$ 3,16** |

|  |
| --- |
| **ETAPA 19 – CÁLCULO DO CUSTO UNITÁRIO DE PRODUÇÃO** |

|  |  |
| --- | --- |
| **ITEM** | **VALOR** |
| Rateio de Custos Fixos | R$ 4,60 |
| ( + ) Custos variáveis por unidade | R$ 3,16 |
| **( = ) CUSTO UNITÁRIO DE PRODUÇÃO** | **R$ 7,76** |

|  |
| --- |
| **ETAPA 20 – CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA** |

Fontes: <http://www.eauditoria.com.br/desc-coluna.php?cod=483>; e,

<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/SobreSimples.aspx>

Custos de comercialização = 11,43% (SIMPLES Federal para EPPs com faturamento de até R$ 78.000.000,00/ano).

Margem de lucro = 45% (Margem de lucro desejada pelos sócios da empresa)

PVU = R$ 7,76 X 100

100% - (11,43%+45%)

PVU = R$ 17,81

|  |
| --- |
| **ETAPA 21 – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS.** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DISCRIMINAÇÃO** | **VALOR MENSAL** | **VALOR ANUAL** |
|  |  |  |
| 1. **RECEITA OPERACIONAL** | R$ 138.205,60 | R$ 1.658.467,20 |
| **MENSAL** |  |  |
| 1. Custos Variáveis |  |  |
| * 1. Matéria-prima e Materiais Diretos | R$ 63.200,00 | R$ 758.400,00 |
| 2.2 Custos de Comercialização | R$ 15.796,90 | R$ 189.562,80 |
| 1. Soma (2.1 + 2.2) | R$ 78.996,90 | R$ 947.962,80 |
| 1. MARGEM DE LUCRO E CONTRIBUIÇÃO (1-3) | R$ 59.208,70 | R$ 710.504,40 |
| 1. Gastos fixos | R$ 484.490,46 | R$ 5.813.885,52 |
| 1. **Lucro Líquido (4-5)** | **R$ 425.282,76** | **R$ 5.103.393,12** |

|  |
| --- |
| **ETAPA 22 – LUCRATIVIDADE** |

**LUCRATIVIDADE = 425.282,76 X 100**

**138.205,60**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| LUCRATIVIDADE = | 425.282,76 /(DIV) 138.205,60 = 3.0772 | 307,72% |

Com base neste índice podemos afirmar que, para cada R$ 100,00 em vendas, a empresa obterá R$ 307,72 de lucro.

|  |
| --- |
| **ETAPA 23 – RENTABILIDADE** |

**RENTABILIDADE = 138.205,60 X 100**

**1.673.365,38**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| RENTABILIDADE | 138.205,60 /(DIV) 1.673.365,38 = 0,0826 | 8,26% |

Com base neste índice podemos afirmar que o capital investido no negócio retorna sob a forma de lucro a uma taxa de 8,26%.

|  |
| --- |
| **ETAPA 24 – PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO** |

**Prazo de Retorno do Investimento = 1.673.365,38**

**425.282,76**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Prazo de Retorno de Investimento | 1.673.365,38 : 425.282,76 = 3,93 | 4 meses |

|  |
| --- |
| **ETAPA 25 – PONTO DE EQUILIBRIO** |

PE $ = 484.490,46

12,61

MCU = PVU – CVU

MCU = 17,81 – [ 3,16 + ( 17,81 X 11,43%)]

MCU = 12,61

PE = (484.490,46 : 12,61) = 38.42113

PE = 38.422

A empresa irá atingir seu ponto de equilíbrio quando atingir o volume de vendas de 38.422 *marmitex.*

Os principais indicadores financeiros do negócio são:

|  |  |
| --- | --- |
| **INDICE** | VALOR |
| PE$ |  |
| LUCRATIVIDADE | 8,26% |