

**FACULDADE INTEGRADA DE PERNAMBUCO - FACIPE
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESA**

Fabio Alcântara Romeiro
Keila Cristina Silva
Roberto Lins de Albuquerque

**Projeto Experimental de Viabilidade Técnica e
Econômico Financeira de Ampliação: Pan Vitalli S/A**

Recife
2009

Fabio Alcântara Romeiro
Keila Cristina Silva
Roberto Lins de Albuquerque

Projeto Experimental de Viabilidade Técnica e Econômico Financeira de Ampliação: Pan Vitalli S/A

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para
obtenção do título de Bacharel à banca examinadora no
Curso de Administração Geral Faculdade Integrada de
Pernambuco – FACIPE.

Orientador: Prof. Dr. Cristóvão Brito

Recife
2009

Fabio Alcântara Romeiro
Keila Cristina Silva
Roberto Lins de Albuquerque

Projeto Experimental de Viabilidade Técnica e Econômica Financeira de Ampliação: Pan Vitalli S/A

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel à banca examinadora no Curso de Administração Geral da Faculdade Integrada de Pernambuco – FACIPE

Aprovada em:

Recife, 21 de Dezembro de 2009

Banca Examinadora:

Orientador

(Prof. Dr. Cristovão de Souza Brito - FACIPE)

1º Examinador

(Prof. Me. Mário Torres da Costa - FACIPE)

2º Examinador

(Prof. Ma. Fabiana Bandeira Espírito Santo - FACIPE)

Dedicamos este trabalho as nossas famílias que em compreensão e amor souberam nos apoiar, ao nosso orientador Prof. Cristóvão Brito porto seguro nas dúvidas e construções deste projeto e ao nosso Deus que é o nosso bem maior.

AGRADECIMENTOS

De maneira ímpar gostaríamos de destacar o esforço direto dos nossos mestres, não só no presente mas em períodos passados, que por relevante dedicação nos conduziram à elaboração deste trabalho. A nossa querida Faculdade que é berço a guardar centenas de mentes brilhantes, um pedaço do conhecimento retratado em todos que a fazem; também, a todos que acreditam que a educação segue caminho de mãos dadas com a esperança e o trabalho sério dos alunos futuros heróis, que escrevem a história deste país de forma emocionante, que geram esperança, acreditando no futuro prometido pelos sonhos de quem encontra na vida a felicidade.

**“O mundo detesta mudanças e, no entanto, é a única
coisa que traz progresso”.**
C. F. Kettering

RESUMO

Devido ao crescimento da até então Padaria Vitalli, – isso no ano de 1996 onde iniciou sua jornada como Padaria. A Vitalli devido a ser a pioneira na fabricação de pão francês congelado obteve sobressalto no mercado devido a essa peculiaridade, alavancando seus lucros e necessitando expandir a sua produção para atender a demanda crescente. De acordo com o seu crescimento expressivo, a empresa teve a necessidade de expandir-se que acarretou na fábrica de pães Pan Vitalli S/A, com capital integralizado. Atendendo dessa forma a sua real intenção e fazendo parcerias com grandes redes varejistas de todo o nordeste, fornecendo dessa forma maiores volumes de pães a preços competitivos ao mercado local. O projeto de ampliação da indústria surgiu do crescimento do consumo crescente do pão Frances congelado entre a população que compra em grandes redes varejistas. Em 2002, com o término da conclusão da indústria, a ampliação veio como parte do nosso planejamento estratégico no que condiz a capacidade de aumentar a produção do produto da Pan Vitalli S/A com foco na região nordeste do Brasil e a sua consolidação nesse mercado. Cujo produto principal é o pão francês congelado que contém como matéria-prima a farinha de trigo, sal, açúcar, fermento e água. Os critérios utilizados para a escolha das matérias-primas são bastante rigorosos, para assim garantir a excelência na qualidade. O mercado à qual a Pan Vitalli está inserido é bastante concorrido e desigual, sendo assim de vital importância o investimento cada vez maior em seu parque industrial, buscando assim a expansão do negócio para garantir a sustentabilidade neste mercado bastante promissor e rentável.

LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIP - Associação Brasileira da Indústria da Panificação e Confeitaria.

BNB - Banco do Nordeste do Brasil.

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento.

CHESF – Companhia Hidro Elétrica do São Francisco.

COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.

COMPESA – Companhia Pernambucana de Saneamento.

DRE - Demonstrações de Resultados do Exercício.

FGTS - Fundo de Garantia de Seguro e Trabalho.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

ICMS - Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços.

IPEADATA - Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada.

IPI - Imposto Sobre Produto Industrializado.

IPTU - Imposto Predial Territorial Urbano.

IR - Imposto de Renda.

ISS – Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza.

M.O.F - Mão-de-Obra Fixa.

M.O.V - Mão-de-Obra Varável.

OMS – Organização Mundial da Saúde.

PIS - Programa de Integração Social.

PROPAN - Programa de Apoio à Panificação.

SINDIPAN – Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria.

T.I.R - Taxa Interna de Retorno.

LISTA DE SÍMBOLOS

KM – Quilômetro.

M – Metro.

M² - Metro quadrado.

M³ -Metro cúbico.

Sumário

1. Introdução	13
2. Dados Gerais da Empresa	17
2.1 Geral.....	17
2.2 Missão	17
2.3 Visão.....	17
2.4 Valores Corporativos.....	18
4. Justificativa	19
5. Objeto Social	19
6. Capital Social	19
7. Quantidade de Cotas ou Ações	20
8. Controle do Capital Social	20
9. Breve Histórico.....	21
10. Organograma	22
11. Evolução do Capital Integralizado	23
12. Informações Curriculares, Patrimoniais e Cadastrais dos Controladores e Diretores.....	23
13. Balanços dos Três últimos exercícios	26
14. Demonstração de Resultados dos três últimos exercícios	28
15. Localização	30
15.1 Descrição da Localização	30
15.2 Planta do Empreendimento	31
16. Fatores que influenciaram a localização.....	32
16.1 Proximidade das matérias-primas	32
16.3 Disponibilidade de água	32
16.4 Disponibilidade de energia elétrica	32
16.5 Disponibilidade de mão-de-obra	33
16.5.1 Especializada	33
16.5.2 Não especializada	33
16.6 Malha Viária	33
16.6.1 Rodovias.....	33
16.6.2 Ferrovias	34
16.7 Infraestrutura Portuária e Aeroportuária	34
16.8 Infraestrutura urbana	34

16.8.1 Hospitais	34
16.8.2 Agências Bancárias	35
16.9 Disponibilidade de Incentivos Fiscais	35
16.9.1 Federais	35
16.9.2 Estaduais	35
16.9.3 Municipais	35
17. Disponibilidade de Financiamentos	35
17.1 Bancos Oficiais	35
18. O mercado para a empresa	38
18.1 A demanda pelo produto	38
18.1.1 Breve Histórico acerca do produto	38
18.1.2 A demanda pelo produto na área de mercado da empresa	38
18.1.3 Um breve histórico acerca do mercado de pães no Brasil	40
19. A projeção da demanda global de pães no Brasil	42
19.1 Aspectos Metodológicos	42
19.2 A Demanda Projetada de pães no Brasil	46
20. A Oferta brasileira de pães	47
20.1 Histórico da produção de pães no Brasil	47
20.2 A Oferta nacional de pães	49
20.3 Cotejo: Demanda “Versus” Oferta do Produto	50
20.4 Considerações Finais	50
21. Descrições do Processo de Produção de Pães	51
21.1 Processo Produtivo	51
22. Equipamentos para a Produção de Pães	52
23. Os Sistemas de Controle Ambiental	52
24. Layout de produção	54
25. Fluxograma do Processo Produtivo	55
26. Investimentos	56
26.1 Investimentos Fixos	56
26.1.1 Terrenos	56
26.1.2 Obras Preliminares	57
26.1.3 Obra Civil	57
26.1.4 Obras Complementares	58
26.1.5 Máquinas, Aparelhos e Equipamentos	59

26.1.6 Instalações	60
26.1.7 Veículos	60
26.1.8 Móveis e Utensílios	61
26.1.9 Gastos de Implantação	61
27. Capital de Giro	62
27.1 Inversões Circulantes	62
27.2 Quadro Resumo dos Investimentos	63
28. Custos Totais	63
28.1 Custos Fixos	63
28.1.1 Seguro	64
28.1.2 Despesas Gerais e Administrativas	64
28.1.2.1 Energia Elétrica	64
28.1.2.2 Água	64
28.1.2.3 Telefone	64
28.1.2.4 Materiais de Expediente	64
28.1.2.5 Eventos Anuais	65
28.1.2.6 Tributos Fixos (CIM, IPTU)	65
28.1.2.7 Portes e Telegramas	65
28.1.2.8 Lanches e Cafés	65
28.1.2.9 Eventuais	65
28.1.3 Salários e Encargos da M.O.F	66
28.1.3.1 Salário Diretor	66
28.1.3.2 Salário Gerência	66
28.1.3.3 Salário Administrativo/Financeiro	66
28.1.3.4 Salário Equipe Comercial	66
28.1.3.5 Salário Trainee	66
28.1.3.6 Salário Serviços Gerais	66
28.1.3.7 Salário Auxiliar¹	67
28.1.3.8 Salário Auxiliar²	67
28.1.4 Resumo dos Custos de Salários	67
28.1.5 Honorários da Diretoria	67
28.1.6 Depreciação	68
28.1.7 Amortizações	68
28.1.8 Manutenção e Conservação	69

28.1.9 Resumo dos Custos Fixos	69
28.2 Custos Variáveis.....	69
28.2.1 Salários e Encargos de Mão-de-Obra M.O.V.	70
28.2.2 Programação de Produção Planejada.....	70
28.2.3 Impostos Variáveis.....	71
28.2.4 Comissão sobre as vendas	71
28.2.5 Juros de crédito de curto prazo	71
28.2.6 PIS e COFINS	72
28.2.7 Eventuais	72
28.2.8 Resumo dos Custos Variáveis	73
29. Receitas e Avaliações Econômicas e Financeiras	74
29.1 Faturamento Presente e avaliação financeira do empreendimento projeção da receita	74
29.2 Projeção dos Resultados.....	75
29.3 Fluxo de Caixa e Taxa Interna de Retorno	76
29.4 Esquema de Usos e Fontes do Projeto.....	77
29.5 Índices Econômico-Financeiros	78
30. Diagnóstico	79
31. Referências	81

1. Introdução

A Revolução Industrial consistiu em um conjunto de mudanças tecnológicas, provocando um profundo impacto em todo o processo produtivo tanto no nível econômico quanto no social. Tendo início na Inglaterra, em meados do século XVIII, essa revolução proporcionou maior velocidade no processo da transformação da matéria-prima, mas não foi só isso o seu abrupto crescimento, também alterou o meio de trabalho a qual o homem estava acostumado a produzir.

Esta revolução trouxe muitos benefícios para a sociedade na qual estamos inseridos, conforto e comodidade são uma delas, porém a competitividade entre as organizações aumentaram a níveis nunca antes visto. E hoje, vivendo num mundo tão competitivo como o nosso, em que as mudanças ocorrem de forma muito rápida, é vital para uma empresa se manter nesse mercado instável atualizações constantes, onde as decisões tomadas sejam previamente planejadas. Para isso, são utilizados mecanismos e subsídios de vários campos diferentes da ciência.

O projeto de ampliação da indústria surgiu do crescimento do consumo crescente do pão francês congelado entre a população que compra em grandes redes varejistas. Em 2002, com o término da conclusão da indústria, a ampliação veio como parte do nosso planejamento estratégico no que condiz a capacidade de aumentar a produção do produto da Pan Vitalli S/A com foco na região nordeste do Brasil e a sua consolidação nesse mercado. Cujo produto principal é o pão francês congelado que contém como matéria-prima a farinha de trigo, sal, açúcar, fermento e água.

Os critérios utilizados para a escolha das matérias-primas são bastante rigorosos, para assim garantir a excelência na qualidade. O mercado à qual a Pan Vitalli está inserido é bastante concorrido e desigual, sendo assim de vital importância o investimento cada vez maior em seu parque industrial, buscando assim a expansão do negócio para garantir a sustentabilidade neste mercado bastante promissor e rentável.

Para competir de igual para igual com os concorrentes do setor, a qualidade dos produtos aliada à eficácia da logística, estará sempre num patamar elevado buscando sempre atingir a satisfação dos clientes.

Neste trabalho foi demonstrado de forma mensurável e detalhada sobre a atual capacidade de produção – valores, quantidades, avaliação junto ao mercado, etc - e a qual patamar é necessário atingir para se competir em alto nível em sua área de atuação identificada através de um minucioso e estruturado estudo de mercado.

Segundo o estudo de mercado houve uma evolução no consumo do pão de uma maneira global, de acordo com dados do Sindpan (Sindicato das Indústrias de Panificação) temos que:

O consumo per capita de pãezinhos por ano no Brasil é de 29 kg Per Capita. Enquanto isso, a Argentina consome 73 kg e o Chile, 93kg. Vale lembrar que a OMS (Organização Mundial de Saúde) recomenda um mínimo anual de 60 kg por pessoa. – **Fonte: OMS.**

No entanto, ressaltamos que o Brasil ainda está bem abaixo do consumo recomendado pela OMS (Organização Mundial da Saúde), conforme demonstração acima.

Em contrapartida, temos um crescimento na renda da população, em especial no nordeste, significando 12% de crescimento, fazendo-nos vislumbrar um futuro promissor para a indústria de panificação Pan Vitalli. Com a informação adicional da previsão de crescimento para o setor elaborado pelo Presidente da ABIP (Associação Brasileira da Indústria de Panificação), o mesmo informa que:

... Este ano, o faturamento do setor deverá crescer em torno de 13%. "Ouso dizer que nosso setor não viu crise; ao contrário, com a tendência das pessoas ficarem mais em casa, o consumo dos nossos produtos aumentou", explica **Alexandre Presidente da ABIP.**

Acrescido de informações de um estudo de tendências para a Panificação e Confeitaria 2009/2017 feito pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a ABIP (Associação Brasileira da Indústria de Panificação), nos consolidou os dados deste crescimento, onde o faturamento estimado do setor foi de R\$ 44,9 bilhões. Mostrando que a indústria de panificação está entre as seis maiores do segmento industrial do país, com participação de 36% na linha de produtos alimentares e 6% na indústria de transformação.

Todo o estudo e seu respectivo crescimento, análise financeira, de mercado e maiores detalhes de informações, estão milimetricamente explicitados dentro do projeto de ampliação, que será mostrado no decorrer deste projeto.

SEÇÃO I
DADOS GERAIS DA EMPRESA

2. Dados Gerais da Empresa

2.1 Geral

Razão Social: Pan Vitalli

Data da Constituição: 03/06/2002

Regional: Jaboatão dos Guararapes

CNPJ: 11.145.542.0001-00

INSC. ESTADUAL: 25.00011.032657-9

Endereço: BR 101 SUL, KM 96 S/N

BAIRRO: Prazeres **UF:** PE **CEP:** 54310-060.

Tele fax: 3222-2959 / 3222-2960

SITE: www.panvitalli.com.br

2.2 Missão

Produzir e comercializar produtos de padarias para grandes, pequenas e médias redes de varejos. Prezando pela qualidade, garantindo produtos variados, buscando sempre a satisfação dos envolvidos. Tem-se dessa forma a pretensão de ser reconhecido como o maior e melhor fornecedor qualitativo de sua categoria. Sempre preocupando em atender melhor expandir a clientela atingindo novas fronteiras comerciais.

2.3 Visão

Superar as expectativas dos clientes aliando produtos inovadores com processos e serviços de alta qualidade através de preços competitivos. Vislumbramos a estratégia de ser a melhor opção de experiência de compra para o cliente, levando em conta a qualidade dos produtos; Preços e custos adequados; Crescer de forma lucrativa e contínua; Engajando e desenvolvendo nossos associados, promovendo dessa forma desenvolvimento responsável, para assim ser o melhor e principal canal entre fornecedor e consumidor.

2.4 Valores Corporativos

- Consumidor: Transmitir confiabilidade e credibilidade junto a todos aqueles que consomem nossos produtos.
- Resultados: Ampliar cada vez mais nossos negócios, gerando dessa forma solidez no mercado e maior lucratividade para os sócios.
- Pessoas: Ênfase na manutenção de um bom ambiente de trabalho, pois temos a devida atenção às pessoas minimizando assim possíveis problemas de cunho pessoal ou grupal. Junto com a filosofia do novo RH, é atrair e reter profissionais comprometidos possibilitando assim o crescimento mútuo através do nosso plano de cargos e carreiras.
- Negócios: Manutenção de um bom canal de comunicação entre todos envolvidos no processo de produção desde o input ao output. Estabelecendo assim as melhores estratégias de mercado juntamente com nossos gestores capacitados que estão antenados com o que acontece no mundo. Também sempre buscar novas oportunidades de negócios não aceitando o comodismo.
- Liderança: Aliar a competência gestora à manutenção de um bom ambiente de trabalho com foco nos resultados. Perpetuando ao longo dos anos com o desenvolvimento de novas lideranças.
- Responsabilidade Social: Por meio de seu trabalho, da criação de produtos focados na sustentabilidade, ou destinando uma parcela de seus resultados a diversos projetos e iniciativas a Pan Vitalli incentiva a formação e a valorização da cidadania, dessa maneira procura ser um diferencial positivo na vida da comunidade em que atua. Contribuindo para uma sociedade mais equilibrada, com oportunidades iguais para todos. É a prática da responsabilidade socioambiental e faz a diferença, de diferentes jeitos e formas.

3. Objetivos Sociais

A Pan Vitalli tem como objetivo principal, segundo o seu Estatuto Social, a industrialização e comercialização de pão francês de 50g.

4. Justificativa

A intenção em aumentar a linha de produção se dá pela vontade de conservar e aumentar o espaço de mercado, tendo em vista que tal setor apresenta enorme potencial de crescimento. Conforme site da ABIP (Associação Brasileira da Indústria de Panificação), são mais de 60 mil micro e pequenas empresas (96,3% das padarias brasileiras) que atendem em média 40 milhões de clientes por dia (21,5% da população nacional).

A pretensão de crescimento é baseada no aumento do consumo Per Capita do pão, pois de 2002 a 2008 passou de 27 kg para 29 kg Per Capita, tal consumo ainda esta abaixo do consumo pela OMS (Organização Mundial da Saúde), que é de 60 kg per capita. Porém a ABIP, esta fazendo algumas ações tal como PROPAN (Programa de Apoio a Panificação), que os faz vislumbrar o aumento do consumo nos próximos anos.

5. Objeto Social

Fornecimento do pão francês de 50 gramas congelado, para grandes médios e pequenos estabelecimentos varejistas em toda a região do nordeste.

6. Capital Social

A empresa tem o seu capital social no valor de 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) integralizados no ato de sua fundação (03/06/2002).

7. Quantidade de Cotas ou Ações

Tabela I – Estrutura do Capital Social

	RECURSOS PRÓPRIOS		GERAL	
Discriminação	VALOR	%	VALOR	%
Ações Ordinárias	25.000.000,00	50	35.000.000,00	70
Nominativas	25.000.000,00	50		
Ações Preferenciais	25.000.000,00	50	15.000.000,00	30
Sem direito a voto	25.000.000,00	50		
Total	50.000.000,00	100	50.000.000,00	100

8. Controle do Capital Social

Tabela II - Identificação dos Acionistas

Discriminação	UF/NAC	Ordinárias			Preferenciais		Total
		CPF	Valor em Ações	%	Valor em Ações	%	Valor em Ações
Marcelo Toledo	SP	013.854.165-50	8.000.000	32	8.000.000	32	16.000.000
Adnei silva	MG	025.087.359-80	7.000.000	28	7.000.000	28	14.000.000
Alanis Alencar	PE	345.854.561-40	4.000.000	16	4.000.000	16	8.000.000
Paulo Sergio	RJ	123.456.789-00	4.000.000	16	4.000.000	16	8.000.000
Francisco Alcântara	PB	012.365.478-85	2.000.000	8	2.000.000	8	4.000.000
TOTAL			25.000.000	100	25.000.000	100	50.000.000

9. Breve Histórico

A Pan Vitalli é uma empresa, genuinamente pernambucana, que deu início as suas atividades em julho de 1996, com atuação na região metropolitana do Recife. A empresa inicialmente atuou no ramo de padaria, possuindo como seu diferencial a produção de pães congelados de 50g, com o intuito de fidelizar seus clientes por meio de produto de alta qualidade aliado ao conhecimento tecnológico oriundo do modelo europeu.

Com o crescimento nos anos correntes, e para se adequar ao volume crescente a empresa acabou implantando com sucesso sua fábrica - no ano de 2002 - num terreno de 50 mil metros quadrados. Aonde 25.000 m² são de área construída e 15.000 m² foram destinados ao chão de fábrica.

Após a conclusão da fábrica também no mesmo ano de implantação da fábrica, a empresa aumentou em 180 empregos diretos e indiretos, promovendo assim desenvolvimento para a comunidade em que atua, gerando dessa forma enormes arrecadações de ICMS ao Estado de Pernambuco.

A empresa fica situada à margem da BR-101, Sul, localizada a apenas 30 minutos da capital pernambucana. O presidente da Vitalli começou sua produção com foco no pão francês de 50 gramas, panificação de produtos afins, e logo passou a ampliar seu fornecimento para diversos estabelecimentos como: lojas de conveniência, delicatessen, pontos quentes, mercadinhos e grandes redes varejistas.

Com o intuito de absorver fatias significativas do mercado, a empresa passou a desenvolver e ampliar novas linhas de produção, com foco na distribuição para o varejo aliando qualidade e credibilidade ao seu produto.

Dessa forma, com o aumento no fornecimento do produto, virtude essa da qualidade tecnológica aplicada às estratégias de capacitação profissional e gestão, ainda atrelada à pontualidade nas entregas e preços competitivos ao mercado, que tem conquistado fatias sólidas no mercado nordestino.

Como verificado acima, teve-se a “obrigação” de ampliar a capacidade produtiva da fábrica, atendendo com maior consistência e eficiência a todos os estados da região nordeste, e gerando produtos em quantidades suficientes para atender a gama de mercados que apareceram.

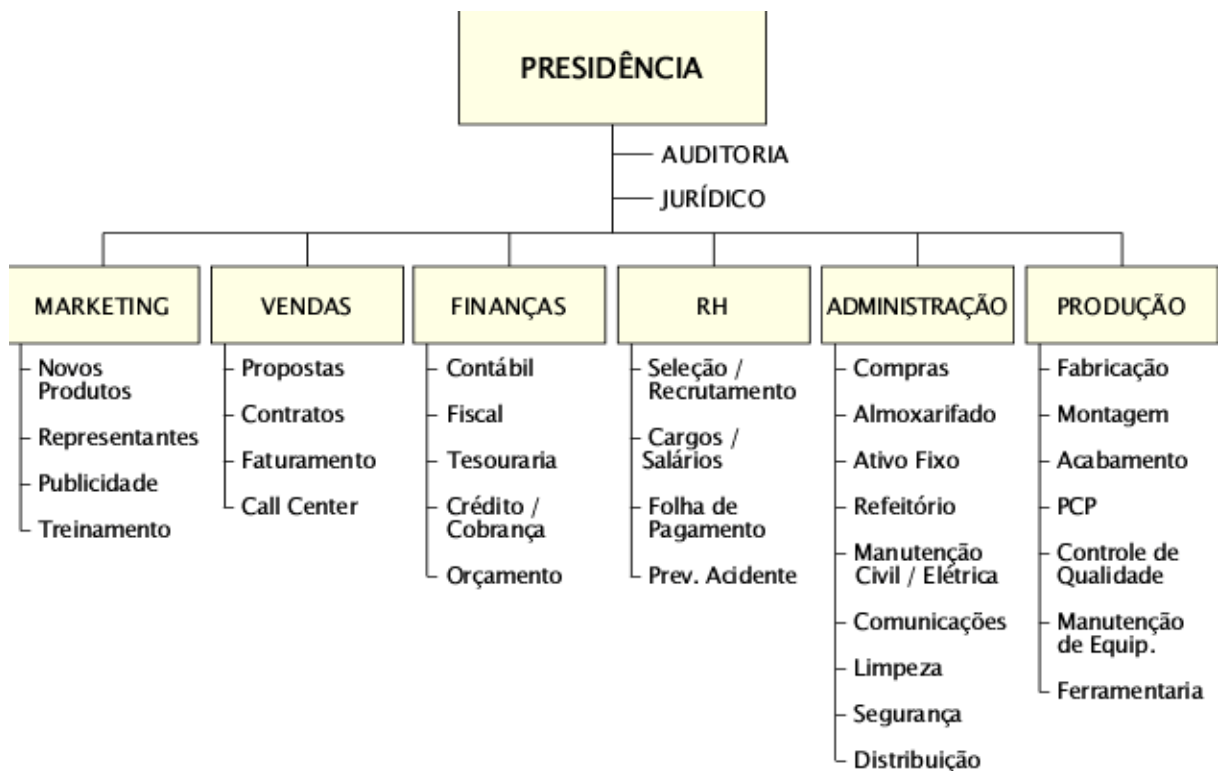
Com o mercado em expansão e com tendência de continuar neste ritmo, a Pan Vitalli vem sendo uma das empresas mais procuradas no mercado da panificação, tendo seu

diferencial voltado à fabricação de pães congelados para revendas e distribuição nos mais diversos estabelecimentos comerciais em toda a região do Nordeste.

Hoje com a empresa em funcionamento, ela é responsável em atender mais de 1/3 do mercado nordestino. Em alguns Estados, a Pan Vitalli é detentora de mais de 50% do mercado local na distribuição de pão francês congelado de 50 g.

Sendo também uma empresa preocupada com a responsabilidade social, doando a entidades sérias como NAAC-PE, NAAC-PB, um percentual de lucro contribuindo assim com o desenvolvimento social.

10. Organograma



11. Evolução do Capital Integralizado

Tabela III – Evolução do Capital Integralizado

Data	Capital Inicial e Seguintes	Moeda Corrente	Com Lucros	Com Reservas
03/06/2002	50.000.000,00	50.000.000,00	-	-
03/06/2003	50.250.000,00	250.000,00	125.000,00	125.000,00
02/01/2004	50.500.000,00	500.000,00	250.000,00	250.000,00
02/01/2005	50.750.000,00	750.000,00	375.000,00	375.000,00
02/01/2006	51.000.000,00	1.000.000,00	500.000,00	500.000,00
02/01/2007	51.500.000,00	1.500.000,00	750.000,00	750.000,00
02/01/2008	52.000.000,00	2.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00

12. Informações Curriculares, Patrimoniais e Cadastrais dos Controladores e Diretores.

Pessoa Física

Tabela IV

NOME: Marcelo Toledo		CPF: 013.854.165-50	
RUA: Araçoiaba		NÚMERO: 1326	COMPLEMENTO: Apto 1301
CIDADE: Jaboatão dos Guararapes	BAIRRO: Piedade	UF: PE	CEP: 54.310-020
DDD – TELEFONES (081) 3326-0529	CELULAR (081) 9191-9191	E-MAIL : marcelotoledo@panvitali.com.br	
PROFISSÃO: Administrador		CARTEIRA DE IDENTIDADE: 6.053.354 SDS/PE	
EXPERIÊNCIA EMPRESARIAL:			
<p>Diretor Geral da Vitarella entre 1985 a 1993. Administrador por formação tendo concluído seu curso na UFPE (Universidade Federal de Pernambuco) e pós-graduado em Marketing e Finanças pela Universidade de Nevada - USA. Hoje ocupa cargo de diretor comercial na Pan Vitalli, destaca-se por desempenhar estratégias para a atual expansão da fábrica.</p>			

Tabela V

NOME: Adnei Silva		CPF: 025.087.359-80	
RUA: Av. Conselheiro Aguiar	NÚMERO: 1509	COMPLEMENTO: Apto 1605	
CIDADE: Recife	BAIRRO: Boa Viagem	UF: PE	CEP: 51.150-080
DDD – TELEFONES (081) 3465-9496	CELULAR (081) 8787-8787	E-MAIL: adneisilva@panvitalli.com.br	
PROFISSÃO: Administrador	CARTEIRA DE IDENTIDADE: 7.350.987 SSP/SP		
EXPERIÊNCIA EMPRESARIAL:			
<p>Diretor de Marketing da Pan Vitalli destacou-se pela captação de grandes clientes como Wal-Mart e Grupo Pão de Açúcar de 1991 a 1995. Atuou na conceituada Plus Vitta como diretor de prospecção, sua formação acadêmica se deu na UNICAP (Universidade Católica de Pernambuco) e também fez Pós Graduação em RH e Sistema da Informação.</p>			

Tabela VI

NOME: Alanis Alencar		CPF: 345.854.461-40	
RUA: Av. Carlos de Lima Cavalcanti	NÚMERO: 210	COMPLEMENTO: Apto 101	
CIDADE: Olinda	BAIRRO: Bairro Novo	UF: PE	CEP: 50.050-080
DDD – TELEFONES (081) 3443-5050	CELULAR (081) 9292-9292	E-MAIL: alanisalencar@panvitalli.com.br	
PROFISSÃO: Eng. De Produção	CARTEIRA DE IDENTIDADE: 9.810.425 SSP/CE		
EXPERIÊNCIA EMPRESARIAL:			
<p>Formada em engenharia da produção pela UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais) e Pós Graduada em Sistema de Produção Enxuta pela UPE (Universidade de Pernambuco), destacou-se como estagiário ainda em 1999 quando entrou para a Pan Vitalli. Após dois anos foi contratada e hoje ocupa lugar de destaque nesta organização. Porém sua experiência profissional iniciou na Pan Cristal uma empresa média de massas congeladas.</p>			

Tabela VII

NOME: Paulo Sergio		CPF: 123.456.789-00	
RUA: Joaquim Nabuco	NÚMERO: 785	COMPLEMENTO: Apto 1301	
CIDADE: Jaboatão dos Guararapes	BAIRRO: Candeias	UF: PE	CEP: 54.689-030
DDD – TELEFONES (081) 3449-1234	CELULAR (081) 9191-9191	E-MAIL: paulosergio@panvitalli.com.br	
PROFISSÃO: Contador	CARTEIRA DE IDENTIDADE: 7.665.123 SDS/PE		
EXPERIÊNCIA EMPRESARIAL:			
<p>Formação em ciências contábeis pela USP (Universidade de São Paulo) Pós Graduado em Direito Tributário pela Universidade de Pernambuco (UPE), atuou em grandes empresas do ramo de alimentos como Pillar - fábrica de massas - e Gratícia Alimentos. Na Pan Vitalli desde 2003, no setor de controladoria.</p>			

Tabela VIII

NOME: Francisco Alcântara		CPF: 012.365.478-85	
RUA: Paissandu	NÚMERO: 1721	COMPLEMENTO: Apto 1728	
CIDADE: Recife	BAIRRO: Derby	UF: PE	CEP: 53.175-158
DDD – TELEFONES (081) 3333-7410	CELULAR (081) 8686-8686	E-MAIL: francisco@panvitalli.com.br	
PROFISSÃO: Contador	CARTEIRA DE IDENTIDADE: 4.331.024 SSP/PE		
EXPERIÊNCIA EMPRESARIAL:			
<p>Formado em Administração na UPE (Universidade de Pernambuco) e Ciências Contábeis na UNICAP (Universidade Católica de Pernambuco). Atuou na Área Financeira na Fábrica de Tintas Coral e também na Nestlé Alimentos. Ainda na época de estudante, trabalhou como Auditor na RGIS - Auditoria Independente. Hoje é diretor de finanças da Pan Vitalli tendo ingressado em 2003.</p>			

13. Balanços dos Três últimos exercícios

Tabela IX

ATIVO	2006	2007	2008
ATIVO CIRCULANTE	48.130.030,20	50.249.095,39	52.813.041,26
Caixa e Bancos	39.792.794,40	42.592.694,39	45.000.000,00
Aplicações Financeiras	36.000,00	50.000,00	1.425.000,00
Duplicatas a Receber	1.407.751,00	1.840.875,00	1.748.831,25
Estoque	1.937.236,00	2.181.600,00	1.592.872,91
Imposto a Recuperar	2.607.731,00	3.583.926,00	3.046.337,10
ATIVO REALIZAVEL A LP	1.000.000,00	1.500.000,00	2.000.000,00
Empréstimos e Financiamentos	1.000.000,00	1.500.000,00	2.000.000,00
ATIVO PERMANENTE	4.690.787,80	5.690.857,78	3.800.793,22
INVESTIMENTO	790.000,00	805.000,00	1.306.859,13
IMOBILIZADO	1.990.786,00	3.967.858,63	2.493.934,09
Instalações	31.750,00	35.000,00	42.750,00
Máquinas	405.420,00	475.420,00	637.420,00
Móveis e Utensílios	29.525,50	33.525,00	31.425,00
Obras Civis	1.300.000,00	1.522.000,00	1.824.000,00
Terreno	500.000,00	600.000,00	800.000,00
Veículos	496.735,50	543.000,00	763.000,00
Depreciação	-138.960,40	-132.836,37	-112.910,91
DIFERIDO	666.756,20	917.999,15	0,00
Custos com Implantações	-	-	2.700,60
TOTAL	55.738.359,71	57.439.953,17	58.613.834,48

Tabela X

PASSIVO	2006	2007	2008
PASSIVO CIRCULANTE	7.896.123,50	9.598.222,48	10.757.084,58
Fornecedor	4.100.000,00	4.320.000,00	4.500.000,00
Salários a Pagar	210.440,00	286.440,00	272.118,00
Impostos e Contribuições a Recolher	3.625.731,00	4.526.154,61	5.337.464,28
Gastos com Manut.e Conservação	8.766.100,00	250.797,87	20.638,30
Encargos Sociais	166.750,00	214.830,00	171.864,00
Dividendos a pagar	140.250,00	150.000,00	165.000,00
Financiamentos Bancários	130.000,00	200.000,00	180.000,00
Juros do Financiamento (5%)	96.000,00	150.000,00	110.000,00
PASSIVO REALIZAVEL A LP	1.030.010,20	1.500.000,00	1.100.000,00
Financiamentos Bancários	1.030.010,20	1.500.000,00	1.100.000,00
PATRIMONIO LIQUIDO	51.000.000,00	51.500.000,00	52.000.000,0
Capital Social	50.000.000,00	50.000.000,00	50.000.000,00
Reservas de Lucros	500.000,00	750.000,00	1.000,00
Lucros (Prejuízos) Acumulados	500.000,00	750.000,00	1.000.000,00
TOTAL	55.731.359,17	57.439.953,17	58.613.834,48

14. Demonstração de Resultados dos três últimos exercícios

Tabela XI

Discriminação	2006	2007	2008
(+) Vendas de produtos	21.800.000,00	22.300.000,00	23.900.000,00
(-) Custo produto vendido.	3.925.288,10	3.529.882,06	4.001.063,10
(=) Lucro bruto	17.874.711,90	18.770.117,94	19.898.936,90
(-) Desp. Operacionais	405.300,00	410.250,00	465.200,00
(=) Lucro operacional	17.469.411,90	18.359.867,94	19.433.736,90
(-) Provisão para ir e c. S.	3.010.045,35	3.035.950,50	3.250.980,40
(=) Lucro antes do ir e c.s	14.459.366,55	15.323.917,44	16.182.756,50
(-) Part. e contribuição	305.400,00	315.600,00	365.370,50
(=) Lucro (prejuízo) liquido	14.153.966,55	15.008.317,44	15.817.386,00

SEÇÃO II

LOCALIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

15. Localização

Figura I – Mapa da Cidade do Jaboatão dos Guararapes



15.1 Descrição da Localização

Estamos localizados à margem da BR 101 Sul, km 96, S/N - no município de Jaboatão dos Guararapes - a escolha desta localidade se deu pelo fato de estar muito próxima tanto dos fornecedores como o Moinho Recife, e o nosso mais novo fornecedor o Moinho Bunge recém inaugurado pelo presidente Luís Inácio da Silva (este moinho é considerado o mais moderno da América do sul), e os nossos consumidores, pois é na região metropolitana do Recife que está concentrado nossos maiores parceiros Wal Mart, Grupo Pão de Açúcar, entre outros pequenos varejistas.

15.2 Planta do Empreendimento

Figura II – Planta do empreendimento



Como se pode observar em nossa planta acima, a fábrica é moderna, com espaçamentos bem maiores do que as outras no mercado. Contribuindo com o livre trânsito de pessoas, caminhões de matérias primas e facilidade no trajeto de todos os nossos produtos. Possuímos enormes áreas de armazenagem - para alocar os produtos, até que saiam da fábrica; sala climatizada para o maquinário, - em especial, aquelas que esquentam com mais facilidade; refeitório amplo; e demais alocações.

16. Fatores que influenciaram a localização

16.1 Proximidade das matérias-primas

Por estar localizada a margem da BR 101, Sul, Prazeres - em Jaboatão dos Guararapes - possuímos proximidade com nossos fornecedores, trazendo-nos benefícios tanto de logística quanto de custos, em especial a matéria-prima. Os fornecedores de trigo estão localizados em Recife (a 30 minutos de nossas instalações) em Suape (a 15 minutos) e em outros pontos estratégicos ao redor da fábrica.

16.2 Proximidade dos centros de consumo

Com a construção do porto de Suape melhorou a infraestrutura nos caminhos que nos leva aos fornecedores e consumidores, facilitando assim todo o traslado necessário para a produção e distribuição da Pan Vitalli. A indústria também se beneficia da economia de aglomeração, pois está localizada numa área urbana e que tem grande atividade econômica.

16.3 Disponibilidade de água

A água é um dos principais componentes na fabricação do pão e é disponibilizada pela Compesa, empresa pertencente ao governo do estado de Pernambuco. Esta nos garante a distribuição ininterrupta de tal insumo e nos informa no prazo hábil sobre a manutenção elaborada em nossa localidade nos dando tempo para o armazenamento.

A Compesa também em parceria com o governo do estado, tem entrado com pesados investimentos em urbanizar o saneamento nas proximidades da fábrica, o que enseja um fortalecimento ainda maior na tranquilidade, qualidade de vida e a redução substancial de doenças causadas pela má gestão de esgoto a céu aberto e suas peculiaridades.

16.4 Disponibilidade de energia elétrica

O fornecimento de energia elétrica é disponibilizado através do grupo Neoenergia, que em Pernambuco é detentor da Celpe, empresa que nos garanti qualidade na transmissão da eletricidade, está nos informa que o suprimento de energia elétrica na região sul do estado de Pernambuco é efetuado a partir da subestação SE 230/69KV Pirapama (CHESF), localizado

no distrito industrial do Cabo. Esta sub-estação é alimentada, a partir da SE 500/230 Recife II da CHESF, através de um circuito duplo de 230 KV.

16.5 Disponibilidade de mão-de-obra

16.5.1 Especializada

Há no município de Jaboatão dos Guararapes mão-de-obra especializada, já que a mesma possui faculdades que são referencia em todo o Brasil. O crescimento do porto de Suape, na cidade do Ipojuca, e seus estornos trouxeram atenção especial ao município do Jaboatão dos Guararapes, já que este tem uma boa infraestrutura para a implantação de cursos voltados para as indústrias, que próximo dali irão se instalar.

16.5.2 Não especializada

Este tipo de mão-de-obra em toda parte do Brasil, também é predominante no município. No entanto o governo do estado juntamente com a ABIP, no seu programa Propan em parceria com o SEBRAE, SENAI e SENAC estão investindo em cursos técnicos para que as indústrias locais tenham a sua disposição profissionais qualificados.

16.5.3 Semi-especializada

É notória a importância para qualquer empreendimento, deste tipo e mão de obra, é também fácil de encontrar. A tradição de cursos técnicos junto à cultura e avanço social tem fomentado à população a busca mesmo que semi-especializada de sua mão-de-obra.

16.6 Malha Viária

16.6.1 Rodovias

A malha viária estadual que compreende o trecho entre Recife, Jaboatão e Cabo é considerada uma das mais importantes vias de acesso, por onde é escoada a produção industrial, avícola, e originada da pecuária dos municípios de Belo Jardim, São Bento do Una e cidades circunvizinhas do Agreste e Sertão de Pernambuco. Considerada também como uma das rodovias, mais bem movimentada e conservada do Nordeste.

16.6.2 Ferrovias

Pernambuco foi o primeiro estado do nordeste, e o segundo no território brasileiro a ter uma estrada de ferro: a ferrovia Recife-Cabo, inaugurada a 08 de setembro de 1855, com extensão de 31,5 km ligando a localidade de Cinco Pontas, no Recife, ao município do Cabo de Santo Agostinho. Na época, existia no Brasil apenas a Ferrovia Mauá, também uma pequena ferrovia construída em Petrópolis, Rio de Janeiro. Desde então, o Governo Federal só fez investir neste tipo de transporte, hoje, Pernambuco é considerado o melhor estado do nordeste para o transporte ferroviário.

16.7 Infraestrutura Portuária e Aeroportuária

O porto de Suape está localizado no município do Ipojuca, a poucos quilômetros da capital pernambucana foi inaugurado no século passado, hoje é considerado um dos principais portos brasileiro. Em relação ao transporte aeroportuário, Pernambuco está equipado com um dos mais modernos do Brasil, o aeroporto internacional dos Guararapes, reinaugurado em julho de 2004, com área de 52 mil metros quadrados. O pátio que recebe as aeronaves também foi ampliado de 14 para 26 mil metros quadrados e o pátio possui um duto que transporta o combustível para os aviões através de encanações subterrâneas.

16.8 Infraestrutura Urbana

O município de Jaboatão dos Guararapes possui uma grande rede de escolas municipais e estaduais, além das particulares. No final do ano passado o SENAC inaugurou a primeira escola técnica neste município, que irá viabilizar mão-de-obra para as indústrias locais.

16.8.1 Hospitais

O município dispõe de grandes hospitais públicos e particulares, tais como: Hospital Memorial do Guararapes, UNIS-Unidade Integrada de Saúde, Hospital Geral de Jaboatão, Hospital Santa Genoveva, entre outros. Trazendo tranquilidade e comodidade à sociedade ali localizada e em seu entorno

16.8.2 Agências Bancárias

Trata-se de um ponto muito importante, pois as organizações são bastante dependentes dos bancos para efetuar suas transações. Com o levantamento aferido constatou-se que o município tem as principais agências bancárias do país, sendo assim está apto para executar as atividades financeiras.

16.9 Disponibilidade de Incentivos Fiscais

16.9.1 Federais

A SUDENE assegura através do FNDE – Fundo Nacional de Desenvolvimento Econômico - incentivos federais para empresas de grande porte como a Pan Vitalli que atua no estado de Pernambuco, trazendo assim mais um atrativo para as empresas que aqui ali se estalam.

16.9.2 Estaduais

Já em esfera estadual há incentivos do PRODEPE (Programa de Desenvolvimento de Pernambuco), que foi criado pela lei nº 11.675/1999. Onde existe a isenção de até 80% de imposto sobre mercadorias em circulação e serviços.

16.9.3 Municipais

O município onde está instalada a Pan Vitalli concede incentivos para empresas de grande porte, com isenção ou descontos de ISS e IPTU. Acarretando posteriormente com o retorno do investimento a médio prazo.

17. Disponibilidade de Financiamentos

17.1 Bancos Oficiais

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social (BNDES), órgão do Governo Federal, é hoje o principal instrumento de financiamento de longo prazo para a realização de

investimentos em todos os segmentos da economia, em uma política que inclui as dimensões social, regional e ambiental.

Desde a sua fundação, em 1952, o BNDES se destaca no apoio à agricultura, indústria, infra-estrutura e comércio e serviços, oferecendo condições especiais para micro, pequenas e médias empresas. O Banco também vem implementando linhas de investimentos sociais, direcionados para a educação e saúde, agricultura familiar, saneamento básico e transporte urbano. O apoio do BNDES se dá por meio de financiamentos a projetos de investimentos, aquisição de equipamentos e exportação de bens e serviços. Além disso, o Banco atua no fortalecimento da estrutura de capital das empresas privadas e destina financiamentos não-reembolsáveis a projetos que contribuam para o desenvolvimento social, cultural e tecnológico. **(Fonte site do BNDES)**

17.2 Banco de Apoio ao Nordeste

O Banco do Nordeste do Brasil S. A. é o maior banco de desenvolvimento regional da América Latina e diferencia-se das demais instituições financeiras pela missão que tem a cumprir: atuar, na capacidade de instituição financeira pública, como agente catalisador do desenvolvimento sustentável do Nordeste, integrando-o na dinâmica da economia nacional. Sua visão é a de ser referência como agente indutor do desenvolvimento sustentável da Região Nordeste.

A atividade que define uma instituição financeira é a concessão de crédito. Porém, para cumprir a missão de desenvolvimento em uma região com muitas potencialidades ainda não exploradas, o Banco do Nordeste entende que o crédito é necessário, mas não deve ser o único serviço oferecido. Com esta convicção, o Banco criou diversos instrumentos que lhe possibilitou atuar mais próximo dos clientes e ampliar suas atividades, indo além da intermediação financeira, buscando contribuir para garantir a sustentabilidade dos empreendimentos financiados, associada à melhoria das condições de vida da população nordestina.

São ações antecedentes e subsequentes à concessão de crédito que vêm contribuindo para maior efetividade dos recursos aplicados, seja por darem maior capilaridade ao Banco, possibilitando maior aproximação com o cliente e conhecimento de seu negócio, seja por favorecerem a identificação de parceiros para implementação de iniciativas conjuntas, por exemplo, nas áreas de pesquisa, assistência técnica e apoio à comercialização. **(Fonte site do BNB)**

SEÇÃO III

ESTUDO DE MERCADO, PROGRAMA DE PRODUÇÃO E OBJETIVOS DE PRODUÇÃO

18. O mercado para a empresa

18.1 A demanda pelo produto

18.1.1 Breve Histórico acerca do produto

18.1.2 A demanda pelo produto na área de mercado da empresa

Retroagindo na história do pão, vimos que o mesmo é a vida. É o alimento básico para o sustento humano mais comum, porém, não se trata de somente um alimento para o corpo, como também para a alma, usado como símbolo em várias religiões e crenças.

A história de Jesus Cristo, por exemplo, está cheia de situações relacionadas ao pão, Jesus nasceu em Belém, que significa Casa do Pão, e um dos seus milagres mais conhecidos é a multiplicação dos pães.

Já na Idade Média, o padeiro exercia um certo poder nas cidades que começam a surgir, esta profissão era uma das mais prestigiadas e protegidas. Ser padeiro naquela época era um processo difícil que exigia anos de aprendizagem e disposição. Ser padeiro era participar de um grupo seletivo e poderoso.

Na história mais recente, nossos avós nos ensinavam que se jogássemos um pedaço de pão fora, o beijássemos primeiro. O ato em si era cheio de significados, o principal deles é que o pão assim como a água é a primeira das bebidas ele é o primeiro dos alimentos.

A importância deste alimento, foi de relevante importância para os antigos egípcios, inclusive foi utilizado como moeda corrente. Sendo este povo, o primeiro a acrescentar um líquido à massa para tornar o pão mais leve e macio.

Já no Brasil, o início de sua fabricação obedecia a um ritual próprio com cerimoniais, luzes na mesa, ensalmo para crescer afofar e dourar a crosta. O tempo foi passando e aquelas crenças deram lugar à modernidade, e por ser esse alimento tão importante e consumido por todas as classes sociais, e quando produzido em escala comercial sempre representou excelente negócios para aqueles que enveredam no ramo.

Tal fato nos leva a inferir que o aperfeiçoamento da atividade é condição básica para o sucesso do panificador. Hoje, a associação brasileira da indústria de panificação – ABIP – nos informa que houve um crescimento de 14% no último semestre, e o desempenho projetado para o ano aponta para o crescimento na ordem de 13%, com o faturamento previsto para R\$ 50 bilhões. Esta mesma associação prevê que a indústria de panificação será responsável pela

abertura de 10 mil empregos, e que tal segmento responderá por mais de 760 mil postos de trabalho em todo Brasil.

Antes de dar início ao estudo de mercado vejamos quais os maiores consumidores de Pães no mundo, demonstrados na tabela abaixo:

Tabela XII - Os maiores consumidores de pães do mundo

PAÍS	CONSUMO
Chile	98 kg/capita
Alemanha	91 kg/capita
Suíça	84 kg/ capita
Hungria	80 kg/capita
Dinamarca	74 kg/capita
Argentina	73 kg/capita
Bélgica	71 kg/capita
Portugal	70 kg/capita
Polônia	68 kg/capita
Irlanda	65 kg/capita
Itália	60 kg/capita
Holanda	58 kg/capita
França	56 kg/capita
Espanha	53,8 kg/capita
Uruguai	51 kg/capita
Finlândia	47 kg/ capita
Irlanda	33 kg/capita
México	32,5 kg/capita
Brasil	29 kg/capita

Fonte: SINDPAN

Conforme se observa no quadro acima o Brasil tem um consumo per capita de pão abaixo de muitos países inclusive do México, tal consumo está fora do recomendado pela Organização Mundial de Saúde - OMS – que seria de 60 kg/ano.

18.1.3 Um breve histórico acerca do mercado de pães no Brasil

O consumo de pão no Brasil tem crescido de forma lenta, porém constante. O quadro abaixo demonstra o consumo do produto citado a partir do ano de 1999.

Tabela XIII - Consumo Per Capita de pão no Brasil

ANO	CONSUMO
1999	27 kg/capita
2000	27 kg/capita
2001	27 kg/capita
2002	28 kg/capita
2003	28 kg/capita
2004	28 kg/capita
2005	29 kg/capita
2006	29 kg/capita
2007	29 kg/capita
2008	29 kg/capita

Fonte: SINDPAN

O Brasil conforme mostrado no quadro acima teve um pequeno crescimento no consumo de pão nos últimos 10 anos, no entanto este incremento manteve-se consistente e a ABIP está fazendo algumas ações para aumentar ainda mais tal consumo como é o caso do PROPAN (Programa de Apoio a Panificação) este programa oferece às padarias treinamento e consultoria.

Outro fator que influencia diretamente o consumo do produto em questão é o fator econômico, o aumento do poder aquisitivo em tese aumenta o consumo do produto. O quadro mostrado a seguir demonstra a evolução da renda per capita nacional entre os anos de 1999 e 2008, os dados são do IPEADATA , a preços constantes.

Tabela XIV - Evolução da renda Per Capita de pão no Brasil

Ano	Renda Per Capita R\$
1999	5.890,30
2000	6.311,00
2001	6.886,30
2002	7.491,80
2003	8.382,20
2004	9.510,70
2005	10.720,30
2006	11.709,00
2007	12.770,80
2008	13.843,50

Fonte: IPEADATA

Como se pode observar no quadro acima a renda da população brasileira teve um aumento considerável nos últimos dez anos, no entanto o consumo do pão não acompanhou tal crescimento isto nos leva a pesquisar outra variável que influencia diretamente no consumo e que possibilitará juntamente com as demais variáveis uma definição mais exata nas inferências prospectivas acerca da demanda pelo produto. Tendo em vista que os aspectos da distribuição da renda, impreterivelmente, associam-se ao crescimento populacional, já que o poder aquisitivo decorre deste processo, a variável da qual nos referimos esta representada na tabela abaixo conforme dados obtidos no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística –IBGE - entre os anos de 1999 a 2008.

Tabela XV - Projeção da População Brasileira

Ano	População
1999	168.753.552
2000	171.279.882
2001	173.808.010
2002	176.303.919
2003	178.741.412
2004	181.105.601
2005	183.383.216
2006	185.564.212
2007	187.641.714
2008	189.719.210
2009	192.077.148

Fonte: IBGE

Analisando as três variáveis supracitadas, consumo per capita, renda per capita e o crescimento populacional, verificamos um acontecimento igual a todas elas, ou seja, um firme crescimento ano a ano o que nos mostra seqüencialmente as possibilidades de análises otimistas no mercado Brasileiro no consumo de pão francês. Como mostrado na tabela XIII o consumo per capita do pão não está acompanhando o crescimento de renda representado na tabela XIV, este acontecimento nos faz entender a existência de um enorme potencial no consumo em detrimento da renda auferida pela população e dos esforços das associações representativas de tal seguimento como é o caso da ABIP, com o PROPAN como citado anteriormente.

19. A projeção da demanda global de pães no Brasil

19.1 Aspectos Metodológicos

Com base nas informações apresentadas nas tabelas anteriores, adotou-se um modelo para o desenvolvimento da projeção da demanda, esta estruturado na análise de regressão linear simples (a duas variáveis), onde o consumo per capita do pão Francês de 50 gramas é tomado como dependente, e a renda per capita como variável independente, como demonstradas nas Tabelas XIII e XV, chegando-se a Tabela XXI em seqüência, o qual será o ponto de partida para a projeção:

Tabela XVI – Consumo Per Capita e Renda Per Capita como instrumento de
Projeção 1999 – 2008

Ano	Consumo Per Capita	Renda Per Capita
1999	27 kg/capita	6.311,00
2000	27 kg/capita	6.886,30
2001	27 kg/capita	7.491,80
2002	28 kg/capita	8.382,20
2003	28 kg/capita	9.510,70
2004	28 kg/capita	10.720,30
2005	29 kg/capita	11.709,00
2006	29 kg/capita	12.770,80
2007	29 kg/capita	13.843,50
2008	29 kg/capita	14.916,30

Fonte: ABIP / IPEADATA

Da regressão linear dos dados demonstrados na Tabela XVI, temos o resultado da seguinte equação de reta:

$$\text{CPC} = 2,2714 + 0,0002 \cdot \text{Rpc}, \text{ onde:}$$

CPC = consumo per capita;

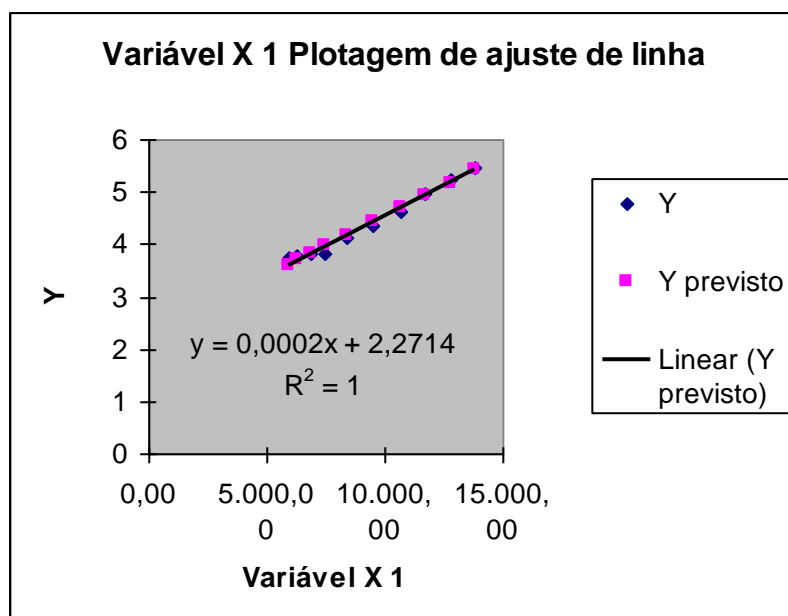
2,2714 = coeficiente linear (consumo Per Capita autônomo);

0,0002 = coeficiente angular (coeficiente de elasticidade-renda);e

Rpc = Renda Per Capita

O gráfico I a seguir demonstra o ajuste de regressão encontrado assim como, a reta de regressão apresentada acima.

Gráfico I – Regressão Linear



No gráfico exposto a variável Y representa os consumos per capita da Tabela XIV. Vemos também no gráfico a reta de regressão obtida, assim como os coeficientes de determinação (R^2) e de correlação (R), respectivamente de 0,9909 (aproximadamente = 1) e de 0,9819. O primeiro mostra o quanto variações na variável independente (R_{pc}) explicam variações na variável dependente (C_{pc}), nas previsões relativas a este estudo.

O segundo mostra o grau em que as variáveis são associadas, na medida em que em que 0,9819 é uma medida aproximada de +1, evidenciando que ambas as variáveis mantêm uma associação direta em termos de comportamento histórico. Melhor explicando, a correlação é direta entre as variáveis, quando R mais se aproxima de +1. E se $R=+1$, implica numa correlação perfeita. Quanto mais R se aproxima de -1, a correlação é inversa (as variáveis seguem direções opostas). Um $R=-1$ evidencia uma associação de natureza inversa.

A etapa que segue, utiliza a reta da regressão como elemento de projeção do consumo per capita dos pães franceses de 50 gramas para o período de 2012 a 2016, ano em que o projeto de ampliação da fábrica deverá entrar em operação. Desta forma, projetou-se a renda per capita do ano de 2009, multiplicando-se o valor da renda per capita de 2008 (ver Tabela XIV), pela taxa média geométrica anual de crescimento da referida renda per capita, a qual

corresponde a 5,98% ao ano, conforme já informado no item anterior (acompanhar memória de cálculo na planilha de cálculos do Excel, que segue anexa ao presente projeto). Os dados destes cálculos são apresentados na Tabela a seguir:

Tabela XVII – Projeção da renda per capita brasileira

Ano	Renda Per Capita R\$	Taxa de Crescimento Anual	Projeção da Renda Per Capita R\$
2009	15.222,30	1,0996	16.738,42
2010	16.738,42	1,0996	18.405,55
2011	18.405,55	1,0996	20.238,72
2012	20.238,72	1,0996	22.254,47
2013	22.254,47	1,0996	24.470,99
2014	24.470,99	1,0996	26.908,27
2015	26.908,27	1,0996	29.588,31
2016	29.588,31	1,0996	32.535,27

OBS: Os dados realçados em negrito correspondem à equação de regressão encontrada, e se referem aos anos em que a empresa estará efetivamente operando.

De acordo com o uso das rendas per capita projetadas para os anos de 2012 a 2016, sendo aplicado na equação de regressão encontrada, produziu os seguintes consumos per capita projetados:

$$C_{p_{c2012}} = 2,2714 + 0,0002.R_{p_{c2012}} = 2,2714 + (0,0002 \times 22.254,47) = 30,5 \text{ toneladas}$$

$$C_{p_{c2013}} = 2,2714 + 0,0002.R_{p_{c2013}} = 2,2714 + (0,0002 \times 24.470,99) = 30,8 \text{ toneladas}$$

$$C_{p_{c2014}} = 2,2714 + 0,0002.R_{p_{c2014}} = 2,2714 + (0,0002 \times 26.908,27) = 31,2 \text{ toneladas}$$

$$C_{p_{c2015}} = 2,2714 + 0,0002.R_{p_{c2015}} = 2,2714 + (0,0002 \times 29.588,31) = 31,8 \text{ toneladas}$$

$$C_{p_{c2016}} = 2,2714 + 0,0002.R_{p_{c2016}} = 2,2714 + (0,0002 \times 32.535,27) = 32,3 \text{ toneladas}$$

Tendo essas informações podemos partir para a próxima e última etapa, na determinação da Demanda Prevista de pão Francês de 50 gramas no Brasil, a de projetar a população brasileira para os anos de igual período ao da primeira projeção. A taxa de crescimento vegetativo da população brasileira correspondeu a uma taxa de crescimento de 1,27% ao ano entre 1999 e 2008, segundo o IBGE.

Desta forma, ao aplicarmos esta taxa sobre a população de 2008, obtêm-se a população de 2009, e de forma sucessiva, a cada ano projetado, aplicou-se a citada taxa para se projetar o ano seguinte, sendo repetido até o ano de 2016, obtendo-se o seguinte resultado da série da projeção da população brasileira:

Tabela XVIII – População brasileira projetada 2012 – 2016

Ano	População Projetada
2012	197.836.106
2013	200.348.624
2014	202.893.052
2015	205.469.794
2016	208.079.260

19.2 A Demanda Projetada de pães no Brasil

Com os dados das projeções na seção anterior, chegou-se à seguinte prospecção da demanda brasileira do pão francês de 50 gramas, no período de 2012 a 2016, que resulta do produto dos consumos per capita projetados tendo como base a população brasileira dos respectivos anos.

Tabela XIX – Demanda brasileira projetada de pães

Ano	População Projetada	Consumo Per Capita projetado (KG)	Demanda Global (KG)	Incremento Anual da Demanda (KG)
2012	197.836.106	30,5	6.034.001,23	–
2013	200.348.624	30,8	6.170.737,62	136.736,39
2014	202.893.052	31,2	6.330.263,22	159.525,60
2015	205.469.794	31,8	6.533.939,45	187.020,326
2016	208.079.260	32,3	6.720.959,78	203.676.227

20. A Oferta brasileira de pães

20.1 Histórico da produção de pães no Brasil

O consumo de pão no Brasil, não era algo pertinente à nossa culinária até o século XIX, principalmente após a Revolução Francesa, daí podemos deduzir a origem do termo pão francês. O sociólogo e antropólogo Gilberto Freyre descreveu que no período colonial, o brasileiro almoçava biju de tapioca e no jantar a farofa, o pirão escaldado ou a massa de farinha de mandioca feita no caldo de peixe ou de carne.

Mas, foi a partir da vinda dos imigrantes italianos que houve um aumento na produção deste alimento em proporções consideráveis. Podemos levar em conta também que esse aumento da oferta de pão se deve muito ao crescimento na produção de trigo em todo mundo, principal matéria prima do pão.

Em termos de produção, a incipiente indústria de panificação brasileira teve origem em Minas Gerais, nos outros grandes centros proliferaram as padarias típicas como em São Paulo, estado com influência significativa de imigrantes.

Na década de 1960, houve incentivo ao consumo do trigo por conta da Aliança para o Progresso – programa de ajuda econômica e social dos Estados Unidos para a América Latina que vigorou entre 1961 e 1970. Dentre as assistências desse programa, figurava o “Acordo do Trigo” que foi contemplado com US\$366,6 milhões entre 1961 e 1968.

Hoje, o Brasil depende muito do mercado internacional para suprir sua necessidade devido a sua não auto-suficiência na produção do trigo, que em embora sua produção seja bem quantitativa, ainda é insuficiente para atender seu mercado interno, com isso suas importações representam 80% da demanda nacional. Em 1991, é firmado o Tratado de Assunção originando o MERCOSUL, tal acordo favoreceu o Brasil que compra maior parte do trigo que abastece seu mercado da Argentina país-membro a tarifas reduzidas.

Tabela XX - Produção nacional de Pães por empresas em 2006

Empresa	Localidade	UF	Produção (t/mês)	Produção (t/ano)	Part. total estimado
Plus Vita	Rio de Janeiro	RJ	78.000	936.000	15,97%
Pulman	Caiçara	RS	3.000	36.000	0,61%
Puratos	São Paulo	SP	75.000	900.000	15,35%
Seven Boys	Porto Alegre	RS	70.000	840.000	14,33%
Nutrella	Gravataí	RS	55.000	660.000	11,26%
Wickbold	São Paulo	SP	45.000	540.000	9,21%
New Bread	Poços de Caldas	MG	28.000	336.000	5,73%
Requinte	Poços de Caldas	MG	6.250	75.000	1,28%
Triguinho	Poços de Caldas	MG	3.200	38.400	0,66%
Zimaze	São Paulo	SP	60.000	720.000	12,28%
Rochapan	São Paulo	SP	65.000	780.000	13,31%
TOTAL			488.450	5.861.400	100%

Fonte: ABIP

Com base na tabela, podemos perceber que as grandes indústrias de panificação concentram-se nas regiões sul/sudeste dando margem ao surgimento de uma grande marca na região em que se deseja ingressar, no caso a região nordeste que é basicamente abastecida pelas filiais dessas grandes redes do sul ou por pequenas indústrias de panificação.

Também podemos inferir que o mercado é bastante concorrido não havendo nenhum grupo ou indústria que obtenha domínio no mercado, pois o percentual de produção das principais produtoras é bastante equilibrado, cuja produção está ligada ao mercado consumidor das respectivas capitais mencionadas na tabela acima.

20.2 A Oferta nacional de pães

A tabela XXI logo abaixo, mostra a composição da oferta Brasileira de Pães no período de 2001 a 2008. Os dados foram criados a partir de dados de produção, das exportações e das importações dos produtos

Tabela XXI – Oferta brasileira de Pães / 2001 – 2008

Ano	Produção Nacional (t)	Exportações (t)	Importações (t)	Oferta Nacional de Pães (t)
2001	2.500.000,00	625.000,00	300.500,00	2.175.500,00
2002	2.650.000,00	600.000,00	250.000,00	2.000.000,00
2003	2.800.000,00	900.000,00	200.000,00	2.100.000,00
2004	3.150.000,00	800.000,00	170.000,00	2.520.000,00
2005	3.600.000,00	825.000,00	170.000,00	2.945.000,00
2006	3.950.000,00	840.000,00	110.000,00	3.220.000,00
2007	4.225.000,00	850.000,00	220.000,00	3.595.000,00
2008	4.400.000,00	800.000,00	185.000,00	3.785.000,00

Fonte: ABIP

Conforme podemos observar acima, a oferta nacional de Pães é bastante otimista se observarmos o crescimento dos anos expostos de produção. Em nosso segmento de mercado, os dados de exportação são inexpressivos, sendo eles inferiores a 5% do que se produz, segundo próprio dados da ABIP, o que termina justificando a inexpressiva variação.

As importações também têm uma tímida expressão, em especial pelo grande volume do produto, concorrência acirrada e o baixíssimo valor agregado do mesmo. Em relação à produção com toda a exigência das normas de padronização do fornecimento do pão em gramas, não houve redução na produção nacional.

Em última pontuação, temos o expressivo crescimento econômico e financeiro do país nos últimos anos essa vitalidade impactou no crescimento dos investimentos no setor. Dessa forma, podemos obter a conclusão que o crescimento da oferta nacional na produção de 2001 a 2008 uma taxa média geométrica de crescimento de -5,12% ao ano, enquanto a taxa média geométrica das importações na ordem de $-(-3,14)$ ao ano, a qual não teve preponderância sobre a oferta nacional do produto que permaneceu com uma taxa de -5,12%. Projetando assim, a oferta pela taxa de crescimento para ela encontrada, achando-se a seguinte projeção para o período de 2012 a 2016:

Tabela XXII– Oferta Nacional Projetada de Pães

Ano	Oferta Nacional Projetada (kg)
2012	4.680.000,00
2013	4.686.000,00
2014	4.721.000,00
2015	4.750.000,00
2016	4.800.000,00

20.3 Cotejo: Demanda “Versus” Oferta do Produto

Tabela XXIII – Projeção do Potencial de Demanda Nacional Insatisfeita

Ano	Demanda Global (kg)	Oferta Nacional Projetada (kg)	Demanda Insatisfeita (kg)
2012	7.329.458.632	4.680.000,00	2.649.458,63
2013	7.434.496.147	4.686.000,00	2.748.496,15
2014	7.552.131.847	4.721.000,00	2.831.131,85
2015	7.680.742.914	4.750.000,00	2.930.742,91
2016	7.824.855.110	4.800.000,00	3.024.855,01

20.4 Considerações Finais

Conforme demonstrado acima, nas projeções, a demanda nacional de pães, mostra um mercado em franca expansão, mesmo considerando as atuais dificuldades nas cadeias de produção, em face de crise mundial. No entanto, conforme analisado, a capacidade produtiva nacional ainda nos revela enormes chances de ascensão, paralelo ao firme crescimento da economia ao país.

Conforme o estudo, ainda vislumbrasse um enorme aquecimento na região, quando efetivamente nos colocarmos na posição de líder no mercado, uma vez que mencionado anteriormente, os demais concorrentes conglomeram-se em Minas Gerais e São Paulo, o que nós dá um diferencial competitivo frente aos pequenos produtores da região.

Um fator de risco ao nosso seguimento, mesmo que contraditório e impactante, se refere à venda demasiadamente abundante de pães em estabelecimentos além das padarias tradicionais, fazendo-as correr atrás de preços baixo, porém produtos de péssima qualidade e precariedade na higiene. Tornando a concorrência deste, desleal por várias vezes.

Quanto à exposição de quadro relativo à demanda nacional insatisfeita, nos permite uma maior visibilidade do quanto ainda temos a investir neste mercado, o que sem dúvida, confere viabilidade mercadológica para o projeto que ora se analisa.

21. Descrições do Processo de Produção de Pães

21.1 Processo Produtivo

Abaixo, teremos a descrição detalhada de todo o processo produtivo, para a consecução do produto final.

1ª etapa: Todos os ingredientes necessários para fabricação do pão francês encontram-se armazenados, após a compra de tais produtos a fornecedores qualificados.

2ª etapa: Aqui os componentes são separados para que o processo seja padronizado evitando desperdício de ingredientes e tempo.

3ª etapa: É a parte em que a farinha de trigo juntamente com a dosagem exata de sal serão misturados e batidos, e, posteriormente será adicionado o fermento, o melhorador e a água.

4ª etapa: Após a mistura de todos os ingredientes que virá a se transformar numa massa, a mesma será amassada através de uma máquina para tal finalidade.

5ª etapa: Com a massa já batida essa etapa tem a função de modelar o pão em um formato padrão.

6ª etapa: O pão é pré-assado.

7ª etapa: Após aquisição do formato padrão o pão será embalado.

8ª etapa: Esta é a etapa de congelamento que manterá o produto a condições normais de temperatura condizentes para a manutenção da qualidade do produto.

9ª etapa: Esta última etapa consiste na distribuição do produto acabado aos nossos clientes através de uma excelente cadeia logística que permitirá que nosso produto chegue a seu destino dentro do prazo estabelecido.

22. Equipamentos para a Produção de Pães

Os equipamento básicos e necessários a todo o processo de fabricação do pão, segue descrito:

- Amassadeira Mecânica
- Batedeira
- Cilindro
- Divisora
- Modeladora
- Forro para pão de Sal
- Geladeira
- Estufa

23. Os Sistemas de Controle Ambiental

A Pan Vitalli está alinhada com as preocupações do mundo atual, e por isso adotou algumas normas de controle ambiental a ser seguidas.

No ano de 1996, baseada na BS 7.750, esta foi elaborada pelo comitê de política de normalização ambiental da poluição da Inglaterra, a ISO lança as primeiras normas da serie ISO 14.000, que busca fixar e implementar o sistema de gestão ambiental nas atividades econômicas de um modo geral.

“As normas ISO 14.001 e ISO 14004 refletem-se aos sistemas de gestão ambiental (SGA). Na primeira, são definidas as diretrizes para uso da especificação e de estabelecer

interessante correspondência entre a ISO 14.001 e a ISO 9001, demonstrando a compatibilidade entre os dois sistemas e mostrando a viabilidade da aplicação das normas da ISO 14001.

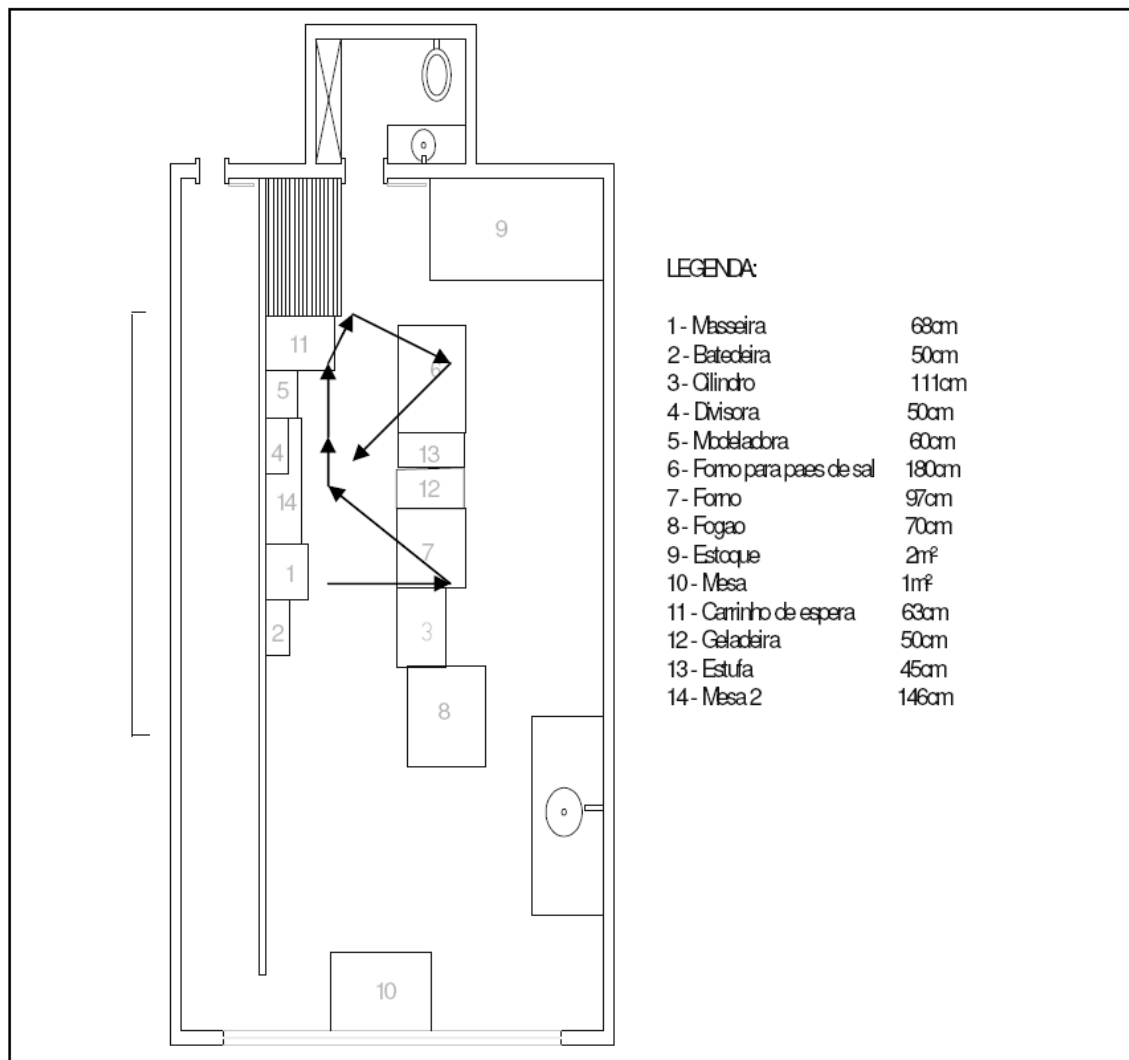
Temos também a família ISO 9000, que diz respeito à Gestão da Qualidade, assim, como a 9001, 9002, 9004 e a 19011, que traz as diretrizes para a auditoria dos sistemas de Gestão da qualidade e ambiental.

Desta forma, buscassem evitar danos ao meio ambiente e a saúde dos colaboradores da indústria, pois com as especificações transparentes de utilização e manipulação de matérias primas e equipamentos são garantidos os controles de certificação e controle ambiental.

24. Layout de produção

O planeamento de Layout envolve decisões em relação à disposição física dos equipamentos necessários aos processos de fabricação. Dessa forma, tem-se a meta de consentir que trabalhadores e equipamentos atuem de maneira ordenada, sem nenhum atrapalhe o andamento do outro.

Figura III – Layout de produção



25. Fluxograma do Processo Produtivo

O fluxograma do processo produtivo mostra todo o processo deste seu início, a maquinaria utilizada para essa iniciação até sua etapa final e o uso da última máquina/processo no arranjo total de produção.

Figura IV – Fluxograma do processo produtivo



26. Investimentos

Logo abaixo estão discriminados os itens de investimentos projetados pela Pan Vitalli S/A, em que ainda contêm as somas contábeis dos investimentos existentes.

26.1 Investimentos Fixos

Tabela – XXIV Investimentos Fixos

Discriminação	Existente	Projetado	Total
Terrenos	800.000,00	-	800.000,00
Obras Preliminares	-	3.062,124,76	3.062,124,76
Obras Civis (edificações)	1.824.000,00	302.000,00	2.126.000,00
Obras Complementares	12.000,00	5.800,00	17.800,00
Máquinas, Aparelhos e Equipamentos	637.420,00	90.600,00	728.020,00
Instalações	42.750,00	7.620,00	50.370,00
Veículos	763.000,00	370.000,00	1.133.000,00
Móveis e Utensílios	31.425,00	4.450,00	35.875,00
Gastos de Implantação	-	2.428,56	2.428,56
Total	4.110.595,00	3.845,023,32	7.955,618,32

Os investimentos necessários para a expansão da planta industrial ocorrerá numa área existente de 500m² somada a uma aquisição de 1.000m², sendo necessário a mobilização de recursos, para obras de terraplanagem, escavação, levantamento topográfico, barracão para obras, assim como as obras civis que serão utilizadas na estrutura do novo galpão industrial.

26.1.1 Terrenos

Tabela XXV – Terrenos

Discriminação	Existente Valor R\$	Projetado Valor R\$	Valor Total
Terreno situado no KM 96 S/N, à margem da BR 101 sul, no município do Jaboatão dos Guararapes no bairro de Prazeres, com área total de 50.000 m ² , em área construída de 25.000 m ² e área disponível para o novo projeto de 25.000 m ² .	800.000,00	-	800.000,00

26.1.2 Obras Preliminares

Tabela XXVII – Obras Preliminares

	Discriminação	Valor Existente	Projetado			Valor R\$	Valor Total
			Unidade	Preço Unitário	Quantidade		
1	Terraplanagem	-	M ³	6,00	1000	768.637,44	768.637,44
	Levantamento						
2	Topográfico	-	VB	-	-	765.137,44	765.137,44
3	Barração de Obra	-	VB	-	-	764.212,44	764.212,44
4	Obras Preliminares	-	M ³	25,00	60	764.137,44	764.137,44
	Total	-	-	-	-	3.050.549,76	3.050.549,76

Na planilha apresentamos os custos das obras de engenharia com relação à construção do novo galpão industrial, assim como obras complementares a este projeto de expansão.

26.1.3 Obra Civil

Tabela XXVIII – Obra Civil

	Discriminação	Valor Existente	Projetado			Valor R\$	Valor Total
			Unidade	Preço Unitário	Quantidade		
1	Prédio da administração existente	18.000,00	M ²	-	-	-	18.000,00
2	Galpão industrial existente	1.500.000,00	M ²	600,00	500	300.000,00	1.800.000,00
3	Oficinas existentes	4.000,00	M ²	200,00	10	2.000,00	6.000,00
	Total	1.522.000,00				302.000,00	1.824.000,00

Referente às obras complementares, o atual projeto não exige esforços demasiados em minúcias maiores à ampliação da iluminação e do calçamento como segue na demonstração da próxima tabela.

26.1.4 Obras Complementares

Tabela XXIX – Obras Complementares

	Discriminação	Valor Existente	Projetado			Valor R\$	Valor Total
			Unidade	Preço Unitário	Quantidade		
1	Poste	1.800,00	UN	150,00	4	600,00	1.650,00
2	Pátio	6.000,00	-	-	-	-	4.000,00
3	Jardim	2.100,00	-	-	-	-	1.300,00
4	Paisagismo	1.400,00	-	-	-	-	1.100,00
5	Iluminação	3.000,00	M	53,00	80	4.000,00	5.650,00
6	Calçamento	2.100,00	M ²	25,00	40	1.200,00	3.300,00
	Total	16.400,00	-	-	-	5.800,00	17.000,00

26.1.5 Máquinas, Aparelhos e Equipamentos

Diante não só da ampliação física da atual edificação, mas do crescimento da produção de pães congelados de 50 gramas, faz-se necessário o desdobramento também de recursos aos seus aparatos de produção conforme tabela a seguir:

Tabela XXX – Máquinas, Aparelhos e Equipamentos

	Discriminação	Valor Existente	Projetado			Valor R\$	V. Total R\$
			Unidade	Preço Unitário	Quantidade		
1	Amassadeira 2 velocidades, garfo espiral e capacidade de processamento 25 KG	70.000,00	UN	3.500,00	2	7.000,00	77.000,00
2	Mesa Inox 1,0 x 1,90	3.500,00	UN	700,00	2	1.400,00	4.900,00
3	Balança Digital	4.000,00	UN	200,00	1	200,00	4.200,00
4	Divisora de coluna 30 peças	15.000,00	UN	1.500,00	5	7.500,00	22.500,00
5	Modeladora	18.000,00	UN	1.800,00	5	9.000,00	27.000,00
6	Esteiras	20.000,00	UN	1.000,00	3	3.000,00	23.000,00
7	Formas	15.000,00	UN	300,00	10	3.000,00	18.000,00
8	Armários específicos	14.000,00	UN	-	-	-	14.000,00
9	Batedeira	10.000,00	UN	1.000,00	5	5.000,00	15.000,00
10	Forno Turbo Gás	17.500,00	UN	3.500,00	2	7.000,00	24.500,00
11	Resfriador de Água	18.000,00	UN	1.800,00	3	5.400,00	23.400,00
12	Cilindro	22.000,00	UN	2.200,00	3	6.600,00	28.600,00
13	Câmara Resfriamento	110.000,00	UN	5.500,00	5	27.500,00	137.500,00
14	Fatiadeira	14.000,00	UN	4.000,00	2	8.000,00	22.000,00
15	Câmara de Congel.	20.000,00	UN	-	-	-	-
16	Bebedouro	3.000,00	UN	-	-	-	-
17	Aparelho Telefônico c/ fio	600,00	UN	-	-	-	-
18	Aparelho Telefônico s/ fio	1.000,00	UN	-	-	-	-
19	Ar condicionado Central	24.000,00	UN	-	-	-	-
20	Sustentador de madeira	1.320,00	M ²	-	-	-	-
21	Banco de Apoio	4.000,00	UN	-	-	-	-
22	Câmera de vigilância	1.000,00	UN	-	-	-	-
	Total	405.920,00		-	-	90.600,00	441.600,00

26.1.6 Instalações

Como parte complementar do funcionamento da produção, temos a necessidade de ampliação também de nossas instalações, o que sem dúvida proporcionará no aumento na produção de forma mais efetiva. E para isso temos os custos seguintes:

Tabela XXXI – Instalações

	Discriminação	Valor Existente	Projetado			Valor R\$	V. Total R\$
			Unidade	Preço Unitário	Quantidade		
1	Elétricas	15.000,00	M	52,00	50	2.600,00	17.600,00
2	Hidráulica	18.000,00	M	68,00	50	3.400,00	21.400,00
3	Ar Comprimido	7.000,00	M	22,00	50	1.100,00	8.100,00
4	Ar Condicionado (dutos)	2.750,00	M	26,00	20	520,00	3.270,00
	Total	42.750,00				7.620,00	50.370,00

26.1.7 Veículos

No curso do aumento da produção de pães francês a distribuição ocorrerá de modo ágil e eficaz, uma vez que as vendas são representadas por demandas crescentes, o que justifica também uma preparação no setor de transporte, e para darmos maior velocidade no escoamento da produção necessita do investimento descrito na seguinte tabela:

Tabela XXXII – Veículos

	Discriminação	Valor Existente	Projetado			Valor R\$	V. Total R\$
			Unidade	Preço Unitário	Quantidade		
1	Caminhão Truck	420.000,00	UN	140.000,00	1	140.000,00	560.000,00
2	F-4000	160.000,00	UN	80.000,00	1	80.000,00	240.000,00
3	Gol	52.000,00	UN	26.000,00	2	52.000,00	104.000,00
4	Saveiro	42.000,00	UN	21.000,00	0	-	42.000,00
5	Ducato	80.000,00	UN	80.000,00	1	80.000,00	160.000,00
6	Twister 250 cc	9.000,00	UN	9.000,00	2	18.000,00	27.000,00
	Total	763.000,00				370.000,00	1.133.000,00

26.1.8 Móveis e Utensílios

Tabela XXXIII – Móveis e Utensílios

	Discriminação	Valor Existente	Projetado			Valor R\$	V. Total R\$
			Unidade	Preço Unitário	Quantidade		
1	Birô executivo	1.000,00	UN	250,00	1	250,00	1.250,00
2	Birô tradicional	800,00	UN	200,00	3	600,00	1.400,00
3	Arm. Org. 4m x 50m x 0,80cm	21.000,00	UN	3.500,00	1	3.500,00	24.500,00
4	Arm. Org. 10m x 2m x 0,80cm	1.600,00	UN	800,00	0	-	1.600,00
5	Moldes	5.000,00	UN	1.000,00	0	-	5.000,00
6	Ferramentas	625,00	UN	25,00	4	100,00	725,00
7	Cadeira Executiva	440,00	UN	110,00	0	-	440,00
8	Cadeira Tradicional	960,00	UN	60,00	0	-	960,00
	Total	31.425,00				4.450,00	35.875,00

26.1.9 Gastos de Implantação

Os gastos incorridos com a ampliação do empreendimento são discriminados em seqüência:

A - Know-How e Assessoria

O custo da assessoria da Eletric Assessoria Técnica Ltda. está orçado em R\$ 2.000,00.

B - Despesas Pré-Operacionais

Consideraram-se 90 dias efetivos de gastos com os itens abaixo:

Tabela XXXIV - Pré-operacionais

Discriminação	Valor R\$
Água	125,50
Energia	215,70
Total	341,20

C – Eventuais

Para a cobertura de gastos imprevistos foi estimada uma reserva técnica correspondente a 5% do somatório dos dois itens anteriores (A + B), ficando orçado em R\$ 117,06. **Total dos gastos de implantação (A + B + C) R\$ 2.458,26.**

27. Capital de Giro

Este ponto do projeto nos remete aos gastos necessários para o desenvolvimento do processo de produção, à qual corresponde ao gasto mensal com matérias-primas, insumos, pessoal, encargos, luz, águas e demais despesas oriundas de todo o processo. Abaixo, temos detalhadamente, as etapas e gastos:

27.1 Inversões Circulantes

Tabela – XXXV Inversões Circulantes

Discriminação	Unidade	Estoque mínimo em 30 dias	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)
1. Caixa Mínimo	vb	-	-	-	1.818.000,00
2. Estoque de Peças e Material de Reposição	vb	-	-	-	
2.1 Fusível 75HP	-	5	7	2,50	17,50
3. Estoque de Matérias-Primas e Mat.Secundários					
3.1 Farinha de Trigo	kg	110	155	145,00	306.900,00
4. Outros Insumos					
4.1 Energia Elétrica	kw/h	6.015	7.040	0,16	1.126,00
4.2 Combustível					
4.2.1 Gás para o processo	m ³	15	20	53,00	1.750,00
4.3 Sal	t	20	25	70,00	375,00
4.4 Fermento	kg	20	30	12,50	1.060,00
4.5 Material Embalagem					
4.5.1 Caixa para armazenagem dos pães	-	2.000	3.100	0,26	775,00
4.5.2 Sacola plást. p/ Embalagem dos pães	-	25.000	27.000	0,03	0,81
4.6 Água	m ³	90	100	3,30	330,00
5. Estoque de Produtos em Elaboração	-	595	600	749,00	449.400,00
6. Estoque de Produtos Prontos	-	890	900	1.010,00	909.000,00
7. Financiamento de Vendas	-	1.230	1.260	1.161,50	1.463.490,00
8. Subtotal					3.488.733,50
9. Capital de Giro Existente (Ativo Circulante - Passivo Circulante)					42.055.956,68

27.2 Quadro Resumo dos Investimentos

Tabela – XXXVI Quadro Resumo dos Investimentos

Discriminação	Valor (R\$)
Fixos	5.105.068,56
Terrenos	800.000,00
Obras Preliminares	3.062,124,76
Obras Civas (edificações)	2.126.000,00
Obras Complementares	17.800,00
Máquinas, Aparelhos e Equipamentos	728.020,00
Instalações	50.370,00
Veículos	1.133.000,00
Móveis e Utensílios	35.875,00
Gastos de Implantação	2.428,56
Circulantes	45.544.690,18
Total	58.605.377,06

28. Custos Totais

28.1 Custos Fixos

São aqueles que ocorrem independentemente da produção ou das vendas. Geralmente eles são compostos dos salários e dos respectivos encargos sociais do pessoal administrativos, e dos gastos gerais de administração.

28.1.1 Seguro

Tabela – XXXVII Seguro

Discriminação	ATUAL			PROJETADO			TOTAL		
	Alíquota (%)	Valor do Item	Prêmio	Alíquota (%)	Valor do Item	Prêmio	Valor do Item	Prêmio	Dispêndio Anual
Obras Civas	0,01	1.824.000,00	18.240,00	0,01	302.000,00	3.020,00	2.126.000,00	21.260,00	2.147.260,00
Máquinas, aparelhos e equipamentos	0,03	637.420,00	19.122,60	0,03	90.600,00	2.718,00	728.020,00	21.840,60	749.860,60
Veículos	0,05	763.000,00	38.150,00	0,05	370.000,00	18.500,00	1.133.000,00	56.650,00	1.189.650,00
Móveis e utensílios	0,005	31.425,00	157,13	0,005	4.450,00	22,25	35.875,00	179,38	36.054,38
Instalações	0,03	42.750,00	1.282,50	0,03	7.620,00	228,60	50.370,00	1.511,10	51.881,10
Total		3.298.595,00	76.952,23		774.670,00	24.488,85	4.073.265,00	101.441,08	4.174.706,08

28.1.2 Despesas Gerais e Administrativas

28.1.2.1 Energia Elétrica

Os gastos mensais com energia elétrica gira em torno de R\$ 1.000,00, num ano significa uma quantia de R\$ 12.000,00.

28.1.2.2 Água

Os gastos mensais com água gira em torno de R\$ 800,00 que em um ano corresponde a R\$ 9.600,00.

28.1.2.3 Telefone

Nossos gastos mensais com telefonia são de R\$ 950,00, em que ao final de um ano corresponderá a R\$ 11.400,00.

28.1.2.4 Materiais de Expediente

O gasto anual com esse item que correspondem aos materiais utilizados para as atividades do escritório como: lápis, papéis, canetas, cliques, grampos, grampeador, régua etc. Equivale a R\$ 3.600,00.

28.1.2.5 Eventos Anuais

Toda atividade que despense recursos para as nossas comemorações em datas festivas ou por satisfação com resultados consomem anualmente R\$ 3.000,00.

28.1.2.6 Tributos Fixos (CIM, IPTU)

Tal item corresponde a um gasto anual de R\$ 4.000,00.

28.1.2.7 Portes e Telegramas

Como nossa empresa visa à redução dos custos esse item só é para casos especiais, cujo gasto anual é de R\$ 600,00.

28.1.2.8 Lanches e Cafés

É despendido anualmente o valor de R\$ 2.500,00.

28.1.2.9 Eventuais

Há uma verba anual que corresponde a 5% sobre os itens anteriores que resulta em R\$ 2.335,00.

Tabela – XXXVIII Resumo das Despesas Administrativas

Discriminação	Valor R\$
Água, luz e telefone	33.000,00
Materiais de expediente	3.600,00
Eventos anuais	3.000,00
Tributos fixos	4.000,00
Portes e telegramas	600,00
Lanches e cafés	2.500,00
Subtotal	46.700,00
Eventuais	2.335,00
Total	49.035,00

28.1.3 Salários e Encargos da M.O.F

28.1.3.1 Salário Diretor

Nosso quadro é composto por quatro Diretores, são eles: Diretor de Marketing, Diretor Financeiro, Diretor Comercial e Diretor de Produção. Cujo salário corresponde a R\$ 14.000,00 mensais e R\$ 168.000,00 anuais.

28.1.3.2 Salário Gerência

Contamos ao todo com 10 gerentes todos com salários base de R\$ 9.000,00. Nos mais diversos segmentos que estão ligados a uma diretoria. São eles: financeira, contábil, compras, comercial, jurídica, produção, serviços gerais, segurança patrimonial, departamento pessoal e recursos humanos.

28.1.3.3 Salário Administrativo/Financeiro

Setor que compreende os funcionários que compõe os setores: financeiro, contábil, controladoria, compras, cobrança etc. Cuja remuneração é R\$ 1.000,00.

28.1.3.4 Salário Equipe Comercial

Aos integrantes do setor comercial que se caracteriza pela parte de vendas de nosso produto cujo salário corresponde a R\$ 2.100,00.

28.1.3.5 Salário Trainee

A Pan Vitalli é uma organização que possibilita aos seus funcionários fazerem carreira, com isso pensando no futuro nossos trainees são desenvolvidos nos mais diversos setores. O nível de exigência é considerado alto devido à formação de nível superior em engenharia. Salário R\$ 3.000,00.

28.1.3.6 Salário Serviços Gerais

Setor com baixo nível de exigência escolar que consistem em atividades em diversos setores da indústria. Salário R\$ 673,00.

28.1.3.7 Salário Auxiliar¹

Profissional desempenhado a resolver serviços externos para a organização exigência do Ensino Médio. Salário R\$ 605,00.

28.1.3.8 Salário Auxiliar²

Também se caracteriza por ser uma função pertinente a vários setores. Salário R\$ 472,00.

28.1.4 Resumo dos Custos de Salários

Tabela – XXXIX Resumo dos Custos Salários

Discriminação	ATUAL			PROJETADO			TOTAL		
	Quantidade	Salário	Total	Quantidade	Salário	Total	Quantidade	Salário	Dispêndio
Diretoria	5	14.000,00	70.000,00	-	-	-	5	14.000,00	70.000,00
Gerência	10	9.000,00	90.000,00	-	-	-	10	9.000,00	90.000,00
Administrativo/financeiro	13	1.000,00	13.000,00	4	1.000,00	4.000,00	17	1.000,00	17.000,00
Vendedor	20	2.100,00	42.000,00	2	2.100,00	4.200,00	22	2.100,00	46.200,00
Trainee	15	3.000,00	45.000,00	1	3.000,00	3.000,00	16	3.000,00	48.000,00
Serviços gerais	12	673,00	8.076,00	2	673,00	1.346,00	14	673,00	9.422,00
Auxiliar ¹	2	605,00	1.210,00	4	605,00	2.420,00	6	605,00	3.630,00
Auxiliar ²	6	472,00	2.832,00	2	472,00	944,00	8	472,00	3.776,00
Subtotal	83		272.118,00	15		15.910,00	98		288.028,00
Encargos sociais (75%)			204.088,50			11.932,50			216.021,00
Total			476.206,50			27.842,50			504.049,00

28.1.5 Honorários da Diretoria

A direção da indústria é composta por quatro acionistas. O gasto anual é R\$ 87.360,00 em conformidade com a tabela abaixo:

Tabela – XL Honorários da Diretoria

Discriminação	Mensal R\$	Anual R\$
Diretor de produção	14.000,00	168.000,00
Diretor de marketing	14.000,00	168.000,00
Diretor financeiro	14.000,00	168.000,00
Diretor comercial	14.000,00	168.000,00
Total	56.000,00	672.000,00
Encargos (13%)	7.280,00	87.360,00

28.1.6 Depreciação

Tabela – XLI Depreciação

Discriminação	Existente	Projetado	Alíquota (%)	Fundo de depreciação
Obras preliminares	-	3.062,124,76	2,5	145,00
Obras complementares	12.000,00	5.800,00	2,5	445,00
Obras civis	1.824.000,00	302.000,00	2,5	53.150,00
Máquinas, aparelhos e equipamentos	637.420,00	90.600,00	10	72.802,00
Veículos	763.000,00	370.000,00	20	226.600,00
Instalações	42.750,00	7.620,00	10	5.037,00
Móveis e utensílios	31.425,00	4.450,00	10	3.587,50
Total	-	-	-	361.766,50

28.1.7 Amortizações

Sobre os gastos realizados no período de implantação a empresa constitui um fundo de amortização correspondente a 20% dos referidos gastos, onde o retorno ocorrerá em cinco anos. Gasto de Implantação X 20% = Valor amortizado.

Tabela – XLII Amortizações

Discriminação	Valor R\$
Obras preliminares	3.062.124,76
Obras complementares	17.800,00
Instalações	50.370,00
Subtotal	3.130.294,76
Amortização	20%
Total	626.058,952

28.1.8 Manutenção e Conservação

Tabela – XLIII Manutenção e Conservação

Discriminação	Manutenção anual			Conservação anual			Total
	Valor R\$	Alíquota	Custo	Valor R\$	Alíquota	Custo	
Obras civis	2.126.000,00	0,5%	10.630,00	2.126.000,00	-	-	-
Máquinas, aparelhos e equipamentos	728.020,00	10%	72.802,00	728.020,00	0,5%	3.640,10	-
Instalações	50.370,00	10%	5.037,00	50.370,00	0,1%	50,37	-
Móveis e utensílios	35.875,00	10%	3.587,50	35.875,00	0,1%	35,88	-
Veículos	1.133.000,00	20%	226.600,00	1.133.000,00	1,5%	16.995,00	-
Total	-	-	318.656,50	-	-	20.721,35	339.377,85

28.1.9 Resumo dos Custos Fixos

Tabela – XLIV Resumo dos Custos Fixos

Discriminação	Valor R\$
Salários e encargos M.O.F	504.049,00
Honorário da Diretoria e encargos	109.200,00
Depreciações	361.766,50
Amortização	15.949,00
Despesas gerais e administração	49.035,00
Manutenção e conservação	339.377,55
Seguro	4.174.706,08
Total	5.554.083,13

28.2 Custos Variáveis

É aquele cuja incidência decorre da produção e é influenciado diretamente pela alteração do nível de atividade.

28.2.1 Salários e Encargos de Mão-de-Obra M.O.V.

TABELA – XLV Salários e encargos de mão-de-obra variável

Discriminação	Quantidade de Colaboradores	Salário	T. Mensal R\$	T. Anual R\$
Supervisor de produção	5	2.000,00	10.000,00	120.000,00
Encarregado de produção	7	1.400,00	9.800,00	117.600,00
Operador de máquinas	20	850,00	17.000,00	204.000,00
Auxiliar de produção	32	650,00	20.800,00	249.600,00
Subtotal	-	-	57.600,00	691.200,00
Encargos Sociais (75%)	-	-	43.200,00	518.400,00
Total	-	-	100.800,00	1.209.600,00

28.2.2 Programação de Produção Planejada

A programação de produção projetada está relacionada com os gastos com: matéria-prima, materiais secundários e outros insumos.

Tabela – XLVI Programação de Produção Projetada

Discriminação	Procedência	Unidade	Custo Unitário (R\$)	Quantidade Anual	Custo Anual (R\$)
1. Matérias-primas					
Farinha de Trigo	PE	t	198,00	20.000	3.960.000,00
2. Outros insumos					
Energia Elétrica	PE	kw/h	0,16	7.040	1.126,40
Sal	RN	t	70,00	300	21.000,00
Fermento	SP	kg	12,50	240	3.000,00
Gás para o processo	PE	m ³	53,00	12.720	674.160,00
Material Embalagem	PE	-	0,14	324.000	9.309,72
Água	PE	m ³	3,30	1.200	3.960,00
Subtotal					712.556,12
Total					4.672.556,12

28.2.3 Impostos Variáveis

TABELA – XLVII Impostos variáveis

Créditos s/ Compras				Débitos s/ Compras			
Discriminação	Alíquota %	Compra	Crédito Apurado	Alíquota %	Venda	Débito Apurado	ICMS a pagar
Matéria-prima	17	2.900.000,00	50.490,00	-	-	-	-
Insumos	-	38.773,00	-	-	-	-	-
Vendas	-	-	-	18	23.900.000,00	4.302.000,00	-
Total	-	335.773,00	50.490,00	-	23.900.000,00	4.302.000,00	3.809.000,00

28.2.4 Comissão sobre as vendas

Para estimularmos nossos vendedores damos-lhes um percentual (1,5%) sobre suas vendas, sendo assim segue nossas despesas anuais com comissão conforme tabela abaixo.

TABELA – XLVIII Comissão sobre as vendas

Vendas R\$	Valor total com Comissão	Quantidade de vendedores	Valor por funcionário ao ano
23.900.000,00	358.500,00	20	17.925,00

28.2.5 Juros de crédito de curto prazo

De acordo com a política de vendas prevista pela empresa, é estimado um custo financeiro correspondente ao pagamento de juros simples de 5% a.m sobre as vendas faturadas para 60 dias. São vendidos em média 130.000 kg de pães francês congelados no mês onde 30% são vendidos com prazo de 60 dias para pagamento. Temos então o seguinte cálculo: $130.000 \times 30\% = 39.000$; ou seja, trinta e nove mil pães congelados são vendidos com prazo de 60 dias mensalmente, o quilo do pão francês congelado à vista é R\$ 1,50 (cada), porém, o valor a prazo de 60 dias é R\$ 1,65.

Vendas para 60 dias = taxa x quantidade vendida a prazo x valor a prazo

Vendas para 60 dias = $0,05 \times 39.000 \times 1,65$

Total de vendas para 60 dias é R\$ 3.217,50.

28.2.6 PIS e COFINS

PIS/PASEP, na modalidade faturamento/receita bruta, e a COFINS, constitui no auferimento da receita, por pessoa jurídica de direito privado, considerando-se receita a totalidade das receitas auferidas, independentemente da atividade exercida pela pessoa jurídica e da classificação contábil adotada para sua escrituração. As alíquotas do PIS/PASEP e da COFINS, aplicáveis sobre o faturamento são, regra geral, de sessenta e cinco centésimos por cento (0,65%) e de três por cento (3%), respectivamente. O período de apuração do PIS/PASEP e da COFINS de caráter mensal devendo ser efetuado até o último dia útil da primeira quinzena do mês subsequente ao de ocorrência do fato gerador. Em termos anuais segue a nossa demonstração na tabela abaixo:

TABELA XLIX – PIS e COFINS

Faturamento Anual	PIS		COFINS	
	Alíquota (%)	Imposto devido	Alíquota (%)	Imposto devido
23.900.000,00	0,65	155.350,00	3	717.000,00

PIS	COFINS	Total
155.350,00	717.000,00	872.350,00

A soma do PIS (R\$ 155.350,00) e da COFINS (R\$ 717.000,00) é de R\$ 872.350,00.

28.2.7 Eventuais

Refere-se a 5% do somatório dos itens anteriores.

28.2.8 Resumo dos Custos Variáveis

TABELA L – Resumo dos Custos Variáveis

Discriminação	Valor R\$
Salários e encargos MOV	1.209.600,00
Matérias Primas e secundárias e Outros insumos	2.915.285,00
Comissões s/ Vendas	358.500,00
Impostos Variáveis (ICMS)	343.926,00
Fretes e Carretos	100.000,00
PIS / COFINS	872.350,00
Subtotal	5.799.661,00
Eventuais	289.983,05
Total	6.089.644,05

29. Receitas e Avaliações Econômicas e Financeiras

29.1 Faturamento Presente e avaliação financeira do empreendimento projeção da receita

Será demonstrado nas tabelas que seguem os principais índices de avaliação, desde a evolução da produtividade ao aumento do faturamento da Pan Vitalli S/A. O histórico evolutivo aparece logo no primeiro ano de inauguração, onde se produziu (R\$ 50.000,00) de Pão Francês de 50 g, gerando um faturamento na ordem de R\$ 150.000.000,00.

Mesmo com a atual crise, recentes dados mostram um crescimento do setor acompanhando os três principais índices que afetam a demanda: a renda per capita, o consumo per capita e o crescimento vegetativo da população brasileira, o que os levou a atual produção de (65.000,00 mil) e um faturamento aproximado de R\$ 195.000.000,00.

A tabela a seguir traz a demonstração dos dados que serão essenciais para a projeção dos resultados onde poderá ser identificado o ponto de nivelamento da empresa, ou quanto à empresa precisa produzir para uma estabilidade que não obtenha lucro nem prejuízo.

Tabela LI – Receita Projetada

Existente		Projetada					
		1º Ano		2º Ano		3º Ano	
Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor	Quantidade	Valor
50.000,00	150.000,00	55.000,00	165.000,00	60.000,00	180.000,00	65.000,00	195.000,00

Total	
Quantidade	Valor
230.000,00	690.000,00

29.2 Projeção dos Resultados

Tabela LI – Projeção dos Resultados

	Existente	Projetada			Total
		Ano 1	Ano 2	Ano 3	
	Valor (R\$)	Valor (R\$)	Valor (R\$)	Valor (R\$)	
Receita Total	21.500.000,00	21.400.000,00	21.700.000,00	21.816.000,00	86.416.000,00
Dedução (IPI)	3.225.000,00	3.210.000,00	3.255.000,00	3.272.400,00	12.962.400,00
Receita Líquida	18.275.000,00	18.190.000,00	18.445.000,00	18.543.600,00	73.453.600,00
Custo Variável	10.457.915,59	11.008.332,20	11.587.718,10	12.197.598,00	45.251.563,89
Margem de Contribuição Total	7.817.084,41	7.181.667,80	6.857.281,90	6.346.002,00	28.202.036,11
Custo Fixo	3.185.718,56	3.353.387,96	3.529.882,06	3.541.063,11	13.610.051,69
Lucro Líquido Operacional	4.631.365,85	3.828.279,84	3.327.399,84	2.804.938,89	14.591.984,42
Provisão para IR	1.389.409,76	1.148.483,95	998.219,95	841.481,67	4.377.595,33
Lucro Líquido	3.241.956,10	2.679.795,89	2.329.179,89	1.963.457,22	10.214.389,10
Ponto de Nivelamento	40,75%	46,69%	51,48%	49,80%	48,26%

29.3 Fluxo de Caixa e Taxa Interna de Retorno

Tabela LII – Fluxo de Caixa e Taxa Interna de Retorno

Ano	Entrada			Saída				Saldo Anual de Caixa
	Lucro Operacional (R\$)	Depreciação/Amortização (R\$)	Total (R\$)	Recursos Próprios	Dividendos	Reposições	Total	
1	15.848.738,90	377.715,50	16.226.454,40	50.000.000,00	1.584.873,89	-	51.584.873,89	- 35.358.419,49
2	15.848.738,90	377.715,50	16.226.454,40	-	1.584.873,89	-	1.584.873,89	14.641.580,51
3	32.720.934,25	377.715,50	33.098.649,75	-	3.272.093,43	-	3.272.093,43	29.826.556,33
4	31.697.477,80	377.715,50	32.075.193,30	-	3.169.747,78	-	3.169.747,78	28.905.445,52
5	48.569.673,15	151.115,50	48.720.788,65	-	4.856.967,32	226.600,00	5.083.567,32	43.637.221,34
6	48.569.673,15	151.115,50	48.720.788,65	-	4.856.967,32	-	4.856.967,32	43.863.821,34
7	48.569.673,15	151.115,50	48.720.788,65	-	4.856.967,32	-	4.856.967,32	43.863.821,34
8	48.569.673,15	151.115,50	48.720.788,65	-	4.856.967,32	-	4.856.967,32	43.863.821,34
9	48.569.673,15	151.115,50	48.720.788,65	-	4.856.967,32	-	4.856.967,32	43.863.821,34
10	48.569.673,15	78.313,50	48.647.986,65	-	4.856.967,32	72.802,00	4.929.769,32	43.718.217,34
11	48.569.673,15	78.313,50	48.647.986,65	-	4.856.967,32	-	4.856.967,32	43.791.019,34
12	48.569.673,15	78.313,50	48.647.986,65	-	4.856.967,32	-	4.856.967,32	43.791.019,34
13	48.569.673,15	78.313,50	48.647.986,65	-	4.856.967,32	-	4.856.967,32	43.791.019,34
14	48.569.673,15	78.313,50	48.647.986,65	-	4.856.967,32	-	4.856.967,32	43.791.019,34
Total	581.812.621,35	2.658.007,00	584.470.628,35	50.000.000,00	58.181.262,14	299.402,00	108.480.664,14	475.989.964,22

Nota: A regra pede que a taxa interna de retorno seja entre 11% e 16%.

29.4 Esquema de Usos e Fontes do Projeto

Tabela LIII - Esquema de Usos e Fontes do Projeto

Discriminação	Existente	Projetada	Total
Investimentos Fixos (Usos)			
Terrenos	800.000,00	-	800.000,00
Obras Preliminar	-	3.050.549,76	3.050.549,76
Obras Complementares	12.000,00	5.800,00	17.800,00
Obras Civas	1.824.000,00	302.000,00	2.126.000,00
Máquinas, Aparelhos e Equipamentos	637.420,00	90.600,00	728.020,00
Instalações	42.750,00	7.620,00	50.370,00
Veículos	763.000,00	370.000,00	1.133.000,00
Móveis e Utensílios	31.425,00	4.450,00	35.875,00
Gastos de Implantação	-	2.428,56	2.428,56
Capital de Giro	42.055.956,68	-	42.055.956,68
Total Investimentos	46.166.551,68	794.473,56	46.961.025,24
Fontes			
Recursos Próprios	50.000.000,00	-	50.000.000,00
Total	96.166.551,68	-	96.166.551,68
TIR			13%

29.5 Índices Econômico-Financeiros

Tabela – LIV Índices Econômico-Financeiros

Discriminação	Valor	%
1. Ponto de Nivelamento		
Custos Fixos/ RT - CV		45,25
2. Rentabilidade		
Lucro Líquido/ Investimento Total		20,42
3. Lucratividade		
Lucro Líquido/ Receita Total		11,82
4. Produtividade Mão-de-obra		
Receita Total/ Nº de Empregados Total	367.268,00	-
5. Carga Tributária Bruta	-	30,65
Impostos Recolhidos/ Receita Total		
6. Quantidade de Equilíbrio		
Custos Fixos/ P. Unit. - C. Unit. Variável	45.206,20	-
7. Taxa Interna de Retorno (T.I.R)	-	13

30. Diagnóstico

Hoje Pernambuco é destaque dentre os principais Estados, pois está em franco crescimento econômico, o que nos convida a pensar sempre num constante investimento. Com este objetivo e usando a clareza, como bússola ao entendimento do mesmo, e a fim de melhor esclarecer possíveis dúvidas, procuramos achar nos artifícios da ciência exata a justificativa documental da sua viabilidade.

Como sabemos ao avaliarmos a saúde financeira de qualquer empresa, busca-se o quanto a mesma dispõe de capital circulante, para isso avaliamos o seu Índice Líquido Circulante, pois na sua leitura, quanto maior for mostrado o Ativo Circulante deduzindo-se o Passivo Circulante, maior capital é a parte da empresa, em outras palavras, a mesma possui mais recursos próprios. A Pan Vitalli em recursos próprios tem um montante de R\$ 50.000.000,00 (Cinquenta milhões de reais).

Conforme o Ponto de Nivelamento demonstrado no decorrer do presente projeto que foi de 48,26% e de ser considerado na sua leitura uma demonstração razoável de equilíbrio, lembramos que devido aos altos custo deste seguimento, os seus investimentos também obedecem à mesma lógica sendo comum então este tipo de leitura.

Conforme justificado ainda no início deste projeto, na seção de Estudo de Mercado, identificamos que pela dificuldade logística encontrada pelos principais produtores de Pães congelados para o escoamento da sua produção, pois os mesmos se encontram na região sudeste, o que nos deixa com eminente possibilidade de domínio do mercado Nordestino uma vez, que a questão custo x benefício é suficiente para justificar o desinteresse no seu raio de distribuição, pois quanto maior, menos atraente, as exportações também justificam esta análise, pois perfazem índices ainda menores que 5% de toda produção nacional conforme dados da ABIPE.

Esta estratégica escolha de localização do negócio nos trouxe atual receita de R\$ 23.900.000,00 (vinte e três milhões e novecentos mil reais) um volume bastante considerado mesmo obtendo um lucro líquido de R\$10.214.389,10 (dez milhões duzentos e catorze mil e trezentos e oitenta e nove reais e dez centavos). O que de imediato trouxe um volumoso montante de arrecadação de impostos aos cofres do poder público na casa dos R\$ 4.377.595,33 (quatro milhões trezentos e setenta e sete mil quinhentos e noventa e cinco mil e trinta e três centavos) em 2008.

Esses valores além de mostrar o nosso importante papel em contribuir para o crescimento econômico-financeiro deste Estado, nos mostra nesta redução de arrecadação dos

anos em foco, o interesse do Estado, através de incentivos fiscais, em firmar parceria de crescimento. Podemos ainda destacar o volume de empregos diretos que são 200 e 520 indiretos, os quais além de dignidade, trás qualidade de vida a população pernambucana e aos seus familiares. Numa visão efetiva de produção temos desenvolvido um excelente trabalho, pois com princípios de ergonomia e em respeito a Segurança do trabalho temos zero caso de LER (Lesão por Esforço Repetitivo).

Apesar de trazer um grande desenvolvimento local, poderíamos dar melhor resultados caso a carga tributária fosse menor. Mesmo assim, ainda asseguramos uma rentabilidade de 20,42% uma lucratividade de 29,18% e uma Taxa Interna de Retorno de 13% o que evidencia o nosso compromisso em honrar a credibilidade auferida ao nosso negócio.

Diante do exposto, acreditamos efetivamente na aprovação e implementação deste novo desafio, consideramos que sem dúvida o projeto em pauta, confere viabilidade mercadológica, técnica e financeira de implantação.

31. Referências

- BUARQUE, Cristovam. **Avaliação econômica de projetos**. RJ: Campus, 1995.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. SP: Atlas, 2006.
- WOILLER, Samsão; MATHIAS, Washington Franco. **Projetos: planejamento, elaboração e análise**. SP: Atlas, 1996.
- VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Economia: micro e macro: teoria e exercícios, glossário com os 300 principais conceitos econômicos** / Marco Antonio Sandoval de Vasconcelos. –b 4 ed. – São Paulo: Atlas, 2006.
- [HTTP://www.sudene.gov.br/conteudo/carta_consulta](http://www.sudene.gov.br/conteudo/carta_consulta), Acesso em 18/09/2009.
- [HTTP://www.abpe.com.br](http://www.abpe.com.br), Acesso em 05/07/2009.