

**UNIVERSIDADE GAMA FILHO
PRÓ-REITORIA DE HUMANIDADES E CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**



LEONARDO E SOUZA CARVALHO

Rio de Janeiro

2010

LEONARDO E SOUZA CARVALHO

CAFETERIA COFFEE & CIA

Trabalho de Conclusão apresentado
à Coordenação Pedagógica do
Curso de Administração como
requisito para obtenção do grau de
Bacharel.

Matrícula: 2003.106329-2

Professor: MSc. Sidney Tavares

Rio de Janeiro

2010

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	11
2. A EMPRESA E A OPORTUNIDADE DO NEGÓCIO	12
2.1. A MISSÃO.....	13
2.2. A VISÃO.....	13
2.3. VALORES DA EMPRESA.....	13
2.4 OBJETIVOS DA EMPRESA.....	13
2.4.1. O Foco	14
2.5. ANÁLISE DOS AMBIENTES.....	14
2.5.1. Análise do Ambiente Interno	14
2.5.2. Análise do Ambiente Externo	14
2.5.2.1. Análise do Ambiente Competitivo	18
2.5.2.2. Substitutos	20
2.5.2.3. Fornecedores e critérios para escolha de fornecedores	20
2.5.2.4. Parcerias Estratégicas	23
2.5.2.5. Possíveis Investidores	23
2.6. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO.....	24
2.7. DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO	24
2.8. ESTRUTURA LEGAL.....	24
2.8.1. Descrição Legal	25
2.9. ESTRUTURA INICIAL E CUSTOS DO NEGÓCIO	29
2.9.1. Estrutura de Capital	29
2.9.2. Infra-estrutura Física e Tecnológica	31
2.9.3. Estrutura Organizacional	35
2.9.4. Estrutura Operacional	42
3. OPERAÇÃO DA EMPRESA	46
3.1. CUSTOS OPERACIONAIS.....	46
4. PRODUTOS OFERTADOS	48
4.1. DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS	48
5. PLANO DE MARKETING	55
5.1. ANÁLISE DO MERCADO	55
5.1.1. Capacidade da Demanda X Tempo	62
5.1.2. Análise da Concorrência	63
5.2. DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO	65
5.3. PRODUTO	66
5.4. OBJETIVOS DE MARKETING EM RELAÇÃO AO MARKETING MIX.....	68

5.5. ESTRATÉGIAS E TÁTICAS DE MKT EM RELAÇÃO AO MKT MIX.....	70
5.5.1. Plano de Mídia	74
5.6. CRONOGRAMA E ORÇAMENTO DAS AÇÕES DE MARKETING	76
5.7. TAXA DE RETORNO SOBRE OS INVESTIMENTOS DE MARKETING	77
5.8. CONTROLE DE PERFORMANCE	77
6. PLANO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL CORPORATIVA...	79
7. PLANO FINANCEIRO	81
7.1. ENQUADRAMENTO FISCAL E TRIBUTÁRIO	81
7.2. INVESTIMENTO INICIAL.....	82
7.3. FORMAÇÃO E PROJEÇÃO DAS RECEITAS	84
7.4. FORMAÇÃO DOS CUSTOS.....	97
7.4.1. Custos Fixos	97
7.4.2. Custos Variáveis	101
7.5. PROJEÇÃO DA DEMONS. DO RESULTADO DO EXERCÍCIO – DRE	106
7.6. PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA	108
7.7. PROJEÇÃO DO BALANÇO	115
7.8. INDICADORES DE VIABILIDADE	118
7.8.1. Análise do Ponto de Equilíbrio	120
7.8.2. Valor Presente Líquido – VPL	121
7.8.3. Taxa Interna de Retorno – TIR	124
7.8.4. Payback Descontado/Recuperação do Capital	124
7.8.5. Rentabilidade	126
7.8.6. Lucratividade	126
7.8.7. ROI	127
7.9. CONCLUSÃO	128
BIBLIOGRAFIA	129
ANEXO I	131
1.1. PROJETO DA PESQUISA.....	131
1.2. TABULAÇÃO DA PESQUISA MERCADOLÓGICA	132
1.3. EXEMPLO DO QUESTIONÁRIO APLICADO	139

LISTA DE QUADROS

QUADRO 01 – Descrição dos objetivos, metas e estratégias da empresa.....	13
QUADRO 02 – Forças e Fraquezas.....	14
QUADRO 03 – Pessoas Residentes por sexo no Leblon	16
QUADRO 04 – Pessoas residentes por grupos de idade	16
QUADRO 05 - Oportunidades e Ameaças	17
QUADRO 06 – Análise dos concorrentes	18
QUADRO 07 – Fornecedores e critérios para escolha de fornecedores.....	21
QUADRO 08 – Fornecedores e critérios para escolha de fornecedores.....	22
QUADRO 09 – Legalização	30
QUADRO 10 – Infra-estrutura física e tecnológica.....	31
QUADRO 11 – Carga Horária para Terça, Quinta e Domingo	37
QUADRO 12 – Carga Horária para Sexta e Sábado	37
QUADRO 13 – Remuneração	41
QUADRO 14 – Empresas terceirizadas	41
QUADRO 15 – Meta de Vendas para os primeiros seis meses	42
QUADRO 16 – Custos fixos	46
QUADRO 17 - Custo variáveis	46
QUADRO 18 - Cafés quentes oferecidos.....	49
QUADRO 19 – Cafés gelados oferecidos	49
QUADRO 20 – <i>Drinks</i> com cafés oferecidos.....	50
QUADRO 21 – Chás e chocolates oferecidos.....	50
QUADRO 22 – Sucos oferecidos	50
QUADRO 23 – Refrigerantes oferecidos	50
QUADRO 24 – Salgados oferecidos	50
QUADRO 25 – Doces oferecidos.....	51
QUADRO 26 – Capacidade da Demanda.....	63
QUADRO 27 – Análise dos concorrentes	64
QUADRO 28 – Cafés quentes oferecidos.....	66
QUADRO 29 – Cafés gelados oferecidos	66
QUADRO 30 – <i>Drinks</i> com cafés oferecidos.....	67
QUADRO 31 – Chás e chocolates oferecidos.....	67
QUADRO 32 – Sucos oferecidos	67
QUADRO 33 – Refrigerantes oferecidos	67
QUADRO 34 – Salgados oferecidos	67

QUADRO 35 – Doces oferecidos.....	68
QUADRO 36 – Objetivos do Marketing Mix	68
QUADRO 37 – Plano de Mídia.....	74
QUADRO 38 – Cronograma para distribuir panfletos	75
QUADRO 39 – Cronograma e Orçamento das Ações	76
QUADRO 40 – Indicadores para controlar o desempenho	77
QUADRO 41 – Investimento Inicial.....	82
QUADRO 42 – Estoque	82
QUADRO 43 – Projeção de Vendas Ano 1	84
QUADRO 44 – Projeção de Custo Unitário de Vendas Ano 1	86
QUADRO 45 – Projeção Quantidade para Vendas Ano 1	88
QUADRO 46 – Projeção de Vendas Ano 2.....	90
QUADRO 47 – Projeção de Custo Unitário de Vendas Ano 2	91
QUADRO 48 – Projeção Quantidade para Vendas Ano 2	93
QUADRO 49 – Projeção de Vendas para os próximos 5 anos – Cenário Realista... 94	94
QUADRO 50 – Projeção de Vendas para os próximos 5 anos - Cenário Otimista ... 95	95
QUADRO 51 – Projeção de Vendas para os próximos 5 anos - Cenário Pessimista 96	96
QUADRO 52 – Custos Fixos Ano 1	97
QUADRO 53 – Depreciação	98
QUADRO 54 – Custos Fixos Ano 2	100
QUADRO 55 – Custos Fixos para os próximos 5 anos.....	100
QUADRO 56 – Custos Variáveis Ano 1	101
QUADRO 57 – Custos Variáveis Ano 2	103
QUADRO 58 – Custos Variáveis para os próximos 5 anos	104
QUADRO 59 – Demonstração do Resultado do Exercício – Cenário Realista	106
QUADRO 60 – Demonstração do Resultado do Exercício – Cenário Otimista.....	106
QUADRO 61 – Demonstração do Resultado do Exercício – Cenário Pessimista... 107	107
QUADRO 62 – Fluxo de Caixa – Cenário Realista – Ano 1	108
QUADRO 63 – Fluxo de Caixa – Cenário Realista – Ano 2.....	109
QUADRO 64 – Fluxo de Caixa Anual – Cenário Realista	110
QUADRO 65 – Fluxo de Caixa – Cenário Otimista – Ano 1.....	110
QUADRO 66 – Fluxo de Caixa – Cenário Otimista – Ano 2.....	111
QUADRO 67 – Fluxo de Caixa Anual – Cenário Otimista.....	112
QUADRO 68 – Fluxo de Caixa – Cenário Pessimista – Ano 1	112
QUADRO 69 – Fluxo de Caixa – Cenário Pessimista – Ano 2	113
QUADRO 70 – Fluxo de Caixa Anual – Cenário Pessimista.....	114

QUADRO 71 – Balanço – Cenário Realista	115
QUADRO 72 - Balanço – Cenário Otimista.....	116
QUADRO 73 – Balanço – Cenário Pessimista.....	117
QUADRO 74 – Indicadores Financeiros - Cenário Realista	118
QUADRO 75 – Indicadores Financeiros - Cenário Otimista.....	119
QUADRO 76 – Indicadores Financeiros - Cenário Pessimista.....	119
QUADRO 77 – VPL e TIR para os próximos 5 anos - Cenário Realista	121
QUADRO 78 – VPL e TIR para os próximos 5 anos – Cenário Otimista	122
QUADRO 79 – VPL e TIR para os próximos 5 anos – Cenário Pessimista	123
QUADRO 80 – PayBack Descontado para os próximos 5 anos - Cenário Realista	124
QUADRO 81 – PayBack Descontado para os próximos 5 anos - Cenário Otimista	125
QUADRO 82 - Payback Descontado para os próximos 5 anos Cenário Pessimista	125

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 – Tributos.....	27
TABELA 02 – Participações dos sócios.	29
TABELA 03 – Cálculo sobre salário	40
TABELA 04 – Estimativa do Lucro por unidade vendida	52
TABELA 05 – Tabela do Simples Nacional – Comércio	81
TABELA 06 - TIR DOS PROXIMOS 05 ANOS - Realista Otimista e Pessimista ...	124

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 – Evolução do Consumo Interno Brasileiro.....	14
FIGURA 02 – Evolução das Bebidas que Substituíram o Café.....	20
FIGURA 03 – Organograma da empresa.....	38
FIGURA 04 – Design do Website da Coffee & Cia	72

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 – Gênero.....	132
GRÁFICO 02 – Faixa Etária.....	132
GRÁFICO 03 - Renda Familiar Mensal.....	133
GRÁFICO 04 - Geralmente você costuma freqüentar cafeteria com quem?	133
GRÁFICO 05 - Qual o dia da semana você freqüenta uma cafeteria?	134
GRÁFICO 06 - Você costuma freqüentar a cafeteria em qual turno?	134
GRÁFICO 07 - Você freqüenta com regularidade o Bairro Leblon?.....	135
GRÁFICO 08 - Você possui o hábito de tomar café?.....	135
GRÁFICO 09 - Com que freqüência você vai a uma cafeteria?.....	136
GRÁFICO 10 - Você costuma consumir café no verão?	136
GRÁFICO 11 - Você costuma beber café em casa?.....	137
GRÁFICO 12 - O que mais lhe agrada em uma cafeteria?	137
GRÁFICO 13 - Qual é o tipo de café que mais lhe agrada?	138

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Este Plano de Negócios tem como objetivo apresentar os estudos e análise da viabilidade para criação de uma cafeteria produtos de natureza fina no bairro Leblon, zona Sul do Estado do Rio de Janeiro.

O público alvo em potencial é composto pelas classes A e B, que prezam por qualidade, comodidade e praticidade, pois a Coffee&Cia está localizada em um bairro nobre da Cidade do Rio de Janeiro.

Conforme a pesquisa de marketing realizada, verificou-se que são pessoas de ambos os sexos que residem no bairro do Leblon ou em bairros vizinhos com alto perfil sócio-econômico e de todas as faixas etárias.

O Plano Financeiro constatou:

- Investimento Inicial, investido na reforma e compra de moveis para decoração do ponto, administração do negócio, estoque, registro da marca, despesas com legalização do negócio e marketing – R\$ 150.000,00;
- Ponto de Equilíbrio Anual (valor necessário para que a empresa cubra todos os seus custos operacionais) – R\$ 545.365,57;
- VPL, valor presente líquido (somatório dos valores presentes dos fluxos estimados) - R\$ 934.013,38;
- TIR, taxa interna de retorno (taxa de retorno de um projeto) – 179,64%;
- Rentabilidade Anual (mede o retorno do capital investido aos sócios, a cada ano, através do lucro gerado pela empresa) – 158,53 %;
- Lucratividade Anual (mede o lucro líquido em relação às vendas e está relacionada diretamente à competitividade) – 26,43 %;
- ROI, retorno sobre o investimento (mede o retorno do negócio sobre o capital investido) – 147,14%.

À vista da análise desses fundamentos financeiros projetados, é válido o prognóstico de que a Coffee&Cia terá o retorno do capital investido no sétimo mês do primeiro ano de operação, mostrando a viabilidade financeira do empreendimento.

2. A EMPRESA E A OPORTUNIDADE DO NEGÓCIO

A Coffee&Cia será uma cafeteria do ramo de comércio varejista de produtos do setor de cafeteria, visando à especialização no preparo e na venda, desde o café simples e tradicional aos sofisticados e diferenciados, além de outros produtos complementares, exemplifica-se salgados, doces, pão de queijo e bebidas em geral.

O estabelecimento estará localizado na Avenida Ataulfo de Paiva número 501, no bairro do Leblon, zona sul da cidade do Rio de Janeiro, sob razão social Carvalho e Tavares Comércio de Cafeteria Ltda, EPP. Inspirada nos tradicionais cafés europeus, a Coffee&Cia terá um ambiente diferenciado, moderno e acolhedor.

O público alvo será composto por moradores e turistas da região de ambos os sexos, que pertençam às classes A e B, na qual tenham interesse em produtos de qualidade em um ambiente aconchegante.

A Coffee&Cia possuirá *website*, www.coffeeecia.com, em dois idiomas como ferramenta de divulgação eletrônica, sendo assim irá conter informações sobre os produtos que serão oferecidos, fotos da cafeteria, considerando o ambiente interno e externo, endereço, mapa de localização, horário de funcionamento e telefones para contato.

O negócio é oportuno, pois de acordo com a ABIC (2010) o café expresso é aceitável pelo consumidor e o mercado de café se mostra crescente, já que para 2009 o crescimento do consumo interno, acrescido das exportações em torno de 28 milhões de sacas, resultará em uma demanda total de aproximadamente 46 milhões de sacas de café. Com isto, mesmo considerando-se uma nova safra 2008/2009 de grande volume, a ABIC (2010) entende que não haverá excedentes do grão, principalmente, porque os estoques físicos até março/2009 estarão nos menores níveis das últimas décadas. Não se justificariam, portanto, medidas que resultem na restrição da oferta de café ao mercado. Assim sendo a ABIC (2008) informa que a meta para 2.010 é atingir 21 milhões de sacas consumidas no Brasil. Para tanto, o consumo interno deverá crescer 6%, em média, ao ano, incorporando mais de 1,1 milhões de sacas a cada 12 meses. Com isso, a Coffee&Cia irá transformar o hábito de tomar café em uma experiência rica e única, com ambiente envolvente e agradável.

2.1. A MISSÃO

Oferecer produtos no setor de cafeterias, com agilidade e cordialidade em um ambiente agradável, objetivando sempre a satisfação do cliente.

2.2. A VISÃO

Ser referência no setor de cafeterias e reconhecida como referencial de qualidade, com um crescimento sólido no Rio de Janeiro.

2.3. VALORES DA EMPRESA

- Higiene;
- Honestidade e respeito em relação aos clientes, colaboradores e fornecedores;
- Confiança e credibilidade;
- Qualidade no atendimento oferecido;
- Qualidade nos produtos comercializados;
- Trabalho em equipe;
- Oferecer crescimento pessoal e profissional aos colaboradores.

2.4. OBJETIVOS DA EMPRESA

QUADRO 01 - Descrição dos objetivos, metas e estratégias da empresa

Objetivos	Metas	Estratégias
Obter lucratividade.	Em até 1 ano, espera-se que a empresa tenha 20% de lucratividade.	Através de preços competitivos e produtos de qualidade.
Obter retorno do capital financeiro.	Em até 1 ano, espera-se a recuperação do capital inicial para abertura da empresa. em torno de 40%.	Conquistar clientes fiéis, a partir de produtos diversificados, resultando em aumento da cartela de clientes.
Implementar marca como referência no ramo de cafeterias da região.	Em até 4 anos, espera-se que a marca seja referencia no setor de cafeterias no RJ.	Através de marketing especializado em seleção de mídias posicionando a empresa no mercado.

2.4.1. O Foco

O Foco da cafeteria será concentrar as atividades especializadas na venda de cafés, oferecendo uma grande variedade, pois comercializará além do café diário dos consumidores aos cafés requintados, pois pretende satisfazer a necessidade do público concentrado voltado para residentes do bairro e de bairros vizinhos e ser uma referência no bairro Leblon.

2.5. ANALISE DOS AMBIENTES (Análise SWOT)

2.5.1. Análise do Ambiente Interno

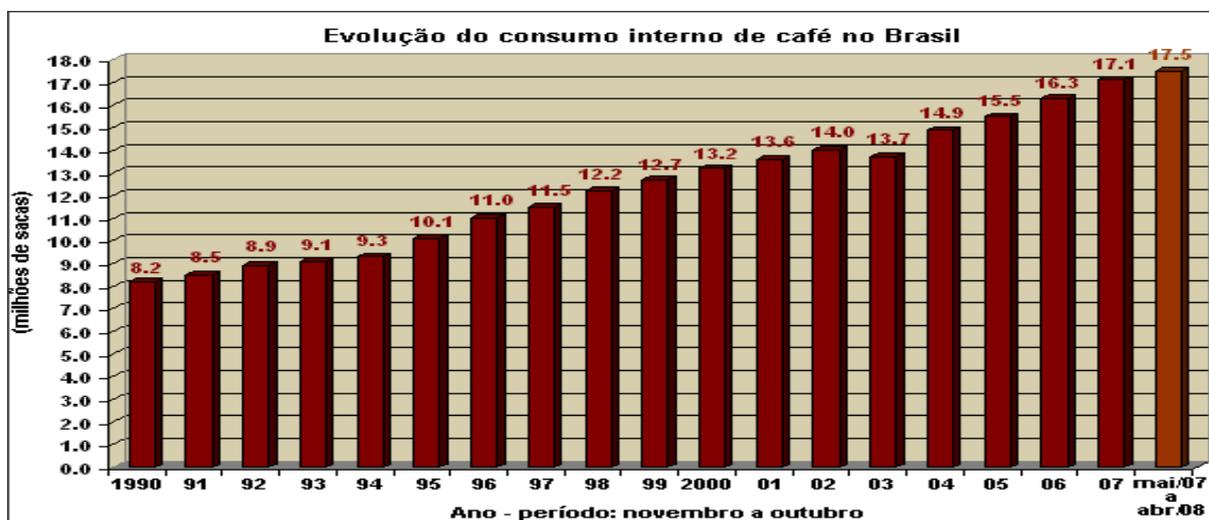
QUADRO 02 - Forças e Fraquezas

Forças	Fraquezas
Atendimento personalizado;	Falta de experiência dos sócios no segmento;
Localização;	Não possui carteira de clientes;
Tecnologia utilizada;	Marca nova no mercado.
Qualidade dos produtos oferecidos.	

2.5.2. Análise do Ambiente Externo

Segundo a figura 01 o aumento de consumo de café no país está evoluindo com formato crescente, pois no período compreendido entre novembro de 2006 e outubro de 2007, dados da ABIC mostra o consumo de 17,1 milhões de sacas de café, onde se representa um acréscimo de 4,74% em relação ao período anterior correspondente (Nov/05 a Out/06), baseado na demanda apurada, ou seja, 16,3 milhões de sacas.

FIGURA 01 - Evolução do consumo interno brasileiro



Fonte: ABIC (2008)

Ainda segundo a ABIC (2008), o consumo per capita foi de 5,53 kg de café em grão cru ou 4,42 kg de café torrado, quase 74 litros para cada brasileiro por ano, registrando uma evolução de 3,5% em relação ao período anterior (contra 4,5% na última apuração), o que confirma a constatação de que os consumidores estão consumindo mais xícaras de café por dia.

Este resultado indica o consumo por habitante/ano do Brasil (5,53 kg/hab/ano), em níveis muito semelhantes ao consumo de países como a Alemanha (5,86 kg/hab/ano), a França (5,07 kg/hab/ano) e a Itália (5,63 kg/hab/ano), que estão entre aqueles que apresentam o maior consumo per capita em todo o mundo, segundo dados da OIC – Organização Internacional do Café (2008)

No Brasil, o consumo interno evoluiu 24,8% desde 2003, de 13,7 milhões de sacas para os atuais 17,1 milhões. O mercado brasileiro também representa 14% da demanda mundial, e 32% do consumo de toda a Europa, incluindo-se os países do leste europeu, sendo assim o Brasil representa mais de 50% de todo o consumo interno conjunto dos países produtores de café.

No ano 2008, pela quinta vez consecutiva, a ABIC (2008) considerou que o crescimento das empresas não associadas e informais foi menor (2,85%) do que o das empresas associadas (5,63%). A pesquisa indica tendências do consumo do café no Brasil em 2007 atribui para essas empresas, uma variação igual à metade do crescimento do PIB nacional. Esta hipótese é favorável à confiabilidade dos dados, uma vez que transporta o número final para valores menores.

O resultado de 17,1 milhões de sacas representou 50,8% da safra colhida em 2007, que foi de 33,7 milhões de sacas segundo a CONAB - Campanha Nacional de Abastecimento (2007)

O Brasil, com este resultado, mantém uma posição importante no cenário mundial do agronegócio café, por ser um dos países onde o consumo interno mais cresce semelhantes aos da Europa. Esta é uma das maneiras mais efetivas de dar sustentabilidade à cafeicultura mundial, não permitindo, dessa forma, a existência de excedentes do grão tal que a sua cotação possa cair a valores que não remunerem adequadamente os agentes da cadeia produtiva. Esse crescimento atribui do consumo a um conjunto de fatores que se repetem há anos, de forma consistente e duradoura.

O volume de vendas do comércio varejista cresceu 9,8% em agosto de 2008, sobre o mesmo período de 2007. A vinda de cafeterias estrangeiras para o Brasil, como Starbucks, Nespresso e Nestlé, vêm despertando o interesse dos brasileiros para investirem nesse setor.

Segundo o SEBRAE (2008) o faturamento bruto mensal de uma cafeteria é de R\$ 45 mil, variando de acordo com o porte da cafeteria, sendo assim o faturamento bruto anual estimado é de R\$ 540 mil.

Segundo pesquisas no TELELISTA (2009), existem em torno de 915 cafeterias no Brasil, sendo que apenas 144 são no Estado do Rio de Janeiro. Já na cidade do Rio de Janeiro encontram-se 131 estabelecimentos no ramo, porém no bairro do Leblon existem apenas três.

Segundo o IBGE (2009) o setor do comércio no ramo de cafeterias obteve participação de 7% do PIB nacional em 2008.

A Coffee&Cia será sediada na região administrativa da lagoa no bairro do Leblon. De acordo com o SEBRAE (2008) a região administrativa da lagoa possui um total de 7 bairros e uma população total de 174.062 pessoas apresentando 72.293 domicílios, com a maior parte deles de famílias pertencentes à Classe “B1”, sendo a renda familiar mensal com média de R\$ 4.408,00.

O Leblon, com o status de um dos mais elegantes e ricos bairros residenciais da cidade, possuidor do m² mais elevado da America Latina em termos de aquisição de residências, predomina-se prédios luxuosos e espaços públicos além de belezas naturais, ao qual na orla é representada tal riqueza, através das opções de lazer, como os quiosques e a ciclovía. Segue os dados demográficos no bairro.

QUADRO 03 - Pessoas Residentes por sexo no Leblon

Masculino	20.487
Feminino	26.183

Fonte: Censo 2000

Verifica-se que de toda população do bairro 56,1% são mulheres. Vale salientar que as mulheres nos últimos anos, mudaram o comportamento de consumidoras, tornando-se atuante no mercado de trabalho e, por consequência, muito importante nas relações de consumo, uma vez que houve também a evolução pessoal e profissional das mesmas no país, pois atualmente 43,4% recebem mais de cinco salários mínimos

QUADRO 04 - Pessoas residentes por grupos de idade

Pessoas residentes por grupos de idade	
0 a 4 anos	1.728

Pessoas residentes por grupos de idade	
5 a 9 anos	1.895
10 a 14 anos	2.138
15 a 19 anos	3.019
20 a 24 anos	3.873
25 a 29 anos	3.444
30 a 34 anos	3.002
35 a 39 anos	3.343
40 a 44 anos	3.440
45 a 49 anos	3.504
50 a 54 anos	3.408
55 a 59 anos	2.918
60 a 64 anos	2.568
65 a 69 anos	2.419
70 a 74 anos	2.295
75 a 79 anos	1.744
80 anos e mais	1.932

Fonte: Censo 2006.

De acordo com o quadro 04 a grande maioria da população incide entre pessoas de 20 a 24 anos.

QUADRO 05 – Oportunidades e Ameaças

Oportunidades	Ameaças
Aumento do consumo de café em 50,8% em relação ao ano anterior;	Entrada de novos concorrentes;
Qualidade do café Brasileiro reconhecido mundialmente;	Economia nacional instável.
Crescimento do setor em 9,8%.	

2.5.2.1 – Análise do ambiente competitivo

De acordo com a ABIC (2010) existem no Brasil aproximadamente 3 mil casas de café, onde se movimentam valores superiores aos R\$ 80 milhões por mês, ou R\$ 840 milhões por ano no mercado, e emprega-se em média 30 mil funcionários ao ano. Segundo a TELELISTA (2010), no bairro do Leblon existem 2 cafeterias e mais 1 na Barra da Tijuca consideradas como concorrentes do mesmo porte.

A Coffee & Cia, irá concorrer diretamente com três centros comerciais do mesmo ramo: a Café do Ponto, a Fran`'s Café e a Starbucks Coffee Company.

QUADRO 06 – Análise dos concorrentes

6 Excelente	5 Muito Bom	4 Bom	3 Regular	2 Ruim	1 Muito Ruim
		Cafeteria Coffee&Cia	Cafeteria Café do Ponto	Cafeteria Fran`'s Café	Starbucks Coffee Company
Atendimento		5	4	5	4
Capacidade de Entrega		6	5	5	5
Condições de Pagamento		5	6	6	6
Facilidade de Acesso		6	5	6	6
Garantias dos Produtos		5	5	5	5
Localização		6	5	5	6
Lote Mínimo de Compra		5	5	4	4
Pontualidade de Entrega		4	5	6	6
Preço		6	5	5	5
Qualidade do Produto		6	5	6	6
Relacionamento		5	5	5	5
TOTAL		59	55	58	58

Café do Ponto

Fundada em 1950 como uma pequena torrefadora de café, no estado de São Paulo, a Café do Ponto ocupava ao final da década de 90 o segundo lugar no *ranking* das empresas torrefadoras no mercado interno brasileiro. A montagem da rede de cafeterias surgiu no bojo de amplo projeto de reestruturação organizacional, em 1976. O Objetivo era criar um novo canal de vendas para o café industrializado.

A partir de 1992 deu-se início ao processo de franquia propriamente dito, com a formatação da franquia. Ao final de 1992, a empresa já dispunha de 13 lojas

próprias e 160 franquizadas, sendo uma delas localizada na Av. Afrânio de Melo Franco 290 Leblon.

Produtos: Os clientes têm a possibilidade de comprar vinte tipos distintos de cafés, desde cafés finos importados até cafés enriquecidos para uso em máquinas de café expresso, com aroma e sabor de menta, canela, coco, chocolate com trufas, baunilha, nozes, avelã e etc. O preço dos produtos são 50% mais caros do que o café comum vendido no varejo.

Fran`s Café

A Fran`s Café inaugurou a primeira *coffee shop* em 1976, no estado de São Paulo, e em 1998 contava com cerca de 70 lojas, sendo mais de 60 franquizadas, sendo uma delas na Av. das Américas 4666, 303.

Produtos: A linha de produtos conta com cerca de 60 itens e incluem além de vários tipos de cafés, refrigerantes, pãezinhos, doces, tortas doces e salgadas, salgadinhos, artigos de bomboniêre, *drinks* com café e com base em licor.

Starbucks Coffee Company

Fundada em 1970 em Seattle, EUA. No final da década de 90 a Starbucks era líder do mercado latino americano. A partir de 1990 deu-se início ao processo de franquia propriamente dito. Ao final de 2000 a empresa já dispunha de 6000 unidades franquizadas em mais de 30 países, sendo uma delas localizada no Shopping Leblon na Av. Afrânio de Melo Franco, 290 Praça Central - 1º piso.

Produtos: Cafés (expresso, capuccino), chocolate quente, chá, mate, drinques com base de café, licor, rum, conhaque, refrigerantes, sucos etc.

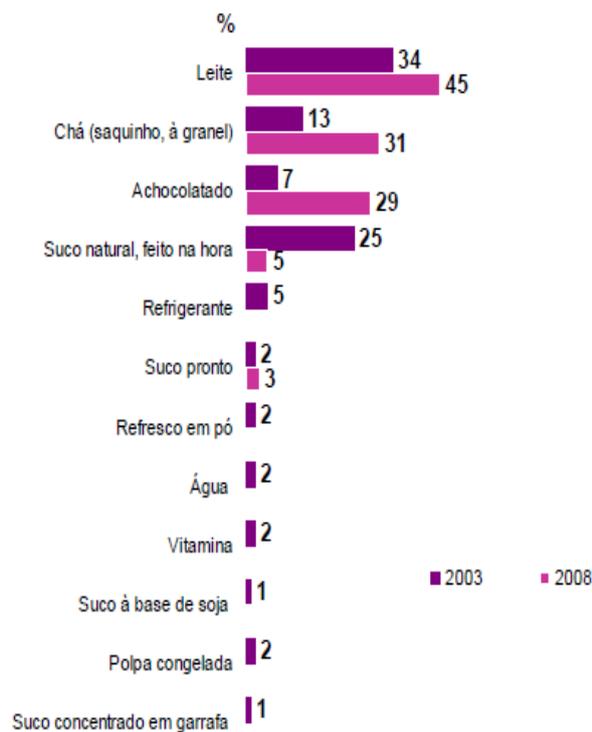
Os principais diferenciais da Coffee & Cia em relação aos concorrentes estará na preocupação com o atendimento ao cliente, preço competitivo do produto e oferecer ambiente agradável inspirado nos tradicionais cafés europeus para os frequentadores.

2.5.2.2. Substitutos

Em referencia aos substitutos, verifica-se na figura 02, que segundo a ABIC (2008), os produtos substitutos do café podem ser classificados como as bebidas lácteas, chás variados, achocolatados e sucos de frutas.

FIGURA 02 - Evolução das bebidas que substituíram o café

Evolução das Bebidas que substituíram o café *(1% deixou de consumir)*



Fonte: ABIC (2008)

2.5.2.3. Fornecedores e critérios para escolha de fornecedores

Os fornecedores serão selecionados com base em diferentes aspectos e possibilidade de estabelecer parcerias de médio e longo prazo com a finalidade principal em buscar produtos com alta qualidade para a comercialização da cafeteria.

QUADRO 07 - Fornecedores e critérios para escolha de fornecedores de café

6 Excelente	5 Muito Bom	4 Bom	3 Regular	2 Ruim	1 Muito Ruim
Cafeteria Coffee&Cia	Fazenda Taquara	Fazenda São Fernando	Fazenda Santa Lídia	Fazenda Santa Clara	
Atendimento	6	5	4	6	
Capacidade de Entrega	5	4	5	5	
Condições de Pagamento	6	6	6	6	
Facilidade de Acesso	6	5	4	4	
Garantias dos Produtos	5	6	4	5	
Localização	6	6	5	5	
Lote Mínimo de Compra	4	4	4	4	
Pontualidade de Entrega	6	5	4	4	
Preço	6	4	5	6	
Qualidade do Produto	6	4	5	5	
Relacionamento	6	5	6	5	
TOTAL	62	54	52	55	

Como distribuidor do café, principal produto do estabelecimento, o fornecedor será a Fazenda Taquara, localizada em Barra do Piraí. A fazenda se conserva nas mãos da quinta geração de seu proprietário inicial, o que garante a autenticidade de seu interior. Um dos principais aspectos positivos da empresa é a condição de pagamento e a qualidade do produto, em contrapartida verifica-se que a mesma possui como aspecto negativo o lote mínimo de compra.

A Fazenda São Fernando, localizada em Vassouras pode ser considerado como uma boa fornecedora por oferecer condições de pagamentos variados e garantias dos produtos, porém verifica-se o preço cobrado elevado e um lote mínimo de compra acima do padrão da cafeteria Coffee&Cia.

A Fazenda Santa Lídia. A fazenda localiza-se no estado de Minas Gerais. Apresenta qualidades como o relacionamento tratado com o cliente e as condições de pagamento, porém a sua localização e a sua dificuldade de acessibilidade gera um custo logístico não esperado, por tratar-se de uma empresa em outra região.

A Fazenda Santa Clara, localizada na cidade de Santa Rita de Jacutinga, em Minas Gerais. A fazenda oferece qualidade no atendimento, condições de pagamento e preços acessíveis, porém não apresenta confiabilidade na data da entrega marcada, o que poderá acarretar problemas para a cafeteria Coffee&Cia.

QUADRO 08 – Fornecedores e critérios para escolha de fornecedores

6 Excelente	5 Muito Bom	4 Bom	3 Regular	2 Ruim	1 Muito Ruim
Cafeteria Coffee&Cia	Açúcar União	Açúcar Guarani	Açúcar Neve	Açúcar da Barra	
Atendimento	4	4	5	5	
Capacidade de Entrega	5	5	5	5	
Condições de Pagamento	6	6	5	6	
Facilidade de Acesso	5	4	4	5	
Garantias dos Produtos	5	4	5	6	
Localização	6	5	4	5	
Lote Mínimo de Compra	5	4	6	4	
Pontualidade de Entrega	6	4	5	6	
Preço	6	5	4	6	
Qualidade do Produto	6	5	6	4	
Relacionamento	5	6	4	5	
TOTAL	59	52	53	57	

A Companhia União, fornecedora de açúcar localizada Estrada Engenho D'água, número 1330, box 36 na cidade do Rio de Janeiro, com mais de 90 anos de liderança, aliada a tradição dos produtos representa segurança e comprometimento perante o mercado. Como aspectos positivos pode-se exemplificar o preço dos produtos e as condições favoráveis de pagamento. Todavia percebe-se que a empresa possui falhas no atendimento com os clientes.

Com 49 anos no mercado, a empresa Açúcar Guarani S.A localiza-se Unidade Industrial Duque de Caxias na Rod. Washington Luiz, 6390 – CEP 25050-009 Duque de Caxias RJ. A mesma apresenta ótimas condições de pagamentos e um relacionamento agradável com os clientes, porém deixa a desejar na pontualidade da entrega e no preço cobrado.

A fábrica do açúcar Neve fica localizada na rua Gov. Pedro de Toledo, 310 – Bairro das Bandeiras – CEP 16015-210 – Araçatuba/SP. A empresa oferece produtos de alta qualidade e o lote mínimo para compra condiz com as necessidades da cafeteria Coffee&Cia, porém sua localidade e acessibilidade ao local dificultam a parceria.

O açúcar DaBarra, há 63 anos no Brasil, encontra-se localizada na rua Voluntários da Pátria, 3647 – Santa Angelina – CEP 14800-350 – Araraquara/SP. Conhecida por oferecer produtos de alta qualidade com garantias, preços acessíveis e pontualidade na entrega a empresa somente peca no lote mínimo de compra, ao qual não se adéqua às necessidades da

cafeteria Coffee&Cia. Ao longo dos 100 anos de existência, a empresa Mate Leão localizada na Avenida Coronel Phidias Távora, número 500 no bairro da Pavuna no Rio de Janeiro, prima-se pelo respeito ao consumidor e a excelência em qualidade. Pode-se considerar a localização como fator positivo, porém verifica-se que o lote mínimo de compra estipulado pela empresa Mate Leão, algumas vezes não atende a pequena demanda da cafeteria Coffee&Cia, fazendo com que, aumente os produtos em estoque.

Em relação às tortas e doces que serão comercializados na cafeteria, será escolhida a empresa Pizzaria e Doceria Sabor Perfeito, localizada na Rua Riachuelo, número 221, loja F no Centro do Rio de Janeiro, com no mínimo 10 anos de história. Por localizar-se próximo a cafeteria, observa-se compromisso com a pontualidade na entrega dos produtos e facilidades nas condições de pagamento, contudo encontram-se dificuldades em relação ao atendimento aos clientes.

2.5.2.4. Parcerias Estratégicas

A Coffee&Cia estabelecerá parceria com editora MartinsFontes, editora jovem ao qual iniciou suas atividades no ano de 2005. É representante exclusiva de editoras como a Dantes, além de editoras conceituadas e estrangeiras como a alemã Daab, a espanhola EnClave e as portuguesas IST Press, Antígona e Tinta da China, sendo assim a cafeteria disponibilizará um stand para exposições dos livros para os clientes.

Busca-se com esta parceria, divulgação dos lançamentos dos livros e com isso aumento nas vendas dos produtos da cafeteria, além de divulgação da Coffee&Cia no site da Editora.

2.5.2.5. Possíveis Investidores

O SEBRAE (2008) informa que o capital inicial disponibilizado para a abertura de uma cafeteria varia em torno de R\$ 60.000,00 a R\$ 150.000,00, baseado nesta estimativa o investimento para a abertura da Cafeteria Coffee&Cia será de R\$ 150.000,00, devido à localidade, porte do estabelecimento e o público que deseja atingir.

2.6. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

- Ambiente acolhedor com especial atenção à decoração, pois incentivará aos frequentadores manter encontros informais ao degustar café de qualidade;
- Localização apropriada, pois é um local de intensa movimentação com grande circulação de pedestres, próximo a Shopping Center, estacionamentos, consultórios e escritórios;
- Qualidade no atendimento disponibilizado;
- Qualidade nos produtos;
- Investimentos em tecnologia nos equipamentos.

2.7. DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

A Coffee&Cia deverá ser percebida pelo mercado como cafeteria especializada em servir deliciosos e variados cafés desde os simples, expressos até os mais sofisticados. O posicionamento da Coffee&Cia será feito por meio da qualidade dos produtos comercializados pela empresa como pães de queijo, doces, salgados e bebidas.

Por ter consciência que o consumidor de café é exigente a qualidade no atendimento ao cliente também será um ponto importante no posicionamento da Coffee &Cia, pois através dos funcionários, ao qual serão devidamente treinados, a empresa buscará proporcionar atendimento totalmente diferenciado, além de ambiente agradável inspirado nos tradicionais cafés europeus para os frequentadores.

2.8. ESTRUTURA LEGAL

A Coffe & Cia, será uma Sociedade por Quotas de Responsabilidade Limitada, devido à melhor preservação da figura dos sócios. Os sócios responderão pela empresa até o montante do capital social.

O empreendimento será uma microempresa cujo setor de atividade é o comércio varejista atuante no setor secundário. A Coffee&Cia contará com dois sócios, sendo eles: Leonardo e Souza Carvalho e Andre Marins Tavares. A razão social da cafeteria será Carvalho e Tavares Cafeteria Ltda. e terá como nome fantasia Coffe & Cia.

Razão Social: Carvalho e Tavares Comércio de Cafeteria Ltda.

Nome Fantasia: Coffee & Cia.

Localização: Avenida Ataulfo de Paiva, número 501, Leblon - Rio de Janeiro

Tamanho do empreendimento: Empresa de Pequeno Porte (EPP).

Objeto da constituição jurídica: comércio especializado na venda de produtos alimentícios e bebidas.

2.8.1. Descrição Legal

Legislação específica:

Não há legislação específica para o comercio de cafeteria.

Legislação em trâmite:

Não há legislação em trâmite específica para o comercio de cafeteria.

Aprovação prévia:

A atividade de cafeteria tem exigências legais para o seu funcionamento, segue a descrição das leis de interesse empresarial no âmbito do Estado do Rio de Janeiro, com os aspectos específicos da atividade de cafeteria:

A Resolução RDC n.º 216, de 15 de setembro de 2004 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) - Dispõe sobre regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação, a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias do alimento preparado.

O Decreto n.º 897, de 21 de setembro de 1976 - Estabelece o Código de site da Secretaria de Estado da Segurança Contra Incêndio e Pânico (COSICIP), disponível no site da Secretaria do Estado da Defesa Civil e do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro, todas as empresas devem possuir o Certificado de Aprovação do Corpo de Bombeiros, que será emitido depois que o Laudo de Exigências da Diretoria Geral de Serviços Técnicos (DGST) for cumprido.

O Decreto n.º 35.671, de 09 de junho de 2004 - Disponível no site da Secretaria de Estado da Defesa Civil e do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro, que dispõe sobre a segurança contra incêndio e pânico nas edificações comprovadamente licenciadas ou construídas antes da vigência do Decreto n.º 897, de 21 de setembro de 1976.

Para a abertura do empreendimento será necessário à aprovação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) por meio de alvará de funcionamento, sendo necessário o cadastramento da empresa no site do órgão através do Responsável Legal e o Responsável Técnico, solicitar o Peticionamento Eletrônico, efetuar o pagamento da Taxa da ANVISA específico para a atividade, elaborar os relatórios Técnicos, o Manual de Boas Práticas, elaboração dos demais documentos exigidos conforme regras da ANVISA, além de protocolar na Vigilância Sanitária do município do Rio de Janeiro.

De acordo com o Decreto nº 897 de 21 de setembro de 1976, será necessário também obter o Certificado de Aprovação do Corpo de Bombeiros, sendo necessário à elaboração e apresentação do Projeto de segurança contra incêndio e Pânico através de empresas e engenheiros de segurança inscritos e credenciados no Corpo de Bombeiros, sendo eles o responsável técnico do projeto.

Os projetos de segurança são tramitados junto a DGST (Diretoria Geral de Serviços Técnicos), devendo-se aguardar a tramitação (análise) do mesmo que é realizada numa média de 30 dias.

Caso o processo recaia em alguma exigência, a mesma deverá ser cumprida e o processo retorna ao procedimento de análise.

Para execução do Projeto de Segurança Contra Incêndio e Pânico são necessários os seguintes documentos:

- Plantas originais em vegetal ou disquete contendo as plantas em programa Auto CAD (planta de situação, pavimento tipo, planta baixa, fachada, etc.) aonde os dispositivos de incêndio serão assinalados e especificados. Após a marcação dos dispositivos de incêndio o cliente fornecerá 02 (duas) cópias de cada planta, devidamente assinadas pelo proprietário e engenheiro responsável pela obra;
- Xerox da Identidade do Proprietário ou responsável legalmente comprovado;
- Xerox da Escritura do terreno ou contrato de locação;
- Xerox do Contrato Social;
- Recolhimento junto ao ITAÚ da guia de emolumento taxa a ser calculada com base na metragem quadrada da obra;
- Recolhimento da taxa de Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) junto ao CREA, devidamente assinado pelo proprietário do imóvel.

As edificações cuja construção foi realizada anterior à vigência do COSCIP devem executar o Projeto de Adequação. Neste caso, para essas edificações, a critério do Corpo de Bombeiros, não são exigidos alguns dispositivos, em virtude da construção dessas edificações cuja construção foi realizada anteriormente a vigência do COSCIP (ano de 1976), serão feitas adequações das exigências do Código para as características individuais das mesmas.

Para elaboração do Projeto de Adequação junto ao Corpo de Bombeiros, são necessários os seguintes documentos:

- Escritura autenticada em Cartório que comprove que a edificação foi construída anteriormente a Setembro de 1976;

- Xerox da identidade do síndico;
- Xerox da Ata de Convenção do Condomínio nomeando o atual síndico (autenticada);
- Quitação de taxa no valor 1/2 UFERJ a ser recolhida junto ao ITAÚ;
- Recolhimento da taxa de execução pelo responsável junto ao CREA (ART - Anotação de Responsabilidade Técnica);
- Necessidade de Engenheiro Civil ou Arquiteto se responsabilizando pelo Levantamento Arquitetônico (para o caso de não existirem mais as plantas originais devidamente assinadas).

Órgão de classe:

A Coffee&Cia será membro da Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC) e do Sindicato de Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares (SindRio).

Tributos:

A Coffee&Cia optará pelo Simples Nacional, tendo o regime especial unificado de arrecadação de tributos e contribuições, devidos pelas microempresas e empresas de pequeno porte, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006.

Serão recolhidos os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional):

TABELA 01 – Tributos

Imposto	Nome do imposto	Alíquota
IRPJ	Imposto de renda da pessoa jurídica	15%
CSSL	Contribuição social sobre o lucro	1%
PIS	Programa de integração social	0,65%
COFINS	Contribuição para o financiamento da seguridade social	3,0%
ICMS	Sobre circulação de mercadorias e serviços	7%
INSS	Contribuição para a seguridade social	8%

Fonte: SEBRAE (2009)

Conforme a referida Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional, para esse ramo de atividade, vão de 3,5% até 11,61%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo Simples Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, será utilizada, como receita bruta total acumulada, a receita do próprio mês de apuração multiplicada por 12 (doze).

Controle de preços:

Não há controle de preços para o comércio de Cafeteria. Vale ressaltar que não há previsão de que venha ocorrer nos próximos cinco anos.

Restrições à comunicação:

Não há restrições neste quesito em relação ao produto, observa-se assim liberdade de comunicação.

Registro da Marca e da Patente:

A marca Coffee&Cia não está registrada no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi).

Para haver o registro, todos os procedimentos podem ser realizados através do site do INPI, porém deve-se pagar uma taxa de R\$ 130,00 reais. Não havendo obstáculos processuais (exigência ou oposição), deverá ser paga ao final do exame a taxa referente à proteção do primeiro decênio e a expedição do certificado de registro. Por tratar-se de uma microempresa os valores para depósito e primeiro decênio da marca são reduzidos em 50%.

Código de Defesa do Consumidor:

O Empreendimento irá obedecer às exigências dos seguintes artigos do Código de Defesa do Consumidor (Lei n 8.078, de 11 de setembro de 1990):

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação, com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

2.9. ESTRUTURA INICIAL E CUSTOS DE NEGÓCIO

2.9.1. Estrutura de Capital

Leonardo e Souza Carvalho, sócio do empreendimento com 50% das cotas, 25 anos, cursando Administração na Universidade Gama Filho, com experiências no setor administrativo, devido ter atuado oito anos na área comercial e administrativa da empresa Inspecenter Inspeções Técnicas, empresa privada coligada à estatal Inmetro e Denatran.

André Marins Tavares, 24 anos, solteiro, graduado em Administração na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, trabalhou por cinco anos no Banco Modal, onde atuou na área financeira e de investimentos.

- a) Capital inicial: A Coffee&Cia será constituída pelos sócios citados, será aportado um investimento inicial no valor de R\$ 150.000,00.
- b) Participações: O sócio Leonardo Carvalho terá 50% das quotas (R\$ 75.000,00) e André Tavares terá 50% das quotas (R\$ 75.000,00) conforme é apresentado na tabela 02.

TABELA 02 – Participações dos sócios

Sócio	Valor	Cotas
Leonardo Carvalho	R\$ 75.000,00	50%
André Tavares	R\$ 75.000,00	50%
Total	R\$ 150.000,00	100%

- c) Legalizações: Para a legalização da empresa, o contador consultado forneceu uma previsão de despesas de aproximadamente R\$ 2.000,00 para a legalização e obtenção dos documentos para abertura da empresa. O contador Vagner Laina, sob CRC RJ 091471/O-3 cobrará para a prestação desse serviço o valor de R\$

650,00 na data da abertura da empresa. Segue a descrição com a lista de documentos necessários para a legalização da empresa.

QUADRO 09 - Legalização

Documentos Exigidos por Órgãos Fiscalizadores	Valor
PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO	
Busca Prévia de Local	Sem ônus
RUCCA – Requerimento Único de Concessão de Cadastro	-
Alvará	R\$ 480,00
JUCERJA – JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO	
Busca prévia do nome	R\$ 11,00
Registro do Contrato Social	R\$ 300,00
RFB – RECEITA FEDERAL DO BRASIL	
Inscrição no CNPJ – Via Internet	-
DBE – Documento Básico de Entrada p/o CNPJ – Via Internet	-
Cópia Autenticada do Contrato Social registrado na JUCERJA	R\$ 26,00
SEDEX – Enviar (DBE & Cópia do Contrato Social) p/obter CNPJ	R\$ 8,00
SEFAZ – SECRETARIA ESTADUAL DE FAZENDA DO RIO DE JANEIRO	
DOCAD – Documento de Cadastro do Estado do Rio de Janeiro – ME	R\$ 30,88
Pedido de Autorização para uso de equipamentos Emissor Cupom Fiscal	R\$ 23,16
RCPJ – REGISTRO CARTÓRIO CIVIL PESSOAS JURÍDICAS – CONTRATO SOCIAL – SERVIÇOS	
Inscrição na Secretaria da Municipal de Fazenda	R\$ 480,00
Autorização Impressão Documentos Fiscais e NF	R\$ 250,00
CORPO DE BOMBEIROS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO	
Vistoria das condições de Segurança – Corpo de Bombeiros	R\$ 71,00
SINDICATO DA CLASSE - INSCRIÇÃO SINDICAL	
Registro no Sindicato Patronal	-
Registro no sindicato patronal (anuidade = R\$ 96,00)	R\$ 96,00
Honorários do Contador	R\$ 650,00
Total	R\$ 2.676,04

Fonte: Contador Vagner Laina CRC RJ 091471/O-3

2.9.2. Infra-estrutura física e tecnológica

QUADRO 10– Infra-estrutura física e tecnológica

ITEM	Quant	Vlr. Unit.	Vlr. Total	Fornecedores
Externo				
Aluguel	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6000,00	-----
Letreiro da loja	1	R\$ 420,00	R\$ 420,00	Caxias Sing
Subtotal			R\$ 6.420,00	
Equipamento para cozinha				
Forno	2	R\$ 1.299,00	R\$ 2.598,00	Americanas
Máquina de moinho	1	R\$ 785,00	R\$ 785,00	Casa e Vídeo
Freezer	1	R\$ 1.410,03	R\$ 1.410,03	Casas Bahia
Máquina de gelo	1	R\$ 1.299,00	R\$ 1.299,00	Casa e Vídeo
Sanduicheira	2	R\$ 113,00	R\$ 226,00	Casas Bahia
Refresqueira	2	R\$ 2.749,00	R\$ 5.498,00	Americanas
Gaveteiro e filtro de água	1	R\$ 358,00	R\$ 358,00	Casa e Vídeo
Forno elétrico	1	R\$ 449,00	R\$ 449,00	Casa e Vídeo
Chocolateira	2	R\$ 38,68	R\$ 77,36	Casa e Vídeo
Máquina de café expresso	1	R\$ 3.144,00	R\$ 3.144,00	Cafemaq
Máquina de fatiar	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	Casa e Vídeo
Máquina de tostar	1	R\$ 89,00	R\$ 89,00	Casas Bahia
Geladeira	1	R\$ 826,16	R\$ 826,16	Casas Bahia
Microondas	1	R\$ 229,00	R\$ 229,00	Casas Bahia

ITEM	Quant	Vlr. Unit.	Vlr. Total	Fornecedores
Liquidificador	1	R\$ 89,00	R\$ 89,00	Casas Bahia
Espremedor de fruta	2	R\$ 245,00	R\$ 490,00	Casas Bahia
Subtotal			R\$ 19.067,55	
Utensílios para a cozinha				
Jogo de facas	2	R\$ 79,00	R\$ 158,00	Casa e Vídeo
Bacias plásticas	5	R\$ 2,00	R\$ 10,00	Casa e Vídeo
Abridor de latas	2	R\$ 2,55	R\$ 5,10	Casa e Vídeo
Saca-rolhas	4	R\$ 64,00	R\$ 256,00	Casa e Vídeo
Espátulas	6	R\$ 16,00	R\$ 96,00	Casa e Vídeo
Jogo de Garfos	2	R\$ 18,90	R\$ 37,80	Casa e Vídeo
Peneira	3	R\$ 5,90	R\$ 17,70	Casa e Vídeo
Subtotal			R\$ 580,60	
Utensílios para o salão de refeições				
Pratos de sobremesa	30	R\$ 3,72	R\$ 111,06	Casa e Vídeo
Xícaras de café/ tamanho Junior	10	R\$ 4,20	R\$ 42,00	Casa e Vídeo
Xícaras de café/ base	60	R\$ 18,31	R\$ 1.098,60	Casa e Vídeo
Colher de cafezinho	70	R\$ 0,86	R\$ 60,20	Casa e Vídeo
Copo de água	20	R\$ 2,10	R\$ 42,00	Casa e Vídeo
Maq. de cartão sem fio/alugada	2	R\$ 150,00	R\$ 300	JM Assessoria
Telev. LCD de 32 polegadas	1	R\$ 1.699,99	R\$ 1.699,99	Casas Bahia

ITEM	Quant	Vlr. Unit.	Vlr. Total	Fornecedores
Copos de sucos	20	R\$ 3,20	R\$ 64,00	Casa e Vídeo
Guardanapos	10	R\$ 3,80	R\$ 38,00	Casa e Vídeo
Bandejas	40	R\$ 39,90	R\$ 1.596,00	Casa e Vídeo
Taças para doces (grande)	20	R\$ 5,80	R\$ 116,00	Casa e Vídeo
Cesta de lixo	5	R\$ 9,95	R\$ 49,75	Kalunga
Subtotal			R\$ 4.917,60	
Instalação para a cozinha				
Pia	1	R\$ 119,00	R\$ 119,00	CompraFacil
Bancadas	3	R\$ 110,00	R\$ 330,00	Marceneiro
Mesa de apoio	2	R\$ 180,00	R\$ 360,00	Marceneiro
Lixeira	4	R\$ 9,95	R\$ 39,80	Kalunga
Prateleira	4	R\$ 89,00	R\$ 356,00	Marceneiro
Armário	3	R\$ 135,00	R\$ 405,00	Marceneiro
Subtotal			R\$ 1.609,80	
Instalações para o banheiro				
Armário	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	Casas Bahia
Pia	2	R\$ 89,00	R\$ 178,00	CompraFacil
Vaso	1	R\$ 205,00	R\$ 205,00	CompraFacil
Espelho	1	R\$ 98,00	R\$ 98,00	Casa e Vídeo
Saboneteira	1	R\$ 35,00	R\$ 35,00	Extra

ITEM	Quant	Vlr. Unit.	Vlr. Total	Fornecedores
Papeleira	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00	Extra
Porta-papel higiênico	1	R\$ 19,98	R\$ 19,98	Extra
Subtotal			R\$ 710,98	
Móveis para o salão de refeições				
Mesa	15	R\$ 47,00	R\$ 705,00	Meca
Cadeira	60	R\$ 35,00	R\$ 2.100,00	Meca
Balcão/refrigerante	1	R\$ 330,00	R\$ 330,00	Marceneiro
Balcão/estufa	1	R\$ 280,00	R\$ 280,00	Marceneiro
Caixa registradora	2	R\$ 720,00	R\$ 1.440,00	Varejo Fácil
Balcão para caixa registradora	1	R\$ 215,00	R\$ 215,00	Marceneiro
Extintor de incêndio	5	R\$ 100,00	R\$ 500,00	Fire Trotte
Cadeira para criança	10	R\$ 28,00	R\$ 280,00	Marceneiro
Ar condicionado Split 12000 BTU	1	R\$ 1.298,00	R\$ 1.298,00	Casas Bahia
Subtotal			R\$ 7.148,00	
Uniforme dos colaboradores				
Calça	10	R\$ 10,80	R\$ 108,00	Miosol uniformes
Blusa	10	R\$ 7,20	R\$ 72,00	Miosol uniformes
Bota	10	R\$ 10,20	R\$ 102,00	Miosol uniformes
Boné	10	R\$ 6,00	R\$ 60,00	Miosol uniformes
Avental	10	R\$ 13,20	R\$ 132,00	Miosol uniformes

ITEM	Quant	Vlr. Unit.	Vlr. Total	Fornecedores
Rede de cabelo	8	R\$ 8,00	R\$ 64,00	Miosol uniformes
Subtotal			R\$ 538,00	
Móveis para o escritório				
Computador completo	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	Dell
Impressora multifuncional	1	R\$ 480,00	R\$ 480,00	Casas Bahia
Fax	1	R\$ 230,00	R\$ 230,00	Casas Bahia
Mesa com gaveta	1	R\$ 140,00	R\$ 140,00	Marceneiro
Cadeiras	1	R\$ 98,00	R\$ 98,00	Marceneiro
Ar condicionado	1	R\$ 890,00	R\$ 890,00	Casas Bahia
Materiais de escritório	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00	Kalunga
Armário de escritório	1	R\$ 197,00	R\$ 197,00	Casas Bahia
Aparelho de telefone sem fio	2	R\$ 210,00	R\$ 420,00	Kalunga
Sofá de três lugares	1	R\$ 420,00	R\$ 420,00	Casas Bahia
Bebedouro de apoio	1	R\$ 119,90	R\$ 119,90	Casas Bahia
Cofre	1	R\$ 599,00	R\$ 599,00	Casas Bahia
Subtotal			R\$ 6.343,90	
Total			R\$ 47.336,43	

2.9.3. Estrutura Organizacional

Perfil dos Sócios:

Leonardo e Souza Carvalho, 25 anos, solteiro, cursando Administração de Empresas na Universidade Gama Filho, com experiência em setores administrativos e comercial, inglês intermediário e possuidor de cursos na área administrativa.

André Marins Tavares, 24 anos, solteiro, analista, formado em Administração de Empresas na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro há 2 anos, com experiência na área comercial exterior, e inglês fluente.

Estrutura Funcional:

Leonardo Carvalho irá ocupar o cargo de gerente administrativo da Coffe&Cia, ao qual será responsável pela direção e coordenação de todas as atividades operacionais da empresa. Entre as suas atribuições estão, acompanhar os índices físicos e financeiros de produtividade e eficácia, presidir reuniões, autorizar alterações estruturais e aquisições de bens, bem como aprovar os principais contratos de convênios e fornecimentos devido sua experiência de 3 anos no ramo.

André Tavares irá ocupar o cargo de gerente comercial, que será responsável pela compra de matéria-prima buscando as melhores ofertas com os fornecedores, terá a função de selecionar os funcionários e coordená-los nas respectivas funções devido sua experiência de 4 anos no ramo

O quadro de funcionários será composto por três operadores de caixa, três atendentes, três baristas e um auxiliar de serviços gerais. Todos deverão possuir o ensino médio completo, ter entre 20 a 30 anos, ser dinâmico, empático, responsável e ter iniciativa.

Todos devem ter disponibilidade para trabalhar 44 horas semanais, sendo que nas Terças, Quintas e Domingos a carga horária será de 7 horas diárias e nas Sextas e Sábados trabalharão 8 horas diárias. Vale salientar que a Coffee&Cia não irá funcionar às Segundas. O horário de funcionamento da Coffee&Cia será de 11h às 22h e 11h às 24h aos Sábados e Domingos

De acordo tal planejamento os funcionários serão divididos em 3 equipes, constituídos de 1 operador de caixa, 1 barista e 1 atendente, onde irão desempenhar as funções nos horários citados nos quadros 11 e 12.

QUADRO 11 – Carga Horária para Terça, Quinta e Domingo			QUADRO 12 – Carga Horária para Sexta e Sábado		
Gerente Comercial	- - -	11h às 22h*	Gerente Comercial	- - -	11h às 24h*
Gerente Administrativo	- - -	11h às 22h*	Gerente Administrativo	- - -	11h às 24h*
Atendente	Equipe 1	11h às 19h	Atendente	Equipe 1	11h às 20h
	Equipe 2	13h às 21h		Equipe 2	13h às 22h
	Equipe 3	14h às 22h		Equipe 3	15h às 24h
Caixa	Equipe 1	11h às 19h	Caixa	Equipe 1	11h às 20h
	Equipe 2	13h às 21h		Equipe 2	13h às 22h
	Equipe 3	14h às 22h		Equipe 3	15h às 24h
Barista	Equipe 1	11h às 19h	Barista	Equipe 1	11h às 20h
	Equipe 2	13h às 21h		Equipe 2	13h às 22h
	Equipe 3	14h às 22h		Equipe 3	15h às 24h
Aux. Serv. Gerais	- - -	10h às 18h	Aux. Serv. Gerais	- - -	10h às 19h
* Consta carga horária integral por se tratar de cargo de chefia e não possuir horário definido.					

O Operador de Caixa deve possuir no mínimo 2 anos de experiência atuando na área e será responsável pelas funções de manter toda a movimentação diária correta do seu turno, verificar e controlar para que não haja diferença entre o que há em espécie no caixa e o que foi lançado no sistema. Irá gerar relatório eletrônico ao final do seu turno com todos os lançamentos registrados no caixa, anexar todas as comandas recebidas e apresentar ao gerente administrativo

O Atendente deve ser do sexo feminino por historicamente possuir um atendimento mais prestativo e diferenciado, possuir experiência de no mínimo 1 ano atuando com o público e será responsável pelo atendimento ao cliente e fornecer os produtos aos mesmos de maneira adequada, cordial e com agilidade.

O Barista deve possuir no mínimo 2 anos de experiência atuando na área e será responsável por preparar a bebida corretamente, criando novos *drinks* a base de café.

O Auxiliar de Serviços Gerais não há necessidade de ter experiência anterior, será responsável por efetuar a faxina nas dependências físicas da cafeteria. Deverá zelar pela armazenagem e uso de materiais de limpeza, além de executar outras tarefas de necessidade da empresa.

Os gerentes não possuirão carga horária definida por ser cargo de chefia, a princípio ficarão das 11h às 22h dos dias de carga horária de 7 horas e das 11h às 24h da noite dos dias de carga horária de 8 horas. O cargo de gerente comercial ficará sob responsabilidade do sócio André Marins Tavares, e o cargo de gerente administrativo sob responsabilidade do sócio Leonardo e Souza Carvalho.

O organograma proposto irá relatar as subordinações e o fluxo de decisões da empresa. A equipe gerencial da Coffee&Cia será composta pelos dois sócios, ambos terão o mesmo poder de decisão, por terem participações iguais.

Organograma será apresentado da seguinte forma:

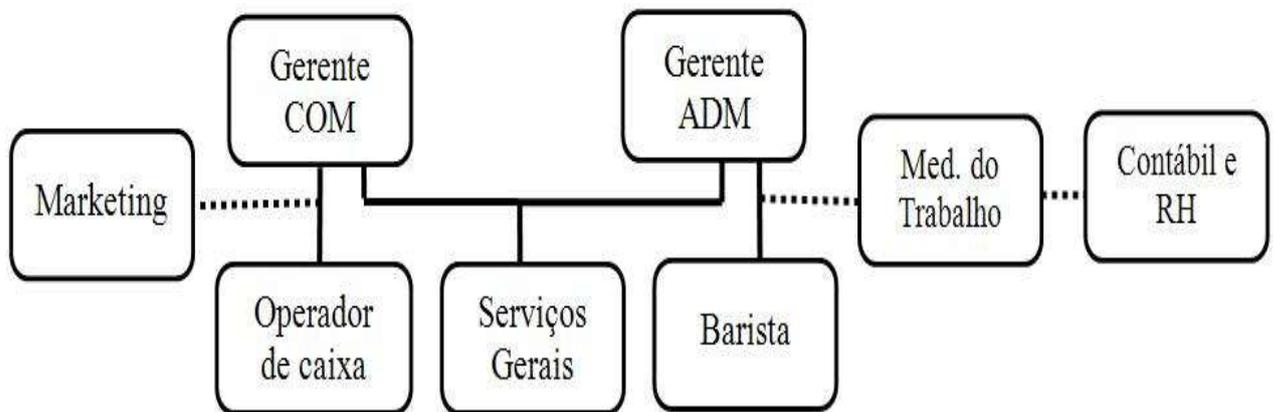


FIGURA 03: Organograma da empresa

A empresa irá terceirizar a contabilidade, RH, Medicina/Segurança do trabalho e o Marketing, observando os seguintes critérios:

Contabilidade/RH: Responsável por produzir as informações contábeis com o objetivo de tornar claro e bem visível o patrimônio da organização. O profissional irá fornecer informações sobre o patrimônio, informações essas de ordem econômica e financeira, que facilitam as tomadas de decisões, tanto por parte dos administradores ou proprietários como também por parte daqueles que pretendem investir na empresa. No âmbito de Rh esse profissional será responsável por gerir a folha de pagamento dos funcionários, bem como obrigações de anotação em CTPS, admissão, férias, rescisão, recrutamento, seleção e etc.

Médico/Segurança do trabalho: Responsáveis respectivamente pela realização de exame médico admissional, demissional, mudança de função etc., e pela verificação das condições de segurança do ambiente de trabalho.

Marketing: Responsável por fornecer sugestões, seleção de mídias, planejar campanhas promocionais, criar a arte para material publicitário, criação de projetos de fachada, faixa e banners.

Cada terceirizado terá como uma de suas responsabilidades, a emissão de relatório mensal, de forma eletrônica, a ser repassado para a empresa. Tal relatório será analisado pelos sócios que darão o parecer e farão a fiscalização e o acompanhamento pertinentes, baseando-se nas informações apresentadas pelo terceirizado. Os sócios ajustarão, proporão mudanças e solucionarão problemas quando e onde for necessário, sempre visando ao bom andamento do estabelecimento.

Estrutura Humana:

Recrutamento e Seleção:

O processo de recrutamento e seleção obedece a critérios de metodologia, visando à qualidade e agilidade no atendimento. De acordo com solicitação da empresa Coffee&Cia os serviços de recrutamento e seleção serão terceirizados e deverão seguir o processo estipulado:

- Definição do perfil profissional e responsabilidades do cargo;
- Identificação do profissional através dos meios de divulgação (internet e jornal);
- Triagem inicial de currículos;
- Aplicação de instrumentos de avaliação psicológica e de raciocínio lógico;
- Dinâmica de grupo;
- Entrevista do candidato por parte da empresa contratada;
- Encaminhamento do candidato indicado para a entrevista com os responsáveis pela contratação (sócios).

Treinamento e Desenvolvimento:

Todos os funcionários que estarão em contato direto com os clientes terão um treinamento ministrado por especialistas da empresa de Rh contratada que contará com palestras, vídeos, cursos que terão como finalidade repassar ou reciclar conhecimentos, habilidades ou atitudes relacionados diretamente à execução de tarefas ou à sua otimização no trabalho e ainda abordar temas importantes do dia-a-dia dos funcionários em seu ambiente de trabalho.

O treinamento do barista será feito pela Cafemaq, fornecedor de máquinas para café expresso, que desenvolveu um centro de treinamento com profissionais para ensinar, treinar ou mesmo reciclar toda a equipe de funcionários dos clientes. Os treinamentos consistem em uma parte teórica e outra prática. Com

aproximadamente 3 horas de duração serão abordados assuntos como o funcionamento da máquina, a identificação dos parâmetros do espresso perfeito, e treinamento de cada aluno para regular o moinho e extrair o espresso corretamente e a vaporização correta do leite.

A política que será adotada pela empresa será a de buscar a especialização da mão de obra de atendimento, através de uma política contínua de treinamento e um processo seletivo apurado com foco na capacidade de interação e encantamento dos clientes.

Avaliação de Desempenho:

A análise de desempenho do funcionário será feita através de quatro questionários num período de 4 meses e um geral anual que será respondido pelos gerentes em relação a cada empregado referente às atividades que realiza, dos resultados alcançados e do seu potencial de desenvolvimento.

Remuneração:

Os salários dos funcionários serão de acordo com o piso da categoria, estabelecidos pelos sindicatos da classe, SindRio. Os encargos sociais e trabalhistas serão calculados com base nos índices estabelecidos para as empresa optantes pelo Simples Nacional da 1ª categoria, como é o caso da cafeteria.

Alguns encargos como incidência de aviso prévio, auxílio afastamento por doença ou acidente e indenização de aviso prévio, não serão calculados, pois dependem do índice de rotatividade da empresa. A empresa terá apenas o FGTS como encargo social cujo índice para cálculo será de 8%, os encargos trabalhistas terão índices de 8,33% correspondente ao 13º salário, 11,11% das férias e 6% do vale-transporte somando 33,77% como é mostrado na tabela 03:

TABELA 03 - Cálculo sobre salário

Cálculo sobre um salário de mensalista	
13º salário	8,33%
Férias	11,11%
INSS	0,00%
SAT	0,00%
Sal.Educação	0,00%
INCRA/SEST/SEBRAE/SENAT	0,00%
FGTS	8,00%

Cálculo sobre um salário de mensalista

FGTS/Provisão de Multa - 4,00%

Rescisão

Total Previdenciário	12,00%
Previdenciário s/13º e Férias	2,33%
SOMA BÁSICO	33,77%

Fonte: Guia Trabalhista (2008)

QUADRO 13 – Remuneração

Cargo	Quant.	Salário Individual	Encargo 33,77%	Total de Salários	Total de Encargos	Total (R\$)
Gerente Comercial	1	1.000,00 (Pró-Labore)	-----	1.000,00 (Pró-Labore)	-----	1.000,00
Gerente Administrativo	1	1.000,00 (Pró-Labore)	-----	1.000,00 (Pró-Labore)	-----	1.000,00
Atendente	3	600,00	202,62	1.800,00	607,86	2.407,86
Caixa	3	600,00	202,62	1.800,00	607,86	2.407,86
Barista	3	600,00	202,62	1.800,00	607,86	2.407,86
Aux. Serv. Gerais	1	465,00	157,03	465,00	157,03	622,03
Total		R\$ 4.265,00	R\$ 764,89	R\$ 7.865,00	R\$ 1.980,61	R\$ 9.845,61

As áreas e as respectivas empresas que serão terceirizadas seguem descritas no quadro a seguir:

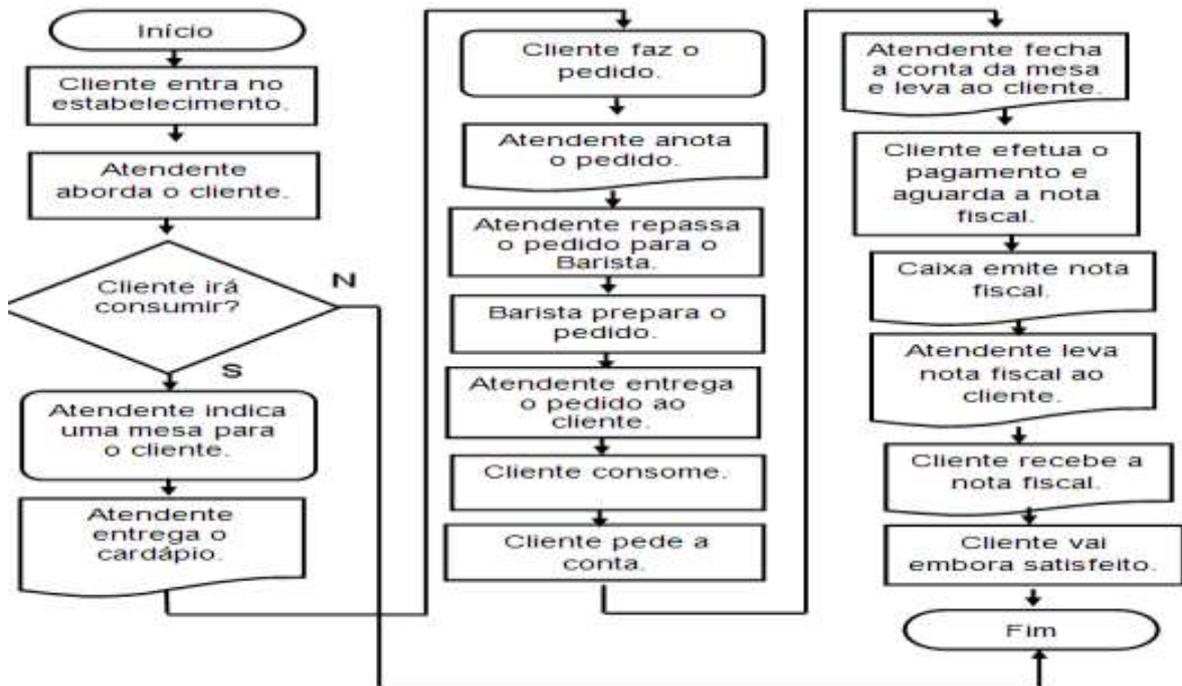
QUADRO 14– Empresas terceirizadas

SETOR	EMPRESA	DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES	VALOR
Marketing	Global	Ações de marketing para posicionar a empresa no mercado.	R\$ 400,00
Contábil e Recursos Humanos	Lemos Contabilidade e Recursos Humanos	Abertura de Firma, departamento fiscal, departamento de pessoal, assistência jurídica, atualização contábil, balanço, balancete, recrutamento, seleção e treinamento.	R\$ 800,00
Medicina e Segurança do Trabalho	<u>CID</u> Medicina e Segurança no Trabalho	PCMSO PPP / LTCAT PPRA CIPA	R\$ 200,00
TOTAL			R\$ 1.400,00

2.9.4. Estrutura Operacional

Administração:

O fluxograma da operação da Coffee&Cia pode ser verificado como:



Comercial:

QUADRO 15 – Meta de Vendas para os primeiros seis meses

Projeção de Vendas Ano 1							
PRODUTO	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Total
	Venda						
Café expresso	2.700,00	2.880,00	2.790,00	2.970,00	3.060,00	3.150,00	17.550,00
Café expresso duplo	3.750,00	3.812,50	3.875,00	3.937,50	4.000,00	4.062,50	23.437,50
Capuccino	4.200,00	3.675,00	4.200,00	4.550,00	4.375,00	4.025,00	25.025,00
Mini-Capuccino	2.625,00	2.750,00	2.875,00	3.000,00	3.125,00	2.750,00	17.125,00
Café Pingado	1.000,00	1.100,00	1.200,00	1.300,00	1.400,00	900,00	6.900,00
Café Antonella	2.625,00	2.800,00	2.975,00	2.625,00	3.325,00	2.450,00	16.800,00
Café Auro	2.625,00	2.800,00	2.975,00	2.450,00	3.325,00	2.800,00	16.975,00
Café Angelo	2.405,00	2.590,00	1.665,00	2.405,00	2.035,00	2.590,00	13.690,00
Café Ettore	2.035,00	2.590,00	1.628,00	2.405,00	2.405,00	2.590,00	13.653,00
Café Enrica	1.800,00	2.000,00	1.600,00	2.400,00	2.600,00	2.400,00	12.800,00
Café Allesia	2.520,00	2.400,00	1.960,00	2.600,00	3.000,00	2.600,00	15.080,00
Café Aurora	1.760,00	2.800,00	1.960,00	2.400,00	2.800,00	2.600,00	14.320,00
Café Enzo	2.600,00	2.000,00	1.840,00	2.600,00	3.400,00	2.400,00	14.840,00
Café Eleonora	2.310,00	2.520,00	2.100,00	2.310,00	3.150,00	2.940,00	15.330,00

Projeção de Vendas Ano 1							
Café Arianna	1.260,00	2.520,00	2.058,00	2.310,00	2.730,00	2.310,00	13.188,00
Café Anielo	1.400,00	1.800,00	1.920,00	2.000,00	2.200,00	2.200,00	11.520,00
Café eva	1.200,00	1.800,00	2.160,00	2.200,00	2.360,00	2.000,00	11.720,00
Café Eterie	1.600,00	1.800,00	2.000,00	2.200,00	2.440,00	2.200,00	12.240,00
Café Elita	1.800,00	2.000,00	2.120,00	2.400,00	2.000,00	2.000,00	12.320,00
Café Anastasia	1.470,00	1.260,00	2.268,00	2.520,00	2.310,00	2.730,00	12.558,00
Café Adone	2.310,00	1.890,00	2.730,00	2.940,00	3.150,00	2.940,00	15.960,00
Chá quente	645,00	752,50	860,00	967,50	1.075,00	1.182,50	5.482,50
Chá Gelado	645,00	752,50	860,00	967,50	1.075,00	1.182,50	5.482,50
Chocolate Cremoso	450,00	525,00	600,00	675,00	750,00	825,00	3.825,00
Chocolate com Chantilly	500,00	600,00	700,00	800,00	900,00	1.000,00	4.500,00
Suco natural	375,00	500,00	625,00	750,00	875,00	1.000,00	4.125,00
Coca-Cola	600,00	700,00	800,00	900,00	1.000,00	1.100,00	5.100,00
H2O	200,00	300,00	400,00	500,00	600,00	700,00	2.700,00
Fanta Uva	500,00	600,00	700,00	800,00	900,00	1.000,00	4.500,00
Kuat	500,00	600,00	700,00	800,00	900,00	1.000,00	4.500,00
Sanduíche Natural	200,00	300,00	400,00	500,00	600,00	700,00	2.700,00
Misto quente	400,00	500,00	600,00	700,00	800,00	900,00	3.900,00
Croissant	450,00	600,00	750,00	900,00	1.050,00	1.200,00	4.950,00
Pastel de Forno	450,00	600,00	750,00	900,00	1.050,00	900,00	4.650,00
Folhado	450,00	600,00	750,00	900,00	1.050,00	1.200,00	4.950,00
Empada	450,00	600,00	750,00	900,00	1.050,00	900,00	4.650,00
Esfiha	450,00	600,00	750,00	900,00	1.050,00	1.200,00	4.950,00
Quiche	450,00	600,00	750,00	900,00	1.050,00	900,00	4.650,00
Biscoito de queijo	175,00	225,00	275,00	325,00	375,00	425,00	1.800,00
Pão de queijo	600,00	750,00	900,00	1.050,00	1.200,00	1.350,00	5.850,00
Trufa	180,00	255,00	330,00	405,00	480,00	555,00	2.205,00
Banana flambada	450,00	600,00	750,00	900,00	1.050,00	1.200,00	4.950,00
Brownie	437,50	562,50	687,50	812,50	937,50	1.062,50	4.500,00
Queijadinha	262,50	337,50	412,50	487,50	562,50	637,50	2.700,00
Brigadeiro	200,00	250,00	300,00	350,00	400,00	450,00	1.950,00
Pudim	300,00	375,00	450,00	525,00	600,00	675,00	2.925,00
Fatia torta	437,50	562,50	687,50	812,50	937,50	1.000,00	4.437,50
Mousse	437,50	562,50	687,50	812,50	937,50	1.062,50	4.500,00
Pave	437,50	562,50	687,50	812,50	937,50	1.000,00	4.437,50
Total	57.627,50	64.560,00	66.811,50	75.575,00	83.382,50	80.945,00	428.901,50

Controle de Qualidade:

Os fatores que determinam a qualidade dos produtos e serviços da empresa são os seguintes:

- Padrão do grão do café: a empresa possuirá café em grão com marca certificada pela ABIC (Associação Brasileira da Indústria do Café) e ainda com selo certificador de sustentabilidade;
- Tecnologia de ponta em máquinas automáticas;
- Atenção às variações e exigências do mercado fornecedor e/ou consumidor.

Terceirização das operações:

Não haverá terceirização nas operações.

Sistemas de Gestão e Informação:

A princípio a Coffee&Cia utilizará o *Software Vsoft Administrador Free 6.9.219*, para integrar as informações da empresa, o software é voltado especificamente para quem está iniciando um pequeno negócio, como é o caso da empresa, não haverá custo de aquisição, pois o mesmo é gratuito.

Seus Principais recursos se baseiam em:

- Controle de contas correntes (incluindo cheques emitidos e recebidos);
- Controle de fluxo de caixa;
- Controle de estoque comercial (incluindo pedidos, orçamentos, compras, vendas, transferências entre estoques);
- Controle de serviços (incluindo orçamentos, vendas e comissões);
- Cadastro da empresa, clientes, fornecedores, produtos, categorias, funcionários, tipos de contas a pagar e a receber (plano de contas), processos, serviços, etc;
- Impressão de notas fiscais (produtos e ou serviços) configuráveis;
- Impressão de cheques, boletos bancários e duplicatas configuráveis;
- Módulo frente de Loja com emissão de orçamentos e venda rápida com impressão de recibo;
- Acesso ao sistema com definição de permissões para cada usuário além de recurso de auditoria;
- Recursos de integração e acesso à Internet;
- Relatórios configuráveis pelo próprio usuário;
- Envio de todos os relatórios através de e-mail;

- Exportação de todos os relatórios para os formatos RTF (Rich Text Format), PDF (Adobe Acrobat), Microsoft Excel, TIF, HTML e Texto;
- Diversos tipos de relatórios gerenciais.

4. PRODUTOS OFERTADOS

A Coffee&Cia irá oferecer os cafés tradicionais e também os tipos de cafés sofisticados e variados, pois se pretende atrair o consumidor através da alta qualidade dos mesmos e com o diferencial competitivo. Com essa atitude visa-se o sucesso de vendas esperado pela empresa.

4.1. DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS

Os produtos principais da Coffee&Cia serão as variedades dos cafés oferecidos. Todos os cafés serão preparados no momento da compra pelo barista, que preparará a bebida de forma criativa e tecnicamente correta na presença do cliente com a mais alta eficiência e higiene possíveis, para que o mesmo perceba a preocupação da empresa em relação à higiene, com o seu bem-estar e a qualidade no serviço prestado. A empresa irá atender a moradores e turistas de ambos os sexos, na sua maioria a partir dos 18 anos que pertençam às classes A e B, no qual tenham interesse em produtos com preço viável para todas as pessoas além de produtos e serviços de qualidade em um ambiente aconchegante.

Os cafés da empresa serão preparados a partir de matérias-primas dos fornecedores que têm os melhores produtos. Utiliza-se como base para o preparo do café, o grão que será moído em um moedor apropriado, o açúcar será servido em sachês de quantidade exata, que será adquirido direto da fábrica União. Os outros produtos como chantilly, licor de chocolate e o chá serão adquiridos em mercado de venda por atacado, pois serão comprados em pequenas quantidades.

O café será preparado pelo barista, que utilizará a máquina de moer o grão e depois passará para a máquina de café expresso e acionará o atendente para servir ao cliente. Serão vendidos para acompanhamento do café, salgados, sanduíches, pão de queijo além de sobremesas como doces e tortas.

Para que a Coffee&Cia consiga proporcionar satisfação ao público consumidor, ela irá compor uma variedade de produtos de forma criativa e utilizará matéria-prima de qualidade, para que o produto final esteja ao alcance do público consumido.

Seguem descritos todos os produtos que serão oferecidos na abertura da cafeteria, caso haja necessidade de alguma modificação no cardápio proposto, será feita visando sempre à cultura da empresa e a satisfação do cliente.

QUADRO 18 – Cafés quentes oferecidos

CAFÉS QUENTES	
Café expresso	Café expresso com grãos moídos na hora
Café expresso duplo	Café expresso grande
Capuccino	Café expresso, chocolate em pó e leite vaporizado
Mini-Capuccino	Cappuccino pequeno
Café Pingado	Café expresso com leite vaporizado pequeno
Café Antonella	Café pingado com canela em pó
Café Auro	Café expresso com leite vaporizado na taça
Café Angelo	Café expresso, leite condensado e chocolate
Café Ettore	Café expresso, leite condensado, leite e canela.

QUADRO 19 – Cafés gelados oferecidos

CAFÉS GELADOS	
Café Enrica	Café expresso com gelo e raspas de limão
Café Allesia	Expresso com sorvete de creme
Café Aurora	Sorvete de creme, Suco de limão, gengibre, café expresso e calda de caramelo.
Café Enzo	Sorvete de chocolate, leite, café expresso, calda de chocolate e <i>Chantilly</i>
Café Eleonora	Sorvete de chocolate, leite condensado, cubos de café, leite e chantilly com raspas de chocolate
Café Arianna	Sorvete de chocolate, avelã, cubos de café, leite e chantilly decorado com calda de chocolate
Café Licor	Sorvete de creme, licor de café e café forte

QUADRO 20 – Drinks com cafés oferecidos

DRINKS COM CAFÉS	
Café Eva	Café expresso, licor de chocolate e chantilly
Café Eterie	Café expresso, licor de doce de leite e casca de laranja
Café Elita	Café expresso, licor de café, mel e hortelã
Café Anastasia	Café expresso, licor de conhaque, calda de caramelo e de chocolate.
Café Adone	Uísque, café expresso em fusão, chantilly e cereja

QUADRO 21 - Chás e chocolates oferecidos

CHÁS E CHOCOLATES	
Chás diversos quentes	Chocolate quente ou gelado cremoso
Chá mate gelado com limão	Chocolate quente ou gelado com <i>chantilly</i>

QUADRO 22- Sucos oferecidos

SUCOS NATURAIS	
Laranja	Abacaxi
Manga	Melão
Maracujá	Morango
Acerola	Limão

QUADRO 23- Refrigerantes oferecidos

REFRIGERANTES	
Coca-Cola (Lata)	H2O (500 ml.)
Fanta Uva (Lata)	Guaraná (Lata)

QUADRO 24 - Salgados oferecidos

SALGADOS E SANDUÍCHES	
Sanduíche Natural	Misto quente
Croissant (Frango com <i>catupiry</i> ou Presunto e queijo)	Pastel de forno (Queijo ou Palmito)
Folheados (Queijo, frango ou palmito)	Empada (Queijo, frango, camarão)

SALGADOS E SANDUÍCHES	
	ou palmito)
Esfiha (Carne ou queijo)	Quiche (3 queijos, alho poró ou tomate seco)
Biscoito de queijo	Pão de queijo

QUADRO 25 - Doces oferecidos

DOCES	
Trufas (Amêndoas, coco e brigadeiro)	Fatia torta de chocolate
Banana flambada com sorvete	Fatia torta de limão
Brownie	Fatia torta de chocolate com morango
Queijadinha	Mousse de chocolate
Brigadeiro	Mousse de maracujá
Pudim	Pavê de doce de leite

Toda a linha de produtos será elaborada da seguinte forma:

Matéria-Prima: A relação da matéria-prima necessária para o preparo das linhas de produtos a serem oferecidos pela Coffee&Cia segue descrita a seguir.

- **Cafés:** Café torrado e em grãos, água mineral, açúcar, chocolate, leite, canela em pó, chocolate em barra, leite condensado, sorvete (chocolate e creme), gengibre, calda (chocolate, baunilha e caramelo), *chantilly*, avelã, licor (chocolate, doce de leite e café), uísque, mel, hortelã, limão, laranja e cereja.

- **Sucos naturais:** Abacaxi, laranja, limão, manga, maracujá, melão, acerola e morango.

- **Salgados:** Farinha de trigo, farinha de rosca, fermento biológico, sal, óleo, azeite, margarina, pão de forma, ovo, leite, queijo (prato, mussarela e minas), alho, alho poró, palmito, peito de frango, camarão, tomate, cebola, cheiro verde, cubo de caldo de galinha, carne moída, cenoura, alface, *catupiry*, pimenta, *catchup*, mostarda, maionese e molho inglês.

- **Doces:** Farinha de trigo, polvilho doce, leite de coco, leite, leite condensado, doce de leite, creme de leite, ovos, açúcar, canela em pó, biscoito tipo maizena, essência de baunilha, granulado de chocolate, chocolate em pó, chocolate em barra (ao leite e meio amargo), sorvete (chocolate e creme), gelatina incolor, margarina, mel, maracujá, suco de maracujá, banana nanica, morango, limão, amêndoas, castanha, coco ralado e queijo minas.

A Coffee&Cia terá uma margem de lucro por cada produto vendido de acordo com a tabela a seguir:

TABELA 04 - Estimativa de lucro por unidade vendida.

PRODUTO	CUSTO	PREÇO DE VENDA	MARGEM DE LUCRO
Café expresso	R\$ 0,30	R\$ 1,80	83,33%
Café expresso duplo	R\$ 0,35	R\$ 2,50	86,00%
Capuccino	R\$ 0,60	R\$ 3,50	82,86%
Mini-Capuccino	R\$ 0,50	R\$ 2,50	80,00%
Café Pingado	R\$ 0,35	R\$ 2,00	82,50%
Café Antonella	R\$ 0,60	R\$ 3,50	82,86%
Café Auro	R\$ 0,60	R\$ 3,50	82,86%
Café Angelo	R\$ 0,70	R\$ 3,70	81,08%
Café Ettore	R\$ 0,70	R\$ 3,70	81,08%
Café Enrica	R\$ 0,80	R\$ 4,00	80,00%
Café Allesia	R\$ 0,80	R\$ 4,00	80,00%
Café Aurora	R\$ 0,80	R\$ 4,00	80,00%
Café Enzo	R\$ 0,80	R\$ 4,00	80,00%
Café Eleonora	R\$ 1,00	R\$ 4,20	76,19%
Café Arianna	R\$ 1,00	R\$ 4,20	76,19%
Café Anielo	R\$ 0,80	R\$ 4,00	80,00%
Café eva	R\$ 0,90	R\$ 4,00	77,50%
Café Eterie	R\$ 0,90	R\$ 4,00	77,50%
Café Elita	R\$ 0,80	R\$ 4,00	80,00%
Café Anastasia	R\$ 0,90	R\$ 4,20	78,57%
Café Adone	R\$ 0,90	R\$ 4,20	78,57%
Chá quente	R\$ 0,30	R\$ 2,15	86,05%
Chá Gelado	R\$ 0,30	R\$ 2,15	86,05%
Chocolate Cremoso	R\$ 0,40	R\$ 1,50	73,33%
Chocolate com Chantilly	R\$ 0,60	R\$ 2,00	70,00%
Suco natural	R\$ 0,56	R\$ 2,50	77,60%
Coca-Cola	R\$ 0,95	R\$ 2,00	52,50%

PRODUTO	CUSTO	PREÇO DE VENDA	MARGEM DE LUCRO
H2O	R\$ 1,20	R\$ 2,00	40,00%
Fanta Uva	R\$ 0,80	R\$ 2,00	60,00%
Kuat	R\$ 0,80	R\$ 2,00	60,00%
Sanduíche Natural	R\$ 0,90	R\$ 2,00	55,00%
Misto quente	R\$ 0,40	R\$ 2,00	80,00%
Croissant	R\$ 1,00	R\$ 3,00	66,67%
Pastel de Forno	R\$ 1,00	R\$ 3,00	66,67%
Folhado	R\$ 1,00	R\$ 3,00	66,67%
Empada	R\$ 1,00	R\$ 3,00	66,67%
Esfiha	R\$ 1,00	R\$ 3,00	66,67%
Quiche	R\$ 1,00	R\$ 3,00	66,67%
Biscoito de queijo	R\$ 0,20	R\$ 1,00	80,00%
Pão de queijo	R\$ 0,50	R\$ 3,00	83,33%
Trufa	R\$ 0,50	R\$ 1,50	66,67%
Banana flambada	R\$ 1,00	R\$ 3,00	66,67%
Brownie	R\$ 0,90	R\$ 2,50	64,00%
Queijadinha	R\$ 0,50	R\$ 1,50	66,67%
Brigadeiro	R\$ 0,30	R\$ 1,00	70,00%
Pudim	R\$ 0,60	R\$ 1,50	60,00%
Fatia torta	R\$ 1,00	R\$ 2,50	60,00%
Mousse	R\$ 1,00	R\$ 2,50	60,00%
Pave	R\$ 1,00	R\$ 2,50	60,00%
Total	R\$ 35,81	R\$ 138,30	74,11%

Os produtos relacionados na tabela 04 terão as embalagens personalizadas, ou seja, todas as xícaras, pires, copos e taças serão gravados com a logomarca da Cafeteria Coffee & Cia, com isso serão facilmente identificado e irão agregar valor a marca.

Os atendentes serão responsáveis pelo controle de estoque, ao qual será feito através do *Software* Vsoft Administrador Free 6.9.219, pois nele inclui o controle de estoque comercial, ou seja, incluindo pedidos, orçamentos, compras, vendas e transferências entre estoques. Os produtos serão estocados no próprio

estabelecimento, pois há espaço físico para isso, será separado um cômodo apenas para os produtos.

5. PLANO DE MARKETING

5.1. ANÁLISE DO MERCADO

É inegável que com diferentes formas de servir a bebida, cafeterias se tornam cada vez mais uma tendência aumentando o número de clientes em busca de um momento de relaxamento e entretenimento pessoal, contrastando com o modelo antigo em que o consumidor pedia um simples cafezinho e tomava a xícara de café com rapidez, em pé, encostado no balcão.

O novo cenário é de uma cafeteria moderna, inspirada nos cafés europeus com cenários amplos e muita tecnologia no preparo e no atendimento, mas com jeito brasileiro, utilizando cafés nacionais servidos em ambiente aconchegante, no qual o cliente tem pessoas muito simpáticas a sua volta, o que fez com que as cafeterias ganhassem espaço como negócio, nas principais cidades do país.

A estimativa é de que já exista no Brasil cerca de 2,5 mil casas de café, movimentando um mercado superior a R\$ 70 milhões mensais, ou R\$ 840 milhões anuais, além de empregar 30 mil funcionários. A expansão foi de menos 100% nos últimos seis anos e o faturamento mensal de uma cafeteria varia de R\$25 mil a R\$100 mil.

Em 2005, só a venda de máquinas de café expresso cresceu entre 15% e 20% e não deve parar por aí. O mercado é tão atrativo que a Starbucks – maior rede de cafeteria do mundo, que faturou no ano passado mais de US\$ 6 bilhões –, finalmente deve abrir sua primeira unidade brasileira do início do primeiro semestre de 2008, no Rio de Janeiro. (informação antiga. Isso já aconteceu, pois estamos no final de 2008)

O mercado de consumo da Zona Sul cresce a cada dia em quantidade e qualidade, virando assim sinônimo de lucro. Uma pesquisa realizada pela Target Marketing, publicada pelo jornal o Globo, no dia 11 de março de 2008, revelou que o consumo nas regiões administrativas do subúrbio do Rio de Janeiro avançou 48% de cerca de US\$ 2,4 bilhões em 2005 para US\$ 3,4 bilhões em 2008 e o consumo pulou de US\$ 3,1 bilhões em 2005 para US\$4,7 bilhões em 2008, como mostra no gráfico na página seguinte.

O consumo total no Rio, no período de 2005 a 2008, subiu 55%, mas foi acompanhado do aumento da população e esses dados chamaram a atenção e o interesse de empresas. Em 2005 a região era responsável por 12,1% do consumo

da cidade, em 2008 ficaram com 11,6%, porém o positivo da análise é o aumento no número de domicílios das classes mais altas.

Segundo o presidente do conselho de varejo da Associação Comercial do Rio (ACRJ), Daniel Plá, a grande distribuição de renda nos últimos dois anos afetou o comércio na Zona Sul para melhor, porém a “grande oportunidade” existirá quando a região for menos violenta, pois há um grande movimento noturno que pode ser resgatado se aumentar a segurança. Essa violência acaba trazendo uma insegurança para a população, favorecendo de certa forma aos comércios, pois atrai um maior número de pessoas para os mesmos por se sentirem mais protegidas e seguras

A segmentação do mercado da Coffe e Cia teve como base duas pesquisas feitas recentemente: a primeira realizada pelo Instituto de Economia Agrícola (IEA), a qual definiu o perfil do consumidor de café em Shoppings Centers no Estado do Rio de Janeiro, Zona Sul, e a segunda pela Target Marketing que comparou o crescimento do mercado consumidor na mesma região de 2006 até 2008.

De acordo com a pesquisa feita pelo Instituto de Economia Agrícola os consumidores do sexo masculino são majoritários na procura pelo café expresso (66% e 54% para as classes A e B de Shopping Center, respectivamente).

A média de todos os Shoppings Centers é de 56% de consumidores do sexo masculino para 44% do sexo feminino. No entanto fora dos Shoppings o número de consumidores do sexo masculino é de 60% contra 40% do sexo feminino. A maior participação dos homens na população economicamente ativa e aspectos relativos ao consumo de café, podem ser as causas da predominância masculina no consumo da bebida.

Quanto à média de idade dos consumidores, percebeu-se alguma variação dentre classes, sendo menor na classe C e maior na classe B. Combinando-se tais resultados com os obtidos quanto ao sexo dos consumidores (em que se constatou maior equilíbrio entre os gêneros para a classe C), presume-se que as consumidoras são mais jovens do que o observado para os demais estabelecimentos.

O perfil de escolaridade é muito similar com forte predomínio dos consumidores com nível superior, e esse resultado confirma a suspeita de que os consumidores com nível de escolaridade superior formam a maioria dos freqüentadores dos estabelecimentos que servem a bebida.

A renda dos consumidores é semelhante tanto dentro como fora dos estabelecimentos onde as cafeterias, e em todas as classes, com predomínio

daqueles com renda acima de 10 salários mínimos, especialmente nas classes B e C. Essa constatação reflete-se no preço cobrado pela bebida, sendo maior na região onde os consumidores efetivamente dispõem de renda. Por outro lado, na região norte, a renda dos consumidores apresenta uma distribuição mais homogênea dentro dos patamares estabelecidos pelas pesquisas, e as classes de Shoppings Center. Também diferem significativamente entre si quanto ao perfil do consumidor bem como os estabelecimentos de dentro e fora dos mesmos, exceto quanto ao percentual de expresso em cafeterias assemelha-se ao do restante da cidade quanto ao sexo e a faixa etária, porém possui maior nível de escolaridade e de renda.

A quantidade de xícaras de café servidas em Shoppings Center, foi outro fator analisado na pesquisa realizada pelo Instituto de Economia Agrícola Na Zona Sul, a classe C foi predominante em relação às classes A e B com quase 70% das xícaras servidas. Isso mostra o tamanho do crescimento de consumo do café no setor ficando apenas 12% atrás do consumo fora de Shoppings Center.

A pesquisa realizada pela Target Marketing na Zona Sul do Rio detectou também que a população dessa área encolheu, passando de 746 mil em 2005, para 710 mil pessoas em 2008.

A classe A, com renda familiar mensal média de R\$12mil, ficou mais numerosa, e são 2652 domicílio contra 854 em 2002, com aumento de 238% no consumo. Na classe B (renda mensal de 7 mil), o número de domicílios passou de 6.700 para 15.700 e o consumo subiu 303%.

Pela insegurança vivida atualmente na cidade, as pessoas procuram estabelecimentos mais tranquilos como cafeterias e restaurantes que transmitem segurança e um bom ambiente para os clientes. Segundo a pesquisa realizada pela Target Marketing em 2008, 60% são das classes A e B. Por meio das pesquisas analisadas anteriormente, observamos que o mercado a ser explorado pela empresa encontra-se promissor e em grande expansão, com um aumento significativo das classes A e B e com grande procura por parte dos consumidores, porém com carência de diversidade.

A pesquisa constatou que a concentração do setor vem se acentuando. A Tabela 4 indica que as 10 maiores empresas concentram 71,01% da produção total das empresas associadas da AB IC, contra 70,29% na pesquisa anterior. Enquanto isto, as 315 menores empresas tiveram sua participação reduzida de 7,88% para 7,32% da produção total das associadas.

Analisadas por grupos e portes, as empresas mostraram um desempenho muito distinto, com as maiores crescendo acentuadamente e as menores estáveis ou decrescendo.

Assim, os dados internos mostram que as 15 maiores empresas declararam um crescimento médio de 7,59%; as 50 maiores cresceram 6,80%, enquanto as 100 menores somente ampliaram sua produção em 0,19%. O resultado consolidado das associadas reduziu-se, portanto, para 5,55%. Já as empresas do Grupo Piloto, que são consideradas para o balizamento de tendências, indicam um vigoroso crescimento de 6,98% diferença das Médias Móveis entre Abril/07 e Abril/08.

A ABIC, em função destes dados e de suas grandes diferenças, nesta apuração, assumiu uma nova hipótese, bastante conservadora e que reduziu o resultado final do trabalho. A hipótese assumida é a de que as empresas Não associadas e o Consumo não cadastrado informal e nas fazendas NÃO cresceram, contribuindo com 0% na média final, ou seja, que o grupo das maiores empresas assumiu parte do mercado das menores.

Dessa forma, e considerando informações de mercado de que o café solúvel teria ampliado em 1% suas vendas no período, a pesquisa da ABIC chega ao resultado final assumido de 3,43%, o que remete ao consumo anual de 17,45 milhões de sacas no período considerado.

Quando as primeiras sacas de café chegaram ao Ocidente em 1615, já havia colônias européias tentando introduzir plantios à revelia do mundo árabe, que mantinha o segredo do cultivo trancado a sete chaves. Foram os holandeses que conseguiram as primeiras mudas cultivadas na Europa, que cresceram em estufas do jardim botânico de Amsterdã.

Os holandeses iniciaram o cultivo comercial em 1658, primeiro no *Sri Lanka*, depois em Java, o que encorajou outros países a tentar o mesmo. Por volta de 1706, sua produção abrangia grandes áreas da Indonésia e a maior parte do café javanês era exportada para outros países da Europa e para a América. O primeiro pé de café a crescer na França foi presente dos bem sucedidos holandeses ao rei Luís XV. A planta decorou a estufa de *Versailles* por muitos anos, até suas mudas serem cultivadas nas ilhas de *Sandwish* e de Bourbon. O famoso Café Bourbon é a fonte original de grãos brasileiros e mexicanos, como o Santos e o Oaxaca, mas levou tempo até as sementes chegarem aqui, de um jeito pouco convencional.

Para o funcionamento da cafeteria são indispensáveis alguns itens, tais como: a matéria-prima para as bebidas e os alimentos, o fogão a máquina de café expresso, a geladeira, o freezer, o moedor de café, água e a luz, tudo o que compõe

a cadeia produtiva da cafeteria. Contudo existem itens não tão importantes, como os equipamentos que compõem o escritório, que são úteis para nas atividades burocráticas como o contato com o fornecedor, porém não fazem parte do processo produtivo.

A atividade de cafeteria possui regulamentações governamentais de âmbito Nacional e Estadual, que afetam diretamente no seu funcionamento. As principais leis com os aspectos específicos da atividade de cafeteria estão descritas a seguir:

Legislação das Boas Práticas para Serviços de Alimentação que define os procedimentos que devem ser adotados para garantir as condições sanitárias e de higiene na manipulação de alimentos e constam na Resolução de Diretoria Colegiada - RDC 216 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, de 15 de setembro de 2004.

Resolução RDC nº 271 da ANVISA, de 22 de setembro de 2005 - Regulamento Técnico para Açúcares e Produtos para Adoçar. D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 23 de setembro de 2005.

Resolução RDC nº 64 da ANVISA, de 07 de julho de 2000 - Regulamento Técnico para Fixação de Identidade e Qualidade de Mistura Para o Preparo de Cappuccino. D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 10 de julho de 2000.

Resolução RDC nº 277 da ANVISA, de 22 de setembro de 2005 - Regulamento Técnico para Café, Cevada, Chá, Erva-Mate e Produtos Solúveis. D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 23 de setembro de 2005.

Resolução RDC nº 12, da ANVISA de 02 de janeiro de 2001 - Regulamento Técnico sobre padrões microbiológicos para alimentos. D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 10 de janeiro de 2001.

Resolução CFN n.º 218, de 25 de março de 1999, do Conselho Federal de Nutricionistas – CFN - A manipulação e a montagem de cardápios alimentares devem ser realizadas por profissionais tecnicamente qualificados, os critérios da Responsabilidade Técnica exercida pelo nutricionista, seu compromisso profissional e legal na execução de suas atividades, compatível com a formação e os princípios éticos da profissão, visando à qualidade dos serviços prestados à sociedade.

Resolução CFN n.º 378, de 28 de dezembro de 2005, do Conselho Federal de Nutricionais - Dispõe sobre o registro e cadastro de Pessoas Jurídicas nos Conselhos Regionais de Nutricionistas e dá outras providências.

Lei n.º 4.769 de 09 de setembro de 1965 e do Decreto n.º 61.934 de 22 de dezembro de 1967 que toda empresa, cujo objetivo social se enquadre nas áreas de atuação privativas da Administração é obrigada a se registrar no Conselho Regional de Administração conforme sua localização.

Lei n.º 985, de 08 de maio de 1986, da Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro - Dispõe sobre a afixação, nos estabelecimentos que lidam com gêneros alimentícios, de cartazes, indicando o órgão de fiscalização sanitária, ao qual estão jurisdicionados.

Lei n.º 2.150, de 06 de agosto de 1993, da Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro - Informa que, os estabelecimentos comerciais de qualquer natureza estão autorizados a afixar seus dias e horários de funcionamento, desde que não implique à redução da carga normal mensal de operação, de comum acordo com seus empregados e obedecidas às prescrições trabalhistas vigentes.

Lei n.º 2.211, de 02 de janeiro de 1994, da Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro – Todas as empresas comerciais estão obrigadas a afixar em seus estabelecimentos, com destaque e em local visível, a seguinte expressão: “SONEGAR É CRIME. O cidadão consciente, na compra de mercadorias, exige a Nota Fiscal, pois sabe que o Estado, para melhorar a saúde, a educação, a segurança e tudo mais, depende da arrecadação.”

Lei n.º 2.487, de 21 de dezembro de 1995, disponível no site da Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro - Os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços estão obrigados a manter fixado, em local visível, o endereço e o telefone do PROCON – Programa de Orientação e Proteção ao Consumidor. Na cidade do Rio de Janeiro, de forma geral, deverá ser adotada a seguinte denominação: "PROCON/RJ – Programa Estadual de Orientação e Proteção ao Consumidor. Endereço: Rua do Ouvidor, 54 loja - Rio de Janeiro – Centro – Telefone: 151".

Lei n.º 2.876, de 19 de dezembro de 1997, da Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro informa que, os estabelecimentos comerciais estão obrigados a afixar em suas lojas comerciais, em locais de fácil acesso ao público, cartazes com os números dos telefones úteis, sendo estes os das seguintes instituições: Corpo de Bombeiros, Pronto Socorro e Hospitais Públicos; Defesa Civil; Delegacia Policial da região onde está localizada a casa comercial; Polícia Federal; Disque Denúncia; Instituto Médico Legal; Delegacia da Mulher e Polícia Militar da Região.

Lei nº 4.311, de 29 de abril de 2004, alterada pela Lei nº 4.822 de 24 de julho de 2006 - Obriga os estabelecimentos comerciais situados no Estado do Rio de Janeiro a possuírem em local acessível e visível aos consumidores o Código de Defesa do Consumidor.

Lei nº 4.999, de 07 de março de 2007, da Assembléia Legislativa do Estado de Rio de Janeiro – Torna obrigatória a utilização de critérios para lavagem e higienização de copos, louças e talheres usados em bares, lanchonetes, restaurantes, hotéis e estabelecimentos afins instalados no Estado do Rio de Janeiro.

Lei n.º 2.087, de 12 de fevereiro de 1993, da Assembléia Legislativa do Estado de Rio de Janeiro - Dispõe sobre a obrigatoriedade de colocar em todos os veículos de propaganda de bebidas alcoólicas, bem como placas de alerta nos estabelecimentos comerciais que vendem o produto no Estado do Rio de Janeiro, em suas mensagens, de forma destacada, a expressão: "O álcool é prejudicial à saúde, podendo causar dependência física e psicológica."

Lei n.º 2.282, de 07 de julho de 1994, da Assembléia Legislativa do Estado de Rio de Janeiro – Bares, lanchonetes, restaurantes, hotéis e similares, situados ao longo de rodovias estaduais, estão obrigados a afixar, em local visível, cartazes alertando e advertindo aos motoristas em trânsito para o perigo que representa a ingestão de bebidas alcoólicas quando em viagem.

Lei nº 2.893, de 05 de março de 1998, da Assembléia Legislativa do Estado de Rio de Janeiro – Proíbe a comercialização e a venda de bebida alcoólica a policiais militares, policiais civis e bombeiros militares, uniformizados, quando em serviço.

Lei n.º 8.069, de 13 de julho de 1990 (Federal), disponível no site da Presidência da República Federativa do Brasil – O Estatuto da Criança e do Adolescente proíbe a venda à criança ou ao adolescente de bebidas alcoólicas dentre outros itens.

Decreto n.º 897, de 21 de setembro de 1976, que estabelece o Código de Segurança Contra Incêndio e Pânico – COSCIP, disponível no site da Secretaria de Estado da Defesa Civil e do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro Todas as empresas devem possuir o Certificado de Aprovação do Corpo de Bombeiros, que será emitido depois que o Laudo de Exigências da Diretoria Geral de Serviços Técnicos (DGST).

A Coffe e Cia terá aproximadamente 42 m², serão distribuídos no salão vinte e quatro conjuntos de mesas com quatro cadeiras, em cima do balcão serão colocadas as estufas quente e fria e a caixa registradora, haverá um tampo móvel no balcão para o fluxo dos funcionários. A cozinha terá uma porta com acesso à área do balcão para o fluxo dos alimentos prontos para consumo, e outra para a entrada dos insumos e retirada do lixo, na cozinha haverá um fogão industrial, uma coifa, armários para guardar os alimentos, freezer, geladeira, entre outros equipamentos. O escritório terá uma porta com acesso ao balcão e outra para os fundos da loja, no local terão um computador uma mesa e cadeira, uma multifuncional, um armário e um telefone. A cafeteira será cuidadosamente decorada com objetos que remetem ao cultivo do café no Brasil. Para melhor compreensão da estrutura física da loja a planta baixa da Coffe e Cia encontram-se na seção de anexos.

Para o funcionamento da cafeteria alguns itens são indispensáveis, como: os funcionários, a matéria-prima para as bebidas e os alimentos, o fogão a máquina de café expresso, a geladeira, o freezer, o moedor de café, água e a luz, tudo o que compõe a cadeia produtiva da cafeteria. Contudo existem itens não tão importantes, como os equipamentos que compõem o escritório, que são úteis para as atividades burocráticas como contato do fornecedor não faz parte processo produtivo.

5.1.1. Capacidade Da Demanda Planejada X Tempo

A Coffee&Cia pretende ter um aumento de 5% nas vendas por mês durante os seis primeiros meses de funcionamento, e com isso chegar ao terceiro mês com lucro suficiente para suprir todas as despesas da loja, sem precisar utilizar recursos externos. Como demonstra o quadro na pagina seguinte, onde constam as metas

dos principais produtos que serão ofertados, a serem atingidas até os dozes meses de funcionamento.

QUADRO 26 –Capacidade da Demanda

Produto	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Quan
Sandwiches diversos	1500	2000	2500	3500	2000	4000	5000	5500	4500	4800	3000	2000	R\$ 44.300,00
Salgados diversos	2000	2500	3000	4000	5000	6000	4500	6200	6200	5400	5000	6000	R\$ 55.800,00
pães diversos	2000	3000	2500	3000	1000	2000	2500	3000	3000	1000	3000	3000	R\$ 29.000,00
Café gelado	3000	2000	4000	1000	2000	3000	4000	3000	4000	5000	4000	3000	R\$ 38.000,00
Chá diversos	1000	1200	900	1500	3000	2000	1000	2000	1000	1000	1000	2000	R\$ 17.600,00
Café expresso	4000	6000	5000	5500	4000	6000	4000	3000	4000	5000	6000	4000	R\$ 43.100,00
Cappuccinos diversos	2000	3000	4000	3500	2500	4100	4000	3000	2000	4000	5000	6000	R\$ 43.100,00
Chocolate diversos	1000	2000	1000	2500	3000	2000	1500	2800	900	1100	2000	3000	R\$ 26.300,00
Sucos diversos	4000	5000	6000	7000	6000	5000	4000	4500	5500	6500	7000	7000	R\$ 67.500,00
Bebidas diversas	5000	6000	7000	8000	6500	7000	6000	5000	7000	8900	7000	8000	R\$ 148.900,00
Milk shake	2000	3000	4000	4000	5000	4000	3000	4000	6000	3000	4000	5000	R\$ 4.700,00
Total													R\$ 518.300,00

5.1.2. Análise da concorrência

Segundo a ABIC (2009) o número de cafeterias no país deve crescer 20% anualmente, passando de 9 milhões de sacas de café para 14 milhões, a mesma afirma que existem 2,5 mil unidades de cafeterias no Brasil.

No Rio de Janeiro existem em torno de 130 cafeterias segundo pesquisas no TELELISTAS (2010), sendo Café do Ponto, a Fran`s Café e a Starbucks Coffee Company seus três principais concorrentes

QUADRO 27 – Análise dos concorrentes

6 Excelente	5 Muito Bom	4 Bom	3 Regular	2 Ruim	1 Muito Ruim
		Cafeteria Coffee&Cia	Cafeteria Café do Ponto	Cafeteria Fran's Café	Starbucks Coffee Company
Atendimento		5	4	5	4
Capacidade de Entrega		6	5	5	5
Condições de Pagamento		5	6	6	6
Facilidade de Acesso		6	5	6	6
Garantias dos Produtos		5	5	5	5
Localização		6	5	5	6
Lote Mínimo de Compra		5	5	4	4
Pontualidade de Entrega		4	5	6	6
Preço		6	5	5	5
Qualidade do Produto		6	5	6	6
Relacionamento		5	5	5	5
TOTAL		59	55	58	58

Café do Ponto

Fundada em 1950 como uma pequena torrefadora de café, no estado de São Paulo, a Café do Ponto ocupava ao final da década de 90 o segundo lugar no *ranking* das empresas torrefadoras no mercado interno brasileiro. A montagem da rede de cafeterias surgiu no bojo de amplo projeto de reestruturação organizacional, em 1976. O Objetivo era criar um novo canal de vendas para o café industrializado.

A partir de 1992 deu-se início ao processo de franquia propriamente dito, com a formatação da franquia. Ao final de 1992, a empresa já dispunha de 13 lojas próprias e 160 franqueadas, sendo uma delas localizada na Av. Afrânio de Melo Franco 290 Leblon.

Produtos: Os clientes têm a possibilidade de comprar vinte tipos distintos de cafés, desde cafés finos importados até cafés enriquecidos para uso em máquinas de café expresso, com aroma e sabor de menta, canela, coco, chocolate com trufas, baunilha, nozes, avelã e etc. O preço dos produtos são 50% mais caros do que o café comum vendido no varejo.

Fran`s Café

A Fran`s Café inaugurou a primeira *coffee shop* em 1976, no estado de São Paulo, e em 1998 contava com cerca de 70 lojas, sendo mais de 60 franqueadas, sendo uma delas na Av. das Américas 4666, 303.

Produtos: A linha de produtos conta com cerca de 60 itens e incluem além de vários tipos de cafés, refrigerantes, pãezinhos, doces, tortas doces e salgadas, salgadinhos, artigos de bomboniére, *drinks* com café e com base em licor.

Starbucks Coffee Company

Fundada em 1970 em Seattle, EUA. No final da década de 90 a Starbucks era líder do mercado latino americano. A partir de 1990 deu-se início ao processo de franquia propriamente dito. Ao final de 2000 a empresa já dispunha de 6000 unidades franqueadas em mais de 30 países, sendo uma delas localizada no Shopping Leblon na Av. Afrânio de Melo Franco, 290 Praça Central - 1º piso.

Produtos: Cafés (expresso, capuccino), chocolate quente, chá, mate, drinques com base de café, licor, rum, conhaque, refrigerantes, sucos etc.

Os principais diferenciais da Coffee & Cia em relação aos concorrentes estará na preocupação com o atendimento ao cliente, preço competitivo do produto e oferecer ambiente agradável inspirado nos tradicionais cafés europeus para os frequentadores.

5.2. DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

De acordo com os 50 entrevistados em pesquisa popular realizada no dia 11 de setembro de 2009 no bairro do Leblon (ANEXO A), ficou constatado que o público alvo será composto por moradores e turistas de ambos os sexos, que pertençam às classes A e B com pessoas acima de 18 anos. Apesar de o povo brasileiro, em modo geral, ter preferência e costume pelo cafezinho tradicional do dia-a-dia, constatou-se através da pesquisa que o Leblon por ser um bairro nobre da zona sul carioca, possui moradores que preferem cafés requintados. Verificou-se ainda que no Leblon predominam residências formadas por familiares, uma vez que a faixa etária por domicílio é variada, percebe-se ainda que poucas pessoas residem sozinhas no bairro.

5.3. PRODUTO

A Coffee&Cia terá uma gama de variedade de cafés, desde o mais simples até o mais sofisticado totalizando 22 tipos de cafés dentre eles cafés quentes, gelados, *drinks* entre outros, além de sucos, refrigerantes, salgados, doces e sanduíches como descrito abaixo:

QUADRO 28 – Cafés quentes oferecidos

CAFÉS QUENTES	
Café expresso	Café expresso com grãos moídos na hora
Café expresso duplo	Café expresso grande
Capuccino	Café expresso, chocolate em pó e leite vaporizado
Mini-Capuccino	Cappuccino pequeno
Café Pingado	Café expresso com leite vaporizado pequeno
Café Antonella	Café pingado com canela em pó
Café Auro	Café expresso com leite vaporizado na taça
Café Angelo	Café expresso, leite condensado e chocolate
Café Ettore	Café expresso, leite condensado, leite e canela.

QUADRO 29 – Cafés gelados oferecidos

CAFÉS GELADOS	
Café Enrica	Café expresso com gelo e raspas de limão
Café Allesia	Expresso com sorvete de creme
Café Aurora	Sorvete de creme, Suco de limão, gengibre, café expresso e calda de caramelo.
Café Enzo	Sorvete de chocolate, leite, café expresso, calda de chocolate e <i>Chantilly</i>
Café Eleonora	Sorvete de chocolate, leite condensado, cubos de café, leite e chantilly com raspas de chocolate
Café Arianna	Sorvete de chocolate, avelã, cubos de café, leite e chantilly decorado com calda de chocolate

CAFÉS GELADOS	
Café Licor	Sorvete de creme, licor de café e café forte

QUADRO 30 – *Drinks* com cafés oferecidos

DRINKS COM CAFÉS	
Café Eva	Café expresso, licor de chocolate e chantilly
Café Eterie	Café expresso, licor de doce de leite e casca de laranja
Café Elita	Café expresso, licor de café, mel e hortelã
Café Anastasia	Café expresso, licor de conhaque, calda de caramelo e de chocolate.
Café Adone	Uísque, café expresso em fusão, chantilly e cereja

QUADRO 31 - Chás e chocolates oferecidos

CHÁS E CHOCOLATES	
Chás diversos quentes	Chocolate quente ou gelado cremoso
Chá mate gelado com limão	Chocolate quente ou gelado com <i>chantilly</i>

QUADRO 32- Sucos oferecidos

SUCOS NATURAIS	
Laranja	Abacaxi
Manga	Melão
Maracujá	Morango
Acerola	Limão

QUADRO 33- Refrigerantes oferecidos

REFRIGERANTES	
Coca-Cola (Lata)	H2O (500 ml.)
Fanta Uva (Lata)	Kuat (Lata)

QUADRO 34 - Salgados oferecidos

SALGADOS E SANDUÍCHES	
Sanduíche Natural	Misto quente

SALGADOS E SANDUÍCHES	
Croissant (Frango com <i>catupiry</i> ou Presunto e queijo)	Pastel de forno (Queijo ou Palmito)
Folheados (Queijo, frango ou palmito)	Empada (Queijo, frango, camarão ou palmito)
Esfiha (Carne ou queijo)	Quiche (3 queijos, alho poró ou tomate seco)
Biscoito de queijo	Pão de queijo

QUADRO 35 - Doces oferecidos

DOCES	
Trufas (Amêndoas, coco e brigadeiro)	Fatia torta de chocolate
Banana flambada com sorvete	Fatia torta de limão
<i>Brownie</i>	Fatia torta de chocolate com morango
Queijadinha	<i>Mousse</i> de chocolate
Brigadeiro	<i>Mousse</i> de maracujá
Pudim	Pavê de doce de leite

5.4. OBJETIVOS DE MARKETING EM RELAÇÃO AO MARKETING MIX

QUADROS 36 – Objetivos do Marketing Mix

Marketing Mix	Objetivos
Produto	Oferecer os produtos de Cafeteria com qualidade e variedade, ou seja, adquirir produtos ao qual satisfaçam os clientes, somados à um elevado nível de atendimento, resultando em um diferencial frente aos concorrentes.
Preço	Adequar os preços praticados à realidade do público e ao estilo de sua economia local, fazendo com que haja preços competitivos frente aos concorrentes, ligados à realidade do padrão de vida dos

Marketing Mix	Objetivos
	moradores.
Ponto de Venda	Disponibilizar localização adequada de acordo com público consumidor, pois o estabelecimento encontra-se na Avenida principal do bairro.
Promoção	Fazer com que a mensagem correta possa chegar ao público-alvo por meios eficientes, tais como o jornal da região, e com isso a Coffee&Cia possa aumentar a sua cartela de clientes.
Processo	Incrementar um layout transparente, sendo auto-explicativo, para que os clientes entendam como decorre o fluxo referente ao consumo, com isso objetiva-se a frequência de todos os públicos, desde o jovem ao idoso.
Perfil	Apresentar um ambiente agradável inspirado nos tradicionais cafés europeus familiares, nas cores da logomarca, sendo elas, creme, marrom e azul, além de clima descontraído para que os clientes se sintam a vontade.
Procedimento	Oferecer treinamento constante para os colaboradores, fazendo com que a Coffee&Cia também seja reconhecida pelo seu alto grau de atendimento.

Marketing Mix	Objetivos
Pessoas	<p>Buscar profissionais com perfil e qualificação conforme o cargo e a exigência. Temos a sensata razão de que uma pessoa sem curso superior não pode exercer um cargo de gerência, ou uma pessoa de nível superior exerça um cargo de limpeza. Isso porque cada função exige seu grau de conhecimento. Além disso, no estabelecimento, os funcionários terão treinamentos de acordo com suas funções. Isso tudo para obter uma equipe instruída, que saiba interagir profissionalmente conforme sua aprendizagem educacional e profissional.</p>

5.5. ESTRATÉGIAS E TÁTICAS DE MKT EM RELAÇÃO AO MARKETING MIX

Serviço e Produto

A Coffee&Cia acredita nos diferenciais dos seus produtos que estarão conquistando junto aos seus clientes, com grande variedade dos sabores e porções de bebidas satisfatórias e aprovadas por consumidores exigentes, trabalhando apenas com fornecedores conceituados e respeitados para possuir sempre o diferencial da qualidade nos produtos inspirados na cultura européia.

Em períodos quentes sazonais como o verão serão servidos *drinks* gelados e *IceCoffes* em maior demanda e variedade.

O serviço de atendimento será acompanhado, através de pesquisas trimestrais junto aos clientes, onde possa observar *feedback* constante sobre e aprovação dos clientes.

Preço

Baseados no padrão de vida dos consumidores serão elaborados preços que condizem com a realidade e concorrência local.

A definição das estratégias relacionadas ao preço foi analisada e estudada pelos sócios. Pois é extremamente importante já que o preço afeta a demanda, influencia a imagem do produto e ajuda a atingir o mercado-alvo. Para a determinação do

preço de venda, foram considerados principalmente os preços praticados pelos concorrentes, o padrão do nosso fornecimento e o tamanho da área que será localizada a empresa, para conseguir arcar com todas as despesas da empresa.

A Coffee&Cia pretende, inicialmente, introduzir seus produtos no mercado atuante com preços um pouco abaixo aos de seus concorrentes.

Objetivando reduzir os custos atuais, semestralmente a cafeteria irá realizar cotações e renegociações com fornecedores.

Ponto de Venda

Coffee&Cia estará situado no município do Rio de Janeiro, Zona Sul localiza-se na avenida principal do bairro Leblon, onde se encontra um grande fluxo de pedestres devido à quantidade de comércios próximos.

No Leblon há apenas dois Shoppings, o Leblon e o Rio Design Center onde transitam grande número de visitantes diariamente, de maneira estratégica a Coffee & Cia, encontra-se parcialmente entre estes dois centros comerciais,

Por estar entre esses grandes pólos comerciais e devido ao grande transito de pedestres nessa área haverá uma placa na entrada do estabelecimento com as promoções e produtos em destaque a fim de atrair o cliente para o estabelecimento.

Através de um acordo firmado com seus fornecedores, o procedimento para carga e descarga de produtos, dos fornecedores será feito sempre de manha entre às 8:00 e 9:00h pela entrada de serviço situada nos fundos do estabelecimento.

Por ser tratar de um bairro residencial onde a zona comercial não e predominante no bairro, a Coffee&Cia entende que não há necessidade de estacionamento para o estabelecimento, visto que seu publico alvo são os residentes do bairro.

Promoção

Coffee&Cia irá fazer divulgação no Jornal Destak diariamente, pois objetiva-se que os consumidores conheçam e frequentem o estabelecimento.

Também será feito um trabalho de panfletagens em todo bairro e proximidades.

Através do *website*, a Coffee&Cia pretende conhecer mais os seus consumidores, pois estará disponível campo para oferecer reclamações e sugestões, com isso espera-se ao longo do tempo ir se adequando ao público alvo com maior facilidade.

Segue o design do *website* da Coffee & Cia:



FIGURA 04 – Design do *website* da Coffee & Cia

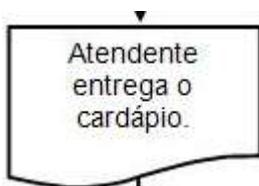
Processo

A estratégia dos processos consiste em detalhar as ações das pessoas e dos funcionários desde a primeira ação até a última com o intuito de tentar melhorar os processos, reduzi-los, eliminá-los ou até acrescentar novos, caso seja necessário.

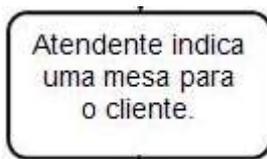
Criar um fluxograma simples e transparente para que o processo de atendimento seja claro para os todos os clientes, independente da faixa etária.

Instruir e treinar os funcionários de maneira que os mesmos consigam seguir o fluxograma estipulado.

Segue as etapas do fluxograma que traz vantagem para o cliente:



Neste momento o consumidor irá verificar a alta variedade dos produtos oferecidos, com isso espera-se atingir a satisfação do mesmo.



Com base nos treinamentos oferecidos aos funcionários, a Cafeteria irá oferecer alto nível de atendimento, agregando valor aos serviços oferecidos.

Perfil

Para que a Coffee&Cia seja vista como uma cafeteria onde as pessoas se sintam a vontade para relaxar, conversar e apreciar a bebida com prazer, e tornar um local de relaxamento e descontração para suas vidas, a Coffee&Cia irá decorar o ambiente conforme a necessidade do cliente. Pensando em satisfazer o bem estar dos mesmos, iremos combinar uma decoração arrojada, com um toque europeu, seu revestimento será todo amadeirado, as paredes serão espelhadas na cor azul, as cadeiras serão acolchoadas, as mesas de madeira, as bandejas de acrílicos, os talheres de inox, as xícaras, açucareiros, saleiros, cinzeiros e cardápios serão personalizados com o logo da empresa. As pessoas que estão do lado de dentro não irão ver quem esta do lado de fora, mas as pessoas que estarão do lado de fora, visualizarão as que estão do lado de dentro, para que os clientes que estarão dentro da loja não se sintam constrangidos com a curiosidade das pessoas, até porque alguns dos clientes vão às cafeterias para ler, meditar, estudar e relaxar.

Procedimento

A Coffee&Cia irá adotar procedimentos que atraiam os clientes e os fidelizem, tais como: agilidade, eficiência e eficácia; clareza, objetividade e precisão na transmissão das informações e esclarecimento das dúvidas, pois através deste procedimento poderá oferecer alto nível de atendimento, com base na cultura e filosofia da empresa. O método de treinamento que será utilizado para seus colaboradores será o *on the job* para que todas as explicações e transmissões de conhecimentos sejam feitas no local de trabalho.

Caso o cliente queira sentar-se à mesa, o colaborador levará o cardápio até o mesmo, e ficará aguardando o pedido a ser feito, sendo feito o pedido, o colaborador repassará o pedido para a produção com bastante clareza para não haver nenhum erro, e aguardara próximo ao cliente o seu pedido ser liberado pela produção, os alimentos será manuseados pelos colaboradores com, pegadores, espátulas, abridor e quardanapo com uma distância de um metro, para evitar cair alguns resíduos de alimento no cliente. Após o termino do seu atendimento, o colaborador limpará a mesa para que o próximo cliente que venha entra na loja possa sentar numa mesa limpa e organizada.

Canais de Comunicação	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Panfletagem	XX											
Outdoor	XX											

Jornal Destak

O Jornal Destak, com circulação diária, entrega dirigida e gratuita, tamanho Tablóide (25,5 x 29,5), 80.000 exemplares por edição. O Jornal Destak é um veículo prestador de serviços com circulação no Centro, Zona-Sul e Barra da Tijuca. Contendo artigos e matérias direcionados à comunidade, cultura, lazer, arte e política. tenta trazer o modelo de jornais gratuito praticado na Europa. A estratégia para que não haja desperdício é fazer a distribuição em faculdades, estacionamentos, edifícios comerciais, shoppings centers, hotéis e estações de metrô.

A propaganda da Cofee & Cia, será impressa num anuncio com metade de uma pagina onde se pode verificar com grande exatidão a divulgação da Cofee & Cia, este também será um canal para divulgação de promoções.

Panfletagem

A Coffee&Cia irá distribuir panfletos para divulgação no bairro do Leblon. Os panfletos serão coloridos, no formato flyer, com tamanho 10 X 15 cm, com papel Couche 150g.

QUADRO 38 – Cronograma para distribuir panfletos.

Dia da Semana	Horário	Localização	Referência
Segunda – Feira Terça – Feira Quarta - Feira	14:00h às 16:00h	Av. Ataulfo de Paiva	Praça Antero de Quental
Quinta – Feira Sexta – Feira	17:00h às 19:00h	Av. Ataulfo de Paiva esquina com a Rua: José Linhares	Cinema Leblon
Sábado	12:00h às 15:00h	Av. Afrânio de Melo Franco	Shopping Rio Design Center
Domingo	17:00h às 20:00h	Av. Afrânio de Melo	Shopping Leblon

Dia da Semana	Horário	Localização	Referência
		Franco	

Outdoor

A propaganda com a utilização de Outdoor locada em lugares estratégicos onde tenham grande movimentação de público além de poder ser locada em locais considerados “points” do público alvo. Esta mídia de impacto possui a vantagem de atingir o público alvo em momentos de lazer e descontração, quando mensagem é obviamente assimilada com maior facilidade.

5.6. CRONOGRAMA E ORÇAMENTO DAS AÇÕES DE MARKETING

QUADRO 39 – Cronograma e Orçamento das Ações

Ações	Tempo de Realização	Valor – R\$
Treinamento para operar a maq. de café	20 dias	R\$ -
Decoração do Local	1 ano	R\$ 60.000,00
Website	15 dias	R\$ 100,00
Manutenção do website	1 ano	R\$ 120,00
Elaboração do design e impressão dos panfletos (20.000 unidades)	10 dias	R\$ 3.000,00
Treinamento da equipe	15 dias	R\$ -
Anúncio no Jornal Destak	1 ano	R\$ 2.000,00
Divulgação – Outdoor (5 slots)	1 ano	R\$ 20.000,00
TOTAL		R\$ 85.220,00

5.7. TAXA DE RETORNO SOBRE OS INVESTIMENTOS DE MARKETING

O retorno sobre os investimentos de marketing deve acompanhar o esforço de seu caráter financeiro. Pode-se obter o cálculo com a seguinte fórmula:

$$\text{ROI} = \frac{[\text{Valor Total das Conversões} - \text{Valor Total dos Invest. em Marketing}]}{\text{Valor Total dos Invest. em Marketing}} \times 100$$

Legenda:

Valor Total das Conversões: Valor total de Vendas X Preço do Produto

Sendo assim, obtém-se:

$$\text{ROI} = \frac{[\text{R\$ } 899.574,00 - \text{R\$ } 85.220,00]}{\text{R\$ } 85.220,00} \times 100 =$$

ROI = 9,55 %

5.8. CONTROLE DE PERFORMANCE

QUADRO 40 – Indicadores para controlar o desempenho

Indicadores	Meios	Frequência	Responsável
Nível de Satisfação dos Clientes	Pesquisa	Trimestralmente	Atendente
Número de Acesso ao site	Dados no Sistema	Mensal	Atendente
Número de Vendas	Dados no Sistema	Mensal	Gerente Financeira

Nível de Satisfação dos Clientes

A cada trimestre, o Atendente irá realizar pesquisa com os clientes para verificar o nível de satisfação dos mesmos, sendo assim será possível verificar quais aspectos deve-se ter maior atenção devida algumas falhas e quais aspectos não são tão perceptíveis pelos consumidores.

Número de Acesso ao site

O *Website* da Coffee&Cia terá contador para acompanhar o número de acessos, com isso mensalmente será verificado o índice de acessos, onde pode ser verificado se os consumidores estão pesquisando ou não pela cafeteria.

Número de Vendas

De acordo com a Meta de Vendas, mensalmente a gerente irá acompanhar o quanto realmente a Coffee&Cia está vendendo, pois este será o melhor indicador para verificar o quanto a empresa está sendo aceita pelo público.

6. PLANO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTE CORPORATIVA

A Coffee&Cia tendo como valores à responsabilidade social, respeito ao ser humano e suas diferenças, ética, qualidade, eficácia e competência, transparência e preocupação com a sociedade e com o meio ambiente do nosso planeta, pretende implantar projetos para participar de Organizações não Governamentais, ou seja, as ONG'S.

➤ **AACD**

Ao procurar um projeto viável e com melhores resultados perante a sociedade, observa-se a ONG ASSOCIAÇÃO DE ASSISTÊNCIA À CRIANÇA DEFICIENTE (AACD) localizada na Rua Maranhão, 125 - Jardim da Viga em Nova Iguaçu – RJ, pois é uma entidade privada, sem fins lucrativos, que trabalha há 59 anos pelo bem-estar de pessoas com deficiência física. Ela nasceu do sonho de um médico que queria criar no Brasil um centro de reabilitação com a mesma qualidade dos centros que conhecia no exterior, para tratar crianças e adolescentes deficientes e reinseri-los na sociedade. Sendo assim a Coffee&Cia irá participar através de duas formas:

✓ **Ao contratar um deficiente físico**

Com o Programa Trabalho Eficiente, é criado um caminho para a inserção de portadores de deficiência no mercado de trabalho, com o projeto “Contrate um Deficiente Físico”. Além de cumprir a legislação e dar oportunidade aos necessitados, a Coffee&Cia irá contribuir para a inclusão social dos mesmos.

✓ **Doação via Imposto de Renda**

A Cafeteria Coffee&Cia irá direcionar 1% do Imposto de Renda devido para o Fundo Pró-Infância da AACD através do imposto IRPJ amparado na lei nº. 8069 de 13/07/90, onde se pode usar o imposto ao fazer doações e beneficiando diretamente a AACD. A doação será feita através de uma contribuição anual.

➤ **ONG TREVO**

A Coffee&Cia irá associar-se também a ONG TREVO, sendo uma das pioneiras na coleta e reciclagem de resíduos de óleo e gordura de fritura, cuja preocupação é a contínua preservação do meio ambiente. Dotada de tanques capazes de armazenar até 150 mil litros de produtos reciclados, a ONG TREVO coleta cerca de 250 toneladas por mês de resíduos em mais de 2 mil estabelecimentos cadastrados.

A Coffee&Cia terá sua participação ao armazenar todo o resíduo de óleo utilizado mensalmente no estabelecimento e enviará para ONG TREVO, pois após a reciclagem, o óleo e gordura de fritura recuperada, são, em parte, destinados a indústrias químicas de diversos segmentos, e, com o restante, fabricado um sabão em pedra, eficaz não somente na lavagem de roupas, mas também na limpeza doméstica em geral.

➤ **Coleta seletiva**

Outro fator importante de desempenho da Coffee&Cia em preservar a natureza e o meio ambiente, será com a coleta seletiva, ou seja, separar o lixo para que seja enviado para reciclagem, com utilização de lixeiras padronizada que será dividida em quatro compartimentos: plásticos, papel, materiais orgânicos e vidro. A coleta seletiva de lixo é de extrema importância para a sociedade, pois além de gerar renda para milhões de pessoas e economia para as empresas, também significa uma grande vantagem para o meio ambiente, uma vez que diminui a poluição dos solos e rios. Este tipo de coleta é de extrema importância para o desenvolvimento sustentável do planeta.

7. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro destina-se a apresentar as principais planilhas sobre a viabilidade financeira da cafeteria Coffee&Cia.

7.1. ENQUADRAMENTO FISCAL E TRIBUTÁRIO

A Coffee & Cia será uma empresa de pequeno porte sob forma de quotas de responsabilidade limitada, a arrecadação será feita através do Simples Nacional, pois a receita bruta inicial do ano 1 será entre 840.000,01 e 960.000,00, com alíquota inicial de 8,45% conforme lei complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006 – Anexo I, que dispõe sobre o tratado jurídico das microempresas e empresas de pequeno porte, e sobre a arrecadação tributária através do Simples Nacional.

TABELA 05 - Tabela do Simples Nacional – Comércio

Receita Bruta Total em 12 meses (em R\$)	Alíquota	IRPJ	CSLL	COFINS	Pis/Pasep	INSS	ICMS
Até 120.000,00	4,00%	0,00%	0,21%	0,74%	0,00%	1,80%	1,25%
De 120.000,01 a 240.000,00	5,47%	0,00%	0,36%	1,08%	0,00%	2,17%	1,86%
De 240.000,01 a 360.000,00	6,84%	0,31%	0,31%	0,95%	0,23%	2,71%	2,33%
De 360.000,01 a 480.000,00	7,54%	0,35%	0,35%	1,04%	0,25%	2,99%	2,56%
De 480.000,01 a 600.000,00	7,60%	0,35%	0,35%	1,05%	0,25%	3,02%	2,58%
De 600.000,01 a 720.000,00	8,28%	0,38%	0,38%	1,15%	0,27%	3,28%	2,82%
De 720.000,01 a 840.000,00	8,36%	0,39%	0,39%	1,16%	0,28%	3,30%	2,84%
De 840.000,01 a 960.000,00	8,45%	0,39%	0,39%	1,17%	0,28%	3,35%	2,87%
De 960.000,01 a 1.080.000,00	9,03%	0,42%	0,42%	1,25%	0,30%	3,57%	3,07%
De 1.080.000,01 a 1.200.000,00	9,12%	0,43%	0,43%	1,26%	0,30%	3,60%	3,10%
De 1.200.000,01 a 1.320.000,00	9,95%	0,46%	0,46%	1,38%	0,33%	3,94%	3,38%
De 1.320.000,01 a 1.440.000,00	10,04%	0,46%	0,46%	1,39%	0,33%	3,99%	3,41%
De 1.440.000,01 a 1.560.000,00	10,13%	0,47%	0,47%	1,40%	0,33%	4,01%	3,45%
De 1.560.000,01 a 1.680.000,00	10,23%	0,47%	0,47%	1,42%	0,34%	4,05%	3,48%

De 1.680.000,01 a 1.800.000,00	10,32%	0,48%	0,48%	1,43%	0,34%	4,08%	3,51%
De 1.800.000,01 a 1.920.000,00	11,23%	0,52%	0,52%	1,56%	0,37%	4,44%	3,82%
De 1.920.000,01 a 2.040.000,00	11,32%	0,52%	0,52%	1,57%	0,37%	4,49%	3,85%
De 2.040.000,01 a 2.160.000,00	11,42%	0,53%	0,53%	1,58%	0,38%	4,52%	3,88%
De 2.160.000,01 a 2.280.000,00	11,51%	0,53%	0,53%	1,60%	0,38%	4,56%	3,91%
De 2.280.000,01 a 2.400.000,00	11,61%	0,54%	0,54%	1,60%	0,38%	4,60%	3,95%

7.2. INVESTIMENTO INICIAL

QUADRO 41 – Investimento Inicial

INVESTIMENTO INICIAL	
Descrição	Subtotal
Moveis e Utensílios	R\$35.300,23
Estoque	R\$18.305,10
Despesas Pré-Operacionais	R\$8.712,78
Soma	R\$62.318,11
CAPITAL DE GIRO	R\$87.681,89
INVESTIMENTO INICIAL	R\$150.000,00

QUADRO 42 – Estoque

Estoque	Quantidade	Unitário R\$	Total R\$
Alface	30	0,10	3,00
Aromas caixa c/6	60	1,15	69,00
Beterraba saco de 10kg	90	0,25	22,50

Estoque	Quantidade	Unitário R\$	Total R\$
Caixa de sachê açúcar cx caixa com 100	150	14,00	2.100,00
Caixa de sachê adoçante cx caixa com 100	150	14,00	2.100,00
Caixa de sucos pequena	200	1,12	224,00
Cenoura saco de 10kg	60	0,20	12,00
Chantilly saco de 1kg	40	0,90	36,00
Chocolate em pó caixa c\ 12	60	12,00	720,00
Copo água caixa c\ 24	110	0,15	16,50
Copo de mate Leão caixa c\ 12	110	0,60	66,00
Energetico caixa c\12	120	1,10	132,00
Ervilha caixa c\ 12	60	0,30	18,00
Garrafa água com gás caixa c\12	90	0,40	36,00
Garrafa água s gás caixa c\12	90	0,50	45,00
Gauraná power caixa c\12	130	1,15	149,50
Grão de café fardo com 2kg	130	20,00	2.600,00
H2O caixa c\12	130	0,80	104,00
lata refrigerantes c\12	120	0,89	106,80
latas de café c/leite gelado	110	15,00	1.650,00
latas de capuccino caixa c\6	110	1,10	121,00
Leite caixa c\12	100	0,90	90,00
Leite condensado caixa c\ 24	100	0,90	90,00
Milho caixa c\ 12	60	0,90	54,00
Mussarela 40kg	100	10,00	1.000,00
Nestea caixa c\24	120	1,00	120,00
Pão de forma	150	1,00	150,00
Peito de farnho 40kg	120	12,00	1.440,00
Peito de peru 40kg	120	10,00	1.200,00
Poupa de frutas	160	1,75	280,00
Presunto 40kg	160	10,00	1.600,00
Queijo branco 40kg	160	10,00	1.600,00
Saco de coco caixa c\ 24	60	0,98	58,80
Saco de pão de queijo 2kg	150	1,78	267,00

Estoque	Quantidade	Unitário R\$	Total R\$
Tomate caixa c\ 30	60	0,40	24,00
Total			R\$ 18.305,10

7.3. FORMAÇÃO E PROJEÇÃO DAS RECEITAS

Apesar da variabilidade do mercado, com intuito de comprovar a viabilidade do mesmo, será demonstrada a projeção de vendas levando em consideração crescimento de 5% a.a.

QUADRO 43 – Projeção de Vendas Ano 1

Projeção de Vendas Ano 1													
PRODUTO	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
	Venda												
Café expresso	2.700,00	2.880,00	2.790,00	2.970,00	3.060,00	3.150,00	3.240,00	3.150,00	2.880,00	2.520,00	2.340,00	2.160,00	33.840,00
Café expresso duplo	3.750,00	3.812,50	3.875,00	3.937,50	4.000,00	4.062,50	4.062,50	3.750,00	2.750,00	3.000,00	2.775,00	3.250,00	43.025,00
Capuccino	4.200,00	3.675,00	4.200,00	4.550,00	4.375,00	4.025,00	4.025,00	4.200,00	3.850,00	3.150,00	4.200,00	5.250,00	49.700,00
Mini-Capuccino	2.625,00	2.750,00	2.875,00	3.000,00	3.125,00	2.750,00	2.750,00	2.000,00	2.500,00	2.500,00	2.000,00	2.750,00	31.625,00
Café Pingado	1.000,00	1.100,00	1.200,00	1.300,00	1.400,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	700,00	900,00	12.100,00
Café Antonella	2.625,00	2.800,00	2.975,00	2.625,00	3.325,00	2.450,00	2.450,00	2.450,00	2.450,00	2.450,00	2.100,00	2.450,00	31.150,00
Café Auro	2.625,00	2.800,00	2.975,00	2.450,00	3.325,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.625,00	2.555,00	2.450,00	2.800,00	33.005,00
Café Angelo	2.405,00	2.590,00	1.665,00	2.405,00	2.035,00	2.590,00	2.590,00	2.590,00	2.590,00	2.590,00	2.220,00	2.405,00	28.675,00
Café Ettore	2.035,00	2.590,00	1.628,00	2.405,00	2.405,00	2.590,00	2.590,00	2.590,00	2.590,00	2.590,00	2.220,00	2.331,00	28.564,00
Café Enrica	1.800,00	2.000,00	1.600,00	2.400,00	2.600,00	2.400,00	2.840,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	3.200,00	2.720,00	29.360,00
Café Allesia	2.520,00	2.400,00	1.960,00	2.600,00	3.000,00	2.600,00	2.840,00	2.600,00	3.200,00	3.200,00	2.400,00	2.720,00	32.040,00

Projeção de Custo Unitário de Vendas Ano 1												
Pão de queijo	R\$3,00											
Trufa	R\$1,50											
Banana flambada	R\$3,00											
Brownie	R\$2,50											
Queijadinha	R\$1,50											
Brigadeiro	R\$1,00											
Pudim	R\$1,50											
Fatia torta	R\$2,50											
Mousse	R\$2,50											
Pave	R\$2,50											

QUADRO 45 - Projeção Quantidade para Vendas Ano 1

Projeção Quantidade para Vendas Ano 1												
PRODUTO	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
	Venda											
Café expresso	1500	1600	1550	1650	1700	1750	1800	1750	1600	1400	1300	1200
Café expresso duplo	1500	1525	1550	1575	1600	1625	1625	1500	1100	1200	1110	1300
Capuccino	1200	1050	1200	1300	1250	1150	1150	1200	1100	900	1200	1500
Mini-Capuccino	1050	1100	1150	1200	1250	1100	1100	800	1000	1000	800	1100
Café Pingado	500	550	600	650	700	450	450	450	450	450	350	450
Café Antonella	750	800	850	750	950	700	700	700	700	700	600	700
Café Auro	750	800	850	700	950	800	800	800	750	730	700	800
Café Angelo	650	700	450	650	550	700	700	700	700	700	600	650
Café Ettore	550	700	440	650	650	700	700	700	700	700	600	630
Café Enrica	450	500	400	600	650	600	710	650	650	650	800	680
Café Allesia	630	600	490	650	750	650	710	650	800	800	600	680
Café Aurora	440	700	490	600	700	650	710	650	800	800	600	700
Café Enzo	650	500	460	650	850	600	710	650	900	900	750	730
Café Eleonora	550	600	500	550	750	700	710	650	800	800	650	710
Café Arianna	300	600	490	550	650	550	450	500	450	350	525	475
Café Aniello	350	450	480	500	550	550	450	500	450	350	525	475
Café eva	300	450	540	550	590	500	450	500	450	350	525	475
Café Eterie	400	450	500	550	610	550	450	500	450	350	525	475
Café Elita	450	500	530	600	500	500	450	500	450	350	525	475
Café Anastasia	350	300	540	600	550	650	450	500	450	350	525	475

Projeção Quantidade para Vendas Ano 1												
Café Adone	550	450	650	700	750	700	700	700	800	800	650	800
Chá quente	300	350	400	450	500	550	550	550	550	550	450	550
Chá Gelado	300	350	400	450	500	550	550	550	550	550	450	550
Chocolate Cremoso	300	350	400	450	500	550	550	550	550	550	450	550
Chocolate com <i>Chantilly</i>	250	300	350	400	450	500	500	500	500	500	450	500
Suco natural	150	200	250	300	350	400	400	400	400	400	450	400
Coca-Cola	300	350	400	450	500	550	550	550	550	550	450	550
H2O	100	150	200	250	300	350	350	350	350	350	350	350
Fanta Uva	250	300	350	400	450	500	500	500	500	500	500	500
Kuat	250	300	350	400	450	500	500	500	500	500	500	500
Sanduíche Natural	100	150	200	250	300	350	350	350	350	350	350	350
Misto quente	200	250	300	350	400	450	450	450	450	450	450	450
Croissant	150	200	250	300	350	400	400	400	400	400	400	400
Pastel de Forno	150	200	250	300	350	300	300	300	300	300	300	300
Folhado	150	200	250	300	350	400	400	400	400	400	400	400
Empada	150	200	250	300	350	300	300	300	300	300	300	300
Esfíha	150	200	250	300	350	400	400	400	400	400	400	400
Quiche	150	200	250	300	350	300	300	300	300	300	300	300
Biscoito de queijo	175	225	275	325	375	425	425	425	425	425	425	425
Pão de queijo	200	250	300	350	400	450	450	450	450	450	450	450
Trufa	120	170	220	270	320	370	370	370	370	370	370	370
Banana flambada	150	200	250	300	350	400	400	400	400	400	400	400
Brownie	175	225	275	325	375	425	425	425	425	425	425	425
Queijadinha	175	225	275	325	375	425	425	425	425	425	425	425
Brigadeiro	200	250	300	350	400	450	450	450	450	450	450	450
Pudim	200	250	300	350	400	450	450	450	450	450	450	450
Fatia torta	175	225	275	325	375	400	400	400	400	400	400	400
Mousse	175	225	275	325	375	425	425	425	425	425	425	425
Pave	175	225	275	325	375	400	400	400	400	400	400	400

QUADRO 48 - Projeção Quantidade para Vendas Ano 2

Projeção Quantidade para Vendas Ano 2												
PRODUTO	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
	Venda											
Café expresso	1500	1600	1550	1650	1700	1750	1800	1750	1600	1400	1300	1200
Café expresso duplo	1500	1525	1550	1575	1600	1625	1625	1500	1100	1200	1110	1300
Capuccino	1200	1050	1200	1300	1250	1150	1150	1200	1100	900	1200	1500
Mini-Capuccino	1050	1100	1150	1200	1250	1100	1100	800	1000	1000	800	1100
Café Pingado	500	550	600	650	700	450	450	450	450	450	350	450
Café Antonella	750	800	850	750	950	700	700	700	700	700	600	700
Café Auro	750	800	850	700	950	800	800	800	750	730	700	800
Café Angelo	650	700	450	650	550	700	700	700	700	700	600	650
Café Ettore	550	700	440	650	650	700	700	700	700	700	600	630
Café Enrica	450	500	400	600	650	600	710	650	650	650	800	680
Café Allesia	630	600	490	650	750	650	710	650	800	800	600	680
Café Aurora	440	700	490	600	700	650	710	650	800	800	600	700
Café Enzo	650	500	460	650	850	600	710	650	900	900	750	730
Café Eleonora	550	600	500	550	750	700	710	650	800	800	650	710
Café Arianna	300	600	490	550	650	550	450	500	450	350	525	475
Café Aniello	350	450	480	500	550	550	450	500	450	350	525	475
Café eva	300	450	540	550	590	500	450	500	450	350	525	475
Café Eterie	400	450	500	550	610	550	450	500	450	350	525	475
Café Elita	450	500	530	600	500	500	450	500	450	350	525	475
Café Anastasia	350	300	540	600	550	650	450	500	450	350	525	475
Café Adone	550	450	650	700	750	700	700	700	800	800	650	800
Chá quente	300	350	400	450	500	550	550	550	550	550	450	550
Chá Gelado	300	350	400	450	500	550	550	550	550	550	450	550
Chocolate Cremoso	300	350	400	450	500	550	550	550	550	550	450	550
Chocolate com <i>Chantilly</i>	250	300	350	400	450	500	500	500	500	500	450	500
Suco natural	150	200	250	300	350	400	400	400	400	400	450	400
Coca-Cola	300	350	400	450	500	550	550	550	550	550	450	550
H2O	100	150	200	250	300	350	350	350	350	350	350	350
Fanta Uva	250	300	350	400	450	500	500	500	500	500	500	500
Kuat	250	300	350	400	450	500	500	500	500	500	500	500
Sanduíche Natural	100	150	200	250	300	350	350	350	350	350	350	350
Misto quente	200	250	300	350	400	450	450	450	450	450	450	450

Croissant	150	200	250	300	350	400	400	400	400	400	400	400
Pastel de Forno	150	200	250	300	350	300	300	300	300	300	300	300
Folhado	150	200	250	300	350	400	400	400	400	400	400	400
Empada	150	200	250	300	350	300	300	300	300	300	300	300
Esfiha	150	200	250	300	350	400	400	400	400	400	400	400
Quiche	150	200	250	300	350	300	300	300	300	300	300	300
Biscoito de queijo	175	225	275	325	375	425	425	425	425	425	425	425
Pão de queijo	200	250	300	350	400	450	450	450	450	450	450	450
Trufa	120	170	220	270	320	370	370	370	370	370	370	370
Banana flambada	150	200	250	300	350	400	400	400	400	400	400	400
Brownie	175	225	275	325	375	425	425	425	425	425	425	425
Queijadinha	175	225	275	325	375	425	425	425	425	425	425	425
Brigadeiro	200	250	300	350	400	450	450	450	450	450	450	450
Pudim	200	250	300	350	400	450	450	450	450	450	450	450
Fatia torta	175	225	275	325	375	400	400	400	400	400	400	400
Mousse	175	225	275	325	375	425	425	425	425	425	425	425
Pave	175	225	275	325	375	400	400	400	400	400	400	400

QUADRO 49 – Projeção de Vendas para os próximos 5 anos – Cenário Realista

PREVISÃO DE RECEITA REALISTA					
Crescimento de 5% ao ano	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Mês	Receita	Receita	Receita	Receita	Receita
Janeiro	57.627,50	60.508,88	63.534,32	66.711,03	70.046,59
Fevereiro	64.560,00	67.788,00	71.177,40	74.736,27	78.473,08
Março	66.811,50	70.152,08	73.659,68	77.342,66	81.209,80
Abril	75.575,00	79.353,75	83.321,44	87.487,51	91.861,88
Maiο	83.382,50	87.551,63	91.929,21	96.525,67	101.351,95
Junho	80.945,00	84.992,25	89.241,86	93.703,96	98.389,15
Julho	79.977,00	83.975,85	88.174,64	92.583,37	97.212,54
Agosto	79.007,50	82.957,88	87.105,77	91.461,06	96.034,11

PREVISÃO DE RECEITA REALISTA					
Setembro	79.742,50	83.729,63	87.916,11	92.311,91	96.927,51
Outubro	76.422,50	80.243,63	84.255,81	88.468,60	92.892,03
Novembro	75.827,50	79.618,88	83.599,82	87.779,81	92.168,80
Dezembro	79.695,50	83.680,28	87.864,29	92.257,50	96.870,38
SUB TOTAL	899.574,00	944.552,70	991.780,34	1.041.369,35	1.093.437,82

QUADRO – 50 - Projeção de Vendas para os próximos 5 anos - Cenário Otimista

PREVISÃO DE RECEITA OTIMISTA + 20%					
Crescimento de 5% ao ano	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Mês	Receita	Receita	Receita	Receita	Receita
Janeiro	69.153,00	72.610,65	76.241,18	80.053,24	84.055,90
Fevereiro	77.472,00	81.345,60	85.412,88	89.683,52	94.167,70
Março	80.173,80	84.182,49	88.391,61	92.811,20	97.451,75
Abril	90.690,00	95.224,50	99.985,73	104.985,01	110.234,26
Mai	100.059,00	105.061,95	110.315,05	115.830,80	121.622,34
Junho	97.134,00	101.990,70	107.090,24	112.444,75	118.066,98
Julho	95.972,40	100.771,02	105.809,57	111.100,05	116.655,05
Agosto	94.809,00	99.549,45	104.526,92	109.753,27	115.240,93
Setembro	95.691,00	100.475,55	105.499,33	110.774,29	116.313,01
Outubro	91.707,00	96.292,35	101.106,97	106.162,32	111.470,43
Novembro	90.993,00	95.542,65	100.319,78	105.335,77	110.602,56
Dezembro	95.634,60	100.416,33	105.437,15	110.709,00	116.244,45
SUB TOTAL	1.079.488,80	1.133.463,24	1.190.136,40	1.249.643,22	1.312.125,38

QUADRO – 51 - Projeção de Vendas para os próximos 5 anos - Cenário Pessimista

PREVISÃO DE RECEITA PESSIMISTA - 20%					
Crescimento de 5% ao ano	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Mês	Receita	Receita	Receita	Receita	Receita
Janeiro	46.102,00	48.407,10	50.827,46	53.368,83	56.037,27
Fevereiro	51.648,00	54.230,40	56.941,92	59.789,02	62.778,47
Março	53.449,20	56.121,66	58.927,74	61.874,13	64.967,84
Abril	60.460,00	63.483,00	66.657,15	69.990,01	73.489,51
Maio	66.706,00	70.041,30	73.543,37	77.220,53	81.081,56
Junho	64.756,00	67.993,80	71.393,49	74.963,16	78.711,32
Julho	63.981,60	67.180,68	70.539,71	74.066,70	77.770,03
Agosto	63.206,00	66.366,30	69.684,62	73.168,85	76.827,29
Setembro	63.794,00	66.983,70	70.332,89	73.849,53	77.542,01
Outubro	61.138,00	64.194,90	67.404,65	70.774,88	74.313,62
Novembro	60.662,00	63.695,10	66.879,86	70.223,85	73.735,04
Dezembro	63.756,40	66.944,22	70.291,43	73.806,00	77.496,30
SUB TOTAL	719.659,20	755.642,16	793.424,27	833.095,48	874.750,26

7.4. FORMAÇÃO DOS CUSTOS

Todos os valores que serão despendidos para o funcionamento da empresa estão relacionados a seguir.

Segue abaixo as informações dos custos fixos, despesas, e os custos variáveis.

7.4.1. Custos Fixos

QUADRO 52 – Custos Fixos Ano 1

CUSTOS FIXOS ANO 1													
R\$1,00	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total (R\$)
Pró-labore	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	3.000,00	3.000,00	26.000,00
Salários	11.730,00	11.730,00	11.730,00	11.730,00	11.730,00	11.730,00	11.730,00	11.730,00	11.730,00	11.730,00	17.595,00	17.595,00	152.490,00
Encargos Sociais	938,40	938,40	938,40	938,40	938,40	938,40	938,40	938,40	938,40	938,40	1.407,60	1.407,60	12.199,20
Benefícios	1.232,20	1.232,20	1.232,20	1.232,20	1.232,20	1.232,20	1.232,20	1.232,20	1.232,20	1.232,20	1.232,20	1.232,20	14.786,40
Água	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
Aluguel / Condomínio / IPTU	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	36.000,00
Assessoria Contábil	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Energia Elétrica	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8.400,00
Aquisição Descartáveis	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00
Material de Expediente	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00
Medicina do Trabalho	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00
Telefone e Internet	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	1.080,00
Despesas Pré- Operacionais	8.712,78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8.712,78
Despesas Financeiras	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
Despesas Comerciais	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	85.220,00
Depreciação	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	3.455,53
Total dos Custos Fixos	37.273,01	28.560,23	35.894,43	35.894,43	366.103,91								

QUADRO 53 – Depreciação

DEPRECIÇÃO							
Bens	Qtde	Valor Total R\$	Valor Total R\$	Vida útil	Taxa Depreciação (aa)	Anual R\$	Mensal R\$
Móveis para Escritorio							
Computador completo	1	2.500,00	2.500,00	5	20%	500,00	41,67
Impressora multifuncional	1	480,00	480,00	5	20%	96,00	8,00
Fax	1	230,00	230,00	5	20%	46,00	3,83
Mesa com gaveta	1	140,00	140,00	10	10%	14,00	1,17
Cadeiras	1	98,00	98,00	10	10%	9,80	0,82
Ar condicionado	1	890,00	890,00	10	10%	89,00	7,42
Materiais de escritório	1	250,00	250,00	10	10%	25,00	2,08
Armário de escritório	1	197,00	197,00	10	10%	19,70	1,64
Aparelho de telefone sem fio	2	210,00	420,00	10	10%	42,00	3,50
Sofá de três lugares	1	420,00	420,00	10	10%	42,00	3,50
Bebedouro de apoio	1	119,90	119,90	10	10%	11,99	1,00
Cofre	1	599,00	599,00	10	10%	59,90	4,99
Móveis para o salão de refeições							
Mesa	15	47,00	705,00	10	10%	70,50	5,88
Cadeira	60	35,00	2.100,00	10	10%	210,00	17,50
Balcão/refrigerante	1	330,00	330,00	10	10%	33,00	2,75
Balcão/estufa	1	280,00	280,00	10	10%	28,00	2,33
Caixa registradora	2	720,00	1.440,00	10	10%	144,00	12,00
Balcão para caixa registradora	1	215,00	215,00	10	10%	21,50	1,79
Extintor de incêndio	5	100,00	500,00	10	10%	50,00	4,17
Cadeira para criança	10	28,00	280,00	10	10%	28,00	2,33
Ar Condicionado Split 12000 BTU	1	1.298,00	1.298,00	10	10%	129,80	10,82
Máquinas e Equipamentos							
Forno	2	1.299,00	2.598,00	10	10%	259,80	21,65
Máquina de moinho	1	785,00	785,00	10	10%	78,50	6,54
Freezer	1	1.410,03	1.410,03	10	10%	141,00	11,75
Máquina de gelo	1	1.299,00	1.299,00	10	10%	129,90	10,83
Sanduicheira	2	113,00	226,00	10	10%	22,60	1,88
Refresqueira	2	2.749,00	5.498,00	10	10%	549,80	45,82

DEPRECIACÃO								
Gaveteiro e filtro de água	1	358,00	358,00	10	10%	35,80	2,98	
Forno elétrico	1	449,00	449,00	10	10%	44,90	3,74	
Chocolateira	2	38,68	77,36	10	10%	7,74	0,64	
Máquina de café expresso	1	3.144,00	3.144,00	10	10%	314,40	26,20	
Máquina de fatiar	1	1.500,00	1.500,00	10	10%	150,00	12,50	
Máquina de tostar	1	89,00	89,00	10	10%	8,90	0,74	
Geladeira	1	826,16	826,16	10	10%	82,62	6,88	
Microondas	1	229,00	229,00	10	10%	22,90	1,91	
Líquidificador	1	89,00	89,00	10	10%	8,90	0,74	
Espremedor de fruta	2	245,00	490,00	10	10%	49,00	4,08	
Instalação para a cozinha								
Pia	1	119,00	119,00	10	10%	11,90	0,99	
Bancadas	3	110,00	330,00	10	10%	33,00	2,75	
Mesa de apoio	2	180,00	360,00	10	10%	36,00	3,00	
Lixeira	4	9,95	39,80	10	10%	3,98	0,33	
Prateleira	4	89,00	356,00	10	10%	35,60	2,97	
Armário	3	135,00	405,00	10	10%	40,50	3,38	
Instalações para o banheiro								
Armário	1	150,00	150,00	10	10%	15,00	1,25	
Pia	2	89,00	178,00	10	10%	17,80	1,48	
Vaso	1	205,00	205,00	10	10%	20,50	1,71	
Espelho	1	98,00	98,00	10	10%	9,80	0,82	
Saboneteira	1	35,00	35,00	10	10%	3,50	0,29	
Papeleira	1	25,00	25,00	10	10%	2,50	0,21	
Porta-papel higiênico	1	19,98	19,98	10	10%	2,00	0,17	
Total			R\$ 35.300,23			R\$ 3.455,53	R\$ 287,96	

QUADRO 54 – Custos Fixos Ano 2

CUSTOS FIXO ANO 2													
R\$1,00	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
1. Custos Fixos													
Despesas Administrativas													
Pró-labore	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	3.150,00	3.150,00	27.300,00
Salários	12.316,50	12.316,50	12.316,50	12.316,50	12.316,50	12.316,50	12.316,50	12.316,50	12.316,50	12.316,50	18.474,75	18.474,75	160.114,50
Encargos Sociais	985,32	985,32	985,32	985,32	985,32	985,32	985,32	985,32	985,32	985,32	1.477,98	1.477,98	12.809,16
Benefícios	1.293,81	1.293,81	1.293,81	1.293,81	1.293,81	1.293,81	1.293,81	1.293,81	1.293,81	1.293,81	1.293,81	1.293,81	15.525,72
Água	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	7.560,00
Aluguel / Condomínio / IPTU	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	37.800,00
Assessoria Contábil	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	525,00	6.300,00
Energia Elétrica	735,00	735,00	735,00	735,00	735,00	735,00	735,00	735,00	735,00	735,00	735,00	735,00	8.820,00
Aquisição Descartáveis	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	1.512,00
Material de Expediente	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	1.512,00
Medicina do Trabalho	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	1.512,00
Telefone e Internet	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	1.134,00
Despesas Pré-Operacionais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Despesas Financeiras	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	252,00
Despesas Comerciais	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	89.481,00
Depreciação	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	287,96	3.455,53
Total dos Custos Fixos - R\$	29.973,84	37.674,75	37.674,75	375.087,91									

QUADRO 55 – Custos Fixos para os próximos 5 anos

CUSTOS FIXOS PARA OS PRÓXIMOS CINCO ANOS					
R\$1,00	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Despesas Administrativas					
Pró-labore	26.000,00	27.300,00	28.665,00	30.098,25	31.603,16
Encargos Sociais	-	-	-	-	-
Salários	152.490,00	160.114,50	168.120,23	176.526,24	185.352,55
Encargos Sociais	12.199,20	12.809,16	13.449,62	14.122,10	14.828,20

Custos Variáveis com Matéria-Prima - Mensal Ano 2 - R\$													
Presunto 40kg	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	20.160,00
Queijo branco 40kg	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	20.160,00
Saco de coco caixa c\ 24	61,74	61,74	61,74	61,74	61,74	61,74	61,74	61,74	61,74	61,74	61,74	61,74	740,88
Saco de pão de queijo 2kg	280,35	280,35	280,35	280,35	280,35	280,35	280,35	280,35	280,35	280,35	280,35	280,35	3.364,20
Tomate caixa c\ 30	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20	302,40
Total – R\$	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	230.644,26

QUADRO 58 – Custos Variáveis para os próximos 5 anos

PREVISÃO DE CUSTOS VARIÁVEIS ANUAL - R\$					
Crescimento de 5% ao ano	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Produto	Receita	Receita	Receita	Receita	Receita
Alface	36,00	37,80	39,69	41,67	43,76
Aromas caixa c\6	828,00	869,40	912,87	958,51	1.006,44
Beterraba saco de 10kg	270,00	283,50	297,68	312,56	328,19
Caixa de sache açúcar cx caixa com 100	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15	30.630,76
Caixa de sache adoçante cx caixa com 100	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15	30.630,76
Caixa de sucos pequena	2.688,00	2.822,40	2.963,52	3.111,70	3.267,28
Cenoura saco de 10kg	144,00	151,20	158,76	166,70	175,03
Chantily saco de 1kg	432,00	453,60	476,28	500,09	525,10
Chocolate em pó caixa c\ 12	8.640,00	9.072,00	9.525,60	10.001,88	10.501,97
Copo agua caixa c\ 24	198,00	207,90	218,30	229,21	240,67
Copo de mate Leão caixa c\ 12	792,00	831,60	873,18	916,84	962,68
Energetico caixa c\12	1.584,00	1.663,20	1.746,36	1.833,68	1.925,36
Ervilha caixa c\ 12	216,00	226,80	238,14	250,05	262,55
Garrafa agua com gás caixa c\12	432,00	453,60	476,28	500,09	525,10
Garrafa agua s gás caixa c\12	540,00	567,00	595,35	625,12	656,37
Gauraná power caixa c\12	1.794,00	1.883,70	1.977,89	2.076,78	2.180,62
Grão de café fardo com 2kg	31.200,00	32.760,00	34.398,00	36.117,90	37.923,80

PREVISÃO DE CUSTOS VARIÁVEIS ANUAL - R\$					
H2O caixa c\12	1.248,00	1.310,40	1.375,92	1.444,72	1.516,95
lata refrigerantes c\12	1.281,60	1.345,68	1.412,96	1.483,61	1.557,79
latas de café c/leite gelado	19.800,00	20.790,00	21.829,50	22.920,98	24.067,02
latas de capuccino caixa c\6	1.452,00	1.524,60	1.600,83	1.680,87	1.764,92
Leite caixa c\12	1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
Leite condensado caixa c\ 24	1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
Milho caixa c\ 12	648,00	680,40	714,42	750,14	787,65
Mussarela 40kg	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
Nestea caixa c\24	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
Pão de forma	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Peito de farnho 40kg	17.280,00	18.144,00	19.051,20	20.003,76	21.003,95
Peito de peru 40kg	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
Poupa de frutas	3.360,00	3.528,00	3.704,40	3.889,62	4.084,10
Presunto 40kg	19.200,00	20.160,00	21.168,00	22.226,40	23.337,72
Queijo branco 40kg	19.200,00	20.160,00	21.168,00	22.226,40	23.337,72
Saco de coco caixa c\ 24	705,60	740,88	777,92	816,82	857,66
Saco de pão de queijo 2kg	3.204,00	3.364,20	3.532,41	3.709,03	3.894,48
Tomate caixa c\ 30	288,00	302,40	317,52	333,40	350,07
Total	219.661,20	230.644,26	242.176,47	254.285,30	266.999,56

7.5. PROJEÇÃO DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO – DRE

A lucratividade do empreendimento poderá ser apurada a partir da planilha DRE (Demonstrativo de Resultado do Exercício).

Serão apresentados os três cenários (realista, otimista e pessimista) possíveis para os próximos 5 anos da Coffee & Cia. O cenário realista se apresenta de acordo com as expectativas do mercado, o cenário otimista foi calculado, pois segundo a ABIC (2009) em 2009 houve um acréscimo de 20% já o cenário pessimista foi calculado em oposto ao cenário otimista, ou seja em -20%.

QUADRO 59 – Demonstração do Resultado do Exercício – Cenário Realista

Demonstração dos Resultados dos Exercícios Realista					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receitas					
Receita Operacional Bruta	899.574,00	944.552,70	991.780,34	1.041.369,35	1.093.437,82
(-) Deduções da Receita Bruta					
Impostos	76.014,00	79.814,70	89.557,76	94.035,65	99.721,53
Receita operacional Líquida	823.560,00	864.738,00	902.222,57	947.333,70	993.716,29
(-) Custo das Vendas					
Custo dos Serviços Vendidos	219.661,20	230.644,26	242.176,47	254.285,30	266.999,56
(=) Resultado Operacional Bruto	603.898,80	634.093,74	660.046,10	693.048,40	726.716,73
(-) Despesas Operacionais					
Despesas Administrativas	277.188,38	281.899,38	295.994,35	310.794,07	326.333,77
Despesas Comerciais	85.220,00	89.481,00	93.955,05	98.652,80	103.585,44
Despesas Financeiras	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Depreciação	3.455,53	3.455,53	3.455,53	3.455,53	3.455,53
Amortização	-	-	-	-	-
(=) Resultado Líquido do Exercício	237.794,89	259.005,83	266.376,57	279.868,17	293.050,27
(-) Distribuição de Lucros	-	-	-	-	-
(=) Lucro do Exercício	237.794,89	259.005,83	266.376,57	279.868,17	293.050,27

QUADRO 60 – Demonstração do Resultado do Exercício – Cenário Otimista

Demonstração dos Resultados dos Exercícios Otimista					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receitas					
Receita Operacional Bruta	1.079.488,80	1.133.463,24	1.190.136,40	1.249.643,22	1.312.125,38
(-) Deduções da Receita Bruta					
Impostos	97.477,84	103.371,85	108.540,44	124.339,50	130.556,48
Receita operacional Líquida	982.010,96	1.030.091,39	1.081.595,96	1.125.303,72	1.181.568,91

Demonstração dos Resultados dos Exercícios Otimista

(-) Custo das Vendas					
Custo das Mercadorias					
Vendas	219.661,20	230.644,26	242.176,47	254.285,30	266.999,56
(=)Resultado Operacional Bruto					
	762.349,76	799.447,13	839.419,49	871.018,42	914.569,35
(-) Despesas Operacionais					
Despesas Administrativas					
	277.188,38	281.899,38	295.994,35	310.794,07	326.333,77
Despesas Comerciais					
	85.220,00	89.481,00	93.955,05	98.652,80	103.585,44
Despesas Financeiras					
	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Depreciação					
	3.455,53	3.455,53	3.455,53	3.455,53	3.455,53
Amortização					
	-	-	-	-	-
(=) Resultado Líquido do Exercício					
	396.245,85	424.359,22	445.749,96	457.838,20	480.902,88
(-) Distribuição de Lucros					
	-	-	-	-	-
(=) Lucro do Exercício					
	396.245,85	424.359,22	445.749,96	457.838,20	480.902,88

QUADRO 61 – Demonstração do Resultado do Exercício – Cenário Pessimista

Demonstração dos Resultados dos Exercícios Pessimista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receitas					
Receita Operacional Bruta					
	719.659,20	755.642,16	793.424,27	833.095,48	874.750,26
(-) Deduções da Receita Bruta					
Impostos					
	59.587,78	63.171,68	66.330,27	69.646,78	73.916,40
Receita operacional Líquida					
	660.071,42	692.470,48	727.094,00	763.448,70	800.833,86
(-) Custo das Vendas					
Custo das Mercadorias					
Vendas	219.661,20	230.644,26	242.176,47	254.285,30	266.999,56
(=)Resultado Operacional Bruto					
	440.410,22	461.826,22	484.917,53	509.163,40	533.834,30
(-) Despesas Operacionais					
Despesas Administrativas					
	277.188,38	281.899,38	295.994,35	310.794,07	326.333,77
Despesas Comerciais					
	85.220,00	89.481,00	93.955,05	98.652,80	103.585,44
Despesas Financeiras					
	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Depreciação					
	3.455,53	3.455,53	3.455,53	3.455,53	3.455,53
Amortização					
	-	-	-	-	-
(=) Resultado Líquido do Exercício					
	74.306,31	86.738,31	91.248,00	95.983,17	100.167,83
(-) Distribuição de Lucros					
	-	-	-	-	-
(=) Lucro do Exercício					
	74.306,31	86.738,31	91.248,00	95.983,17	100.167,83

7.6. PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

QUADRO 62 – Fluxo de Caixa – Cenário Realista – Ano 1

FLUXO DE CAIXA													
RESUMO MENSAL REALISTA													
Ano 1													
(R\$1,00)	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
DISPONÍVEL INICIAL	87.681,89	114.632,62	127.745,73	142.524,55	165.876,61	196.295,65	223.617,47	250.177,25	275.849,32	302.338,32	325.445,22	340.903,45	2.553.088,08
Investimento													
ENTRADAS													
Vendas	57.627,50	64.560,00	66.811,50	75.575,00	83.382,50	80.945,00	79.977,00	79.007,50	79.742,50	76.422,50	75.827,50	79.695,50	899.574,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Entradas	57.627,50	64.560,00	66.811,50	75.575,00	83.382,50	80.945,00	79.977,00	79.007,50	79.742,50	76.422,50	75.827,50	79.695,50	899.574,00
SAÍDAS													
Impostos	0,00	4.869,52	5.455,32	5.645,57	6.386,09	7.045,82	6.839,85	6.758,06	6.676,13	6.738,24	6.457,70	6.407,42	69.279,73
Custos Variáveis	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	219.661,20
Despesas Comerciais	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	85.220,00
Salários / Encargos Sociais / Benefícios	0,00	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	20.234,80	20.234,80	165.575,00
Custos Fixos	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	63.000,00
Pró+Labore	0,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	3.000,00	3.000,00	24.000,00
Despesas Financeiras	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
Total Saídas	30.676,77	51.446,89	52.032,69	52.222,94	52.963,45	53.623,19	53.417,22	53.335,42	53.253,50	53.315,61	60.369,27	60.318,99	626.975,93
ACUMULADO	114.632,62	127.745,73	142.524,55	165.876,61	196.295,65	223.617,47	250.177,25	275.849,32	302.338,32	325.445,22	340.903,45	360.279,96	2.825.686,14

QUADRO 63 – Fluxo de Caixa – Cenário Realista – Ano 2

FLUXO DE CAIXA													
RESUMO MENSAL REALISTA													
Ano 2													
(R\$1,00)	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
DISPONÍVEL INICIAL	360.279,96	365.943,36	379.712,12	395.229,88	419.749,54	451.689,54	480.377,44	508.265,21	535.220,89	563.034,34	587.296,58	603.527,72	5.650.326,58
Investimento													
ENTRADAS													
Vendas	60.508,88	67.788,00	70.152,08	79.353,75	87.551,63	84.992,25	83.975,85	82.957,88	83.729,63	80.243,63	79.618,88	83.680,28	944.552,70
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Entradas	60.508,88	67.788,00	70.152,08	79.353,75	87.551,63	84.992,25	83.975,85	82.957,88	83.729,63	80.243,63	79.618,88	83.680,28	944.552,70
SAÍDAS													
Impostos	6.734,27	5.113,00	5.728,09	5.927,85	6.705,39	7.398,11	7.181,85	7.095,96	7.009,94	7.075,15	6.780,59	6.727,79	79.477,99
Custos Variáveis	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	230.644,26
Despesas Comerciais	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	89.481,00
Salários / Encargos Sociais / Benefícios	13.900,60	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	21.246,54	21.246,54	187.754,35
Custos Fixos	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	66.150,00
Pró+Labore	2.000,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	3.150,00	3.150,00	27.200,00
Despesas Financeiras	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	252,00
Total Saídas	54.845,47	54.019,23	54.634,32	54.834,09	55.611,63	56.304,35	56.088,08	56.002,19	55.916,18	55.981,39	63.387,73	63.334,94	680.959,60
ACUMULADO	365.943,36	379.712,12	395.229,88	419.749,54	451.689,54	480.377,44	508.265,21	535.220,89	563.034,34	587.296,58	603.527,72	623.873,06	5.913.919,68

QUADRO 64 – Fluxo de Caixa Anual – Cenário Realista

PROJEÇÃO REALISTA DOS PRÓXIMOS 5 ANOS					
(R\$1,00)	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
DISPONÍVEL INICIAL	87.681,89	360.279,96	623.873,06	895.403,10	1.180.000,03
ENTRADAS					
Vendas	899.574,00	944.552,70	991.780,34	1.041.369,35	1.093.437,82
Total de Entradas	899.574,00	944.552,70	991.780,34	1.041.369,35	1.093.437,82
SAÍDAS					
Impostos	69.279,73	79.477,99	88.694,60	93.638,95	99.217,80
Custos Variáveis	219.661,20	230.644,26	242.176,47	254.285,30	266.999,56
Despesas Comerciais	85.220,00	89.481,00	93.955,05	98.652,80	103.585,44
Salários / Encargos Sociais / Benefícios	165.575,00	187.754,35	197.142,07	206.999,17	217.349,13
Custos Fixos	63.000,00	66.150,00	69.457,50	72.930,38	76.576,89
Pró+Labore	24.000,00	27.200,00	28.560,00	29.988,00	31.487,40
Despesas Financeiras	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Total Saídas	626.975,93	680.959,60	720.250,29	756.772,42	795.507,95
SALDO CAIXA	360.279,96	623.873,06	895.403,10	1.180.000,03	1.477.929,90

QUADRO 65 – Fluxo de Caixa – Cenário Otimista – Ano 1

FLUXO DE CAIXA RESUMO MENSAL OTIMISTA													
Ano 1													
(R\$1,00)	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
DISPONÍVEL INICIAL	87.681,89	126.158,12	50.808,24	177.408,95	214.281,89	259.574,22	301.095,52	341.719,36	381.284,68	421.837,06	458.325,80	487.126,09	3.407.301,83
ENTRADAS													
Vendas	69.153,00	77.472,00	80.173,80	90.690,00	100.059,00	97.134,00	95.972,40	94.809,00	95.691,00	91.707,00	90.993,00	95.634,60	1.079.488,80
Total Entradas	69.153,00	77.472,00	80.173,80	90.690,00	100.059,00	97.134,00	95.972,40	94.809,00	95.691,00	91.707,00	90.993,00	95.634,60	1.079.488,80
SAÍDAS													
Impostos	0,00	6.244,52	6.995,72	7.239,69	8.189,31	9.035,33	8.771,20	8.666,31	8.561,25	8.640,90	8.281,14	8.216,67	88.842,03
Custos Variáveis	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	219.661,20
Despesas Comerciais	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	7.101,67	85.220,00
Salários / Encargos Sociais / Benefícios	0,00	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	13.900,60	20.234,80	20.234,80	165.575,00

FLUXO DE CAIXA													
Custos Fixos	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	63.000,00
Pró-Labore	0,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	3.000,00	3.000,00	24.000,00
Despesas Financeiras	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
Total Saídas	30.676,77	52.821,88	53.573,09	53.817,06	54.766,67	55.612,69	55.348,57	55.243,67	55.138,62	55.218,26	62.192,71	62.128,23	646.538,23
ACUMULADO	126.158,12	150.808,24	77.408,95	214.281,89	259.574,22	301.095,52	341.719,36	381.284,68	421.837,06	458.325,80	487.126,09	520.632,46	3.840.252,40

QUADRO 66 – Fluxo de Caixa – Cenário Otimista – Ano 2

FLUXO DE CAIXA													
RESUMO MENSAL OTIMISTA													
Ano 2													
(R\$1,00)	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
DISPONÍVEL INICIAL	520.632,46	536.496,10	562.313,37	590.170,91	628.811,73	676.282,97	719.785,78	762.349,02	803.801,92	846.292,32	884.515,07	914.668,71	8.446.120,34
ENTRADAS													
Vendas	72.610,65	81.345,60	84.182,49	95.224,50	105.061,95	101.990,70	100.771,02	99.549,45	100.475,55	96.292,35	95.542,65	100.416,33	1.133.463,24
Total Entradas	72.610,65	81.345,60	84.182,49	95.224,50	105.061,95	101.990,70	100.771,02	99.549,45	100.475,55	96.292,35	95.542,65	100.416,33	1.133.463,24
SAÍDAS													
Impostos	8.635,80	6.622,09	7.418,72	7.677,44	8.684,47	9.581,65	9.301,55	9.190,32	9.078,91	9.163,37	8.781,86	8.713,49	102.849,68
Custos Variáveis	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	19.220,36	230.644,26
Despesas Comerciais	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	7.456,75	89.481,00
Salários / Encargos Sociais / Benefícios	13.900,60	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	14.595,63	21.246,54	21.246,54	187.754,35
Custos Fixos	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	66.150,00
Pró-Labore	2.000,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	3.150,00	3.150,00	27.200,00
Despesas Financeiras	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	252,00
Total Saídas	56.747,01	55.528,33	56.324,95	56.583,68	57.590,71	58.487,88	58.207,79	58.096,55	57.985,14	58.069,61	65.389,01	65.320,63	704.331,29
ACUMULADO	536.496,10	562.313,37	590.170,91	628.811,73	676.282,97	719.785,78	762.349,02	803.801,92	846.292,32	884.515,07	914.668,71	949.764,40	8.875.252,28

QUADRO 67 – Fluxo de Caixa Anual – Cenário Otimista

PROJEÇÃO OTIMISTA DOS PRÓXIMOS 5 ANOS + 20%					
(R\$1,00)	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
DISPONÍVEL INICIAL	87.681,89	520.632,46	949.764,40	1.400.262,57	1.863.832,50
ENTRADAS					
Vendas	1.079.488,80	1.133.463,24	1.190.136,40	1.249.643,22	1.312.125,38
Total de Entradas	1.079.488,80	1.133.463,24	1.190.136,40	1.249.643,22	1.312.125,38
SAÍDAS					
Impostos	88.842,03	102.849,68	108.082,54	122.939,82	130.005,70
Custos Variáveis	219.661,20	230.644,26	242.176,47	254.285,30	266.999,56
Despesas Comerciais	85.220,00	89.481,00	93.955,05	98.652,80	103.585,44
Salários / Encargos Sociais / Benefícios	165.575,00	187.754,35	197.142,07	206.999,17	217.349,13
Custos Fixos	63.000,00	66.150,00	69.457,50	72.930,38	76.576,89
Pró+Labore	24.000,00	27.200,00	28.560,00	29.988,00	31.487,40
Despesas Financeiras	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Total Saídas	646.538,23	704.331,29	739.638,23	786.073,30	826.295,85
SALDO CAIXA	520.632,46	949.764,40	1.400.262,57	1.863.832,50	2.349.662,03

QUADRO 68 – Fluxo de Caixa – Cenário Pessimista – Ano 1

FLUXO DE CAIXA													
RESUMO MENSAL PESSIMISTA													
Ano 1													
(R\$1,00)	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
DISPONÍVEL INICIAL	87.681,89	103.107,12	104.360,51	106.955,89	116.412,93	131.535,47	144.190,85	156.233,29	167.564,24	179.547,42	188.825,91	190.514,12	1.676.929,65
ENTRADAS													
Vendas	46.102,00	51.648,00	53.449,20	60.460,00	66.706,00	64.756,00	63.981,60	63.206,00	63.794,00	61.138,00	60.662,00	63.756,40	719.659,20
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Entradas	46.102,00	51.648,00	53.449,20	60.460,00	66.706,00	64.756,00	63.981,60	63.206,00	63.794,00	61.138,00	60.662,00	63.756,40	719.659,20
SAÍDAS													

FLUXO DE CAIXA													
Pró-Labore	2.000,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	3.150,00	3.150,00	27.200,00
Despesas Financeiras	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	252,00
Total Saídas	53.390,23	52.953,07	53.439,90	53.598,01	54.213,41	54.761,69	54.590,52	54.522,54	54.454,46	54.506,07	61.973,84	61.932,06	664.335,79
ACUMULADO	190.353,00	191.630,33	194.312,10	204.197,09	220.024,98	233.257,09	245.847,25	257.691,01	270.220,26	279.909,08	281.630,35	286.642,51	2.855.715,06

QUADRO 70 – Fluxo de Caixa Anual – Cenário Pessimista

PROJEÇÃO PESSIMISTA DOS PRÓXIMOS 5 ANOS - 20%						
(R\$1,00)	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	
DISPONÍVEL INICIAL	87.681,89	195.336,14	286.642,51	382.460,65	483.069,69	
ENTRADAS						
Vendas	719.659,20	755.642,16	793.424,27	833.095,48	874.750,26	
Total de Entradas	719.659,20	755.642,16	793.424,27	833.095,48	874.750,26	
SAÍDAS						
Impostos	54.308,75	62.854,18	66.050,44	69.352,96	73.538,14	
Custos Variáveis	219.661,20	230.644,26	242.176,47	254.285,30	266.999,56	
Despesas Comerciais	85.220,00	89.481,00	93.955,05	98.652,80	103.585,44	
Salários / Encargos Sociais / Benefícios	165.575,00	187.754,35	197.142,07	206.999,17	217.349,13	
Custos Fixos	63.000,00	66.150,00	69.457,50	72.930,38	76.576,89	
Pró+Labore	24.000,00	27.200,00	28.560,00	29.988,00	31.487,40	
Despesas Financeiras	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	
Total Saídas	612.004,95	664.335,79	697.606,13	732.486,44	769.828,29	
SALDO CAIXA	195.336,14	286.642,51	382.460,65	483.069,69	587.991,65	

7.7. PROJEÇÃO DO BALANÇO

QUADRO 71 – Balanço – Cenário Realista

BALANÇO PATRIMONIAL REALISTA						
ATIVO	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
ATIVO CIRCULANTE						
Disponibilidades						
Caixa	87.681,89	360.279,96	623.873,06	895.403,10	1.180.000,03	1.477.929,90
Estoques	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10
Total do Ativo Circulante	105.986,99	378.585,06	642.178,16	913.708,20	1.198.305,13	1.496.235,00
ATIVO NÃO CIRCULANTE						
Despesas Pré-Operacionais						
Despesas de Abertura da Empresa	8.712,78	-	-	-	-	-
Imobilizado						
Moveis e Utensílios	13.491,90	13.491,90	13.491,90	13.491,90	13.491,90	13.491,90
Máquinas e Equipamentos	19.067,55	19.067,55	19.067,55	19.067,55	19.067,55	19.067,55
Instalações	2.740,78	2.740,78	2.740,78	2.740,78	2.740,78	2.740,78
Depreciação	-	(3.455,53)	(6.911,06)	(10.366,59)	(13.822,12)	(17.277,65)
Total do Imobilizado	35.300,23	31.844,70	28.389,17	24.933,64	21.478,11	18.022,59
Total Despesas Pré-Operacionais						
Total do Ativo Não Circulante	44.013,01	31.844,70	28.389,17	24.933,64	21.478,11	18.022,59
ATIVO TOTAL	150.000,00	410.429,76	670.567,33	938.641,84	1.219.783,24	1.514.257,58
PASSIVO	Ano1	Ano2	Ano3	Ano4	Ano5	
PASSIVO CIRCULANTE						
Impostos A Recolher	-	6.734,27	7.070,98	7.934,15	8.330,85	8.834,58
Salários A Pagar	-	13.900,60	14.595,63	15.325,41	16.091,68	16.896,27
Pró-Labore A Pagar	-	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01
Total do Passivo Circulante	-	22.634,87	23.766,61	25.464,56	26.737,78	28.161,86

BALANÇO PATRIMONIAL REALISTA						
PATRIMÔNIO LÍQUIDO						
Capital Social	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00
Prejuízos Acumulados	-	237.794,89	496.800,72	763.177,29	1.043.045,46	1.336.095,73
Total do Patrimônio Líquido	150.000,00	387.794,89	646.800,72	913.177,29	1.193.045,46	1.486.095,73
PASSIVO TOTAL	150.000,00	410.429,76	670.567,33	938.641,84	1.219.783,24	1.514.257,58
DIFERENÇA ATIVO/PASSIVO	-	-	-	-	-	-

QUADRO 72 – Balanço – Cenário Otimista

BALANÇO PATRIMONIAL OTIMISTA						
ATIVO	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
ATIVO CIRCULANTE						
Disponibilidades						
Caixa	87.681,89	520.632,46	949.764,40	1.400.262,57	1.863.832,50	2.349.662,03
Estoques	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10
Total do Ativo Circulante	105.986,99	538.937,56	968.069,50	1.418.567,67	1.882.137,60	2.367.967,13
ATIVO NÃO CIRCULANTE						
Despesas Pré-Operacionais						
Despesas de Abertura da Empresa	8.712,78	-	-	-	-	-
Imobilizado						
Moveis e Utensílios	13.491,90	13.491,90	13.491,90	13.491,90	13.491,90	13.491,90
Máquinas e Equipamentos	19.067,55	19.067,55	19.067,55	19.067,55	19.067,55	19.067,55
Instalações	2.740,78	2.740,78	2.740,78	2.740,78	2.740,78	2.740,78
Depreciação	-	(3.455,53)	(6.911,06)	(10.366,59)	(13.822,12)	(17.277,65)
Total do Imobilizado	35.300,23	31.844,70	28.389,17	24.933,64	21.478,11	18.022,59
Total Despesas Pré-Operacionais	44.013,01	31.844,70	28.389,17	24.933,64	21.478,11	18.022,59
Total do Ativo Não Circulante	44.013,01	31.844,70	28.389,17	24.933,64	21.478,11	18.022,59
ATIVO TOTAL	150.000,00	570.782,26	996.458,68	1.443.501,32	1.903.615,71	2.385.989,72
PASSIVO		Ano1	Ano2	Ano3	Ano4	Ano5

BALANÇO PATRIMONIAL OTIMISTA						
PASSIVO CIRCULANTE						
Impostos A Recolher	-	8.635,80	9.157,97	9.615,87	11.015,55	11.566,32
Salários A Pagar	-	13.900,60	14.595,63	15.325,41	16.091,68	16.896,27
Pró-Labore A Pagar	-	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01
Total do Passivo Circulante	-	24.536,40	25.853,60	27.146,28	29.422,48	30.893,60
PATRIMÔNIO LÍQUIDO						
Capital Social	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00
Prejuízos Acumulados	-	396.245,85	820.605,08	1.266.355,04	1.724.193,23	2.205.096,12
Total do Patrimônio Líquido	150.000,00	546.245,85	970.605,08	1.416.355,04	1.874.193,23	2.355.096,12
PASSIVO TOTAL	150.000,00	570.782,26	996.458,68	1.443.501,32	1.903.615,71	2.385.989,72
DIFERENÇA ATIVO/PASSIVO	-	-	-	-	-	-

QUADRO 73 – Balanço – Cenário Pessimista

BALANÇO PATRIMONIAL PESSIMISTA						
ATIVO	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
ATIVO CIRCULANTE						
Disponibilidades						
Caixa	87.681,89	195.336,14	286.642,51	382.460,65	483.069,69	587.991,65
Estoques	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10	18.305,10
Total do Ativo Circulante	105.986,99	213.641,24	304.947,61	400.765,75	501.374,79	606.296,75
ATIVO NÃO CIRCULANTE						
Despesas Pré-Operacionais						
Despesas de Abertura da Empresa	8.712,78	-	-	-	-	-
Imobilizado						
Moveis e Utensílios	13.491,90	13.491,90	13.491,90	13.491,90	13.491,90	13.491,90
Máquinas e Equipamentos	19.067,55	19.067,55	19.067,55	19.067,55	19.067,55	19.067,55
Instalações	2.740,78	2.740,78	2.740,78	2.740,78	2.740,78	2.740,78
Depreciação	-	(3.455,53)	(6.911,06)	(10.366,59)	(13.822,12)	(17.277,65)
Total do Imobilizado	35.300,23	31.844,70	28.389,17	24.933,64	21.478,11	18.022,59
Total do Ativo Não Circulante	44.013,01	31.844,70	28.389,17	24.933,64	21.478,11	18.022,59

BALANÇO PATRIMONIAL PESSIMISTA						
ATIVO TOTAL	150.000,00	245.485,94	333.336,78	425.699,39	522.852,90	624.319,34
PASSIVO		Ano1	Ano2	Ano3	Ano4	Ano5
PASSIVO CIRCULANTE						
Impostos A Recolher	-	5.279,03	5.596,54	5.876,36	6.170,18	6.548,44
Salários A Pagar	-	13.900,60	14.595,63	15.325,41	16.091,68	16.896,27
Pró-Labore A Pagar	-	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01
Total do Passivo Circulante	-	21.179,63	22.292,17	23.406,78	24.577,11	25.875,72
PATRIMÔNIO LÍQUIDO						
Capital Social	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00
Prejuízos Acumulados	-	74.306,31	161.044,62	252.292,61	348.275,79	448.443,62
Total do Patrimônio Líquido	150.000,00	224.306,31	311.044,62	402.292,61	498.275,79	598.443,62
PASSIVO TOTAL	150.000,00	245.485,94	333.336,78	425.699,39	522.852,90	624.319,34
DIFERENÇA ATIVO/PASSIVO	-	-	-	-	-	-

7.8. INDICADORES DE VIABILIDADE

QUADRO 74 – Indicadores Financeiros - Cenário Realista

Indicadores Financeiros Realista					
Taxa de Desconto:	SELIC	8,75%	a.a.	0,73%	am
Itens	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ponto de Equilíbrio	R\$ 545.365,57	R\$ 558.734,89	R\$ 591.524,89	R\$ 620.841,52	R\$ 652.506,39
VPL					R\$ 934.013,38
TIR					179,64%
Ponto de Equilíbrio - MC	67,13%	67,13%	66,55%	66,55%	66,46%
ROI	147,14%	94,56%	70,32%	56,82%	47,99%
Lucratividade Anual	26,43%	27,42%	26,86%	26,88%	26,80%
Rentabilidade Anual	158,53%	172,67%	177,58%	186,58%	195,37%
Payback Descontado	7 meses				

QUADRO 75 - Indicadores Financeiros - Cenário Otimista

Indicadores Financeiros Otimista					
Taxa de Desconto:	SELIC	8,75%	a.a.	0,73%	am
Itens	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ponto de Equilíbrio	R\$ 518.413,92	R\$ 531.802,97	R\$ 558.148,15	R\$ 592.786,39	R\$ 622.177,83
VPL					1.612.078,48
TIR					288,77%
Ponto de Equilíbrio - MC	70,62%	70,53%	70,53%	69,70%	69,70%
ROI	133,56%	239,83%	197,19%	166,59%	146,49%
Lucratividade Anual	36,71%	37,44%	37,45%	36,64%	36,65%
Rentabilidade Anual	264,16%	282,91%	297,17%	305,23%	320,60%
Payback Descontado	5 meses				

QUADRO 76 - Indicadores Financeiros - Cenário Pessimista

Indicadores Financeiros Pessimista					
Taxa de Desconto:	SELIC	8,75%	a.a.	0,73%	am
Itens	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ponto de Equilíbrio	R\$ 598.306,76	R\$ 613.720,55	R\$ 644.123,88	R\$ 676.047,37	R\$ 710.613,48
VPL					R\$ 241.608,67
TIR					60,86%
Ponto de Equilíbrio - MC	61,20%	61,12%	61,12%	61,12%	61,03%
ROI	179,40%	138,55%	113,91%	97,38%	85,51%
Lucratividade Anual	10,33%	11,48%	11,50%	11,52%	11,45%
Rentabilidade Anual	49,54%	57,83%	60,83%	63,99%	66,78%
Payback Descontado	1 ano e 5 meses				

7.8.1. Análise do Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio é o valor que a Coffee & Cia precisa vender para cobrir o custo das mercadorias vendidas, as despesas variáveis e as despesas fixas, ou seja, no ponto de Equilíbrio, a empresa não terá lucro nem prejuízo.

$$\text{Ponto de Equilíbrio sobre faturamento} = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição}}$$

$$\text{Margem de Contribuição} = \frac{\text{Lucro Bruto}}{\text{Receita Totais}} \times 100$$

Segue o cálculo para o Ponto de Equilíbrio referente ao cenário realista:

$$\text{Margem de Contribuição} = 603.898,80 / 899.574,00 \times 100 = 67,13\%.$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio sobre faturamento anual} = 366.103,91 / 0,6713 = \text{R\$ } 545.365,57$$

Verifica-se assim que será necessária uma receita total de R\$ 545.365,57 / ano para cobrir seus custos sem obter lucro.

Verifica-se o Ponto de Equilíbrio referente ao cenário otimista com o cálculo abaixo:

$$\text{Margem de Contribuição} = 762.349,76 / 1.079.488,80 \times 100 = 70,62\%.$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio sobre faturamento anual} = 366.103,91 / 0,7062 = \text{R\$ } 518.413,92$$

Verifica-se assim que será necessária uma receita total de R\$ 518.413,92 / ano para cobrir seus custos sem obter lucro.

Observa-se o Ponto de Equilíbrio referente ao cenário pessimista com o cálculo:

Margem de Contribuição = $440.410,22 / 719.659,20 \times 100 = 61,19\%$.

Ponto de Equilíbrio sobre faturamento anual = $366.103,91 / 0,6119 = R\$ 598.306,76$

Verifica-se assim que será necessária uma receita total de R\$ 598.306,76 / ano para cobrir seus custos sem obter lucro.

7.8.2. Valor Presente Líquido –VPL

O Valor Presente Líquido é a soma dos valores presentes dos fluxos de uma aplicação, sobre uma taxa calculada de acordo com o período final da aplicação. Os fluxos são positivos ou negativos, variando de acordo com as entradas ou saídas de caixa. A taxa representa o rendimento esperado. Em resumo caso o VPL seja negativo, o retorno será menor que o investimento inicial, se tornando assim inviável. Em caso contrario, ou seja, positivo, o valor obtido pagará o investimento inicial, tornando assim viável.

$$VPL = \sum \left(\frac{Fct}{(1+i)^n} \right) - \text{Investimento Inicial}$$

$$VPL = \sum \frac{2.242.595,66}{(1+0,08750)^5} - 150.000,00 = 2.092.595,66$$

QUADRO 77 - VPL e TIR para os próximos 5 anos - Cenário Realista

TIR E VPL DOS PROXIMOS 05 ANOS Realista	
Taxa Interna de Retorno - TIR	179,64%
Valor Presente Líquido - VPL	934.013,38
SELIC	8,75%

TIR E VPL DOS PROXIMOS 05 ANOS Realista				
Anos	Entradas	Despesas	Fluxo de Caixa Operacional	Calculo VPL
ANO 1	899.574,00	626.975,93	272.598,07	250.664,89
ANO 2	944.552,70	680.959,60	263.593,10	222.882,26
ANO 3	991.780,34	720.250,29	271.530,04	211.120,35
ANO 4	1.041.369,35	756.772,42	284.596,93	203.475,98
ANO 5	1.093.437,82	795.507,95	297.929,87	195.869,91
		Σ VPL		1.084.013,38
		(-) Investimento inicial		150.000,00
		VPL		934.013,38

QUADRO 78 - VPL e TIR para os próximos 5 anos – Cenário Otimista

TIR E VPL DOS PROXIMOS 05 ANOS Otimista				
Taxa Interna de Retorno - TIR				288,77%
Valor Presente Líquido - VPL				1.612.078,48
SELIC				8,75%
Anos	Entradas	Despesas	Fluxo de Caixa Operacional	Calculo VPL
			(150.000)	
ANO 1	1.079.488,80	646.538,23	432.950,57	398.115,46
ANO 2	1.133.463,24	704.331,29	429.131,95	362.854,34
ANO 3	1.190.136,40	739.638,23	450.498,17	350.271,85
ANO 4	1.249.643,22	786.073,30	463.569,92	331.434,86
ANO 5	1.312.125,38	826.295,85	485.829,54	319.401,97
		Σ VPL		1.762.078,48
		(-) Investimento inicial		150.000,00
		VPL		1.612.078,48

QUADRO 79 - VPL e TIR para os próximos 5 anos – Cenário Pessimista

TIR E VPL DOS PROXIMOS 05 ANOS Pessimista				
Taxa Interna de Retorno - TIR				60,86%
Valor Presente Líquido - VPL				241.608,67
SELIC				8,75%
Anos	Entradas	Despesas	Fluxo de Caixa Operacional	Calculo VPL
			(150.000)	
ANO 1	719.659,20	612.004,95	107.654,25	98.992,41
ANO 2	755.642,16	664.335,79	91.306,37	77.204,49
ANO 3	793.424,27	697.606,13	95.818,14	74.500,63
ANO 4	833.095,48	732.486,44	100.609,04	71.931,64
ANO 5	874.750,26	769.828,29	104.921,97	68.979,51
		Σ VPL		391.608,67
		(-) Investimento inicial		150.000,00
		VPL		241.608,67

Como descrito nos resultados acima, o investimento do empreendimento é viável em todos os cenários, considerando que o resultado do VPL é positivo.

7.8.3. Taxa Interna de Retorno –TIR

A Taxa Interna de Retorno é a taxa necessária para igualar o valor de um investimento com os seus retornos futuros. Neste caso, será utilizada em análise do investimento, ou seja, em tese, significa a taxa de retorno do investimento.

$$0 = \sum_{n=1} \left(\frac{F_{ct}}{(1+i)^n} \right) - \text{Investimento Inicial}$$

TABELA 06 - TIR DOS PROXIMOS 05 ANOS - Realista Otimista e Pessimista

TIR DOS PROXIMOS 05 ANOS Realista	
Taxa Interna de Retorno - TIR	179,64%
TIR E VPL DOS PROXIMOS 05 ANOS Otimista	
Taxa Interna de Retorno - TIR	288,77%
TIR E VPL DOS PROXIMOS 05 ANOS Pessimista	
Taxa Interna de Retorno - TIR	60,86%

7.8.4. Payback Descontado / recuperação do capital

O Payback abaixo (Realista, otimista e pessimista) indica o tempo para que se recupere o investimento da Coffee & Cia.

QUADRO 80 - PayBack Descontado para os próximos 5 anos - Cenário Realista

PAYBACK DESCONTADO PARA OS PROXIMOS 5 ANOS - CENÁRIO REALISTA						
Taxa Selic	8,75%					
Anos	Investimento	Entradas	Saídas	Saldo	Valores Descontados	Payback Descontado

PAYBACK DESCONTADO PARA OS PROXIMOS 5 ANOS - CENÁRIO REALISTA						
Ano 0	(150.000,00)					(150.000,00)
ANO 1		899.574,00	(626.975,93)	272.598,07	250.664,89	100.664,89
ANO 2		944.552,70	(680.959,60)	263.593,10	222.882,26	323.547,15
ANO 3		991.780,34	(720.250,29)	271.530,04	211.120,35	534.667,50
ANO 4		1.041.369,35	(756.772,42)	284.596,93	203.475,98	738.143,48
ANO 5		1.093.437,82	(795.507,95)	297.929,87	195.869,91	934.013,38
Período para recuperação do investimento						7 meses

QUADRO 81 - PayBack Descontado para os próximos 5 anos - Cenário Otimista

PAYBACK DESCONTADO PARA OS PROXIMOS 5 ANOS - CENÁRIO OTIMISTA						
Taxa Selic	8,75%					
Anos	Investimento	Entradas	Saídas	Saldo	Valores Descontados	Payback Descontado
Ano 0	(150.000,00)					(150.000,00)
ANO 1		1.079.488,80	(646.538,23)	432.950,57	398.115,46	248.115,46
ANO 2		1.133.463,24	(704.331,29)	429.131,95	362.854,34	610.969,80
ANO 3		1.190.136,40	(739.638,23)	450.498,17	350.271,85	961.241,65
ANO 4		1.249.643,22	(786.073,30)	463.569,92	331.434,86	1.292.676,51
ANO 5		1.312.125,38	(826.295,85)	485.829,54	319.401,97	1.612.078,48
Período para recuperação do investimento						5 meses

QUADRO 82 - PayBack Descontado para os próximos 5 anos - Cenário Pessimista

PAYBACK DESCONTADO PARA OS PROXIMOS 5 ANOS - CENÁRIO PESSIMISTA						
Taxa Selic	8,75%					
Anos	Investimento	Entradas	Saídas	Saldo	Valores Descontados	Payback Descontado
Ano 0	(150.000,00)					(150.000,00)
ANO 1		719.659,20	(612.004,95)	107.654,25	107.654,25	(42.345,75)
ANO 2		755.642,16	(664.335,79)	91.306,37	91.306,37	48.960,62
ANO 3		793.424,27	(697.606,13)	95.818,14	95.818,14	144.778,76
ANO 4		833.095,48	(732.486,44)	100.609,04	100.609,04	245.387,80
ANO 5		874.750,26	(769.828,29)	104.921,97	104.921,97	350.309,76
Período para recuperação do investimento						1 ano e 5 meses

7.8.5. Rentabilidade

A rentabilidade anual indica o percentual de remuneração do capital investido na empresa.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Investimento Total}}$$

Cálculo para encontrar a rentabilidade referente o cenário realista:

$$\text{Rentabilidade Anual} = (237.794,89 / 150.000,00) \times 100 = 158,53\%$$

Através dos lucros gerados, a cada mês, os sócios recuperam 13,21% do investimento.

Cálculo para encontrar a rentabilidade referente o cenário otimista:

$$\text{Rentabilidade Anual} = (396.245,85 / 150.000,00) \times 100 = 264,16\%$$

Através dos lucros gerados, a cada mês, os sócios recuperam 22,01% do investimento.

Cálculo para encontrar a rentabilidade referente o cenário pessimista:

$$\text{Rentabilidade Anual} = (74.306,31 / 150.000,00) \times 100 = 49,54\%$$

Através dos lucros gerados, a cada mês, os sócios recuperam 4,12% do investimento.

7.8.6. Lucratividade

A lucratividade anual mede o percentual de ganho obtido sobre as vendas realizadas. É um dos principais indicadores apresentados, pois está relacionado à competitividade.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Receita Total}}$$

Segue o cálculo para encontrar a lucratividade referente o cenário realista:

$$\text{Lucratividade} = (237.794,89 / 899.574,00) \times 100 = 26,43\%.$$

Sendo assim, verifica-se que a empresa vai apresentar uma lucratividade de 26,43% ao ano no cenário realista.

Segue o cálculo para encontrar a lucratividade referente o cenário otimista:

$$\text{Lucratividade} = (396.245,85 / 1.079.488,80) \times 100 = 36,71\%.$$

No cenário otimista a empresa vai apresentar uma lucratividade de 36,71% ao ano.

Segue o cálculo para encontrar a lucratividade referente o cenário pessimista:

$$\text{Lucratividade} = (74.306,31 / 719.659,20) \times 100 = 10,33\%.$$

Sendo assim, verifica-se que a empresa vai apresentar uma lucratividade de 10,33% ao ano do cenário pessimista.

7.8.7. ROI

O *Return on Investment*, ROI, é utilizado para avaliar a eficiência de um investimento, considerando sua taxa apurada a partir de dados contábeis, medindo assim o retorno do negócio sobre o capital investido.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Lucro Operacional}}{\text{Ativo Total}} \times 100$$

- Segue o cálculo para encontrar o ROI referente o cenário realista:

$$\text{ROI} = (603.898,80 / 410.429,76) \times 100 = 147,14\%$$

- Segue o cálculo para encontrar o ROI referente o cenário otimista:

$$\text{ROI} = (762.349,76 / 570.782,26) \times 100 = 133,56\%$$

- Segue o cálculo para encontrar o ROI referente o cenário pessimista:

$$\text{ROI} = (440.410,22 / 245.485,94) \times 100 = 179,40\%$$

7.9. CONCLUSÃO

Através do Plano Financeiro tem-se uma visão bem clara do empreendimento, podendo avaliar com muita precisão todos os aspectos que o envolvem. Toda iniciativa empreendedora tem riscos, mas através de um Plano de Negócios bem elaborado, que preveja todos os setores da empresa, que receba informações periodicamente e que seja maleável e adaptável às novas características do mercado, esses riscos podem ser previstos e calculados.

Assim sendo buscando a maneira mais clara e objetiva foi demonstrada a viabilidade do empreendimento, levando-se em conta todos os aspectos primordiais ao sucesso. Partindo de um investimento inicial de R\$ 150.000,00, foi demonstrado como é possível se atingir o retorno do investimento em apenas 7 meses de funcionamento. O ponto de equilíbrio será de R\$ 545.365,57 de faturamento no primeiro ano, valor necessário para que a empresa cubra todos os dispêndios inerentes ao seu funcionamento. O Valor Presente Líquido será de \$ 934.013,38 o que representa o somatório dos valores presentes dos fluxos estimados de uma aplicação, calculados a partir da taxa SELIC 9,5% e do período de 5 anos. A Taxa Interna de Retorno será de 179,64%, ou seja, a taxa necessária para igualar o valor de um investimento (valor presente) com os seus respectivos retornos futuros ou saldos de caixa. A lucratividade anual, que mede o lucro líquido em relação às vendas e está relacionada diretamente à competitividade, apresenta o valor de 26,43 % ao ano, bastante favorável para uma empresa de pequeno porte segundo o SEBRAE (2009). O Return on Investment, ROI, será de 147,14%.% e representa a taxa apurada a partir de dados contábeis, que mede o retorno do negócio sobre o capital investido. Já a Rentabilidade Anual, ao qual mede o retorno do capital investido aos sócios, é de 158,53 %, valor recuperado, a cada ano, originado no lucro gerado pela empresa. O grande objetivo da COFFE&CIA é proporcionar aos clientes produtos e serviços de qualidade, gerando lucros e ainda consolidando um pensamento amplo, que se estenderá a sociedade e ao meio ambiente. Para tanto, serão feitas uma boa seleção de fornecedores, análise da concorrência, programas de responsabilidade social e ambiental e investimento em *marketing*, garantindo assim o sucesso da COFFE&CIA.

BIBLIOGRAFIA

ABNT. **Associação Brasileira de Normas Técnicas**. As Partes de um trabalho. Brasil, 2004 Disponível em: <<http://www.abntnet.com.br>> Acesso em: Abril/2010

ANVISA. **Agencia Nacional de Vigilância. Legislação em Vigilância Sanitária**. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br>>. Acesso em: Maio/2009.

ASSAF, N. A. **Estrutura e análise de balanços**. Rio de Janeiro, Atlas, 2006.

ABIC. **Associação Brasileira da Indústria do Café** Disponível em: <<http://www.abic.com.br>> Acesso em: Nov/2009.

CIDE. **Centro de Informações e Dados do Rio de Janeiro**. Disponível em:<<http://www.cide.rj.gov.br>> Acesso em: Abril/2009.

CCCRJ. **Centro do Comercio do Café do Rio de Janeiro**. Disponível em: <<http://www.cccrj.com.br>> Acesso em: Março/2009.

CBMERJ. **Corpo de Bombeiros Militar do Rio de Janeiro**. Disponível em: <www.cbmerj.rj.gov.br> Acesso em: Maio/2009.

EDITORA MARTINS. **Editora Martins Fontes**. Disponível em:<http://www.martinseditora.com.br/conheca_mf.asp> Acesso em: Maio/2009.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Pesquisa Anual de residência. Brasil 2004. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: Abril/2009.

INSTITUTO ETHOS. **Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social**. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/>>. Acesso em Dezembro/2009.

MARION, Jose Carlos Vieira. **Contabilidade Empresarial**.10 ed. São Paulo: Atlas, 2003

MATARAZZO, D. C. **Análise financeira de balanços**. Rio de Janeiro, Atlas, 2003.

PONTO FRIO. PontoFrio.com. **Pesquisa de preço**. Disponível em: <<http://www.pontofrio.com.br>> Acesso em: Abril/2009.

[PROCON / RJ. Programa de Orientação e Proteção ao Consumidor.](#)

Disponível em: <<http://www.procon.rj.gov.br/legislacao.asp>>. Acesso em: Maio/2009.

SALIM, C. S.; HOCHMAN, N.; RAMAL, A. C.; RAMAL, S. A. **Construindo Planos de Negócios:** Todos os passos necessários para desenvolver negócios de sucesso. Rio de Janeiro, Campus, 2005. 338 p.

SEBRAE. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: Abril/2009.

SEBRAE MG. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais.** Disponível em: < <http://www.sebraemg.com.br>>. Acesso em: Abril/2009.

SEBRAE MG. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Espírito Santo.** Oportunidades de negócios: Cafeteria. Espírito Santo, 2006. Disponível em: <<http://www.sebraees.com.br/>>. Acesso em: Março/2009.

SEBRAE RJ. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio de Janeiro.** Disponível em: <<http://www.sebraerj.com.br>>. Acesso em: Abril/2009.

SEBRAE RS. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul.** Disponível em: <<http://www.sebrae-rs.com.br>>. Acesso em: Nov/2009.

SHOPTIME. **ShopTime.com.** *Pesquisa de preço.* Disponível em: <<http://www.shoptime.com.br>> Acesso em: Maio/ 2009

SILVA, J. P. **Análise financeira das empresas.** Rio de Janeiro, Atlas, 2006

TELELISTAS. **Busca por cafeterias no Rio de Janeiro.** Disponível em: <<http://www.telelistas.net/>>. Acesso em: Abril/2009.

RECEITA FEDERAL. **Legislação - Simples Nacional.** Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br>> Acesso em: Abril/2010.

RECEITA FEDERAL. **Tributação – Simples Nacional.** Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br>> Acesso em: Abril/2010.

ANEXO 1

1.1. PROJETO DA PESQUISA

Pesquisa de fonte primária realizada para identificação do perfil do público.

Problema da Pesquisa: Levantamento de público-alvo para identificar o perfil dos consumidores.

Objetivo da Pesquisa: Objetiva-se captar as características do futuro público freqüentador da Cafeteria Coffee&Cia.

Público-Alvo: O público-alvo são as pessoas que possuem entre 18 e 40 anos de idades que pertencem as classes sócio-econômica A e B.

Área de aplicação: Leblon – Rio de Janeiro

Dados da aplicação: A pesquisa foi realizada no dia 20 de abril de 2010 das 12h00min às 15h00min na Av. Delfim Moreira, esquina com a Rua General Urquiza,– Leblon – Rio de Janeiro e no dia 11 de maio de 2010 das 16h30min às 19h00min no Av. Ataulfo de Paiva – Leblon – Rio de Janeiro, em frente ao Shopping Leblon.

Universo: População do bairro Leblon e adjacências.

Amostra: 50 entrevistados de ambos os sexos.

Método: Pesquisa quantitativa, não probabilística.

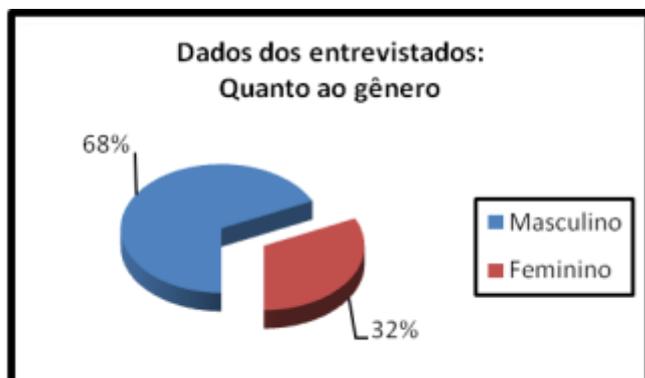
Meio/Técnica: Questionário realizado através de um formulário impresso contendo 10 perguntas, anônimo e auto-aplicável.

Responsável: Leonardo e Souza Carvalho

Após a realização das entrevistas, as respostas foram tabuladas e apresentadas em forma de tabelas e gráficos, pois assim entende-se com clareza o resultado obtido.

1.2. TABULAÇÃO DA PESQUISA MERCADOLÓGICA

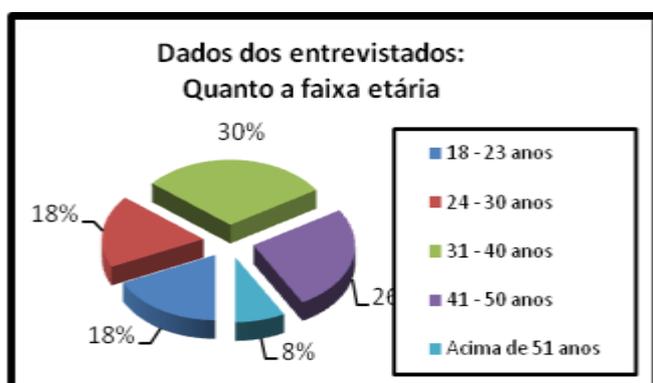
GRÁFICO 01 - Gênero



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Masculino	68%	34
Feminino	32%	16
Total	100%	50

Verifica-se com o Gráfico 01 que dos 50 entrevistados, 68% são do sexo masculino e 32% são do sexo feminino.

GRÁFICO 02 – Faixa Etária



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
18 - 23 anos	18%	9
24 - 30 anos	18%	9
31 - 40 anos	30%	15
41 - 50 anos	26%	13
Acima de 51 anos	8%	4
Total	100%	50

Pode-se observar com o Gráfico 02 que a faixa etária dos entrevistados de 31 – 40 anos é maioria, representando 30%. Com 26% representa-se a faixa etária de 41 – 50 anos, com isso observa-se que 56% dos entrevistados são adultos. Já as faixas de 18 – 23 anos e 24 – 30 anos, ambas representadas com 18% cada, demonstram a aceitação do público consumidor jovem.

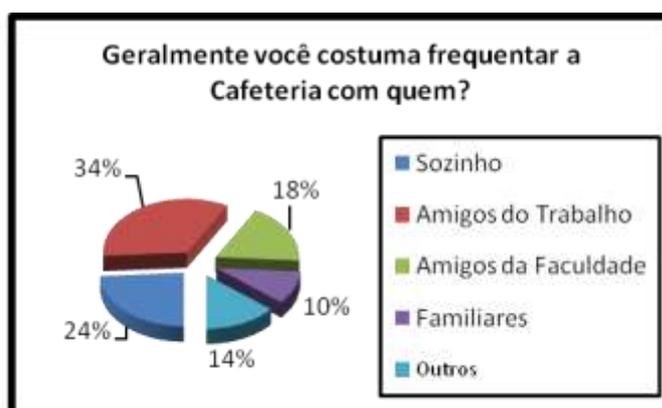
GRÁFICO 03 – Renda Familiar Mensal



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Inferior a 10 salários	10%	5
Entre 10 e 16 salários	4%	2
Entre 16 e 18 salários	24%	12
Entre 18 e 20 salários	36%	18
Acima de 20 salários	26%	13
Total	100%	50

Observa-se no Gráfico 03 que a maioria dos entrevistados possuem renda familiar mensal entre 18 e 20 salários mínimos; 26% acima de 20 salários e 24% responderam receber entre 16 e 18 salários mínimos. Com isso ratifica-se que se trata de um público ao qual está inserido nas classes A e B.

GRÁFICO 04 – Geralmente você costuma freqüentar a Cafeteria com quem?



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Sozinho	24%	12
Amigos do Trabalho	34%	17
Amigos da Faculdade	18%	9
Familiares	10%	5
Outros	14%	7
Total	100%	50

Em razão dos resultados obtidos, verifica-se que 34% dos entrevistados costumam freqüentar cafeterias com amigos do trabalho; 24% costumam ir sozinhos a cafeteria e 18% freqüentam com amigos da faculdade. Portanto, percebe-se que o local atrai em sua maioria, pessoas que procuram a fuga da rotina diária e o bem estar.

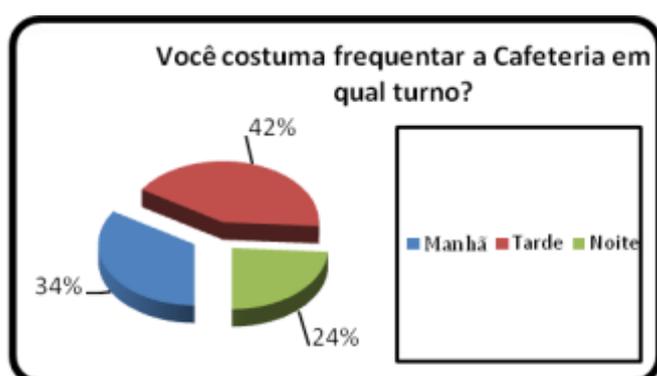
GRÁFICO 05 – Qual o dia da semana que geralmente você frequenta uma Cafeteria?



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Terça-feira	14%	7
Quarta-feira	28%	14
Quinta-feira	24%	12
Sexta-feira	26%	13
Outros	8%	4
Total	100%	50

Podemos observar através do Gráfico 05 que a frequência do público consumidor é maior nas quartas-feiras, pois representa 28%. As sextas-feiras e quintas-feiras, respectivamente com 26% e 24% também representam uma alta frequência do público consumidor.

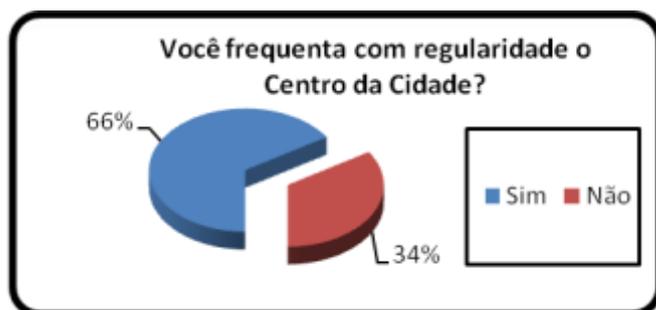
GRÁFICO 06 – Você costuma frequentar a Cafeteria em qual turno?



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Manhã	34%	17
Tarde	42%	21
Noite	24%	12
Total	100%	50

Através do Gráfico 06, observa-se que a ordem de frequência para os entrevistados são tarde, manhã e noite, respectivamente com 42%, 34% e 24%. Com isso, pode-se determinar o turno de maior fluxo, para atendimento da demanda solicitada.

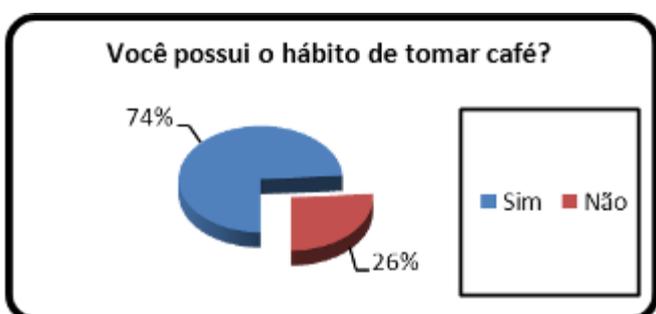
GRÁFICO 07 – Você frequenta com regularidade o Bairro Leblon?



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Sim	66%	33
Não	34%	17
Total	100%	50

De acordo com o Gráfico 07, verifica-se que 66% dos entrevistados freqüentam o bairro Leblon com regularidade, seja a trabalho ou a passeio e 34% responderam que não costumam freqüentar o bairro Leblon.

GRÁFICO 08 – Você possui o hábito de tomar café?



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Sim	74%	37
Não	26%	13
Total	100%	50

Conforme Gráfico 08 verifica-se que 74% dos entrevistados possuem o hábito de tomar café e apenas 26% responderam de forma negativa. Com isso, pode-se afirmar que a maioria do público freqüentador do bairro Leblon possui o hábito de tomar café.

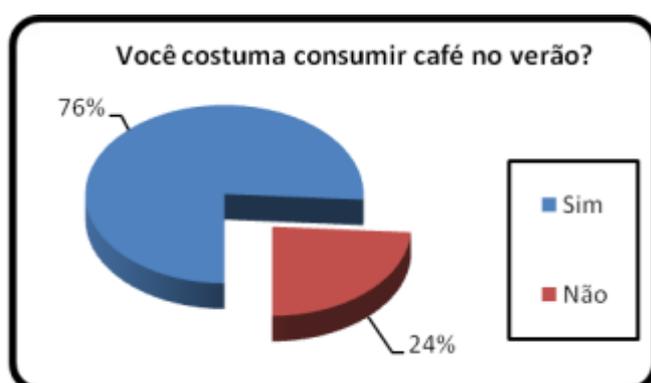
GRÁFICO 09 – Com que frequência você vai a uma Cafeteria?



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
1 vez na semana	14%	7
2 vezes na semana	24%	12
4 vezes na semana	34%	17
Todos os dias	18%	9
Outros	10%	5
Total	100%	50

Pode-se observar no Gráfico 09 que 34% dos entrevistados freqüentam uma cafeteria no mínimo 4 vezes na semana. Já 24% costumam freqüentar 2 vezes na semana e 18% freqüentam todos os dias.

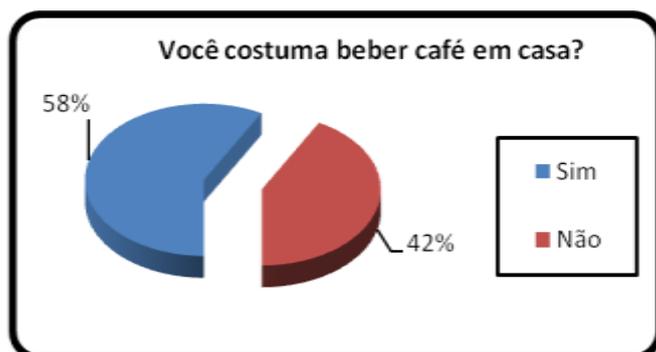
GRÁFICO 10 – Você costuma consumir café no verão?



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Sim	76%	38
Não	24%	12
Total	100%	50

Conforme Gráfico 10 verifica-se que 76% dos entrevistados consomem café mesmo no verão e que apenas 24% não consomem café no verão por ser uma bebida quente.

GRÁFICO 11 – Você costuma beber café em casa?



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Sim	58%	29
Não	42%	21
Total	100%	50

De acordo com o Gráfico 11, verifica-se que 58% dos entrevistados costumam beber café em casa e 42% alegaram não possuir esse hábito.

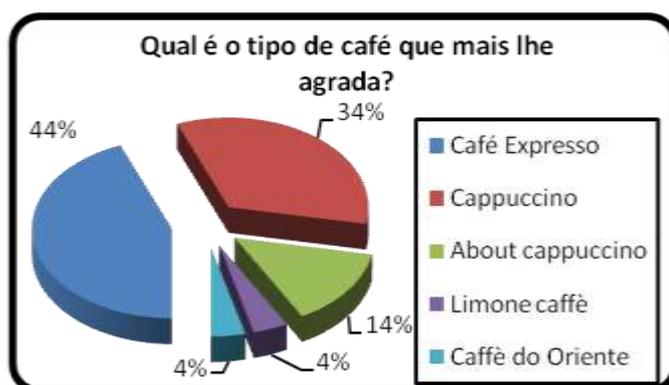
GRÁFICO 12 – O que mais lhe agrada em uma cafeteria?



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Atendimento	8%	4
Preço	14%	7
Qualidade	46%	23
Ambiente	18%	9
Outros	14%	7
Total	100%	50

O resultado apresentado no gráfico 12 surpreende ao mostrar que atualmente o público consumidor prefere a qualidade do produto oferecido do que o preço cobrado pelo estabelecimento. Observa-se que 46% dos entrevistados optaram pela qualidade como um aspecto que mais agrada. Com 18%, o ambiente foi o segundo mais votado e com 14% foi o preço.

GRÁFICO 13 – Qual é o tipo de café que mais lhe agrada?



Opções	Porcentagem	Nº de pessoas
Café Espresso	44%	22
Cappuccino	34%	17
About cappuccino	14%	7
Limone caffè	4%	2
Caffè do Oriente	4%	2
Total	100%	50

Através do gráfico 13, pode-se verificar que o café que mais agrada ao público consumidor é o tradicional café expresso que é representado por 44% e com 34%, o cappuccino. Observa-se também que uma pequena parte dos entrevistados escolheu o Cappuccino, Limone caffè e Caffè do Oriente, respectivamente 14%, 4% e 4%.

1.3. EXEMPLO DO QUESTIONÁRIO APLICADO

Nome: _____

Sexo: () Feminino () Masculino

Idade: _____

Renda Familiar Média: () Salário (s) Mínimo (s)

Objetivo: Captar as características do público freqüentador.

1. Geralmente você costuma freqüentar a Cafeteria com quem?

- () Sozinho;
 () Amigos do trabalho;
 () Amigos da Faculdade;
 () Familiares;
 () Outros: _____

2. Qual o dia da semana que geralmente você freqüenta uma Cafeteria?

- () Terça-feira;
 () Quarta-feira;
 () Quinta-feira;
 () Sexta-feira;
 () Outros: _____

3. Você costuma freqüentar a Cafeteria em qual horário?

- () Manhã;
 () Tarde;
 () Noite;

4. Você freqüenta com regularidade o bairro Leblon?

- () Sim;
 () Não .

5. Você possui o hábito de tomar café?

- () Sim;
 () Não.

6. Com que freqüência você vai a uma Cafeteria?

- () 1 vez na semana;
 () 2 vezes na semana;
 () 4 vezes na semana;
 () Todos os dias;
 () Outros: _____

7. Você costuma consumir café no verão?

- () Sim;
 () Não.

8. Você costuma beber café em casa?

- () Sim;
 () Não.

9. O que mais lhe agrada em uma cafeteria?

- () Atendimento;
 () Preço;
 () Qualidade;
 () Ambiente;
 () Outros: _____

10. Qual é o tipo de café que mais lhe agrada?

- () Café Expresso;
 () Cappuccino;
 () Cappuccino;
 () Limone caffè;
 () Caffè do Oriente.

