

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL JÚLIO DE MESQUITA**  
**EXTENSÃO ADAMASTOR DE CARVALHO**  
**Técnico Em Administração**

**Brenda Pereira Gomes**  
**Ediene Andrade dos Santos da Silva**  
**Kettyli Monique Pavan Soares**  
**Nayara Pampolini Sousa**  
**Thamiris de Souza Sebastião**

**BARCOFFEE CAFETERIA E BAR**

**SANTO ANDRÉ**  
**2022**

**Brenda Pereira Gomes**

**Ediene Andrade dos Santos da Silva**

**Kettyli Monique Pavan Soares**

**Nayara Pampolini Sousa**

**Thamiris de Souza Sebastião**

## **BARCOFFEE CAFETERIA E BAR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Etec Júlio de Mesquita - Extensão Adamastor de Carvalho, orientado pela Prof<sup>a</sup>. Cássia Banfi, como requisito parcial para a obtenção do título de Técnico em Administração.

**SANTO ANDRÉ**

**2022**

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo averiguar se é factível a implementação de um novo empreendimento. O plano de negócios trata-se de uma cafeteria bar que conecta estilos distintos de ambientes, possuindo em seu cardápio drinks elaborados, tais especiarias são produzidas exclusivamente no estabelecimento, localizado na Rua Sete de abril, 295 - República, São Paulo - SP Brasil. Realizou-se uma metódica análise de dados bibliográficos para se ter referência quanto ao assunto abordado. Uma pesquisa de campo efetuado junto à população afim de obter dados legítimos. Na prática, foi feito um estudo compreendendo questões técnicas, logísticas, estruturais e financeiras da empresa. O plano de negócios é importante para o empreendedor, pois demonstra como deve ser planejado a abertura do empreendimento. Com o presente trabalho, é possível saber da viabilidade da implementação de um novo empreendimento.

**Palavras-Chave:** Plano de Negócios; Empreendimento; Viabilidade; Especiarias.

## **SUMMARY**

The present work has as objective to verify if it is feasible the implementation of a new enterprise. The business plan is a coffee bar that connects different styles of environments, having elaborate drinks on its menu, such spices are produced exclusively in the establishment, located at Rua Sete de Abril, 295 - República, São Paulo - SP Brasil. A methodical analysis of bibliographic data was carried out in order to have reference regarding the subject addressed. A field survey carried out with the population in order to obtain legitimate data. In practice, a study was carried out covering technical, logistical, structural and financial issues of the company. The business plan is important for the entrepreneur, as it demonstrates how the opening of the enterprise should be planned. With the present work, it is possible to know the feasibility of implementing a new venture.

**Keywords:** Business Plan; Enterprise; Viability; spices.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
<b>2. EMPREENDEDORISMO</b> .....	<b>14</b>
2.1. O que é empreendedorismo.....	14
2.2. O que significa ser um empreendedor .....	15
2.3. Quais os tipos de empreendedorismo.....	15
2.3.1. Empreendedorismo individual.....	16
2.3.2. Empreendedorismo informal.....	16
2.3.3. Empreendedorismo de franquias.....	17
2.3.4. Empreendedorismo corporativo.....	17
2.3.5. Empreendedorismo social .....	17
2.3.6. Empreendedorismo digital .....	18
2.3.7. Empreendedorismo público .....	18
2.4. Características essenciais de um empreendedor .....	18
2.4.1. Iniciativa e busca de oportunidades.....	19
2.4.2. Persistência .....	19
2.4.3. Cálculo de riscos .....	19
2.4.4. Preocupação com qualidade e eficiência .....	19
2.4.5. Comprometimento .....	20
2.4.6. Busca de informações .....	20
2.4.7. Estabelecimento de metas .....	20
2.4.8. Planejamento e monitoramento sistemáticos .....	20
2.4.9. Persuasão e rede de contatos.....	21
2.4.10. Independência e autoconfiança.....	21
2.5. Qual a importância do empreendedorismo .....	21

2.6. Inovação .....	22
2.6.1. A importância da Inovação .....	22
2.6.2. Quais são as estratégias.....	23
<b>3. LEGALIZAÇÃO .....</b>	<b>24</b>
3.1. O que é .....	24
3.1.1. Tipos de participação dos sócios.....	25
3.2. Escolha de atividades.....	25
3.3. Consulta prévia do nome da empresa.....	25
3.4. CNAE.....	26
3.5. Elaboração do contrato social.....	26
3.6. Contrato social da empresa Barcoffee.....	27
3.7. Alvarás de Funcionamento.....	31
3.7.1. Alvarás e Liberações.....	33
3.7.2. Alvará do Corpo de Bombeiros.....	33
3.7.3. Licença Ambiental.....	34
3.7.4. Anvisa.....	34
3.7.5. Certificado Digital.....	34
3.8. Dados do empreendimento.....	35
<b>4. MARKETING.....</b>	<b>35</b>
4.1. Conceito de marketing .....	35
4.2. Descrição dos principais produtos e serviços.....	36
4.3. Os 4ps do marketing .....	37
4.3.1. Teoria do Produto.....	38
4.3.1.1. Produto.....	38
4.3.1.2. Teoria do Preço.....	39
4.3.1.3. Preço.....	39

4.3.1.4. Teoria da Praça.....	42
4.3.1.5. Praça.....	42
4.3.1.6. Teoria da Promoção.....	42
4.3.1.7. Promoção.....	43
4.4. Os 4cs do marketing .....	43
4.4.1. Cliente.....	43
4.4.2. Custo.....	44
4.4.3. Conveniência.....	44
4.4.4. Comunicação.....	44
4.5. Estratégias promocionais .....	44
4.6. Estrutura de comercialização .....	46
4.7. Redes Sociais.....	46
4.7.1. Instagram.....	47
4.7.2. Site.....	48
4.8. Cartão de Visitas.....	49
4.8.1. Estraégia Aplicada Atavés do Cartão de Visita.....	49
4.9. Definição de Marca e Slogam.....	50
4.10. Análise SWOT.....	52
4.10.1. Análise SWOT: Barcoffee Cafeteria e Bar.....	53
4.11. Missão, Visão e Valores.....	54
4.12. Análise de mercado.....	54
4.13. Pesquisa de mercado.....	55
4.13.1. Motivos para fazer uma pesquisa mercadológica.....	56
4.14. Fonte de Dados.....	57
4.14.1. Dados Secundários.....	57
4.14.2. Dados Primários.....	57

4.15. Finalizando a Pesquisa.....	57
4.16. Pesquisa de Campo Barcoffe Cafeteria e Bar.....	57
4.16.1. Metodologia.....	57
4.16.2. Gráficos.....	58
4.16.3. Análise de Resultado da Pesquisa de Campo.....	70
<b>5. RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>71</b>
5.1. Importância do departamento pessoal.....	71
5.2. Processo de recrutamento e seleção.....	72
5.2.1. Divulgação da vaga.....	74
5.2.2. Seleção dos currículos.....	74
5.2.3. Entrevista de Emprego.....	74
5.2.4. Dinâmicas de seleção.....	75
5.2.5. Entrevista com gestor da área.....	75
5.2.6. Comunicar a aprovação ou não.....	75
5.2.7. Contrato.....	75
5.2.8. Integração.....	75
5.3. Desenvolvimento pessoal e corporativo.....	75
5.4. Departamento Pessoal.....	76
5.4.1. Os principais documentos relacionados a um DP são.....	76
5.5. Principais atividades de um departamento pessoal .....	77
5.6. As rotinas do Departamento Pessoal.....	77
5.7. 6 erros mais cometidos pelos departamentos pessoais dentro das empresas.....	78
8	
5.8. Recrutamento Pessoal.....	79
5.8.1. Recrutamento Pessoal Barcoffe.....	80
5.9. Políticas de qualidade e segurança.....	80

5.9.1. Empresa responsável pelo treinamento.....	80
5.10. Sistema de Higiene e Segurança no Trabalho.....	81
5.11. Primeiros socorros.....	82
5.11.1. Lei trabalhista sobre o Treinamento de Primeiros Socorros.....	83
5.12. Empresa responsável pelo departamento pessoal e contábil da empresa Barcoffee.....	84
5.13. As vantagens de ter uma equipe preparada.....	85
5.14. Descrição do cargo.....	85
5.14.1. Supervisor de Marketing.....	86
5.14.2. Supervisor de Recursos Humanos.....	86
5.14.3. Barista.....	87
5.14.4. Atendente.....	88
5.14.5. Barman.....	89
5.14.6. Cozinheiro.....	91
5.14.7. Operador de Caixa.....	91
5.14.8. Auxiliar de Limpeza.....	92
5.15. Organograma - Definição.....	93
5.15.1. Organograma Barcoffee.....	94
5.16. Benefícios.....	94
5.16.1. Registro em carteira.....	94
5.16.2. Recebimento de salário.....	94
5.16.3. Férias de até 30 dias.....	94
5.16.4. 1/3 das férias.....	94
5.16.5. Seguro-desemprego.....	95
5.16.6. Benefício do transporte.....	95
5.16.7. Aviso Prévio.....	95

5.16.8. Fundo de Garantia Por Tempo de Serviço (FGTS).....	95
5.16.9. Instituto Nacional de Seguridade Social.....	95
5.16.10. Abono Salarial.....	95
5.16.11. Descanso Semanal Remunerado.....	96
5.16.12. Salário Família.....	96
5.16.13. Benefícios oferecidos pelo Barcoffee.....	96
5.17. Normas e Regras.....	96
5.17.1. Normas e regras Barcoffee.....	98
5.17.2. Medidas disciplinares.....	98
5.17.2.1. Advertência verbal.....	98
5.17.2.2. Advertência por escrito.....	98
5.17.2.3. Suspensão.....	99
5.17.2.4. Dispensa por justa causa.....	99
5.17.3. Atestados.....	99
5.17.4. Pagamento.....	99
<b>6. LOGÍSTICA.....</b>	<b>99</b>
6.1. A concepção logística na empresa.....	100
6.1.1. A logística na prática.....	100
6.2. Canal de suprimentos.....	101
6.2.1. Estimativa dos investimentos fixos.....	101
6.2.2. Razões para manter estoque.....	105
6.3. Canal de suprimentos .....	105
6.3.1. O Canal de Suprimentos na prática.....	106
6.3.2. Método PEPS.....	106
6.4. Sistema de gestão e controle.....	107
6.5. Localização.....	109

6.6. Layout.....	112
6.7. Fachada.....	113
<b>7. SUSTENTABILIDADE .....</b>	<b>114</b>
7.1. Sustentabilidade em sua definição.....	114
7.2. Sustentabilidade empresarial .....	115
7.3. Tripés da Sustentabilidade.....	116
7.4. Visão atual do mercado sobre a sustentabilidade.....	117
7.5. Sustentabilidade aplicada em nossa empresa .....	119
7.6. A logística reversa .....	120
<b>8. FINANCEIRO .....</b>	<b>120</b>
8.1. Planejamento Financeiro.....	120
8.2. Objetivo e responsabilidade da administração Financeira.....	122
8.3. Funções Financeiras .....	124
8.4. Riscos inerentes às decisões financeiras.....	125
8.5. O objetivo da empresa no contexto da Administração Financeira .....	126
8.5.1. Medição do objetivo da Administração Financeira .....	127
8.6. Estimativa de custos fixos operacionais mensais .....	128
8.7. Estimativa do estoque inicial.....	129
8.8. Estimativa de Investimentos Iniciais .....	130
8.9. Investimento inicial.....	132
8.10. Estimativa do faturamento mensal da empresa - Receitas.....	132
8.11. Custo de mercadoria vendida (CMV).....	133
8.12. Demonstração de Resultados do Exercício.....	133
8.13. Retorno do Investimento - Pay Back .....	134
<b>9. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>135</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>136</b>

GLOSSÁRIO.....	142
APÊNDICE.....	144

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo atestar se é viável a implementação de um novo empreendimento. O plano de negócios trata-se de uma cafeteria bar que conecta estilos distintos de ambientes, possuindo em seu cardápio drinks elaborados, produzidos exclusivamente no estabelecimento, voltado a um público de jovens adultos que buscam apreciar novas experiências e ambientes diversos.

Um terço das empresas brasileiras fecham em menos de dois anos. O estudo Sobrevivência das Empresas no Brasil, realizado pela Fundação Getúlio Vargas, em parceria com o Sebrae, mostrou que um terço das novas empresas brasileiras fecham em dois anos. Os principais motivos para isso são falta de planejamento do negócio, despreparo financeiro, falta de conhecimentos de gestão e dificuldade na diferenciação. Contudo podendo ser evitado com um Plano de Negócios, o mesmo prevê e pontua todas essas questões para evitar o precoce fechamento do estabelecimento.

O objeto do plano de negócios pode ser visto como um empreendimento a ser realizado por seu idealizador, seguindo um conjunto de regras, no qual se faz necessário um estudo sobre como funciona o negócio. Contudo, nota-se no ramo do estabelecimento que o uso de bebidas alcoólicas costuma estar relacionado a momentos de descontração, lazer e divertimento. Dados da Kantar mostraram um crescimento de 5,3% no consumo de cervejas em 2020 em comparação com o ano de 2019. Além disso, dados da Euromonitor mostram que o volume de vendas dessa bebida no Brasil em 2020 foi o maior nos últimos 6 anos, somando um total de 13,3 bilhões de litros.

Segundo dados do SEBRAE o primeiro elemento a ser considerado é a experiência do cliente. Esse termo pode ser conceituado como a forma que o consumidor se sente ao ter algum tipo de relacionamento com um produto. Despertar emoções positivas na pessoa que se relaciona com a sua empresa é um passo fundamental no processo de fidelização.

Esses estudos apontam a viabilidade do empreendimento com o público, sua estrutura é baseada em pesquisas de interesse e ramo tornando-a sólida para ser implementada a cafeteria bar (Barcoffee) na Rua Sete de abril, 295 – República – São Paulo – SP Brasil.

## **2. EMPREENDEDORISMO**

A força que faz toda a máquina girar vem de quem trabalha, seja como funcionário, seja como empreendedor. Logo, esse universo tem uma grande importância na economia em sua totalidade.

### **2.1. O que é empreendedorismo**

Segundo dicionário com definições de Oxford languages, em termos administrativo e de Marketing: “1. disposição ou capacidade de idealizar, coordenar e realizar projetos, serviços, negócios. 2. Iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes, com alterações que envolvem inovação e riscos.” Apesar de ser um termo bastante utilizado no mundo dos negócios, empreendedorismo nada mais é que o ato de empreender – por em execução, fazer, realizar.

O Empreendedorismo é a capacidade de desenvolver projetos para uma empresa, sejam elas inovadoras ou arriscadas, mas que sempre visam obter lucro. O termo empreendedorismo não fazia parte oficial da língua portuguesa, porém há séculos já havia pessoas que empreendiam. Atualmente muitas pessoas utilizam essa definição para aqueles que tem a capacidade de identificar problemas e oportunidades nos negócios, como também investir em recursos e solucionar estes problemas através de ideias.

No Brasil há uma grande taxa de empreendedorismo cerca de 38,7% (2019), segundo a Global Entrepreneurship Monitor (GEM). No entanto, são muitas pessoas que tendem a abrir seu negócio próprio ou entrar em empresas que não conseguiram profissionais tão qualificados para continuar exercendo o cargo. De um certo ponto de vista o Brasil possibilita essa chance de abertura de negócio, porém uma parte dos empreendedores não entram qualificados para essa função, e por isso ocorre o declínio dessas empresas que passam por dificuldades para se manter no mercado. Apesar de que no ano de 2019 em específico o Brasil atingiu uma outra taxa de 23,3% de empreendedorismo inicial que é quando uma empresa consegue se manter no mercado por 3,5 anos de acordo com o artigo “Afinal, o que é empreendedorismo?” divulgado pelo SEBRAE, é a maior já alcançada. Por fim deve ter em mente que para empreender a criatividade e a iniciativa é umas das maiores exigências, dessa forma é um dos pilares já garantidos para o sucesso.

## **2.2. O que significa ser um empreendedor**

O empreendedor pode ser definido como aquela pessoa que sai da sua zona de conforto e parte para a ação. Ou seja, alguém que tenha uma ideia na mente, tira da cabeça e coloca em prática. Entre as principais características do empreendedor, podemos destacar:

- otimismo
- autoconfiança
- coragem
- persistência
- resiliência

Contudo, é preciso ter muito cuidado com esses elementos. O empreendedor otimista não pode ser confundido como um simples sonhador. Ele espera e acredita que o seu potencial fará com que tudo dê certo.

## **2.3. Quais os tipos de empreendedorismo**

Existem diversos tipos de empreendedores, dentre eles, quatorze (14) que descrevem os principais tipos de empreendedorismo Brasileiro e são eles:

- Empreendedor público
- Empreendedor corporativo
- Empreendedor cooperado
- Empreendedor inesperado
- Empreendedor informal
- Empreendedor do conhecimento
- Empreendedor normal
- Empreendedor serial
- Empreendedor herdeiro
- Empreendedor interno
- Empreendedor individual
- Empreendedor franqueado
- Empreendedor social
- Empreendedor digital

Podemos ressaltar dentre os citados acima:

### **2.3.1. Empreendedorismo individual**

O empreendedorismo individual é uma tendência que vem crescendo muito nos últimos anos, especialmente no Brasil. Esse tipo começou a ganhar força quando foi criada a legislação que permitiu o surgimento da figura do Microempreendedor Individual (MEI). Antes disso, até já existia a possibilidade de se abrir uma empresa sem a participação de um ou mais sócios.

Em termos práticos, o empreendedorismo individual tem uma escala de ação menor. Ou seja, sua empresa não terá uma participação considerável de um mercado no início. Contudo, começar sozinho pode ser mais fácil para entender o seu mercado e ir crescendo aos poucos. O empreendedorismo individual é uma excelente saída para quem deseja oportunidade de ser um profissional liberal e dar um ar de validade jurídica à atividade que já exerce. Esse tipo de formalização proporciona ao profissional a possibilidade de se tornar um empreendedor devidamente registrado no órgão competente.

### **2.3.2. Empreendedorismo informal**

O empreendedor informal é aquele que tem um negócio que não é registrado nos órgãos competentes. Estima-se que o Brasil tenha, aproximadamente, 40% de pessoas trabalhando na informalidade. Existe um grande preconceito com as pessoas que atuam dessa forma. Contudo, é preciso analisar todo o contexto com mais detalhes. Quem trabalha na informalidade, na maioria dos casos, não tem outra opção de emprego e renda para garantir o seu sustento. Assim, encontram nesse formato de empreendedorismo uma forma de garantir recursos suficientes para manter suas necessidades. Os principais tipos de empreendedores que atuam dessa forma são:

- pessoas que montam barracas em ruas;
- venda de produtos ou serviços em carros ou carroças;
- vendedores ambulantes;

Atenção a um detalhe. A pessoa que está na rua comercializando algum produto ou serviço é um empreendedor como qualquer outro. Trata-se de um indivíduo que teve uma ideia por mais simples que ela seja a tirou do papel e partiu para ação.

Por outro lado, o empreendedor informal não tem nenhum tipo de proteção ou benefício estatal. Logo, é um grande risco atual dessa forma, pois, em caso de acontecimentos de algum infortúnio, a renda do profissional será eliminada.

### **2.3.3. Empreendedorismo de franquias**

O empreendedorismo de franquias pode ser conceituado como a possibilidade de utilização de marca e comercialização de produtos ou serviços de uma empresa já consagrada no mercado. No Brasil, existem centenas de franquias formatadas e disponíveis para que aqueles que se adequarem a seu plano estratégico possam adquiri-las

O ponto forte do empreendedorismo de franquia é a possibilidade de adquirir um negócio pronto. Assim, basta o empreendedor aplicar todo o seu conhecimento sobre gestão, atendimento ao cliente, suporte e inovação em um negócio que já está pronto para funcionar.

### **2.3.4. Empreendedorismo corporativo**

O corporativo é um tipo de empreendedorismo menos comum nesse universo. Isso porque ele está ligado a pessoas que já atuam em uma empresa como funcionários e criam projetos alternativas a partir de novas oportunidades dentro do mesmo estabelecimento. Por exemplo, imagine que você é um funcionário comum de uma empresa muito grande. Assim, em determinado momento, tem uma ideia de tornar o trabalho dela mais rápido e eficiente por meio de um sistema que você mesmo desenvolveu.

Nesse caso, a empresa que você trabalha manifesta o desejo de adquirir essa solução. A partir desse ponto, você passa a ser um empreendedor corporativo. Isso porque passará a atuar como o responsável pela implementação dessa inovação dentro do ambiente de trabalho.

### **2.3.5. Empreendedorismo social**

Muitas pessoas atrelam o empreendedorismo com algo que visa somente ao lucro. Nem de longe isso é uma verdade, e para provar, temos o tipo chamado social. Nesse caso, o objetivo não é a lucratividade da empresa, mas como ela pode beneficiar as pessoas e comunidades por meio de projetos de apoio. O empreendedorismo social é muito explorado por aquelas pessoas que sentem o

desejo de fazer algo pelas outras. Além disso, também querem desenvolver soluções inovadoras capazes de resolver diversos tipos de problemas. Um negócio nesse segmento até pode gerar lucro, que é sempre bem-vindo. Contudo, esse não é o foco principal da empresa. A maior vantagem relacionada ao empreendedorismo social está na possibilidade de fazer algo diferente para a sociedade. Além disso, o mercado tende a analisar com bons olhos empreendedores que conseguem implementar essa visão em seu negócio.

### **2.3.6. Empreendedorismo digital**

O empreendedorismo digital surgiu para suprir a necessidade de pessoas que precisavam de soluções simples e que pudessem ser consumidas no conforto de suas casas. Os treinamentos foram os pioneiros dessa modalidade, porém ela não ficou restrita a esse tipo de serviço. Atualmente, por meio do empreendedorismo digital, praticamente tudo pode ser comercializado. Começamos a testemunhar o crescimento brutal de empresas de e-commerce transformando-se em grandes conglomerados empresariais e até mesmo, a venda de serviços presenciais por meio da internet.

### **2.3.7. Empreendedorismo público**

O empreendedorismo público, é um formato que tem como objetivo a atuação no setor governamental. É importante destacar que as pessoas que atuam nessa área não são funcionários de prefeituras, estados ou da União Federal e suas ramificações. Basicamente, são negócios que desenvolvem soluções para tornar o meio público cada vez mais eficiente e principalmente transparente. Além disso, é um formato que também abre a oportunidade de criar soluções que melhoram a vida da população de forma geral. Uma das principais vantagens do empreendedorismo público é a garantia de recebimento dos serviços prestados, isso porque, quando um órgão firma um contrato com uma empresa, ele já tem o valor reservado, que é chamado de nota de empenho.

## **2.4. Características essenciais de um empreendedor**

Naturalmente, as pessoas possuem características e habilidades que podem ser potencializadas com o apoio profissional e de formações específicas. Mesmo aqueles indivíduos que consideram não possuir criatividade ou jeito para os negócios,

podem ter algumas características, como: dedicação e comprometimento. Essas que são essenciais para conduzir uma empresa de sucesso.

Abaixo, foram listadas 10 características essenciais de um empreendedor:

#### **2.4.1. Iniciativa e busca de oportunidades**

Um empreendedor precisa ter a capacidade de se antecipar aos fatos e de criar oportunidades de negócios, inclusive com novos produtos e serviços.

As pessoas com essas características, geralmente agem com proatividade e estão preparadas para situações adversas. Elas também conseguem progredir em contextos desfavoráveis, como durante uma crise, por exemplo.

Os resultados são obtidos pelo aproveitamento das oportunidades e não pela solução de problemas. Os recursos precisam ser destinados às oportunidades e não aos problemas.

(PETER DRUCKER)

#### **2.4.2. Persistência**

A persistência é uma das características que mais traz sucesso ao empreendedor. Enfrentar obstáculos para alcançar os objetivos é fundamental na vida de quem quer empreender e desistir não deve ser uma opção. Nesse caminho, vale reavaliar metas e mudar planos e até mesmo, o modelo de negócio ou o produto/serviço oferecido.

#### **2.4.3. Cálculo de riscos**

Todo empreendedor corre uma série de riscos, sejam previstos ou imprevistos, desde questões econômicas até problemas com fornecedores ou na estrutura física do negócio. Os riscos, no entanto, tanto quanto possível, devem ser mapeados, calculados e planejados para que as consequências, se negativas, não sejam desastrosas.

O empreendedor que planeja e busca prever os riscos do seu negócio, consegue mitigar os problemas e reduzir as possibilidades de erros, aumentando as chances de sucesso.

#### **2.4.4. Preocupação com qualidade e eficiência**

Uma mente empreendedora está sempre disposta e inclinada a fazer mais e melhor. Seu foco é a melhoria contínua de seu negócio (seja pela oferta de produtos e/ou serviços, melhoria em processos internos, etc). A satisfação de seu cliente vem sempre em primeiro lugar, e a gestão da qualidade é o seu foco. Por isso, o perfeccionismo equilibrado, a exigência para com a equipe e o cuidado com os detalhes são tão comuns entre os empreendedores.

#### **2.4.5. Comprometimento**

O comprometimento é grande característica de um empreendedor e envolve sacrifício pessoal, colaboração com os funcionários e esmero com os clientes.

O empreendedor assumirá a maior parte das responsabilidades do negócio, do sucesso ao fracasso, e deve atuar em conjunto com a equipe para atingir resultados e manter o relacionamento com seus clientes.

#### **2.4.6. Busca de informações**

O empreendedor de sucesso não dorme em serviço. Ele está sempre procurando dados e informações sobre seu negócio. Buscando atualizações sobre todas as vertentes envolvidas processos, clientes, fornecedores, concorrentes, entre outras. Além disso, ele procura investigar novas maneiras de oferecer produtos e serviços, contando com o apoio de especialistas para ajudá-lo nessa empreitada.

#### **2.4.7. Estabelecimento de metas**

Para chegar aonde se quer, é preciso saber onde é esse lugar e como fazer para alcançá-lo. Estabelecer objetivos que sejam bastante claros para a empresa, tanto em curto, como em longo prazo, é essencial. Além disso, é importante criar metas desafiadoras, porém possíveis, e que sejam passíveis de medição, visando aferir seus resultados e o alcance de seus objetivos.

#### **2.4.8. Planejamento e monitoramento sistemático**

Sem dúvidas, o planejamento de atividades e tarefas, bem como a capacidade de organização, são essenciais para quem deseja empreender. Desde o início do negócio é preciso organizar tarefas e processos de maneira objetiva, com prazos definidos, para conseguir mensurar e avaliar os resultados.

Um empreendedor com essa característica consegue enfrentar grandes desafios, agindo por etapas. Ele também sabe adequar seus planos rapidamente, caso ocorram mudanças ou variáveis de mercado.

#### **2.4.9. Persuasão e rede de contatos**

Outra característica de um empreendedor é seu poder de persuasão. Afinal, não adianta ter o melhor produto ou o melhor serviço e não saber vender, certo? A persuasão engloba o uso de estratégias para influenciar pessoas e a rede de relacionamentos com pessoas que podem ajudá-lo a alcançar os objetivos do seu negócio.

O empreendedor de sucesso consegue criar uma rede de contatos e construir bons relacionamentos comerciais.

#### **2.4.10. Independência e autoconfiança**

O empreendedor irá assumir, em todas as fases do negócio, várias responsabilidades, precisando de independência para realizar as atividades necessárias para impulsionar o crescimento da empresa. Tudo isso demanda autoconfiança para assumir riscos, tomar decisões estratégicas e enfrentar os desafios de empreender com otimismo e determinação.

### **2.5. Qual a importância do empreendedorismo**

O movimento empreendedor no Brasil é bastante relevante, principalmente porque temos aqui um elemento de grande destaque se comparado a outros empreendedores no mundo: a criatividade. Nossa população é muito criativa no que diz respeito a desenvolver soluções inusitadas para superar momentos críticos, devido ao nosso histórico de crises principalmente. Inclusive, talvez seja a nossa criatividade o fator que mais influencie para o fato de o Brasil, hoje, ser o número um em empreendedorismo no mundo.

Entretanto, ainda que a quantidade de empreendimentos seja expressiva, ainda não temos uma comunidade empreendedora muito fortalecida. Para se ter uma ideia, quase não temos cases de sucesso de *startups* nacionais que sejam referências mundiais.

Comunidades empreendedoras são importantes para conectar eixos que ajudam a movimentar o ecossistema do empreendedorismo como um todo. Seja

através do espaço virtual ou promovendo encontros presenciais, essas comunidades colocam as diferentes iniciativas em contato, disponibilizam informações úteis sobre os recursos disponíveis para a sociedade e compartilham as ideias que são desenvolvidas pela comunidade de modo geral. É isso que falta no Brasil, apesar do número significativo de empreendimentos.

Felizmente, os primeiros passos nesse sentido já foram dados. Como exemplo, podemos citar o recém-lançado Hub do Empreendedor. O Hub do Empreendedor vem a ser uma parceria entre os maiores startups de tecnologia do Brasil, que se uniram para fortalecer a comunidade empreendedora.

A primeira ação do Hub foi o “Black Friday”, que ofereceu descontos agressivos a novas empresas, com o objetivo de ressaltar a importância desse tipo de parceria no país. O intuito da ação foi motivar outras iniciativas como essa e melhorar a comunicação e o entrosamento entre os empreendedores do Brasil.

Outra vantagem que esse tipo de parceria traz é o aumento da interação entre esses startups, que em última instância, podem trocar figurinhas sobre estratégias mais eficientes, conteúdos de marketing, ferramentas úteis, gestão financeira e outros temas de relevância para a comunidade empreendedora.

## **2.6. Inovação**

Inovação é criar ou mudar algo que já existe, de forma útil para causar uma mudança positiva e ressignificar o que parecia já estar estabelecido. No mercado e na prática, inovação é oferecer soluções que proponham valor real para as pessoas, organizações e sociedade, potencial esse que só consegue ser cumprido ao se unir empreendedorismo e inovação.

### **2.6.1. A importância da Inovação**

A inovação é constante, pois sem ela a empresa não se desenvolve e declina. É essencial a preocupação para inovar, até mesmo porque ela é “a moeda para o sucesso nos negócios!” de acordo com o artigo do SEBRAE (2021).

Para que a empresa cresça, é necessário haver essa cultura de empreendedorismo e inovação nos negócios. A capacidade de inovar é um dos maiores potenciais que faz a empresa ganhar o mercado, para que isso se realize, é preciso praticar essa habilidade e sempre buscar profissionais aptos, que além de

ajudar a empresa, leve esse autoconhecimento de inovação para seu perfil pessoal. Dessa forma, ambas as partes terão facilidade para levar a empresa adiante.

Afinal das contas inovar não é apenas criar algo, mas também solucionar problemas, e principalmente identificar eles e quebrar padrões. Isso vale tanto para o modelo de negócio, quanto para os desenvolvimentos de novos produtos.

Aliás, a inovação também pode ocorrer sem o empreendedorismo. É o caso, por exemplo, dos estudos em universidades e instituições de ensino, que não necessariamente visam soluções para o mercado de consumo. Logo, podem não olhar para os desejos e necessidades de ninguém, mas apenas formar conhecimento.

A maior força, no entanto, está em unir empreendedorismo e inovação. As empresas precisam entender as oportunidades e ameaças, bem como os desejos e necessidades das partes interessadas no negócio. Posteriormente, utilizar empreendedorismo e inovação para colocar soluções inovadoras em funcionamento e dar saltos de competitividade diante dos concorrentes diretos e indiretos.

### **2.6.2. Quais são as estratégias**

Uma empresa inovadora precisa de um planejamento e para isso é importante ter algumas estratégias em mente como por exemplo:

**Observe seus concorrentes:** É importante que aprendamos com iniciativas de outras empresas de outros seguimentos, dentro do país ou fora que alcançaram o sucesso ou o fracasso. Assim, tomamos como exemplo o que deve ser feito e o que não deve ser seguido.

**Alinhe os objetivos da empresa:** Alinhar os objetivos da empresa e determinar como alcançá-los para chegar ao patamar que se almeja, definindo metas, prazos e responsáveis.

**Consuma conteúdo:** Buscar inspiração é fundamental para quem quer inovar. Ficar ligado às exposições de arte, música, teatro, ler artigos, conversar com as pessoas, observar os locais que os seus clientes gostam de frequentar e fique atento a tudo que está ao seu redor, e em destaque.

**Estimule a criatividade da sua equipe:** Deixar a equipe tomar conta do negócio, para que não seja apenas o dono da empresa o responsável pela criação de

soluções, mas sim a equipe como um todo. Para o estímulo dessa criatividade pode-se realizar cursos, dinâmicas entre o time e metodologias de suporte.

**Ofereça recompensas para a equipe:** As recompensas, como premiações, benefícios ou até aumento de salário ajudam a estimular o colaborador a buscar soluções para o negócio. Importante destacar que o colaborador não pode ser estimulado a apenas contribuir se ganhar algo em troca. A empresa deve promover uma cultura de inovação e colaboração. As recompensas devem ser oferecidas quando a empresa tem ganhos significativos.

**Foque no seu cliente:** Foco no cliente, porque as inovações devem vir em benefício a eles, ou seja, devemos buscar saber quais seus problemas e desejos para que a entrega do negócio faça diferença na vida dos consumidores. Uma ótima forma de fazer isso é por meio de formulários de pesquisa, entrevistas diretas e formulação de um produto mínimo viável (MVP) antes de elaborar o produto final.

**Busque capacitação e capacite a sua equipe:** Capacitar o time para o desenvolvimento de novos conhecimentos e habilidades que auxiliarão na inovação do negócio.

### 3. LEGALIZAÇÃO

#### 3.1 O que é

A legalização é essencial para o desenvolvimento saudável de um empreendimento. Ela consiste em providenciar toda a documentação que a empresa precisa para que possa funcionar. Você deverá definir onde ela se enquadra, porém, devemos deixar claro que a legislação varia em cada estado. Outros pontos importantes para a legalização são: é necessário ter o Registro na Junta Comercial, CNPJ, Alvará de Funcionamento, Inscrição Estadual, Cadastro na Previdência Social, Inscrição Municipal, obtenção de senhas e código de acesso e certificado digital.

O registro da empresa e sua formalização só trazem vantagens para o empreendedor, e não somente administrativa e fiscal, mas também gera oportunidades e ganhos, possibilitam mais chances de fechar parcerias, maior reputação no mercado e entre os clientes e também linhas de crédito.

No contrato social é preciso conter os interesses das partes, o objetivo da empresa, a descrição do aspecto societário e a maneira de integralização das cotas. Para ser

válido, o Contrato Social deverá ter o visto de um advogado, caso contrário, o contrato não será aceito, ou seja, o contrato social é o documento que formaliza o negócio no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ. Com ele, os sócios podem emitir notas fiscais e abrir uma conta bancária de pessoa jurídica.

Existem diversas categorias empresariais para se iniciar uma empresa, entre elas:

- **Empresário Individual:** Nesta categoria uma pessoa física é um empresário e nome comercial é derivado do nome completo do proprietário. O empresário tem responsabilidade total por todas as responsabilidades da empresa.
- **Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (Eireli):** A razão social é composta pelo nome completo do proprietário, seguido da sigla Eireli. Nesta categoria o empresário não arrisca seu patrimônio, e não necessita de um sócio. Sua responsabilidade legal está limitada ao Capital Social da empresa.
- **Sociedade Limitada:** O nome da empresa refere-se à atividade que será exercida, seguido da sigla Ltda. Neste tipo de sociedade, dois ou mais sócios contribuem para a criação do Capital Social. A divisão de cotas geralmente é proporcional à colaboração de cada um e estabelece limites a responsabilidade dos sócios.

### 3.1.1 Tipos de participação dos sócios

- **Sócio-cotista:** não trabalha na empresa e não recebe salário, mas participa dos lucros e prejuízos e é responsável pelos atos da pessoa jurídica.
- **Sócio-administrador:** exerce funções dentro da empresa, recebe salário, assina e é responsável legalmente por ela . Se não houver um sócio desempenhando essa função, outra pessoa (que não seja sócio) deve ser indicado como administrador dos negócios.

### 3.2. Escolha de atividades

Ao fazer o cadastro no CNPJ, é preciso escolher a atividade que a empresa irá exercer. Essa classificação será utilizada não apenas na tributação, mas também na fiscalização das atividades da empresa. O ideal é que a empresa tenha uma atividade principal e, no máximo, 14 secundárias.

### 3.3. Consulta prévia do nome da empresa

No processo de abertura de uma empresa a consulta do nome é uma

decisão extremamente importante, afinal ele deve ser exclusivo para cada empresa. É necessário realizar uma pesquisa na Junta Comercial do estado ou no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas.

A busca prévia do nome da empresa com o objetivo de identificar empresas que já possuam o nome previamente decidido deve ser realizada juntamente a JUCESP (Junta Comercial do Estado de São Paulo) .

Verificamos a disponibilidade para registro da empresa com o nome de “Barcoffee Cafeteria e Bar”. Após a consulta de viabilidade do nome, o registro da Razão Social poderá ser feito na Junta Comercial.

### **3.4. CNAE**

A Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) é o instrumento de padronização nacional dos códigos de atividade econômica, utilizada por diversos órgãos da administração tributária do país

A definição de qual será a atividade principal da empresa e quais serão as secundárias são escolhas importantes, pois ela acaba influenciando o regime tributário em que o negócio irá se encaixar.

De acordo com a pesquisa realizada no site do Instituto Brasileiro de geografia e estatística (IBGE) a classificação pertencente a área de atuação da empresa é: atividade principal 56.11-2-03 - lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares e como atividade secundária 56.11-2-05 - bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento.

### **3.5. Elaboração do contrato social**

Um contrato social é o documento que contém as regras e condições sob as quais uma empresa opera, e também estabelece os direitos e obrigações de cada proprietário que a compõe.

Nele irão constar todos os dados básicos do empreendimento, como: quem são os sócios, qual o endereço da sede, quais os deveres de cada sócio e qual o ramo de atuação, entre várias outras informações necessárias para evitar futuras dores de cabeça.

Toda empresa no Brasil deve conter o contrato social para que possa

operar e se registrar nos órgãos públicos.

### **3.6. Contrato social da empresa Barcoffee**

#### **Barcoffee Cafeteria e Bar Ltda.**

**CNPJ: 88.726.592/0001-74**

Brenda Pereira Gomes, Brasileira, solteira, Empresária, portadora da Cédula de Identidade RG nº 12.345.567-0, inscrita no CPF sob nº 266.000.111-15, residente na Rua Bougival, 123 - Santo André, SP.

Thamiris de Souza Sebastião, Brasileira, solteira, Empresária, portadora da Cédula de Identidade RG nº 49.234.432-0, inscrita no CPF sob nº 383.222.123-25, residente na Rua Paraúna, 123 - Santo André, SP.

Pelo presente instrumento, constituem entre si uma sociedade limitada, mediante as cláusulas e condições seguintes:

#### **CAPÍTULO I**

##### **DENOMINAÇÃO, SEDE, OBJETO E DURAÇÃO**

**Cláusula 1.** A Sociedade terá sede e foro no endereço Rua 7 de Abril Nº 295 bairro República, São Paulo, e poderá abrir e encerrar filiais, estabelecimentos comerciais, escritórios e depósitos em qualquer localidade do País ou do exterior.

**Cláusula 2.** O objetivo da sociedade será a exploração de:

- Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares (5611203)
- Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas (5611202)

**Cláusula 3.** A Sociedade iniciará suas atividades nesta data e terá prazo de duração indeterminado.

#### **CAPÍTULO II**

##### **CAPITAL SOCIAL**

**Cláusula 4.** O capital social da Sociedade é de R\$ R\$ 872.684,60 oitocentos e setenta e dois mil, seiscentos e oitenta e quatro reais e sessenta centavos, no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada uma, integralizado em moeda corrente nacional, distribuído entre os sócios da seguinte forma:

Tabela 1 - Sócios

	<b>Nome do Sócio</b>	<b>(%)</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>Sócio 1</b>	Brenda Pereira Gomes	50%	R\$436.342,30
<b>Sócio 2</b>	Thamiris de Souza Sebastião	50%	R\$436.342,30
<b>Total</b>			<b>R\$872.684,60</b>

Fonte: Autoria própria.

**Cláusula 5.** A Sociedade é uma sociedade limitada unipessoal nos termos do parágrafo primeiro do Art. 1.052 do Código Civil.

### **CAPÍTULO III**

#### **ADMINISTRAÇÃO**

**Cláusula 6.** A administração da Sociedade será exercida pelos cinco sócios aos quais se incumbem a representação ativa e passiva da Sociedade, judicial ou extrajudicialmente, e podendo praticar todos os atos compreendidos no objetosocial, sempre no interesse da Sociedade, sendo vedado, todavia, a vinculação do patrimônio social em negócios estranhos à atividade da Sociedade, em especial configurar como avalista, realizar endossos e/ou depositar valores a título decaução.

**Cláusula 7.** As procurações da Sociedade serão outorgadas pelos sócios e administradores devendo sempre especificar os poderes conferidos e, com exceção daquelas outorgadas para fins judiciais, terão prazo de validade limitado em 1 (um) ano.

**Cláusula 8.** Os administradores da Sociedade declaram, sob as penas da lei, que não estão impedidos de exercer a administração da Sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

## **CAPÍTULO IV**

### **DAS DELIBERAÇÕES SOCIAIS**

**Cláusula 9.** As deliberações sociais serão tomadas por todos os sócios.

**Cláusula 10.** A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

**Cláusula 11.** Dos trabalhos e deliberações será lavrada ata que deverá ser assinada por todos os sócios.

## **CAPÍTULO V**

### **DO EXERCÍCIO SOCIAL, BALANÇO E LUCROS**

**Cláusula 12.** Ao término de cada exercício social, 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

## **CAPÍTULO VI**

### **DA CONTINUIDADE DA SOCIEDADE**

**Cláusula 13.** Falecendo ou interditado qualquer sócio, a empresa poderá continuar as suas atividades com os herdeiros, sucessores e/ou sucessores do incapaz. Na hipótese de não ser possível ou na ausência de interesse destes, os valores pendentes devem ser apurados e liquidados com base na situação patrimonial da empresa, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

## **CAPÍTULO VII**

### **FORO**

**Cláusula 14.** Em caso de desavenças em razão deste Contrato Social, é estabelecido o foro da Comarca de São Paulo para conhecer e dirimir quaisquer dúvidas ou discussões oriundas deste Contrato, com renúncia a qualquer outro, por mais especial e privilegiado que seja.

E assim, estando as Partes de comum acordo quanto ao contratado, dando-o por justo e acertado, assinam o presente Contrato, na presença de (02) duas testemunhas, a fim de se produzir todos os efeitos de direito.

Santo André, 15 de Dezembro de 2022.

Brenda Pereira Gomes

Sócia Administradora

CPF: 266.000.111-15

Thamiris de Souza Sebastião

Sócia Administradora

CPF: 383.222.12-25

**TESTEMUNHAS:**

---

Nome: Juliana de Souza

CPF: 266.222.000-25

---

Nome: Ana Caroline da Silva Alves

CPF: 323.000.567-15

### **3.7. Alvarás de Funcionamento**

Todos os estabelecimentos comerciais, industriais e/ou de prestação de serviços precisam de uma licença prévia do município para funcionar. Esta licença é o Alvará de Funcionamento e Localização. Ele deve ser solicitado junto à prefeitura e o procedimento para obtenção do alvará varia de acordo com a legislação de cada município.

Documentos necessários para a solicitação do alvará de funcionamento:

- RG, CPF e título de eleitor dos sócios;
- Comprovante de residência dos sócios;
- IPTU do ano vigente;
- Cópia do Contrato de Locação ou Compra e Venda;
- Folha espelho do IRPF;

Equipamentos necessários para conseguir autorização para funcionamento do estabelecimento:

- Extintores de água e de pó químico.

Figura 1 - Alvara de funcionamento

**ALVARÁ DE FUNCIONAMENTO**

	<b>PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO</b>	<b>01 – FOLHA Nº.</b>
	SECRETARIA DA HABITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO URBANO – SEHAB	DATA: _____/_____/_____
SECRETARIA DAS ADMINISTRAÇÕES REGIONAIS - SAR		ASSINATURA/CARIMBO
REQUERIMENTO DE DOCUMENTOS PARA USO E OCUPAÇÃO DO SOLO		02 – NUM. DO CONTRIBUINTE: _____
03- REQUERENTE:	RG	CPF / CGC
CODLOG:	ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA:	NUM.:
COMPLEMENTO:	BAIRRO:	CIDADE:
CEP	TELEFONE DDD ( )	FAX DDD ( )
		Email
<b>QUALIFICAÇÃO:</b>	<input type="checkbox"/> DIRIGENTE TÉCNICO	<input type="checkbox"/> AUTOR DO PROJETO
<input type="checkbox"/> PROPRIETÁRIO	<input type="checkbox"/> USUÁRIO	<input type="checkbox"/> ESTABELECIMENTO
<input type="checkbox"/> RESPONSÁVEL TÉCNICO	<input type="checkbox"/> POSSUIDOR	<input type="checkbox"/> PROCURADOR
		<input type="checkbox"/> LOTEADOR
04 – QUANTIDADE DE FOLHAS A SEREM PROTOCOLADAS: <input type="text"/>		
05 – DOCUMENTO REQUERIDO:		
06 – DADOS ESPECÍFICOS PARA COBRANÇA:		
07 – DOCUMENTO/ASSUNTO A SER REFERENCIADO:		NUM.:
NOME:		DATA PUBLICAÇÃO
_____/_____/_____		
05 – DOCUMENTO REQUERIDO		
06 – DADOS ESPECÍFICOS PARA COBRANÇA:		
07 – DOCUMENTO/ASSUNTO A SER REFERENCIADO:		NUM.:
NOME:		DATA PUBLICAÇÃO
_____/_____/_____		
05 – DOCUMENTO REQUERIDO:		
06 – DADOS ESPECÍFICOS PARA COBRANÇA:		
07 – DOCUMENTO/ASSUNTO A SER REFERENCIADO:		NUM.:
NOME:		DATA PUBLICAÇÃO
_____/_____/_____		
DATA: _____/_____/_____	ASSINATURA: _____	

Fonte: Prefeitura do Município de São Paulo (2022).

### **3.7.1. Alvarás e Liberações**

Deve-se consultar a prefeitura, estado e outros órgãos importantes como o Corpo de Bombeiros, Vigilância Sanitária (ANVISA), Secretaria do Meio Ambiente ,etc. para conseguir todas as liberações.

Para abrir o Barcoffee será necessário:

- Licença ou Alvará de Funcionamento, solicitado junto a Prefeitura;
- Vistorias e observância às normas de segurança, solicitadas junto ao Corpo de Bombeiros;
- Licença Ambiental, solicitada nos Órgãos municipais ou estaduais de Meio Ambiente;
- Licença Sanitária, solicitada nos Órgãos municipais, estaduais e federal de Vigilância Sanitária “Anvisa”;
- Cadastro Municipal de Vigilância em Saúde “CMVS”;
- Manual de Boas Práticas de Fabricação;
- Procedimentos Operacionais Padronizados “POPs”;
- Registro de compra dos alimentos (caso seu bar oferece comida além das bebidas);
- Autorização para vender bebidas alcoólicas;
- Registro de temperatura das geladeiras e freezers;
- Comprovantes de manutenção dos equipamentos;
- Manual de boas práticas e procedimentos operacionais padronizados;
- Alvará de funcionamento de música.

Neste processo também deve-se conseguir o certificado digital para emitir notas fiscais eletrônicas, cumprindo assim todas as obrigações legais.

### **3.7.2. Alvará do Corpo de Bombeiros**

As edificações e áreas de risco de incêndio deverão possuir Alvará de Prevenção e Proteção Contra Incêndio “APPCI”, expedido pelo Corpo de Bombeiros

Militar do estado. Esta solicitação deverá ser protocolada juntamente ao Corpo de Bombeiros, que fará uma avaliação do grau de risco da edificação. O procedimento para liberação do alvará varia de acordo com o grau de risco de cada edificação.

### **3.7.3. Licença Ambiental**

A licença ambiental autoriza e acompanha a implementação, execução e operação de atividades que utilizam recursos naturais ou tenha um potencial poluidor. Este documento é emitido pelo poder público através dos seus órgãos ambientais. A Lei n.º 6.938/81 tornou o licenciamento ambiental obrigatório em todo o país.

O não cumprimento de prazos e licenças trazem impactos negativos para o negócio e sua imagem perante a sociedade que cada vez mais se preocupa com a preservação do meio ambiente. Caso esteja irregular e seja flagrada pela fiscalização, a empresa pode ser multada e ter seus responsáveis presos ou ser impedida de funcionar.

### **3.7.4. Anvisa**

A autorização de empresa junto à ANVISA, é a principal licença sanitária que libera a atividade de funcionamento de uma organização ao nível nacional de operação.

Na área de alimentícia, a 'Anvisa' coordena, supervisiona e controla as atividades de registro, inspeção, fiscalização e controle de riscos, sendo responsável por estabelecer normas e padrões de qualidade.

O objetivo é garantir a segurança e a qualidade de alimentos, incluindo bebidas, águas envasadas, ingredientes, matérias-primas, aditivos alimentares, etc.

### **3.7.5. Certificado Digital**

O certificado digital é a identidade eletrônica de uma pessoa ou empresa. Ele funciona como uma carteira de identificação virtual e permite assinar documentos à distância com o mesmo valor jurídico da assinatura feita de próprio punho no papel, mas sem precisar reconhecer firma em cartório.

Na atualidade, ainda é importante mencionar que os certificados digitais são ferramentas indispensáveis para a digitalização de processos diversos.

Além de que, assinar documentos digitalmente proporciona economia de

insumos: evitando o uso de papel e de tinta para a impressão, e também maior comodidade: permite assinar de qualquer lugar, a qualquer momento e dispensa o reconhecimento de firma em cartório.

### **3.8. Dados do empreendimento**

Razão social: Barcoffee Cafeteria e Bar Ltda.

Nome fantasia: BARCOFFEE

CNPJ: 88.726.592/0001-74

Ramo da atividade: Cafeteria e Bar

CNAE:

Atividade principal

56.11-2-03 - Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares

Atividade secundária

56.11-2-05 - Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento

Essas atividades serão exercidas conforme o que é previsto por Lei N.º 9.782, de janeiro de 1999. A qual define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, já que lhe concerne, serão servidos alimentos no próprio local.

Enquadramento jurídico:

206-2 Sociedade Empresária Limitada

A empresa Barcoffee atuará no mercado no enquadramento jurídico do simples nacional, pois o faturamento anual não ultrapassará R\$4,8 milhões com base no plano de negócio feito, dessa forma será possível reunir as taxas em um único boleto, o das (documento de arrecadação do simples nacional), devido também a praticidade optamos por esse regime tributário.

## **4. MARKETING**

### **4.1. Conceito de marketing**

Segundo o conceito clássico de Philip Kotler (1993), "Marketing é o processo social e gerencial através do qual indivíduos e grupos obtêm aquilo de que necessitam e desejam por meio da criação e troca de produtos e valores".

É comum encontrarmos pessoas que confundem o conceito de propaganda e marketing, porém, o marketing é um termo amplo e se refere ao estudo, planejamento, execução, mensuração e acompanhamento do mercado. É por meio de análises criteriosas de marketing que se define quem é o cliente, quem é a empresa, quais são os diferenciais competitivos e quais são as melhores soluções que precisam ser implementadas a partir da análise de produtos, praça, preço, promoção e outros.

O marketing procura primeiramente compreender as necessidades e expectativas, motivações e comportamento de seus clientes. Deve consistir em estratégias para você alcançar e desenvolver para persuadir seus potenciais clientes de que você é a empresa que eles procuram.

Não é definido um porte de empresa que deve ou não usar de estratégias de marketing, pelo contrário, todos os portes de empresas são bem-vindos e muito válido investir nessa área, entendendo que, é através dela que alcançamos os verdadeiros clientes e não só aqueles que olham, mas não consomem, ou seja, que não geram lucratividade para a organização.

Porque o seu propósito é gerar um cliente, o negócio tem duas funções básicas: marketing e inovação. Marketing e inovação produzem resultados, todos o resto são custos.

(PETER DRUCKER, 1954, p.87)

#### **4.2. Descrição dos principais produtos e serviços**

Nosso espaço entregará o conforto para aqueles que querem relaxar e desfrutar de uma boa leitura acompanhado de um café, até outro tipo de público que gosta de viver novas experiências e de se refrescar com drinks diferenciados, que inclusive será o destaque do café bar. Teremos disponível em nosso cardápio bebidas não alcoólicas como expresso, chá, chocolate quente e cappuccino para aqueles que não consomem álcool ou são menores de 18 anos. Para os amantes de café e álcool terá bebidas especializadas que são eles cafés com licor, caipirinha de café, coquetel de café, café cubano, cappuccino com ,amarula Lady winter e ever Coffee, o nosso principal produto. Também será oferecido cerveja no ambiente "bar" que ficará no segundo andar do imóvel, e na parte de baixo apenas o café com as bebidas especializadas, salgados e aperitivos. Prestaremos o

melhor atendimento para os nossos clientes, garantindo a qualidade nos produtos e a aprovação pela Anvisa, já que serviremos alimentos no local. Buscaremos os feedbacks das bebidas especializadas, para que assim seja analisado pelos nossos próprios clientes e com base nisso se torne sugestão da casa, o drink com a maior aprovação. Incentivaremos as avaliações do Google Maps para podermos alcançar novos clientes por comentários positivos sobre a experiência que o nosso negócio entrega. Vale ressaltar que estabelecer expectativas altas pode decepcionar futuros clientes, mas, por outro lado entregar expectativas baixas pode não ser tão convidativo, portanto mostrar a opinião de terceiros pode influenciar em uma escolha, e entregar a medida certa da satisfação que o cliente poderá vivenciar.

### **4.3. Os 4ps do marketing**

Criado em 1949 por Neil Borden, e aprimorado por Jerome McCarthy, os 4Ps são uma das métricas de marketing fundamentais para o planejamento e sucesso de um negócio.

Dentro desse planejamento, é analisado quais estratégias são relevantes com mais precisão e foca no seu público-alvo. Além de ser um planejamento personalizado para a empresa, que quando bem elaboradas podem ser a chave do sucesso.

Os 4 Ps (ou Mix de Marketing), produto, preço, praça e promoção. Trata-se de uma ferramenta que ajuda a colocar em prática as estratégias de marketing que foram determinadas anteriormente por uma empresa. Basicamente envolvem variáveis que podem ser controladas e utilizadas como forma de influenciar a resposta do consumidor perante a sua marca.

Essas ferramentas também podem ser consideradas a base de uma estratégia de marketing e quando andam em conjunto garantem o sucesso e conquista do público-alvo. Uma empresa deve analisá-los inicialmente em separado, para então trabalhar seus resultados em conjunto. A prova de que as quatro ferramentas estão ligadas, toda empresa possui um produto ou serviço que deseja vender, afinal ninguém produz com o intuito de guardar para si mesmo.

Assim precisa trabalhar o valor de sua mercadoria (preço), escolher um bom ponto

de vendas (praça) e divulgar aquilo que se é vendido (promoção). Isso, é claro, uma explicação bem básica do que seriam os 4 Ps do Marketing.

Existem alguns fatores internos e externos que influenciam no Mix de Marketing. É preciso considerá-los na hora de montar sua estratégia. Esses fatores são:

### **Internos**

Fatores que se encontram na organização e estão relacionados à atmosfera interna da empresa, esses são alguns exemplos:

- Os objetivos da marca;
- A natureza dos produtos;
- O ciclo de vida dos produtos;
- Recursos disponíveis.

### **Externos**

Aqueles que se encontram fora da organização, ou seja, são muitas vezes sociais, culturais e políticos, alguns deles são:

- O nível de competição do nicho;
- O comportamento do consumidor;
- A eficiência dos canais de comunicação;
- O controle do governo.

#### **4.3.1. Teoria do Produto**

O elemento fundamental dos 4 Ps do marketing é o produto. Afinal, ele é o agente que move uma empresa, sem ele, é impossível vender e divulgar. Basicamente o produto seria aquilo que sua empresa tem a oferecer e que está relacionado com seu produto/serviço.

E ele não se refere somente a um produto tangível, mas também a serviços, ideias e características da identidade da marca de uma empresa. É necessário entender que um mix de produtos é um conjunto de produtos e serviços oferecidos por uma organização.

##### **4.3.1.1. Produto**

São as estratégias aplicadas no que a empresa tem a oferecer.

O Barcoffee entende a necessidade do seu público alvo de presenciar novas experiências, tanto em ambiente, quanto em sabores. Para a experiência completa, além dos produtos personalizados que são as bebidas e drinks misturando álcool e café, também oferece um atendimento de excelência.

Seus dois ambientes, cada um com sua 'personalidade', onde a cafeteria tem um estilo vintage e o bar tem um toque mais moderno.

#### **4.3.1.2. Teoria do Preço**

O preço é o valor monetário que deve ser pago pelo cliente que deseja adquirir o produto. É a receita da empresa que será seu próprio sustento. Para definir o preço do seu produto, é preciso entender de estratégia.

Primeiramente, seu cliente deve estar disposto a pagar esse valor, caso contrário, a empresa não conseguirá lucrar. Além disso, o valor está diretamente ligado à qualidade e ao custo-benefício. Portanto, se você quer vender a um preço alto, seu público deve enxergar benefícios que compensam seu investimento.

#### **4.3.1.3. Preço**

Envolve o valor que seu cliente paga pelo produto/serviço. As estratégias geralmente focam utilizar o preço para gerar retorno à sua empresa, enquanto geram satisfação para os clientes.

Os preços dos nossos produtos serão compatíveis com o que é oferecido pelos nossos concorrentes da região da República, centro de São Paulo, assim será trabalhado os drinks especializados que será o diferencial do nosso negócio. Além disso, haverá a combinação dos ambientes para se divertirem com músicas ou relaxarem lendo um livro acompanhado de um café. Como estratégia de marketing determinaremos o preço como ferramenta estratégica, ou seja, será personalizado o preço com base no valor do produto e custos do segmento, já que o negócio estará localizado em uma região com um ponto de valorização alto.

Uma das ferramentas principais que estará presente são os 4Ps produto, preço, praça e promoção que correspondem também aos 4Cs do cliente, custo, conveniência e comunicação. Através do estudo dessas técnicas haverá uma tomada de decisão que se aplicará ao Barcoffee.

Figura 2 - Cardápio

CARDÁPIO

**BARCOFFEE**  
CAFETERIA & BAR

CARDÁPIO



### MISTURA DA MANHÃ

café para quem acorda cedo

<b>EXPRESSO 60 ML</b>	<b>6,50</b>
<b>EXPRESSO GRANDE 120 ml</b>	<b>10,00</b>
<i>opção para viagem - copo personalizado</i>	
<b>CAFÉ COM LEITE 70ML</b>	<b>7,50</b>
<b>CAFÉ COM LEITE GRANDE 170ML</b>	<b>10,50</b>
<b>CHÁ</b> <span style="float: right;"><b>8,00</b></span>	
<i>chá matte, abacaxi com hortelã, hibisco, limão e canela, camomila, chá preto, chá de frutas, chá verde</i>	
<b>CHÁ GELADO</b>	<b>7,50</b>
<i>chá matte com limão, chá branco com uva, chá verde com hortelã</i>	
<b>CHOCOLATE QUENTE 70ML</b> <span style="float: right;"><b>7,20</b></span>	
<b>CHOCOLATE QUENTE GRANDE 170ML</b>	<b>10,20</b>
<i>opção para viagem - copo personalizado</i>	
<b>CAPPUCCINO 70ML</b> <span style="float: right;"><b>8,90</b></span>	
<b>CAPPUCCINO GRANDE 170ML</b>	<b>12,00</b>
<i>opção para viagem - copo personalizado</i>	

### MISTURA DA MANHÃ

energia para aguentar o dia

<b>PÃO DE QUEIJO PEQUENO</b>	<b>6,50</b>
<i>porção com 4 unidades</i>	
<b>PÃO DE QUEIJO GRANDE - UN.</b>	<b>4,00</b>
<b>PÃO NA CHAPA</b>	<b>3,00</b>
<b>QUEIJO QUENTE</b>	<b>9,90</b>
<i>pão de forma com fatias de queijo mussarela e requeijão na chapa</i>	
<b>WAFFLE</b>	<b>7,50</b>
<i>tradicional</i>	
<b>COM ADICIONAIS</b>	<b>10,50</b>
<i>geléia de frutas vermelhas nutella xarope doce</i>	

**TEMOS AS OPÇÕES TAMBÉM  
COM PÃO INTEGRAL**  
*adicional de 0,50*

### PARA TODAS AS HORAS

para quem quer se refrescar

#### BEBIDAS ALCOÓLICAS

<b>CERVEJAS - LONGNECK</b>	<b>A PARTIR DE 12,00</b>
<i>heineken original corona amstel brahma skol</i>	
<b>VINHOS - TAÇA</b>	<b>A PARTIR DE 25,00</b>
<i>tinto branco seco espumante</i>	

#### BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS

<b>SUCOS - NATURAIS</b>	<b>A PARTIR DE 10,00</b>
<i>laranja maracujá limão abacaxi</i>	
<b>SUCOS - POLPA</b>	<b>A PARTIR DE 14,00</b>
<i>goiaba manga acerola</i>	
<b>REFRIGERANTES - LATA</b>	<b>A PARTIR DE 8,00</b>
<b>ÁGUA</b>	<b>A PARTIR DE 8,00</b>
<i>com e sem gds</i>	



## MISTURA DA NOITE

para quem quer relaxar

### Drinks Especializados com Café

<b>CAFÉ COM LICOR</b> <i>licor 43, licor de menta - dose 60 ml</i>	15,00
<b>CAIPIRINHA DE CAFÉ</b> <i>vodka, cachaça</i>	23,00
<b>COQUETEL DE CAFÉ</b> <i>expresso, whisky, xarope de canela, licor de café</i>	26,00
<b>IRISH COFFEE</b> <i>BEBIDA QUENTE</i> <i>expresso, whisky, chantilly, açúcar mascavo</i>	28,00
<b>CAFÉ CUBANO</b> <i>expresso, rum, creme de leite, xarope de limão e hortelã</i>	29,50
<b>CAPPUCCINO COM AMARULA</b> <i>receita da casa</i>	18,00
<b>LADY WINTER</b> <i>BEBIDA QUENTE</i> <i>expresso, conhaque e licor de café</i>	26,00
<b>EVER COFFEE</b> <i>expresso, licor de Dasmaco ou Jabuticaba e vinho do porto</i>	28,00

## MISTURA DA NOITE

para quem quer beliscar

### Porções

<b>BATATA FRITA</b>	25,00
<b>BATATA FRITA COMPLETA</b> <i>catupiry, cheddar, bacon e calabresa</i>	35,00
<b>CALABRESA</b> <i>acompanha cebola</i>	29,90
<b>AMENDOIM</b> <i>japonês</i> <i>temperado</i> <i>sem pele</i>	15,00
<b>TABUA DE FRIOS</b> <i>presunto, salame, peito de peru, mussarela, palmito, azeitonas</i>	100,00

AS PORÇÕES SERVE M ATÉ 3  
PESSOAS



## PARA CURTIR COM A GALERA

### DRINKS

<b>CAIPIRINHAS</b> <i>limão</i> <i>maracujá</i> <i>frutas vermelhas</i> <i>kiwi</i>	22,00
<b>SEX ON THE BEACH</b> <i>Vodka, licor de pêssego e suco de laranja</i>	26,00
<b>MOJITO</b> <i>Rum, suco de limão, hortelã</i>	24,00
<b>RAINBOW DRINK</b> <i>curaçau blue, xarope de grenadine, suco de laranja ou manga, vodka</i>	36,90

### SHOTS E DOSES

<b>TEQUILA</b> <i>ouro ou branca</i>	22,00
<b>LICOR</b> <i>amarula</i> <i>chocolate</i> <i>43</i> <i>menta</i>	20,00
<b>WHISKY</b>	A PARTIR DE 21,90
<b>CONHAQUE</b>	18,00

PROIBIDA A VENDA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS PARA MENORES DE 18 ANOS



Fonte: Do próprio autor, 2022.

#### **4.3.1.4. Teoria da Praça**

Nesse contexto, a palavra praça representa o local onde o produto é comercializado e os canais de distribuição utilizados para que o produto chegue até o consumidor. A praça hoje não se resume apenas a um único local ou apenas a ambientes físicos. Quem vende seu produto pela internet tem seu site ou redes sociais como ponto de venda, por exemplo.

O aumento da sua receita depender muito da praça. Afinal, quanto mais rápido seu o produto chegar ao consumidor, mais satisfeito ele se sentirá e mais fiel à marca ele será. Somado a isso, mais chances do seu cliente voltar a fechar negócios com você.

#### **4.3.1.5. Praça**

Também conhecido como ponto de venda ou canal de distribuição, a praça é o local onde a empresa comercializa seus produtos/serviços.

A escolha do local para a empresa foi pensando por ser onde possuímos grande parte do nosso público ou aonde parte do público teria acesso mesmo se residisse longe.

A cafeteria e bar reside no endereço Rua 7 de Abril N.º 295 bairro República, SP. Possuímos também locais online, estando presentes nos aplicativos Ifood e Zé Delivery.

#### **4.3.1.6. Teoria da Promoção**

Envolve as ações relacionadas à divulgação e comunicação da sua empresa com o seu público-alvo.

Quando Jerome McCarthy aprimorou os fundamentos dos 4 Ps, o elemento Promoção abrangeu tudo que envolvia os aspectos da venda: processo de venda, técnicas de venda, promoção de vendas, publicidade, propaganda e outras áreas do conhecimento a elas envolvidas.

A evolução conquistada nas últimas décadas, com a adição de mais e novas ferramentas de comunicação, proporcionando profunda mudança no relacionamento com o consumidor, onde pode-se estabelecer o gerenciamento “one to one” ou cliente a cliente, onde até os produtos podem ser personalizados e adaptados, desde automóveis até bens não duráveis, como café, são ofertados em diversas

texturas, aromas e blends, para visando oferecer ao cliente o que realmente necessita e deseja.

#### **4.3.1.7. Promoção**

Os planos de marketing serão investidos nas redes sociais, disponibilizando aos nossos clientes um ambiente decorativo para que sejam intencionalmente divulgados por stories e publicações com marcações nas redes, principalmente, promoções, novos drinks e eventos especiais em feriados. Deste modo utilizaremos o público que já viveu uma experiência para compartilhar a outros, conforme um profissional de marketing observou no livro Administração de Marketing.

Não é necessário atingir 2 milhões de pessoas para que elas conheçam um novo produto - basta atingir 2 mil pessoas certas, da maneira certa, que elas o ajudarão atingir 2 milhões.

(KEVIN LANER, 2006, p. 546)

#### **4.4. Os 4cs do marketing**

Os 4Cs do marketing estão correlacionados com os 4Ps que envolve estratégias sobre o Produto, Preço, Praça e Promoção. Nessa nova teoria dos 4Cs desenvolvida por Robert Lauterborn, o marketing está focado para as redes sociais, e se referem ao Cliente, Custo, Conveniência e Comunicação. Para uma melhor compreensão sobre cada ponto, será apresentado abaixo um comparativo entre os 4Ps e 4Cs.

##### **4.4.1. Cliente**

Na teoria dos 4Ps o produto é o principal elemento, nesse caso o consumidor é o que importa, e saber o que ele precisa é mais essencial ainda do que criar um produto, pois para oferecer algo aos clientes deve-se ter ciência do que ele quer e necessita. Para ter acesso às informações do seu cliente a melhor ferramenta é o feedback, por meio dessa função nas redes sociais se facilita fácil entender melhor o seu público e a opinião sobre o determinado produto, além disso, pode ajudar a melhorar aquilo que precisa de atenção. Para criar um relacionamento com nossos clientes entregaremos cartões de fidelidade para manter a frequência de visitas e presentear ele com a bebida da casa, dessa forma o drink especializado terá mais visibilidade ao ser “premiado”, esse cartão será fornecido apenas na fase de

aprovação do produto para ele ser reconhecido pelo público e se tornar o mais consumido.

#### **4.4.2. Custo**

Se enquadra em Preço nos 4Ps, no entanto, o termo utilizado para a teoria de Robert Lauterborn é custo. No meio digital, a forma de medir custo facilita, pois nela contém um campo de visão grande sobre o seu público e como investir nele de maneira direta e certa. A tecnologia nos entrega toda relação de dados sobre o retorno que poderá ter e analisa quais clientes tem mais chance de adquirir tal produto.

#### **4.4.3. Conveniência**

Nesse caso estaríamos no diagrama “Praça” que é o ponto de venda como supermercados, lojas e, etc. No entanto, para o mundo digital esse termo se transforma em conveniência onde ao invés de existir pontos físicos há lojas virtuais espalhadas por aplicativos e redes sociais. A sua vantagem é a facilidade de fechar negócios pela internet. Além disso, diminuir os custos por não precisar ter obrigações como aluguéis e contas de um meio físico, apenas haverá a necessidade de um investimento para atrair esse público para a página ou sites destinado à loja.

#### **4.4.4. Comunicação**

O último elemento que seria a “Promoção”. Para os 4Cs o que é mais importante que a própria divulgação de uma promoção, é a forma que ela está sendo comunicada para o cliente. A reputação da marca também entra no fator comunicação já que seus próprios clientes podem ser seus divulgadores e ajudar na captação de novos públicos por meio de conversas sobre a qualidade, preço e atendimento do negócio. Conter essas indicações em potencial pode impulsionar o marketing de forma positiva e dar força a marca.

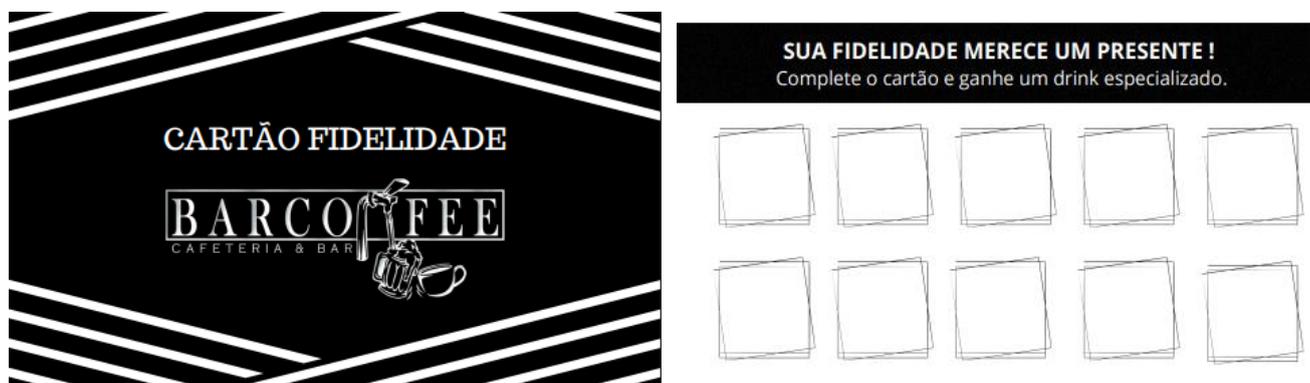
### **4.5. Estratégias promocionais**

A localidade do nosso negócio estará ativada no Google Maps, para que dessa forma facilite a chegada dos possíveis clientes, que muitas vezes pesquisam o local mais próximo para tomar um café e apreciar bons drinks, no entanto, além de levar os futuros clientes para o local, mostrará a avaliação do ambiente e dos serviços prestados. Focaremos em atingir uma boa expectativa com momentos inesquecíveis e agradáveis para obter a melhor avaliação nesse meio digital.

O canal de divulgação da localidade do café bar também será por meio dos nossos clientes que poderão usufruir das decorações do ambiente com fotos para as redes sociais, em feeds ou stories, por lá poderão marcar nossa página despertando interesse em outras pessoas que gostam de ir em ambientes diferenciados e viver novas experiências. Será distribuído para os clientes que mais frequentam o ambiente, um cartão fidelidade que dá no final do preenchimento um drink especializado, dessa forma irá gerar uma boa impressão para o cliente que ganhará uma bebida e poderá deixar um feedback, contribuindo com a pesquisa do nível de aceitação do produto premiado. Para tornar o atendimento mais personalizado será servido junto ao café um chocolate com a nossa marca estampada, e frases da sorte que serão enviadas junto aos pedidos por aplicativos, para fazer os nossos clientes se sentirem especiais.

As divulgações dos nossos produtos serão feitas por meio de aplicativos de Delivery, onde será necessário pagar a eles uma taxa para ser colocado a amostra, são eles o Ifood e Zé Delivery, acrescentaremos as tarifas no preço do produto para realizar a entrega e o pagamento da “vitrine”, no caso as taxas.

Figura 3 - Cartão de visita



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Figura 4 - Aplicativos de delivery



Fonte: Do próprio autor, 2022.

#### 4.6. Estrutura de comercialização

A maioria das vendas serão realizadas no próprio café que terá uma boa localidade e com bastante movimento em uma área de lazer, e também com muitos prédios empresariais, assim atingiremos um público que tende a consumir muito café por conta do trabalho em frente a uma tela de computador ou reuniões longas e cansativas, enquanto também atenderemos os jovens que gostam de frequentar ambientes diferenciados.

#### 4.7. Redes Sociais

A Rede social é uma estrutura social integrada por pessoas e organizações, que estão conectadas entre si por um ou por vários tipos de relações, sejam elas pessoais ou profissionais.

Vem se tornando sem dúvidas um fenômeno social que revolucionou a maneira de comunicação e interação dos seres humanos da atualidade.

Divulgar nas redes sociais é uma maneira acessível de garantir que o seu conteúdo tenha a visibilidade que ele merece. Essa etapa não só está presente em todas as estratégias de marketing digital, como é uma das mais importantes no processo.

Além de potencializar o alcance do site ou blog, as redes sociais podem melhorar outros fatores da sua presença online, como:

- Visibilidade orgânica;
- Consciência da marca/empresa;

- Interação com o público;
- Engajamento com os conteúdos;

Além de divulgar o seu trabalho, você tem uma série de outros benefícios agregados. Mas, para tirar o maior proveito dessas ferramentas, é preciso planejar o que fazer em cada uma delas de acordo com suas particularidades.

As redes sociais do Barcoffee serão direcionadas tanto para a divulgação do local e serviços quanto para a interação e avaliação do nosso público.

#### 4.7.1. Instagram

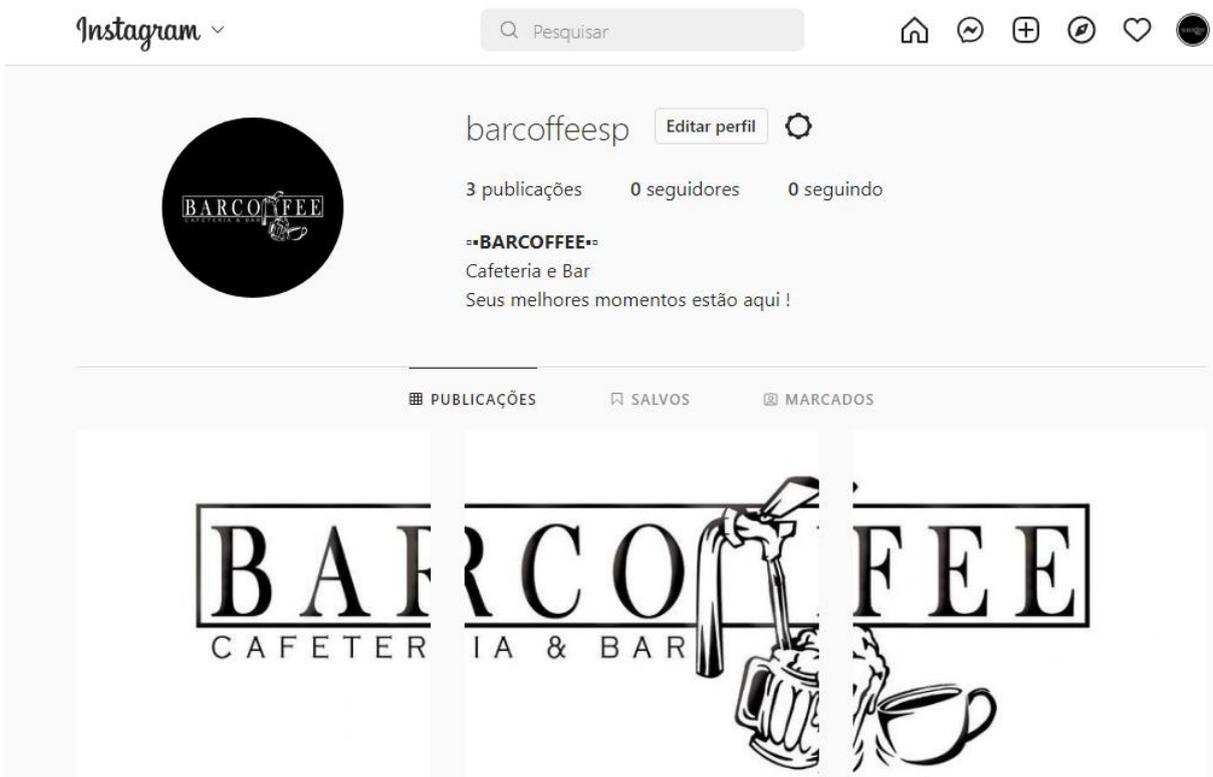
O Instagram é uma ferramenta completa para se comunicar com o público e divulgar produtos e serviços. O perfil comercial conta com recursos criativos e funções para a análise de dados e de vendas para ampliar a divulgação da marca.

Instagram do Barcoffee está disponível no link

<https://instagram.com/barcoffeesp?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 5 - Rede social

Fonte: Do próprio autor, 2022.



#### 4.7.2. Site

Um site não só agrega credibilidade para o negócio, mas também ajuda a dar a impressão de que a empresa é maior e mais bem-sucedida.

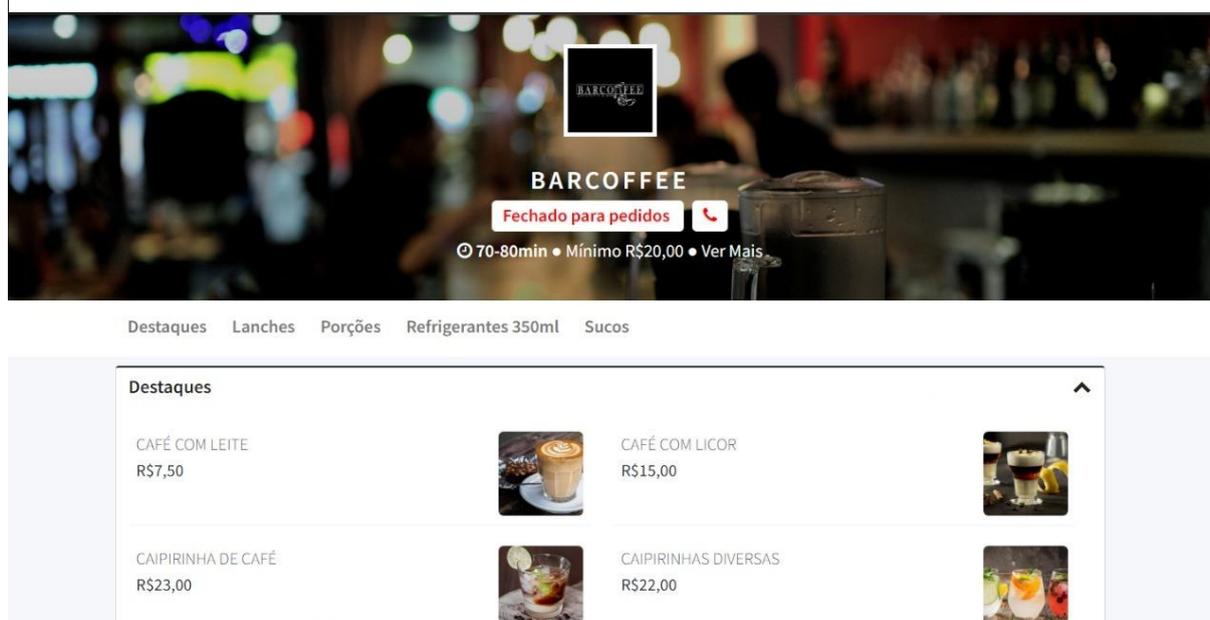
Olá, seja bem-vindo ao nosso site oficial. Por aqui você poderá conhecer o Barcoffee virtualmente por meio dos portfólios dos drinks especializados que serão oferecidos no estabelecimento.

Aqui vai uma breve descrição da experiência que ofereceremos a você. O Barcoffee foi criado com a missão de unir pessoas com gostos diferenciados, mas que apreciam de bons drinks alcoólicos a cafés bem preparados. No entanto, pensamos porque não os dois juntos.

Assim como a mistura de bebidas alcoólicas com café, também podemos misturar pessoas com estilos diferentes e agrupar no mesmo ambiente, no qual agregamos dois espaços para atender o público mais animado, e os que querem apenas desfrutar das bebidas acompanhado de uma boa leitura na nossa minibiblioteca que reservamos para os amantes de livros. Venham experimentar a verdadeira busca por novas experiências aqui!

O site do Barcoffee está disponível no link: <https://barcoffee.menufino.com/>

Figura 6 - Site do Barcoffee



Fonte: Do próprio autor, 2022.

#### 4.8. Cartão de Visitas

O cartão de visitas é mais uma dentre tantas formas de representar e divulgar a empresa, serve para que indiretamente as pessoas se sintam mais à vontade para entrar em contato, pesquisar mais sobre a empresa e seus serviços ou produtos.

Nele devem conter apenas as informações mais importantes como nome da empresa e seu logotipo, meios de comunicação e localização.

O cartão de visitas é a porta de entrada para as pessoas chegarem até você.

##### 4.8.1. Estratégia Aplicada Através do Cartão de Visita

O Barcoffee distribuirá os cartões de visita pela região, para que dessa forma as pessoas que trabalham próximo do local venha conhecer e frequentar, e até mesmo convidar amigos. Pelo cartão é possível ter acesso às imagens do que serviremos, local, horário de funcionamento e mais informações em nossas redes sociais, facilitando o primeiro contato.

Figura 7 - Cartão de visita



Fonte: Do próprio autor, 2022.

#### 4.9. Definição de Marca e Slogan

A marca é o principal elemento para a construção da identidade de uma empresa, ou seja, a forma com que ela será conhecida por seu público

Quando registrada, a marca garante ao seu proprietário o direito de uso exclusivo em seu ramo de atividade. Ao mesmo tempo, sua percepção pelo consumidor pode agregar valor aos produtos ou serviços.

A definição de logomarca é vital para o sucesso da sua empresa, afinal ela representa não só a marca como todo o seu patrimônio. Ela ajuda o público a reconhecer você onde quer que esteja.

Deve conter cores sólidas e simples.

O slogan é uma frase feita para gerar no consumidor a associação mental a uma marca, para que ele possa se lembrar com facilidade dela.

Figura 8 - Logotipo da empresa



Fonte: Do próprio autor, 2022.

**Nome:** Barcoffee

**Slogan:** seus melhores momentos estão aqui.

O design desenvolvido para a logo Barcoffee, foi inspirada em nossos clientes que estão à procura de um ambiente que acolha mais de um tipo de público, ou seja, que integre pessoas que consomem álcool e as que não consomem e preferem algo, como um café. Portanto, na logo se encontra uma xícara e uma caneca de chopp sendo brindada, simbolizando uma celebração da diferença e divertimento de ambos os públicos que mesmo com gostos divergentes, se sentem bem e a vontade no nosso

ambiente.

Dessa forma, ao se deparar com o desenho da logo é nítido saber o que é servido no local.

A paleta de cores escolhidas para o Barcoffee foi a preto e branco, pois são cores que não só despertam elegância como também traz uma relação de significado quando juntas, se tornando a simbologia do yin-yang que mostra a representatividade do lado negativo representado pelo preto e o positivo pelo branco, sendo o princípio da dualidade, onde o positivo não vive sem o negativo e vice e versa. Logo, trouxemos essa simbologia para a nossa ideia de negócio, onde pode se interpretar como os gostos “opostos” das pessoas não é um empecilho para que elas não se permitam frequentar o mesmo ambiente de uma maneira leve, descontraída e harmoniosa.

#### **4.10. Análise SWOT**

A análise SWOT ajuda a identificar pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças de dado projeto ou do seu plano de negócios geral. Trata-se de uma ferramenta que pode ajudar a sua equipe a planejar de modo estratégico e ficar à frente das tendências de mercado.

Permite fazer previsões de curto e longo prazo, identificando as possibilidades que os próximos dias, meses e anos reservam para o seu negócio.

Os ambientes internos e externo nos quais as empresas se insere, descrevendo de forma quantitativa e qualitativa as conjunções correntes ou futuras, reais ou presumíveis sobre a própria empresa. Para isso podem ser usados vários âmbitos, como: político, econômico, socioculturais, tecnológicos, concorrências, internos.

O ambiente interno da empresa também deve ser levado em consideração, pois envolve ‘aspectos’ fundamentais sobre o seu bom ou o mau funcionamento, como os equipamentos disponíveis, a tecnologia, os recursos financeiros e humanos utilizados, os valores e objetivos que norteiam as suas ações. A partir daí, consegue-se ter uma visão maior das forças e fraquezas que também poderão afetar positiva ou negativamente o desempenho da sua empresa. Essa análise é muito importante, pois ela determinará os caminhos do Plano de Marketing e as importantes decisões

para o sucesso do seu negócio. A análise de ambiente deve incluir todos os fatores relevantes que podem exercer pressão direta ou indireta sobre o seu negócio, tais como:

**Fatores econômicos:** aspectos econômicos como inflação, distribuição de renda e taxas de juros influenciam na abertura do seu negócio e sua sobrevivência. Esteja sempre atento à mídia jornalística. Jornais, revistas, noticiários de TV e a internet mantêm você informado diariamente, de olho nas oscilações da economia.

**Fatores socioculturais:** estão relacionados às características gerais da população, como tamanho, concentração, grau de escolaridade, sexo, profissão, estado civil, composição familiar, distribuição geográfica, comportamento e necessidades dos consumidores e da comunidade na qual está inserido. Esses dados podem ser obtidos em jornais, revistas, instituições de classe, órgãos do governo ou até mesmo junto a fornecedores, concorrentes e clientes.

**Fatores políticos/ legais:** dizem respeito à observância das leis, inclusive as que regem o setor em que atua, como impostos, Código de Defesa do Consumidor, Código Civil, entre outros.

**Fatores tecnológicos:** é preciso adaptar-se às novas tecnologias, elas podem afetar o seu negócio. Jornais, revistas, internet, fornecedores e concorrentes são fontes de informações importantes. Não se esqueça de recorrer à mídia para atualizar-se.

**Concorrência:** é importante analisar a concorrência e prever as suas ações. Uma dica é ir até seus concorrentes ou conversar com os seus clientes. Procure analisar preços, formas de pagamento, ações de divulgação e promoção, distribuição, atendimento, variedade de produtos e serviços, localização, aparência, marca.

**Fatores internos:** análise de forma crítica o ambiente interno atual e futuro da empresa em relação aos seus objetivos: - Disponibilidade e alocação dos recursos humanos; - Idade e capacidade dos equipamentos e tecnologia disponíveis; - Disponibilidade de recursos financeiros; - Cultura e estrutura organizacional existentes contra desejadas.

O quadro a seguir demonstra as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades

identificadas na organização:

#### 4.10.1. Análise SWOT: Barcoffee Cafeteria e Bar

Quadro 1 - Análise SWOT

FATORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Delivery / Ifood Pessoas em busca de lazer pós pandemia Proporcionar para o público mais jovem lazer e cultura	Concorrência Taxa de serviço
FATORES INTERNOS	
FORÇAS	FRAQUEZAS
Localização Estrutura para dois ambientes Espaço para Leitura Cultura Drinks variáveis Cafés especializados Condições de trabalho e demanda de serviço favoráveis	Horário reduzido Funcionários reduzidos Poucas vagas no estacionamento

Fonte: Do próprio autor, 2022.

Depois de ter realizado uma análise SWOT, a empresa pode desenvolver metas específicas para o período de planejamento. Essa etapa do processo é denominada formulação de metas.

(KOTLER, 2000, p.101)

#### 4.11. Missão, Visão e Valores

- **Missão:** Tornar a hora do cafezinho e Happy Hour um momento de prazer e satisfação, sempre oferecendo produtos de qualidade reconhecida por nossos

clientes, fornecedores e colaboradores.

- **Visão:** Ser referência no estado de SP, no segmento Cafeteria e Bar com dois ambientes, drinques variáveis e Cafés especializados. Expandir nossa marca fidelizando nossos clientes pela qualidade de atendimento.
- **Valores:** Prestar um serviço com excelência, qualidade dos produtos, ter a preferência do cliente, buscando melhoria contínua, comprometimento com resultados, ética, sustentabilidade econômica, social e ambiental.

#### 4.12. Análise de mercado

Segundo a Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC), 95% da população brasileira consome café em ambientes fechados ou em cafeterias, padarias, lanchonetes, etc. Qualquer oportunidade de saborear o famoso café a qualquer hora do dia é bem-vinda, sendo uma das bebidas mais consumidas não só no Brasil, mas no mundo. Não é à toa que o faturamento do mercado cafeeiro em 2020 ultrapassou R\$ 27 bilhões, um aumento de 64% nos últimos cinco anos. Segundo a Organização Internacional do Café (ICO), o Brasil é o segundo maior país consumidor de café do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos. Segundo a ABIC, o consumo de café aumentou 35% durante a pandemia.

O faturamento do setor de bares e restaurantes pode crescer 5% nos próximos meses, segundo estimativa da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) realizada em 10/07/2022. A explicação da entidade se deve à forte demanda do consumidor e a redução das viagens feitas pelos brasileiros ao exterior. Com isso, muitos estão gastando mais no próprio país.

A visão sobre o café melhorou muito segundo os consumidores, em consequência da campanha de informação sobre Café e Saúde, feita pelo CDPC - Conselho Deliberativo da Política

do Café, com apoio do DCAF - Departamento do Café da SPAE - Secretaria de Produção e Agro energia, do MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, do setor privado e, principalmente, da ABIC. Entre os não-consumidores (6% da população), a alegação de que o café faz mal à saúde reduziu de 68%, em 2005, para 33%, em 2006. Entre os consumidores (94%), as eventuais razões para reduzir o consumo por motivos de saúde, também caíram de 42%, em 2005, para 33%, em 2006.

O consumo, sem ser em casa, também vem se expandindo – hoje em dia as pessoas consomem café também no trabalho, nas cafeterias, nos restaurantes, panificadoras, etc. - e aumentou em 4% o total de consumidores que tomam café todos os dias. A pesquisa mostra também que houve aumento de 100% no consumo de café entre os consumidores da classe A, e de 45% nos da classe B.

O perfil dos frequentadores de cafeterias é bem eclético, com idades que variam de 25 a 60 anos e que pertencem a diferentes níveis socioculturais e econômicos.

#### **4.13. Pesquisa de mercado**

Todas as decisões que envolvem a abertura de um novo empreendimento têm um certo grau de incertezas. A pesquisa de mercado é uma ferramenta desenhada especialmente para ajudar empresas a tomarem essas decisões com mais segurança, pois fornece os dados e informações para que você conheça melhor o seu mercado, seus concorrentes, seu público-alvo e o seu próprio negócio.

Ela te ajuda a fazer uma análise prévia da capacidade de consumo dos moradores de um determinado bairro ou região, as características e necessidades que os motivam a compra: variedade, qualidade, disponibilidade, preços, formas de pagamento, descontos, vitrine, localização, atendimento e, etc.

##### **4.13.1. Motivos para fazer uma pesquisa mercadológica**

###### **1- Conhecer o perfil do cliente**

Ela fornece o perfil dos clientes, como, por exemplo, o estilo de vida, suas características comportamentais, hábitos de consumo, escolaridade, renda, entre outros.

###### **2- Perceber a estratégia dos concorrentes e observar seus pontos fortes e fracos**

###### **3- Analisar os fornecedores de produtos e serviços**

O objetivo é possibilitar ao empreendedor a avaliação comparativa de seus potenciais e principais fornecedores e, a partir disso, criar critérios de vendas e distribuição, políticas de preços e cobrança, qualidade dos produtos e serviços.

###### **4- Dimensionar o mercado**

Encontrar novas tendências, avaliar atuação de seus produtos e serviços, identificar a quantidade ou volume que o mercado consegue absorver e a que preços esses produtos poderão ser vendidos.

## **5- Definir o público alvo**

Ao lançar um produto ou serviço no mercado, a empresa deve ter conhecimento sobre qual será seu público alvo, pois é ele que determina o sucesso ou não de um empreendimento.

- Uma boa pesquisa junto aos consumidores, indicará como um produto será recebido, quem poderá se interessar por ele e qual o preço que o consumidor estará disposto a pagar.
- Mostrar quais as vantagens que os produtos concorrentes oferecem e quais seus pontos fracos. Inclusive, pode mostrar como o público irá reagir, por exemplo, ao nome do produto, sabor, design, entre outras características que o difere dos demais.

### **4.14. Fonte de Dados**

#### **4.14.1. Dados secundários**

Esta informação vem de fontes existentes como sites, jornais e revistas. A obtenção de informações sobre o seu negócio pode ser conseguida através de vários métodos. Você pode pesquisar fontes internas, como o Banco de Dados da empresa e externas como:

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

Fundações e institutos de pesquisas estaduais e municipais

#### **4.14.2. Dados Primários**

Dados que não estão disponíveis requerem pesquisa para serem obtidos. Isso significa fazer perguntas aos concorrentes, clientes e fornecedores por meio de uma pesquisa bem elaborada. Os resultados desta pesquisa devem ser objetivos, relevantes e consistentes com o objetivo pretendido da pesquisa. Reunir opiniões, emoções e pensamentos dos consumidores é o objetivo deste método de pesquisa. Também ajuda a estimar o volume potencial de vendas de um negócio.

Existem vários métodos de aplicação de uma pesquisa, incluindo entrevistas pessoais, e-mails, correspondência, etc. Reunir informações válidas e úteis é o principal objetivo de uma pesquisa. Os instrumentos de pesquisa mais comuns são:

- Questionário.
- Roteiro de entrevistas.
- Formulário de avaliação.

#### **4.15. Finalizando a Pesquisa**

O relatório final inclui uma análise do estudo com base nos resultados obtidos durante a pesquisa. Nele, devem constar as respostas para os objetivos definidos no início da pesquisa.

A decisão deve ser baseada no cruzamento de todos os dados coletados, não apenas nas informações verificadas isoladamente. Por exemplo, o fato de o Censo mostrar um aumento dos níveis de obesidade no Brasil não significa que a abertura de centros de beleza e emagrecimento esteja garantida. É preciso avaliar os hábitos do público, a concorrência e a dinâmica do mercado. Um relatório bem feito representa o esforço da pesquisa, por isso, ele deve conter os dados levantados e apresentados por meio de tabelas, gráficos e análises.

#### **4.16. Pesquisa de Campo Barcoffee Cafeteria e Bar**

A pesquisa de campo foi realizada com o intuito de identificar o nosso público alvo e saber o nível de aceitação do público para a nossa proposta de empreendimento.

Com 535 respostas obtidas voluntariamente através do nosso formulário digital feito através do Google Forms, e disponibilizado através do link <https://forms.gle/gVjdARLe6HEyLDEr6> por meio do WhatsApp e Instagram, durante o período de 14 de agosto de 2022 a 26 de agosto 2022. Fizemos a seguinte análise de dados, que será apresentada a seguir por meio de gráficos.

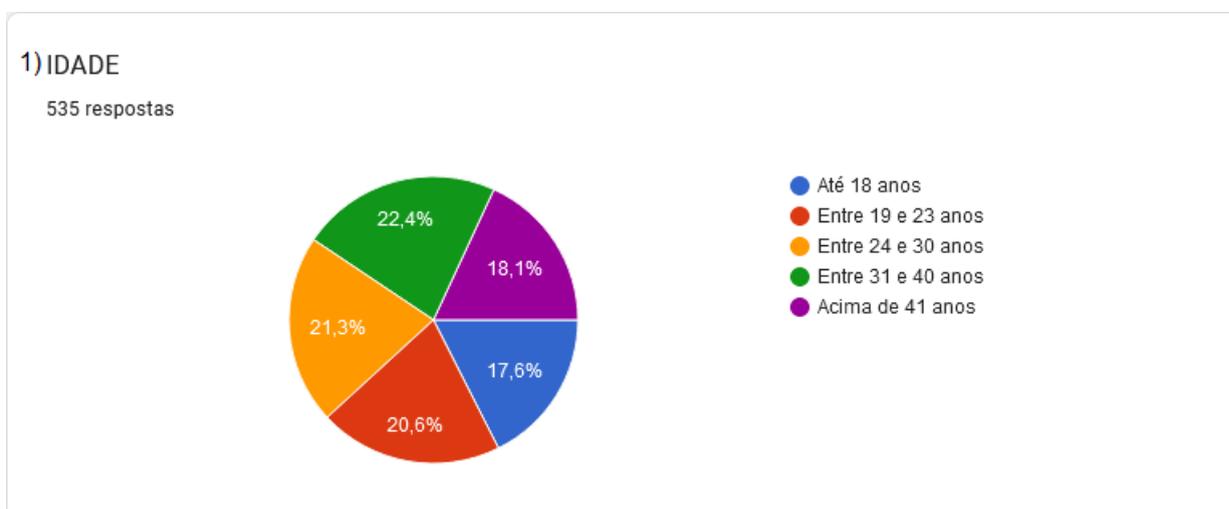
##### **4.16.1. Metodologia**

A pesquisa de campo é uma metodologia utilizada para realizar uma investigação focada na observação, coleta de dados, análise e interpretação dos resultados feito

através dela. Todos esses dados partem de fatos sobre o assunto.

#### 4.16.2. Gráficos

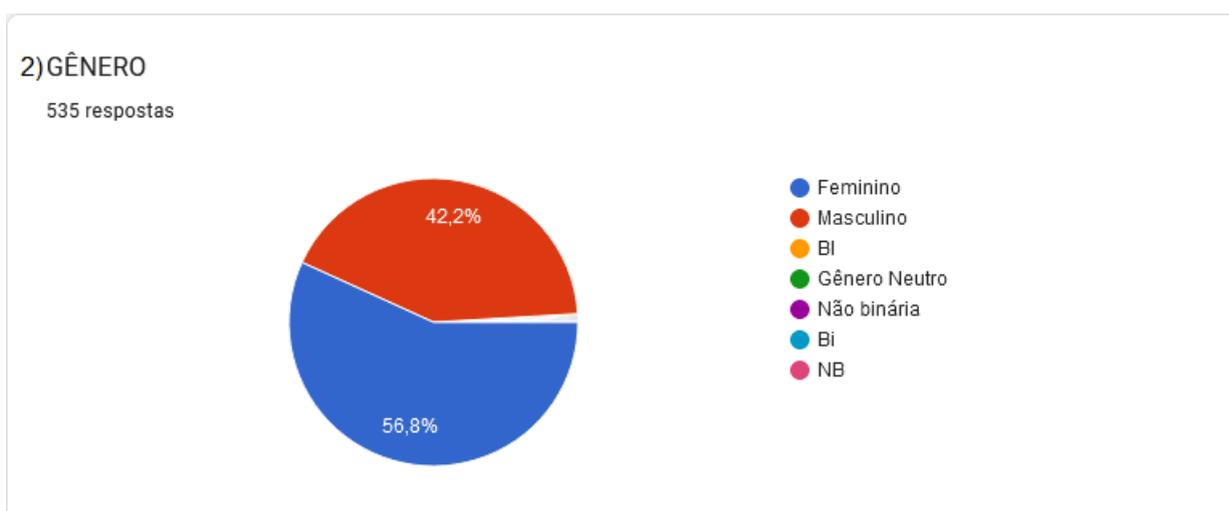
Gráfico 1 - Idade



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico podemos dizer que o nosso objetivo foi atingido, e que independente de ser mais novo ou mais velhos, públicos de todas as idades gostaram do nosso negócio, ou seja, a nossa ideia de diversidade foi bem aceita.

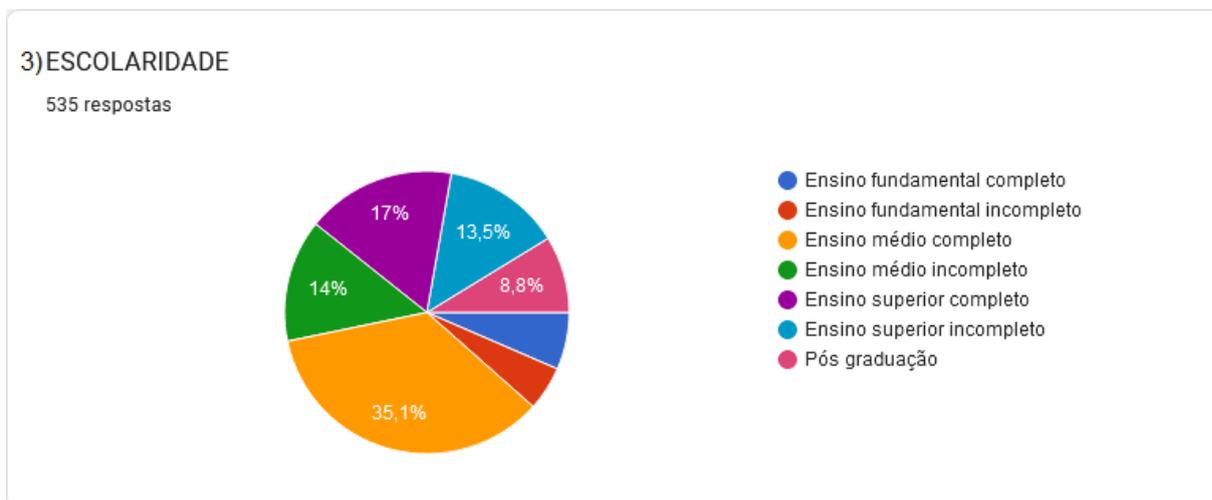
Gráfico 2 - Gênero



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico, ambos os sexos possuem interesse no Barcoffee, porém existe uma certa predominância do público feminino. Sendo assim, nosso número maior de clientes serão do gênero feminino.

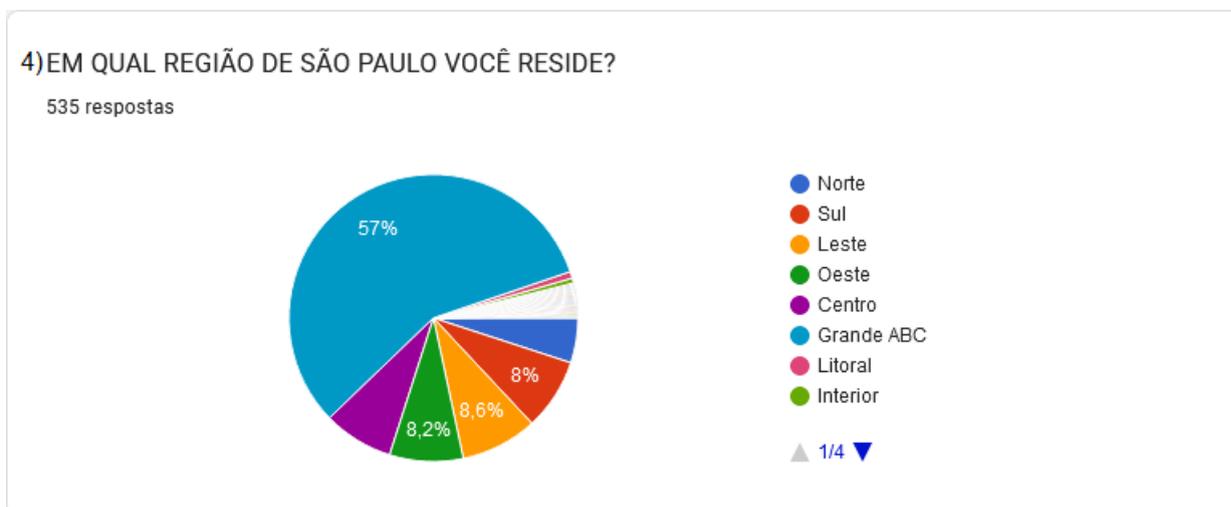
Gráfico 3 - Escolaridade



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico podemos verificar que a maioria do nosso público já concluiu ao menos o Ensino Médio, ou seja, a maioria se já não trabalha, estão disponíveis para o mercado de trabalho.

Gráfico 4 - Região



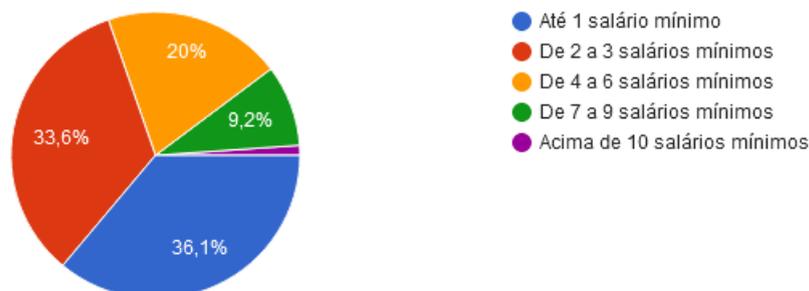
Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico, apesar de 50% do nosso público se encontrar na Região do Grande ABC, temos um grande alcance em outras cidades da Grande São Paulo, como na zona leste, zona oeste e sul.

Gráfico 5 - Renda mensal

5) SUA RENDA MENSAL INDIVIDUAL, APROXIMADAMENTE (salário mínimo atual está em R\$1.212,00)

535 respostas



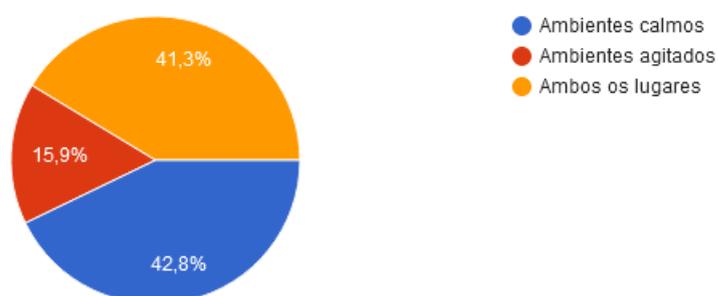
Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico vemos que a renda mensal do nosso público está entre 1 e 3 salários mínimos, nos mostrando que nossos produtos além de qualidade, deverão estar numa média de preço aceitável para que independente da média salarial, tanto aquela pessoa que ganha 1 salário mínimo ou aquela que ganha 3 / 4 poderão frequentar nosso Café Bar.

Gráfico 6 - Ambiente

6) QUAL TIPO DE AMBIENTE NORMALMENTE VOCÊ GOSTA DE FREQUENTAR?

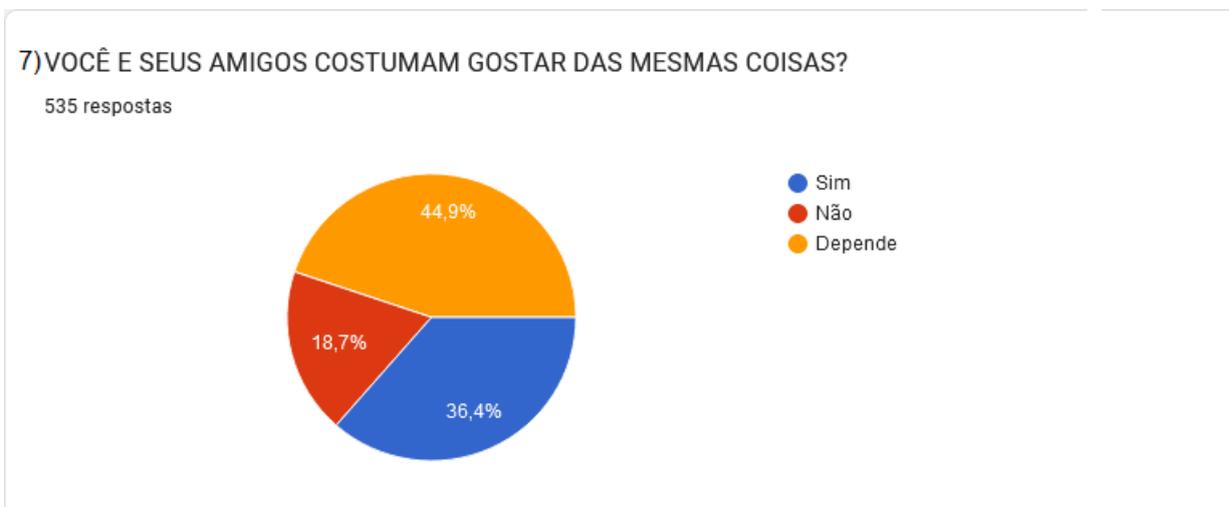
535 respostas



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico, nosso público prefere tanto lugares mais calmos como agitados para frequentar, ou seja, nossa ideia de unir dois ambientes em um não será problema para a maioria.

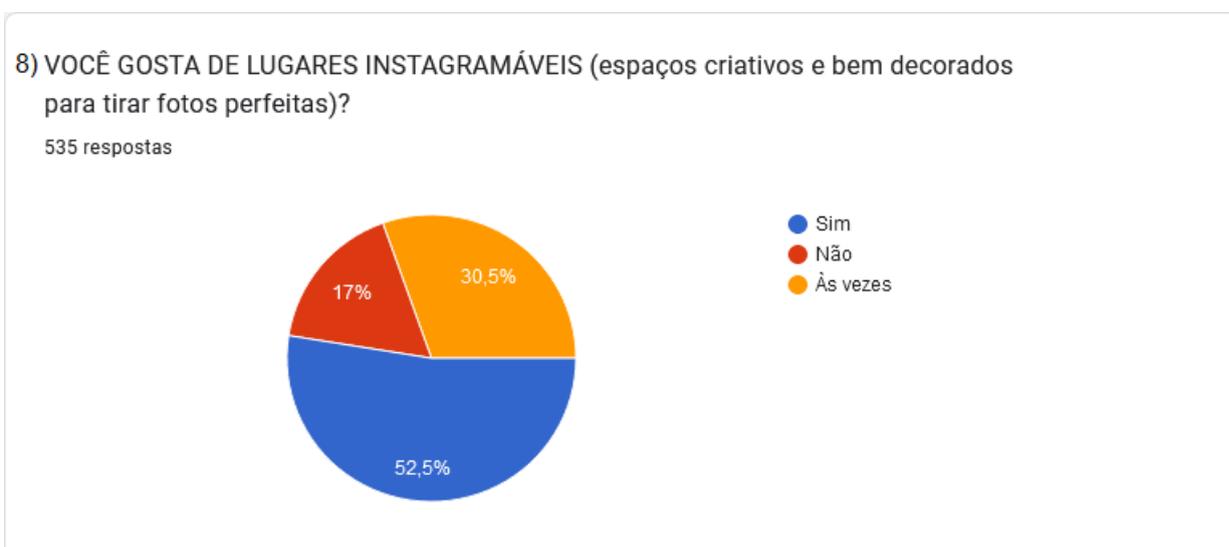
Gráfico 7 - Gostos



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico, podemos ver a diversidade de estilos entre o nosso público, pois nem mesmo em ciclos de amizades, todos gostam da mesma coisa.

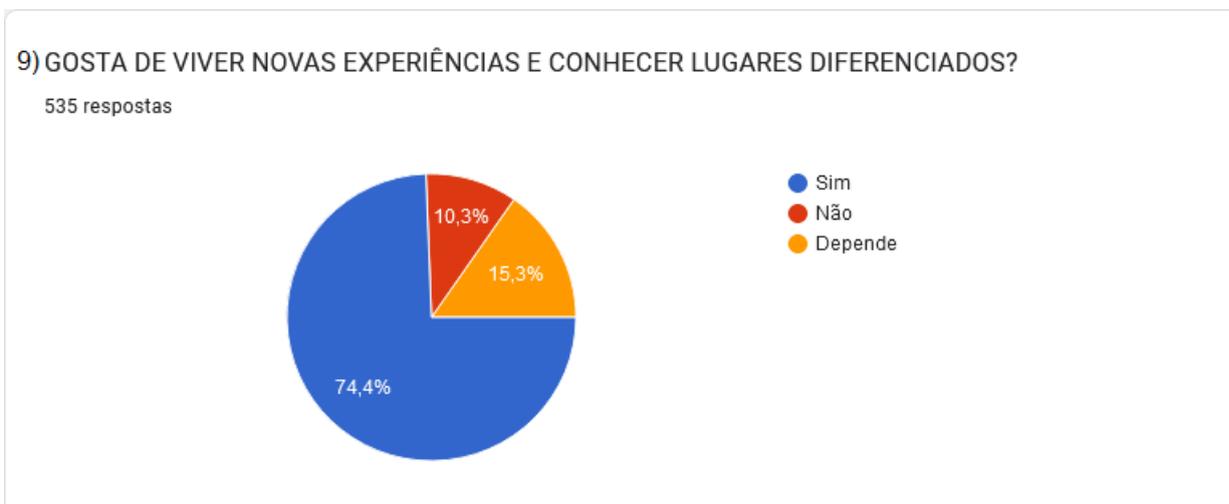
Gráfico 8 - Lugares



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico vemos que mais de 50% do público gosta de um local bem decorado para poder tirar fotos e fazer postagens nas redes sociais.

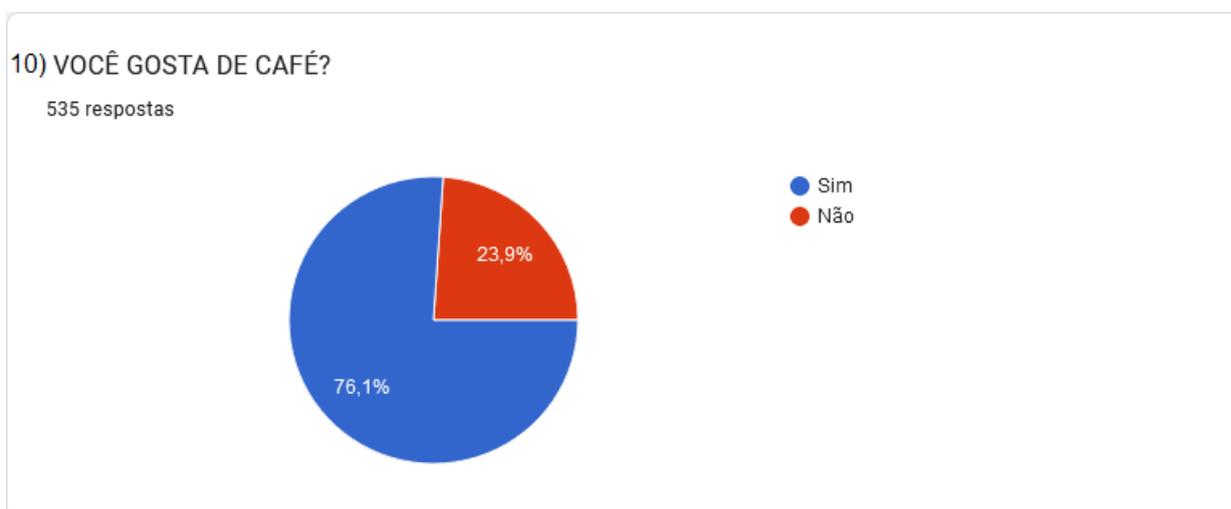
Gráfico 9 - Experiências



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico podemos dizer que a maioria do nosso público gosta de conhecer lugares diferentes.

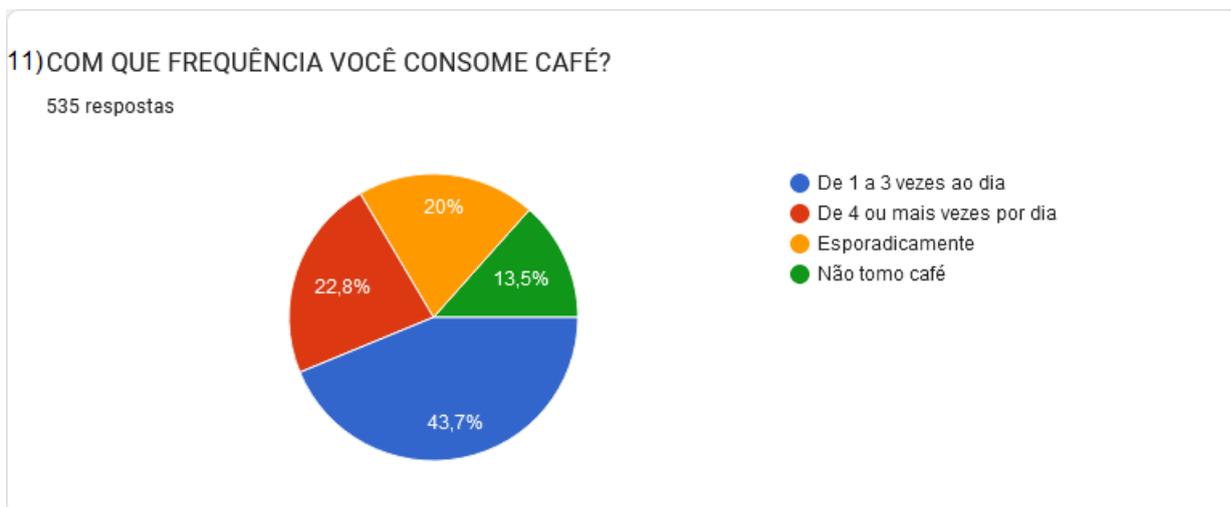
Gráfico 10 - Café



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico a maioria do nosso público gosta e aprecia o café.

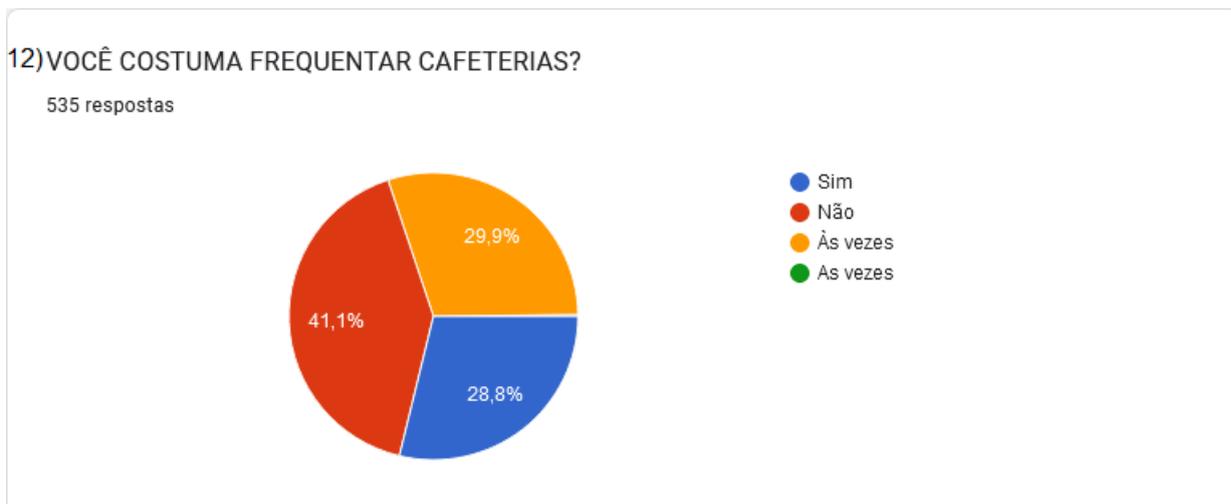
Gráfico 11 - Consumo de café



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico, temos um público que consome café ao menos 1 vez por dia.

Gráfico 12 - Cafeterias



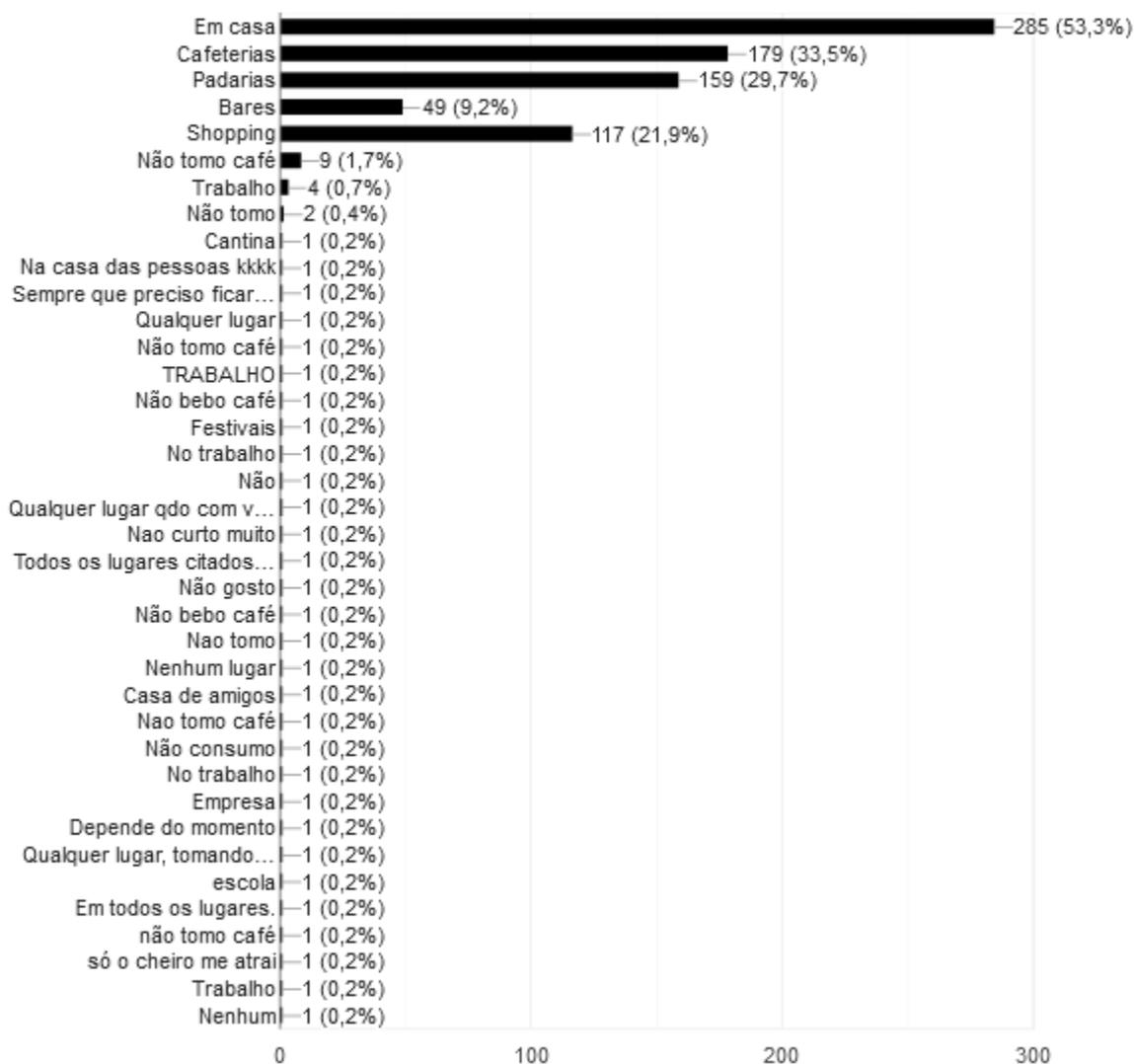
Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico uma boa parte do nosso público não tem o hábito de frequentar cafeterias, mas isso não quer dizer que não iriam no Barcoffee, pois não somos apenas uma cafeteria tradicional.

Gráfico 13 - Lugares para tomar café

## 13) VOCÊ PREFERE SABOREAR O CAFÉ...

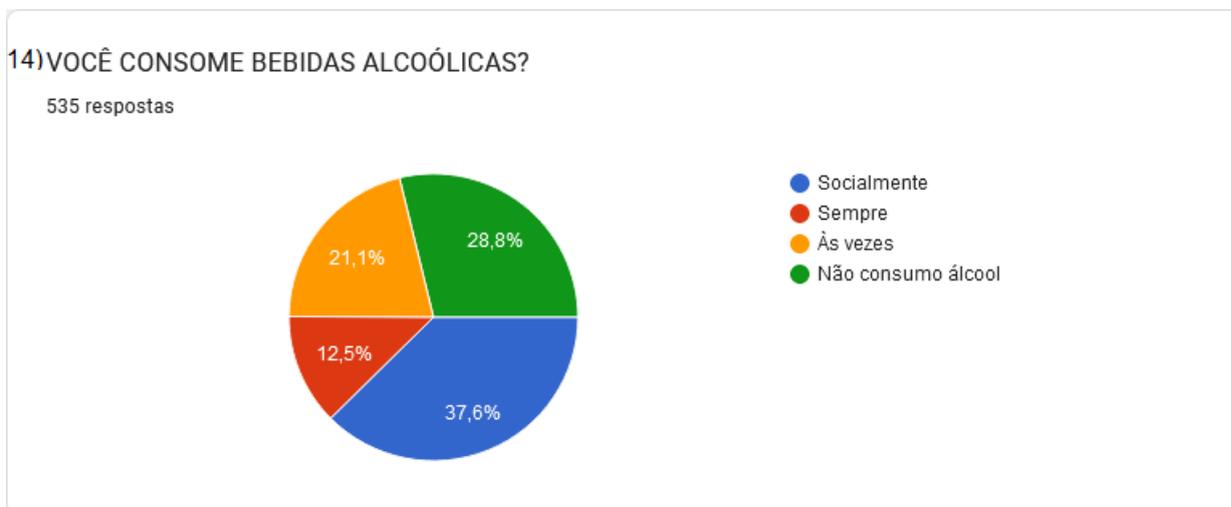
535 respostas



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico, uma grande maioria do nosso público prefere tomar café em casa, ou em cafeterias e padarias.

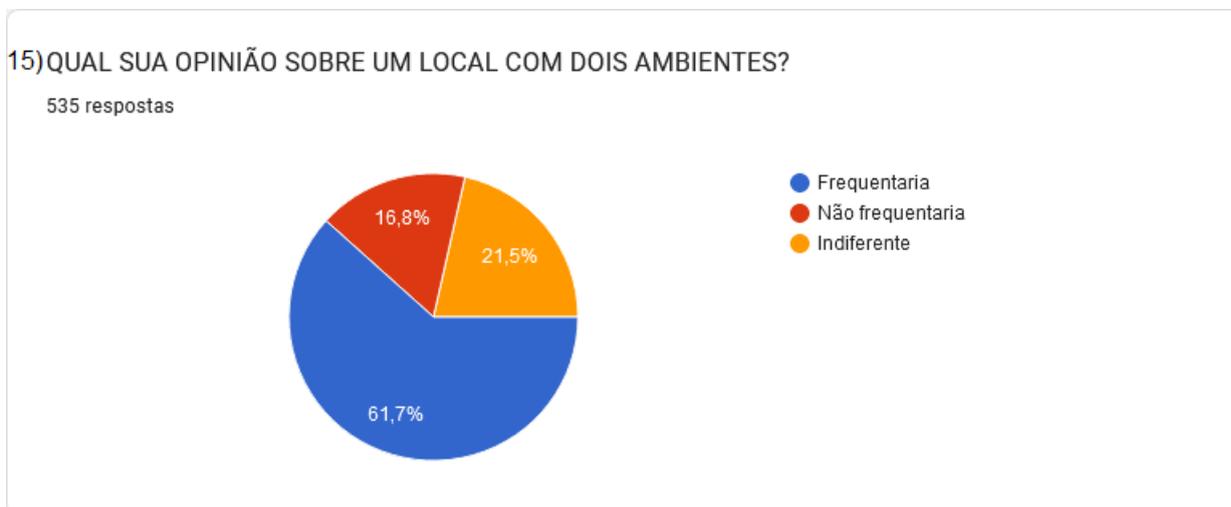
Gráfico 14 - Consumo de bebidas alcoólicas



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico a minoria do nosso público não consome bebidas alcoólicas, então a probabilidade de termos sucesso com nossos drinks diferenciados da casa será grande.

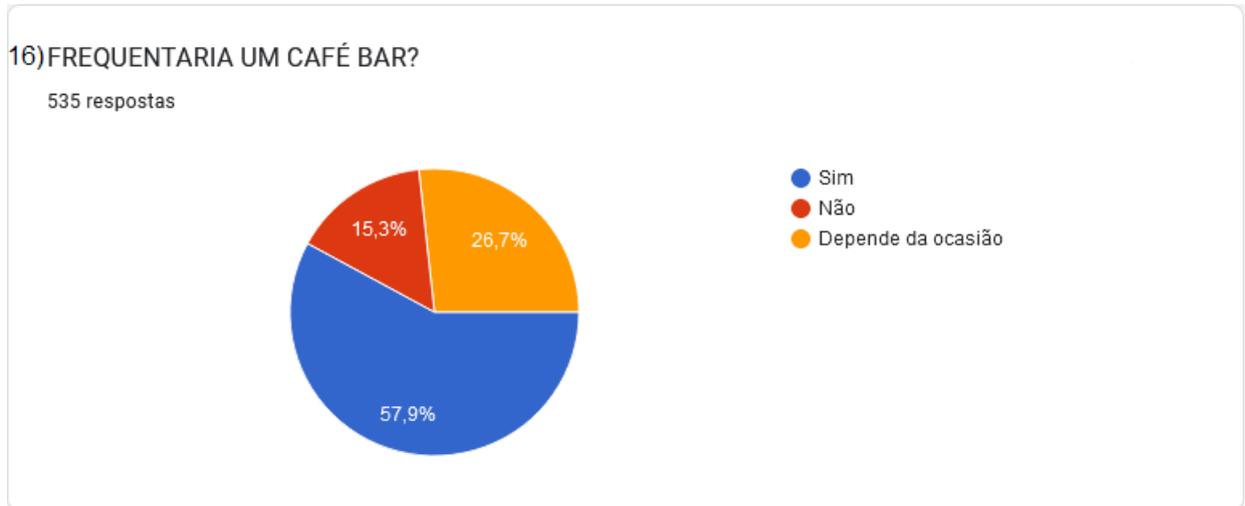
Gráfico 15 - Duplo ambiente



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico, 50% do nosso público não teria problemas em frequentar um local com dois ambientes.

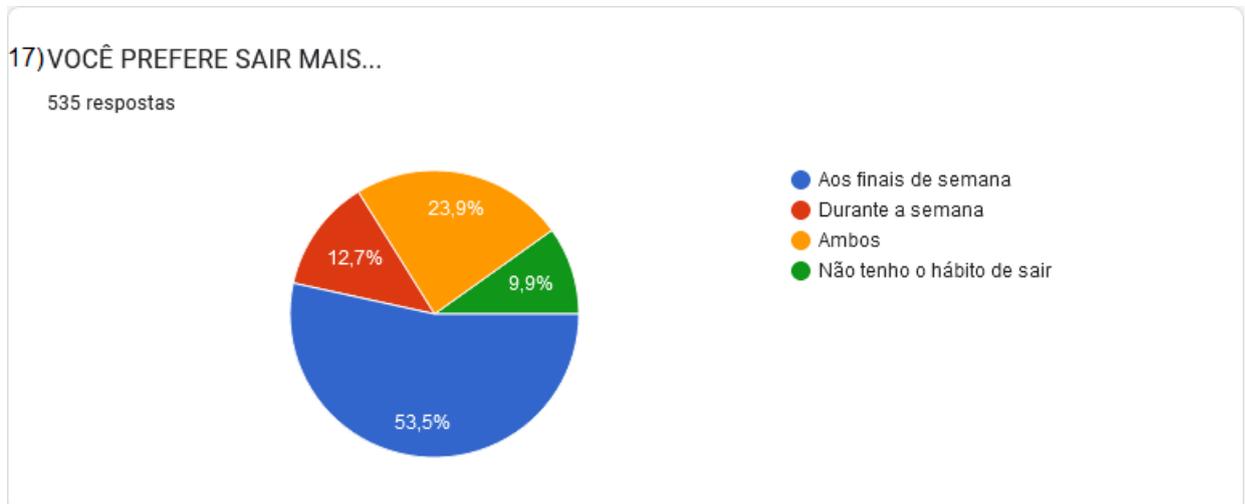
Gráfico 16 - Café bar



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico, a maioria do público frequentaria o Barcoffee, alguns deles provavelmente apenas em ocasiões específicas, no caso alguma confraternização ou comemoração, mas de modo geral, agradamos à maioria do público.

Gráfico 17 - Dias de lazer



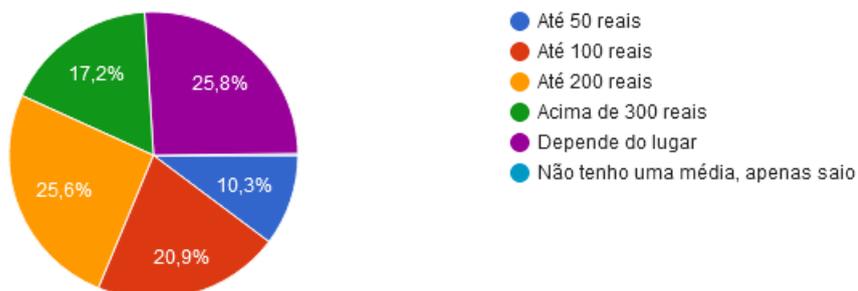
Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráficos 50% do nosso público prefere sair aos finais de semana, o que nos mostra que nossos dias de maior movimento serão entre Sexta-Feira e Domingo.

Gráfico 18 - Gastos em lazer

18) QUANTO EM MÉDIA COSTUMA GASTAR POR MÊS PARA SE DIVERTIR COM SUA FAMÍLIA/AMIGOS?

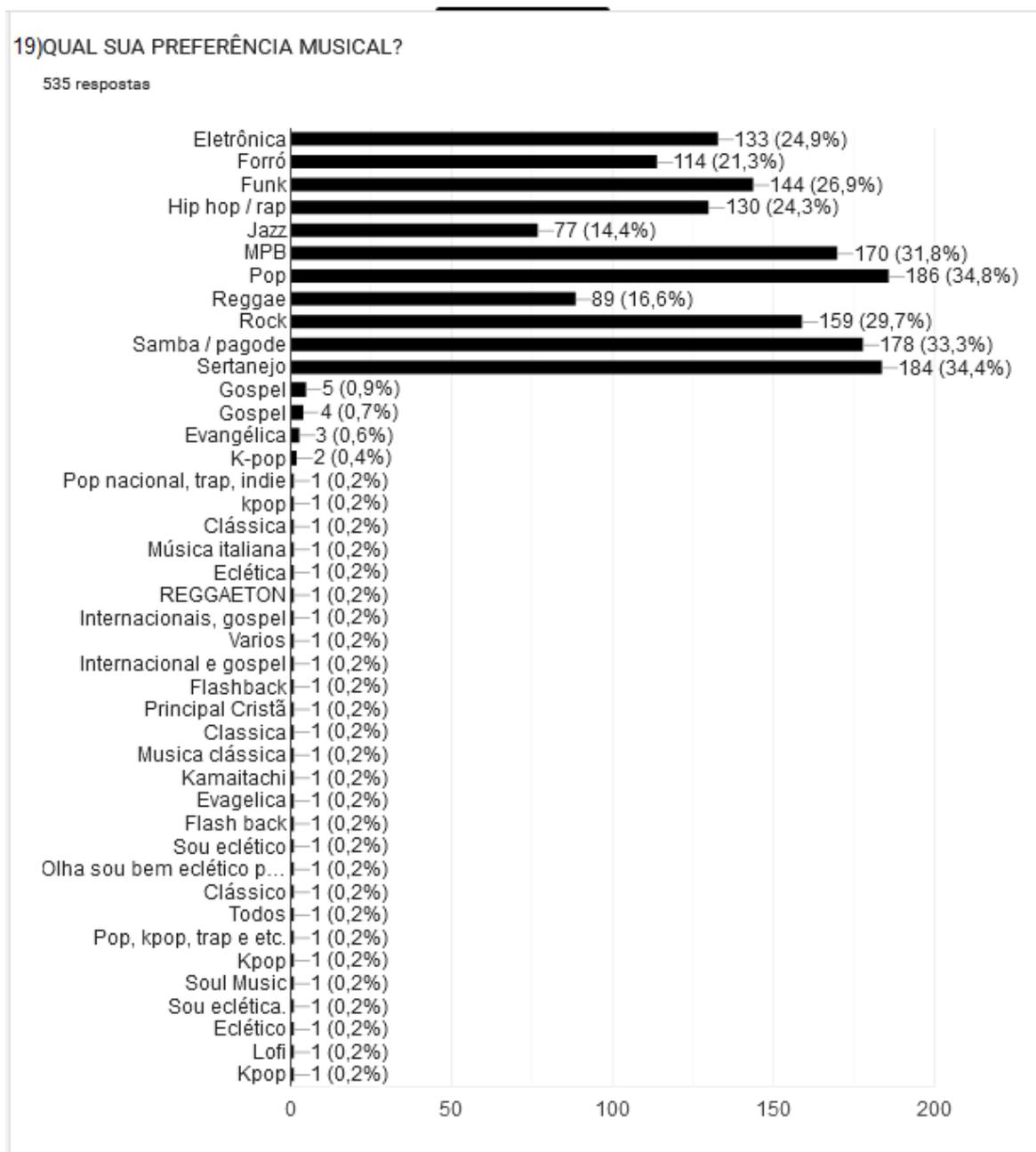
535 respostas



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico, temos um público com orçamento mensal bem variado, o que nos diz que iremos receber tanto pessoas/grupos dispostos a consumir à vontade quanto as que terão um pouco mais cautela ao escolher um drink ou petisco por conta dos preços.

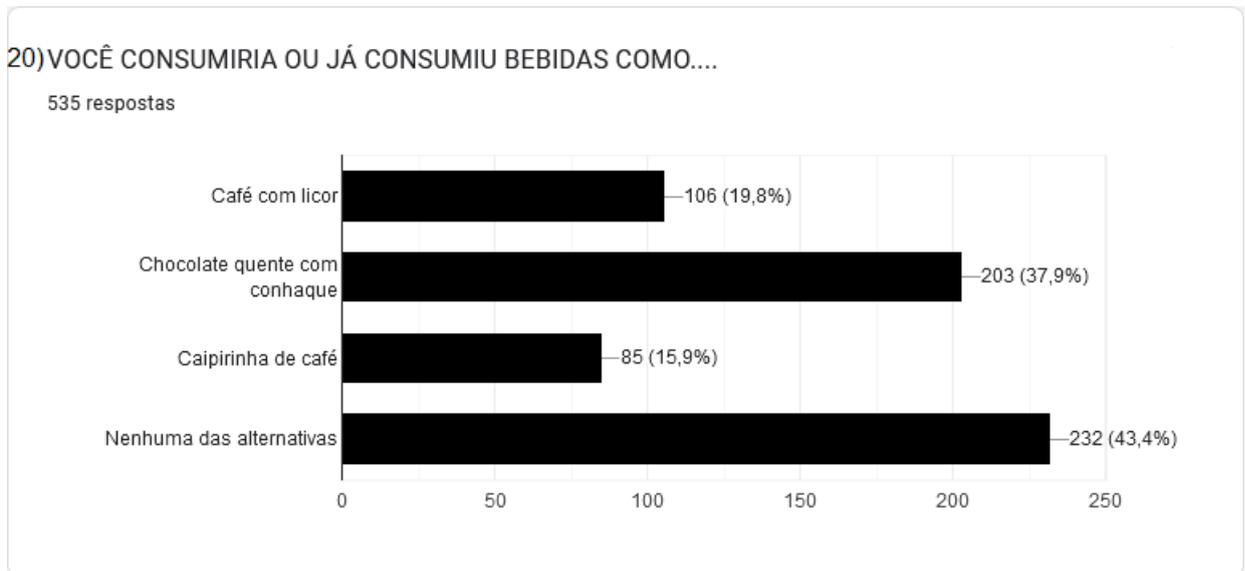
Gráfico 19 - Preferência musical



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico podemos ver mais uma vez a variedade de público que teremos no nosso Café Bar, desta vez no quesito música. Iremos ser atenciosos quanto a escolha de playlists para poder agradar a todos.

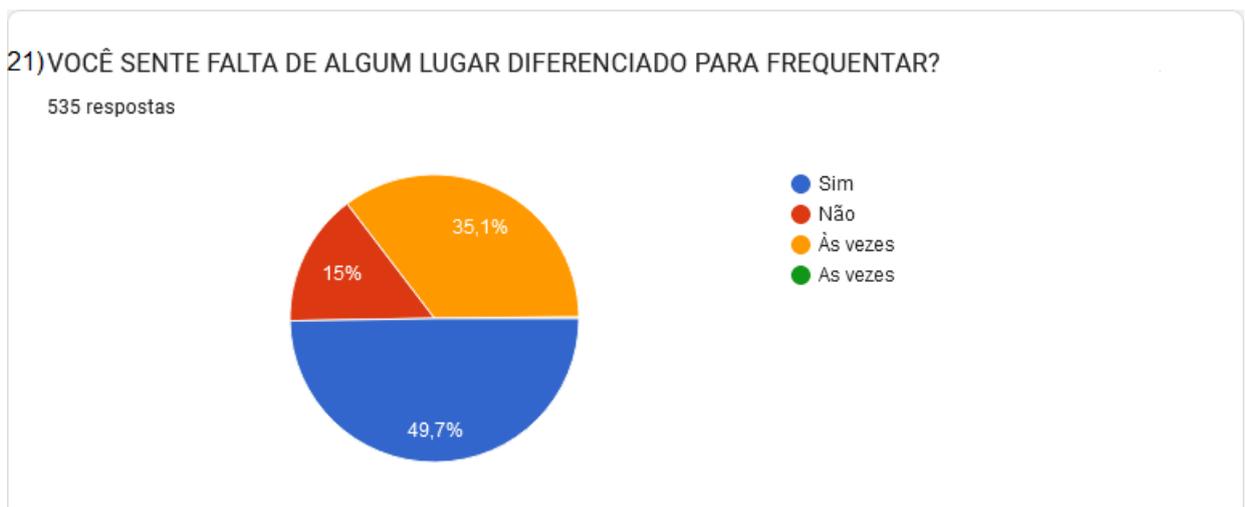
Gráfico 20 - Bebidas que já foram consumidas



Fonte: Pesquisa de campo Google Forms (2022).

Segundo o gráfico vemos que boa parte do nosso público nunca consumiu um drink diferenciado como os que iremos oferecer.

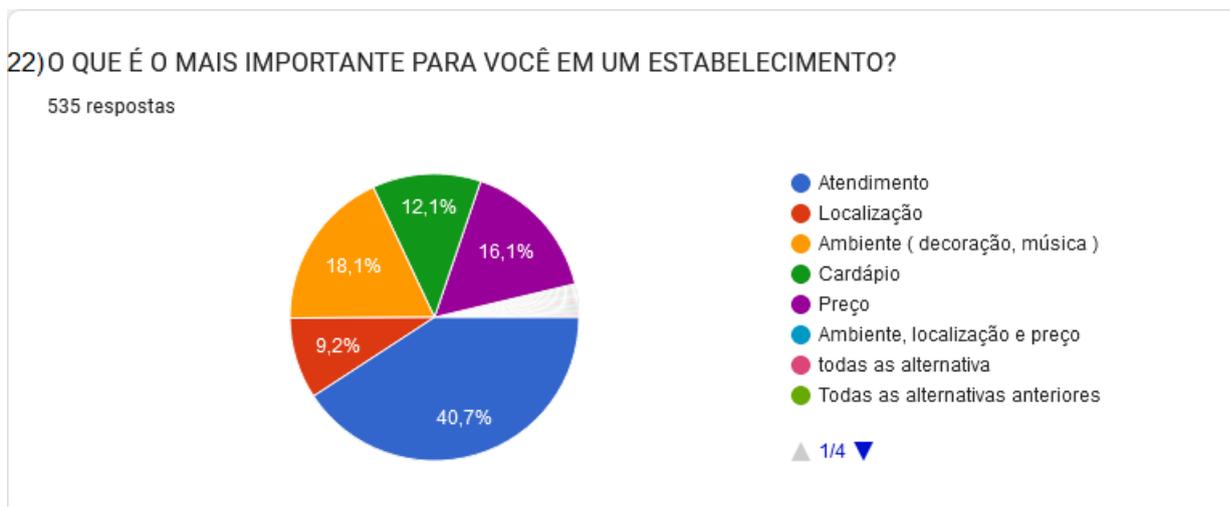
Gráfico 21 - Lugares diferenciados



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico, a maioria do público sente falta de um local diferenciado para frequentar, seja com sozinho, com a família ou amigos.

Gráfico 22 - O que é mais importante em um estabelecimento



Fonte: Do próprio autor, 2022.

Segundo o gráfico vemos que apesar de todos os fatores serem importantes num estabelecimento, três deles são mais importantes: o bom atendimento é o que a maioria do nosso público preza, seguindo pelo ambiente e o preço.

#### 4.16.3. Análise de Resultado da Pesquisa de campo

Analisando os dados obtidos através dos gráficos identificamos que o público feminino com 56,8% dos votos tiveram mais interesse na ideia de um local diferenciado, porém, de acordo com uma pesquisa realizada paralelamente com os voluntários, apesar de o público feminino ser um pouco mais predominante, o público masculino ainda é mais assíduo no quesito bar. Quanto a idade dos voluntários, pudemos ver uma grande variedade, o que vai desde os mais jovens a partir dos 18 anos até os mais velhos acima dos 40 anos, sendo assim uma grande diversidade de frequentadores como era esperado.

Com relação aos dados geográficos, apesar de o percentual de moradores no mesmo município do Barcoffee ser pequeno, os municípios de maior destaque possuem fácil acesso a nossa localidade, o que não nos afetaria com relação ao número de frequentadores. Em relação à condição financeira dos entrevistados, não atingimos em maioria um público-alvo de classe média alta, já que as respostas de maior percentual nos mostraram que a renda mensal é de até três salários-mínimos.

Quanto as respostas de interesse pelo nosso local, podemos dizer que uma parte

significativa tem interesse ou frequentaria o Barcoffee, independente de ser pelo Café ou pelo Bar, colaborando assim com a nossa ideia de unir a diversidade de pessoas, para o crescimento de uma sociedade mais aberta.

Considerando o percentual de 61,7% de respostas positivas com relação ao frequentar um local com dois ambientes onde não serviremos apenas café ou apenas bebidas alcoólicas, nosso cliente terá uma experiência e oportunidade de conhecer outras pessoas, com gostos, estilos, idades diferentes da dele.

Podemos dizer de modo geral que o resultado para o investimento nesse projeto foi positivo ao analisarmos que a maioria dos entrevistados optaria e frequentaria nosso local devido ao seu diferencial.

## **5. RECURSOS HUMANOS**

### **5.1. Importância do departamento pessoal**

Quando nos referimos a parte burocrática correspondente aos funcionários nas questões da sua chegada, seu vínculo e relacionamento com a empresa enquanto empregado e seu desligamento para garantir o processo demissional e o pagamento rescisório correto, independe do responsável por esta decisão.

No meio desse processo, existem inúmeras etapas, como admissão, exame admissional, cálculo, pagamento e negociação de salários, locomoção, controle de férias, benefícios, licenças, apuração do registro de ponto, pagamento de 13º salário, pagamento de comissões, escala de horários, rescisão, legislação trabalhista entre outras atividades que podem variar conforme a empresa e as obrigações legais. É responsabilidade desse departamento também manter o relacionamento com o sindicato declarações trabalhistas mensais, anuais e outros encargos sociais sejam devidamente controlados; manter o arquivo que contém toda a documentação relacionada aos colaboradores da empresa devidamente atualizado e organizado, entre outros.

O DP segue o Ministério do Trabalho, pela Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) para cada necessidade da empresa o Sindicato da categoria dos funcionários, que vem ter as especificações do contrato de trabalho, as horas de trabalho permitidas por uma função, o piso salarial, o desconto por faltas injustificadas, etc.

Manter em organização os processos burocráticos são agregadores ativos de

valor e importância para uma equipe, visto a sua essência, o DP tende a garantir que nenhum documento esteja em falta sobre nenhum de seus funcionários.

Podemos entender a área como uma base de dados funcional, pelo seu armazenamento de informações.

Resumindo, a essência do departamento pessoal é garantir que nenhum documento e informação esteja faltando no arquivo correspondente a qualquer um dos funcionários, dentre eles:

- Data de admissão;
- Período de licença;
- Número de faltas;
- Agendamento de férias;
- Registro de ponto;
- Alterações salariais.

Muitas desses documentos auxiliam na tomada de decisões e servem para que a empresa possa justificar uma promoção ou um desligamento.

A empresa Barcoffee visa os valores e relacionamento com seus funcionários, todos os processos são seguidos de acordo com Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). Atendendo a necessidade e a importância do setor de departamento pessoal, possui uma gestora de RH própria na empresa para administrar estes recursos.

## **5.2. Processo de recrutamento e seleção**

Atualmente, com milhares de empresas novas surgindo todos os dias, e muitas outras ganhando mais espaço de mercado, as empresas tendem a buscar um diferencial competitivo. Uma maneira que se mostra efetiva nesse sentido é contando com a ajuda de um setor especializado em seu principal valor: o Humano.

O setor de Recursos Humanos (RH) trabalha os processos de recrutamento e seleção, setor sendo indispensável. No entanto, para contratarmos a pessoa para trabalhar na empresa precisa-se de analisar seu currículo, possível desempenho e integração com a equipe dependerá de um bom recrutamento e posteriormente de um minucioso processo de seleção, pois só assim estará escolhendo o candidato com a melhor habilidade e conhecimento para cumprir as tarefas, as quais são atribuídas ao

perfil do cargo.

Neste sentido, o processo de recrutamento e seleção é de extrema importância para o crescimento da organização.

Recrutamento é o processo de atrair candidatos potencializados para uma vaga, anunciando e tornando atrativo para candidatos disponíveis no mercado. Buscando candidatos dentro e fora da organização

(CHIAVENATO, 1983, p. 92).

Nesta busca do profissional ideal, a empresa pode utilizar-se de três principais métodos de recrutamento: O Recrutamento Interno, onde procura preencher a vaga através de remanejamento dos seus funcionários, que podem ser promovidos, transferidos ou transferidos por meio de promoção; O Recrutamento Externo, neste, para preencher a vaga, poderá recorrer ao mercado de trabalho local, regional, nacional ou até mesmo internacional e o Recrutamento Misto, onde se utiliza tanto do recrutamento interno quanto do recrutamento externo para qualquer vaga a ser preenchida. Logo, a responsabilidade do sistema de Administração de Recursos Humanos, tem por finalidade escolher, sob metodologia específica, candidatos a emprego recebidos pelo setor de recrutamento para o atendimento das necessidades internas da Empresa.

Precisamos ter sempre o foco no objetivo de atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar a vaga, então é muito importante ter o delineamento do perfil desejado com base nas tarefas do cargo.

Para escolher entre os candidatos que se apresentam, precisamos avaliar suas competências. Os recursos de avaliação dos candidatos devem ser assertivos, buscando menor tempo de adaptação e de treinamento posterior, alta produtividade e maior eficiência no desempenho.

Com esse resultado, obtemos colaboradores mais satisfeitos, entrosados, motivados, que permanecem por mais tempo na empresa. É importante, então, que sejam utilizados recursos técnicos e ferramentas adequadas e atualizadas para a seleção de pessoas.

Ferramentas para auxiliar esse processo podem a ser: entrevistas diretas e

de análise comportamental, provas de conhecimentos ou de capacidade, softwares de análise comportamental, testes psicológicos, análise de perfil em redes sociais e dinâmicas de grupo. Mas para que essas venham a se tornar efetivas, a empresa tem que entender o que seu cargo pede e o quais informações deseja obter com esse processo, em casos de dinâmica, estudar as possíveis interações da mesma e seu significado do subconsciente.

É importante salientar que o profissional que executar essa função deverá estar apto e “Um profissional de alta performance busca a excelência constantemente!”

Sabendo que essa era uma etapa de extrema importância, na empresa Barcoffee, foram montados 9 passos a serem seguidos religiosamente para esse processo.

Definição de vagas, atribuições e salários: Antes mesmo de anunciar a vaga, o primeiro passo deve ser definir qual é a vaga ofertada, definido pelo gestor da área do futuro profissional da área e pelo gestor de RH. Definir quais serão as funções desempenhadas pelos futuros colaboradores, cargos, atribuições, competências exigidas e o salário para cada vaga, entre outros, permite a empresa conhecer melhor o perfil de quem está procurando.

### **5.2.1. Divulgação da vaga**

A divulgação é feita por meio de sites de vagas como: LinkedIn, 99jobs, Indeed, Infojobs, Catho. A parte da divulgação de vagas é majoritariamente online, pelos sites fornecerem uma ferramenta que simula uma calculadora do quanto o interessado na vaga em questão atende os requisitos da vaga que a empresa estabelece.

### **5.2.2. Seleção dos currículos**

Após divulgar e receber um número mínimo de cinco vezes o número de vagas disponíveis, após é feita a seleção pela própria plataforma de vagas quais são aqueles que mais atendem as necessidades da empresa e chamar para a seleção presencial.

### **5.2.3. Entrevista de Emprego**

A principal fase do processo de recrutamento e seleção, consiste na entrevista de emprego, pessoal e profissional, para conhecer melhor o candidato, avaliar suas experiências, competências e o seu histórico de vida e carreira. Podendo ser essa etapa presencial ou online.

#### **5.2.4. Dinâmicas de seleção**

Após revisar a definição da vaga, selecionar dinâmicas que possam rever as características que estão sendo buscadas na vaga como: liderança, criatividade, comunicação, trabalho em equipe, empatia e negociação, por exemplo.

#### **5.2.5. Entrevista com o gestor da área**

Os profissionais mais qualificados na entrevista pessoal e na dinâmica, são aqueles que irão passar à próxima fase e ter a chance de conhecer o seu futuro líder. Este é o momento decisivo para todo candidato, pois pode significar um novo emprego.

#### **5.2.6. Comunicar a aprovação ou não**

Este é o momento em que o RH da empresa liga para o profissional e informa se ele foi aprovado ou não para a vaga para qual se candidatou. É importante fazer o comunicado mesmo em caso de negativa a vaga.

#### **5.2.7. Contrato**

Levar o funcionário recém-contratado para assinar os papéis legislativos trabalhistas são significativo e a parte burocrática.

#### **5.2.8. Integração**

Nossa equipe é especializada em atendimento, dependendo da área do funcionário é fornecido uma preparação antes de ingressar na empresa, para manter a qualificação padrão. Já a integração é feita a todos os funcionários, visamos a qualidade no trabalho e entre a equipe, apresentar o ambiente, regras e serviço a ser realizado da maneira correta com atenção e cuidado promove benefícios e velocidade no processo do recém-contratado a ingressar no serviço.

### **5.3. Desenvolvimento pessoal e corporativo**

O desenvolvimento pessoal é um processo contínuo de preparação, aprendizado e aperfeiçoamento e que o resultado é visto a longo prazo sendo obtido através do aprimoramento de competências técnicas e comportamentais.

Trata-se de uma dinâmica que envolve disposição dos colaboradores e das organizações e logo, resulta em benefícios para ambos como, motivação, empenho, potencialização nos resultados do trabalho e conseqüentemente, alta lucratividade.

Todo esse processo de desenvolvimento acarreta aumentando a produtividade, visão individual para cada colaborador, podendo ser percebido com mais facilidade quais as reais necessidades de cada um, o que está afetando a produção negativamente e como ser ainda mais produtivo, além do reconhecimento e gratificação pelo desempenho e contudo, impulsionar a carreira do colaborador.

Em um mundo de transformações velozes, o mercado exige que as empresas se adaptem e evoluam continuamente para se manterem lucrativas. E grande parte da competitividade das organizações vem do capital humano, que precisa ser aprimorado para render inovações que tornem os processos e serviços mais eficientes, com ganhos na receita a partir de menos recursos.

Também é essencial dar suporte para que as equipes sigam motivadas, evitando sua saída precoce e as perdas intelectuais e financeiras que ela acarreta.

Portanto, segundo Milkovich e Baudreau “Desenvolvimento é o processo de longo prazo para aperfeiçoar as capacidades e motivações dos empregados a fim de torná-los futuros membros valiosos da organização.”

#### **5.4. Departamento Pessoal**

Departamento pessoal, também conhecido como “DP”, é o setor da empresa que cuida de assuntos relacionados aos colaboradores, é uma área crucial na administração, em especial para empresas que contam com excesso de colaboradores.

É esse setor responsável pela boa relação entre empresa e funcionários e por processos como, folha de pagamento, férias, benefícios, atestados, controle de pontos e até advertências e suspensões. Há também algumas etapas mais específicas como, admissão de novos funcionários, cálculo de pagamentos rescisórios e possíveis negociações salariais, locomoção, licenças, escalas de horários e outras atividades que variam de conforme a empresa e as obrigações exigidas perante lei.

O Departamento pessoal é regido pelo Ministério do Trabalho, pela Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) e pelo sindicato da categoria vigente.

##### **5.4.1. Os principais documentos relacionados a um DP são**

- Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged);
- Acordo de compensação;

- Acordo de prorrogação de horas;
- Atestado médico admissional e demissional;
- Autorização para descontos não previstos;
- Recibo de 13º salário;
- Recibo de abono de férias;
- Recibo de adiantamento do 13º salário;
- Recibo de entrega do Requerimento Seguro-Desemprego (SD);
- Recibo de gozo de férias;
- Recibos de adiantamento e pagamento;
- Recibos de pagamento.

### **5.5. Principais atividades de um departamento pessoal**

A sustentabilidade de uma empresa no mercado de trabalho depende da qualidade dos profissionais de RH e como desempenham as rotinas do departamento pessoal. São esses profissionais que garantem o alinhamento do capital humano com as políticas e objetivos da empresa, além de manter em dia as questões estabelecidas por lei.

É necessário manter as informações funcionais atualizadas. Com esse perfil, o departamento pessoal irá cuidar para que todos os prazos trabalhistas sejam cumpridos, observando a validade dos processos e as atualizações da legislação. É um setor que exige muita atenção e colaboração entre os membros da equipe. São atividades de rotina, mas que podem sofrer variações em função de ausências ou registros indevidos. A gestão de arquivo, recolhimento de impostos e atualização de cadastros são atividades que se somam àquelas de praxe do DP e que contribuem ainda mais para assegurar as informações do quadro de funcionários.

### **5.6. As rotinas do Departamento Pessoal**

O Departamento Pessoal, é uma parte importante de toda empresa, ele é responsável pelos processos relativos aos colaboradores da empresa, lidando com questões administrativas e organizando o dia-a-dia dos profissionais, desde da chegada do novo colaborador até o seu desligamento, independentemente do responsável por esta decisão. As demandas do DP são operacionais e dinâmicas —

todos os meses, os processos devem ser concluídos observando prazos e legislação, mas no trajeto podem acontecer admissões, demissões, acidentes de trabalho e férias.

Nas rotinas estão as seguintes atividades:

a) Admissão — exame admissional, elaboração e assinatura do contrato, anotações na CTPS, abertura de registro de funcionário junto ao MTE, abertura de conta salário, geração do número de registro de ponto, arquivo de documentos e anotações CLT;

b) Apuração de ponto — processo importante para levantar faltas justificadas e injustificadas, atrasos, esquecimentos, geração de horas para pagamento ou banco;

c) Benefícios — plano de saúde, vale-refeição, vale-transporte. Estes são alguns dos benefícios que iremos oferecer e podem ser concedidos aos funcionários com desconto em folha a critério da empresa;

d) Folha de pagamento — para que o cálculo da folha seja correto, todos os valores que incidem algum desconto ou benefício ao funcionário já devem ter sido devidamente apurados. Na folha, conta tudo que o funcionário tem de salário bruto e salário líquido, depois dos descontos;

e) Demissão — exame demissional, rescisão do contrato, anotações na carteira de trabalhos, cálculo dos valores de acordo com o tipo de desligamento — por decisão do empregador com e sem justa causa, por decisão do empregado — e acerto final.

### **5.7. 6 erros mais cometidos pelos departamentos pessoais nas empresas**

Alguns erros devem ser evitados para não gerar desgaste na relação com o funcionário ou punições por parte do Sindicato, ou Ministério do Trabalho, alguns deles:

- **Retenção da carteira de trabalho por mais de 48h**

Devolver a CPTS no prazo vai poupar meio salário-mínimo aos cofres da empresa;

- **Ausência do exame admissional**

O Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO) tem como regra a realização deste processo. Além de garantir a admissão de um

profissional apto, o exame deve ser realizado para atender à norma regulamentadora da função;

- **Fracionamento ou não concessão de férias**

Algumas empresas não acatam a regra de jamais conceder férias em um período inferior a dez dias. Em casos mais graves, pode acontecer de o funcionário assinar a folha de férias e continuar trabalhando normalmente;

- **Manutenção do banco de horas sem acordo sindical**

Muitas empresas podem ser multadas por assumirem o risco de administrar o banco de horas por conta própria sem a intermediação do sindicato;

- **Desatualização trabalhista**

Muitas mudanças surgiram nos últimos tempos da área de DP. A implantação do Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas (e. Social) já é motivo de sobra para não deixar de acompanhar em tempo real o que acontece na legislação;

- **Erro de cálculo**

Como a maioria dos funcionários sabe quanto tem a receber pelo mês trabalhado, espera por um valor X de salário e quando há uma diferença a menor, o DP se vê em uma situação delicada para justificar o erro.

## **5.8. Recrutamento Pessoal**

Recrutamento de Pessoas nada mais é que um processo da área de recursos humanos com a função de atrair e escolher o profissional ideal para um determinado cargo. Ou seja, esse processo é a peça-chave para realizar contratações de sucesso, o recrutamento é um conjunto de técnicas e procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos na organização, um bom recrutamento precisa estar na qualidade e nas aptidões dos futuros colaboradores, o que pode ser avaliado a todo momento.

Selecionar, da maneira mais eficaz e assertiva possível significa para a organização, bom uso de recursos e redução de gastos. Para o novo colaborador, significa grandes possibilidades de satisfação com o trabalho e de desenvolvimento.

O recrutamento de novos talentos pode ser definido como a etapa de busca. Essa parte do processo pretende atrair potenciais profissionais para a vaga disponível na empresa. A captação desses candidatos é feita através da divulgação da vaga, seja por e-mail, divulgação em sites de emprego, fóruns e redes sociais.

#### **5.8.1. Recrutamento Pessoal Barcoffee**

A responsabilidade do recrutamento de pessoal é do sistema de ARH, na nossa empresa a parte de contratação e busca pelo candidato será feita por uma da sócia, que tem por finalidade a captação interna e externa à organização, objetivando comunicar o subsistema de seleção de pessoal no seu atendimento aos clientes internos da empresa, iremos valorizar essa captação, pois colocamos em primeiro lugar os nossos clientes internos que são nossos colaboradores.

Em resumo, um recrutamento eficiente pede um estudo constante do mercado de atuação da companhia, considerando as aptidões de talentos internos e externos para indicar profissionais que tenham habilidades técnicas e comportamentais adequadas para uma vaga. “Boa gestão é a arte de tornar os problemas tão interessantes e as suas soluções tão construtivas que todos vão querer trabalhar e lidar com eles.” Paul Hawken.

#### **5.9. Políticas de qualidade e segurança**

Facilitar a vida dos clientes, através da gestão de processos na área de proteção contra incêndio e emergências, oferecendo soluções rápidas e inovadoras, sempre visando a criação de valor para nossos clientes, acionistas e colaboradores, garantindo sustentabilidade.

Proteção contra incêndio e emergências, oferecendo soluções rápidas e inovadoras, sempre visando a criação de valor para nossos clientes, acionistas e colaboradores, garantindo sustentabilidade.

As empresas de treinamento de primeiros socorros são prestadoras de serviços especializados em cursos para os mais diversos segmentos do mercado. O serviço é dimensionado conforme a necessidade de cada empresa e inclui conteúdo teórico e prático em cenários bastante realistas, para garantir a formação adequada de colaboradores para agir em casos de urgência.

#### **5.9.1. Empresa responsável pelo treinamento**

Na nossa empresa vamos contratar a TREINNAR, uma empresa especializada em vários treinamentos, entre eles primeiros socorros, a mesma irá desenvolver todo o treinamento com os nossos colaboradores e sócios (a).

Assim, fazendo com que os colaboradores e sócios (a) desenvolvam e a capacidade de fazer os primeiros socorros caso ocorra.

Figura 9 - Logotipo da empresa de treinamento



Fonte: Do próprio autor, 2022.

### *TREINNAR*

Referência na gestão de processos que envolvem prevenção e combate a incêndios, desenvolvemos programas especiais para o atendimento das necessidades específicas de empresas que entendem como prioritária essa questão e, por isso, buscam qualidade e confiança em suas parcerias.

Nossa equipe tem mais de 30 anos de experiência na análise e atendimento das necessidades de cada cliente e, com esse comprometimento, temos construído relações profissionais muito positivas e de longo prazo.

#### **5.10. Sistema de Higiene e Segurança no Trabalho**

A empresa tem a responsabilidade de garantir um nível de saúde dos empregados, portanto deve haver um cuidado com o local de trabalho que os empregados atuam para ser evitado possíveis acidentes, como a tropeçar em um chão desnivelado ou esbarrar em algum móvel mal localizado. É necessária essa preocupação para manter os funcionários seguros e não ocorrer riscos mais graves, que a partir de um pequeno acidente pode se transformar em problemas maiores.

A segurança no trabalho é um conjunto de medidas estabelecida por cada empresa, na qual é composta por técnicas, educacionais, médicas e psicológicas ela tem a intenção de cuidar da integridade não só física, mas também a mental. Ao oferecer esses tratamentos psicológicos, aos colaboradores, a empresa está o

tornando mais resistente para exercer sua profissão, com isso ele poderá ter o acompanhamento de um profissional para entender melhor sobre seus assuntos pessoais e profissionais, de modo que possa amenizar problemas com atividades exaustivas e assuntos externos que o empregado pode levar para a empresa. A segurança do ambiente é bastante importante, desde a iluminação que pode causar fadiga a visão até a falta dela que pode ser considerada uma parcela responsável por acidentes, e por isso existem profissionais que tratam desse planejamento para tornar o ambiente mais seguro que são os técnicos de Segurança do Trabalho, que visam a qualidade de vida para os colaboradores. A empresa tem a responsabilidade de orientar os empregados, por meio de uma integração sobre a segurança no trabalho, para que utilizem os equipamentos da forma correta, como EPI (Equipamentos de Proteção Individual) ou informá-los os acessórios pessoais que não devem ser utilizados em algumas áreas, pois pode acarretar acidentes ao operar máquinas.

Procura-se assegurar que a vestimenta esteja adequada para a área, principalmente, para aquelas que trabalham com alimentos. Portanto, é essencial conter luvas, máscaras, tocas e procedimentos de higiene para servir produtos de qualidade aos consumidores. A higiene no ambiente, pode garantir a saúde dos colaboradores e a organização do local, algo que todas as empresas prezam e exigem, pois o trabalho é a “Segunda Casa” dos empregados. Além disso, a higiene se torna um requisito de contratação. Através de procedimentos, é possível manter uma organização e tornar uma rotina na empresa, como, por exemplo o álcool em gel e o uso de máscaras, que com a vinda do vírus da COVID-19 se agravaram e se tornaram obrigatórias, todos os empregados tiveram que se comprometer e realizar o procedimento exigido. A contaminação do vírus diminuiu, mas as empresas adotaram o uso do álcool como rotina e higiene pessoal, ele elimina as bactérias, germes, vírus e evita-se a disseminação de possíveis doenças para outras pessoas.

#### **5.11. Primeiros socorros**

O treinamento de primeiros socorros é um curso básico que ensina como prestar o primeiro atendimento em casos de acidentes de variados tipos. Uma exigência do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) desconhecida pela maioria dos empregadores é a obrigatoriedade do treinamento de primeiros socorros, atendendo ao Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PMOC) no ambiente de trabalho.

### **5.11.1. Lei trabalhista sobre o Treinamento de Primeiros Socorros:**

O Treinamento de Primeiros Socorros é exigido pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) através da NR- 7, Item 7.5.1 da Portaria n.º 24 do MTE, de 29/12/1994, que determina:

“Todo estabelecimento deverá estar equipado com material necessário à prestação dos primeiros socorros, considerando-se as características da atividade desenvolvida; manter esse material guardado em local adequado e aos cuidados de pessoa treinada para esse fim.”

O objetivo do curso de Primeiros Socorros é preparar e capacitar os funcionários para agir da forma correta em situações de emergência dentro do ambiente de trabalho.

Prestando os cuidados imediatos necessários, evitando o agravamento de estado de saúde da vítima até a chegada de assistência médica profissional.

Além das práticas como, por exemplo, massagem cardíaca e respiração boca a boca, o treinamento inclui também procedimentos como:

- Desengasgar;
- Estancar sangramentos;
- Amenizar queimaduras;
- Desafogar;
- Transportar;
- Cuidar de fraturas ósseas;
- Feridos.

A empresa deve fazer o levantamento dos potenciais riscos envolvidos em cada uma de suas áreas para garantir que o treinamento esteja de acordo com eles, por exemplo: se existe risco de explosão, o treinamento deve incluir tratamento para queimaduras. Desse modo, as práticas devem estar alinhadas com as principais possibilidades de acidentes em cada ambiente.

Assim como o treinamento, o kit de primeiro socorro é obrigatório em todas as empresas. Eles são fundamentais para que os atendimentos sejam realizados pela equipe de primeiros socorros. Cada empresa deve possuir um kit adequado para sua

área de atuação, com itens específicos para o nível de risco que a atividade expõe seus colaboradores.

O kit de primeiros socorros para empresas cujos riscos são menores, deve conter itens básicos como: gazes, algodão, curativos, ataduras, esparadrapo, tesoura com ponta redonda, antisséptico, luvas descartáveis para atendimentos, entre outros.

É importante lembrar que também existem itens que não podem fazer parte de um kit de primeiros socorros, como os medicamentos, concluindo que, o kit de primeiros socorros não deve conter nenhum tipo de medicamento, nem mesmo analgésicos e antitérmicos.

#### **5.12. Empresa responsável pelo departamento pessoal e contábil da empresa Barcoffee**

Empresa: AX CONTABILIDADE

Endereço: Rua Seul 150, Vila Carrão, São Paulo – SP CEP: 03441-040 Tel.: +55 (11) 5466-2876

Valor: R\$ 1.200,00 Anual

A AX Contabilidade foi fundada em 2012 para oferecer competência, agilidade, ética e segurança aos interesses de nossos clientes. Contamos com uma equipe exclusiva e dedica especializada em assessorar empresas por 9 anos.

Com modelos de implantação baseados nas necessidades dos clientes, nas melhores práticas do mercado e em metodologias rápidas e com eficiência comprovada, a AX Contabilidade consegue entregar projetos aderentes às necessidades presentes e futuras das empresas.

Oferece os serviços nas áreas:

- Contábil
- Escrituração;
- Demonstrações Financeiras;
- Análise de Balanços;
- Planejamento Tributário;
- Pessoal;
- Rotinas Trabalhistas;

- Folha de Pagamento;
- Relatórios Complementares (RAIS, GFIP, CAGED, DIRF);
- Homologações;
- Consultoria;
- Constituição de Empresas;
- Recursos Humanos;
- Planejamento Tributário;
- Apuração de Tributos.

### **5.13. As vantagens de ter uma equipe preparada**

A importância do treinamento de primeiros socorros fica clara quando analisamos as vantagens que uma equipe bem-preparada traz para a empresa:

- Agilidade para tomar decisões e prestar o primeiro atendimento;
- Conhecimento prévio sobre medidas de urgência, como rotas de fuga, locomoção e postura adequada conforme o perigo presente, entre outras;
- Evitar ações perigosas durante a presença de algum risco, como pegar elevadores em meio a um incêndio.

Ministrar o treinamento contribui não apenas para salvar vidas, mas também para manter o ambiente de trabalho mais seguro e resguardar a saúde dos colaboradores. Portanto, essa capacitação deve ser encarada como um investimento, e não um gasto.

Importante lembrar que caso ocorra uma situação de risco e a empresa não tenha nenhum colaborador preparado para lidar com a situação, as consequências podem ser graves, pois além de colocar em risco a vida dos colaboradores, a empresa ainda pode ter que arcar com despesas médicas, internação, afastamento de colaboradores, sem contar a reposição do patrimônio físico danificado.

### **5.14. Descrição do cargo**

A descrição de cargos é importante para a hierarquia e a divisão das atividades que cada colaborador irá operar na empresa, com essa definição cada indivíduo consegue exercer com mais foco e habilidade sua função.

### 5.14.1. Supervisor de Marketing

Desenvolve estratégias de marketing e identidade visual das marcas, com o intuito de promover a imagem e aprimorar os negócios. Define o posicionamento das marcas e de canais de comunicação específicos para cada público. Além disso, analisa as tendências do mercado e fatores econômicos e financeiros, planeja e define campanhas voltadas para promoção de produtos e serviços.

**CBO:** 1423-15.

Tabela 2 - Folha de encargos mensais

BARCOFFEE		Recibo de Pagamento de Salário		
CNPJ. (MF) 88.726.592/0001-74		Mês de Competência: <b>AGOSTO/2022</b>		
Código	Nome do Funcionário	CBO	Empr. Local	
-	<b>BRENDA GOMES</b>	<b>1423-15</b>	SUPERVISOR DE MARKETING	
Cód.	Descrição	Referência	Vencimentos	Descontos
1	Pro-labore/Proventos	30	R\$ 5.000,00	
2	Retenção INSS Sócios	10,72%		R\$ 536,18
3	IRRF Sócios	8,25%		R\$ 368,23
Declaro ter recebido a importância líquida discriminada nesse recibo.			Total Vencimentos	Total Descontos
			R\$ 5.000,00	R\$ 904,41
Data:...../...../.....	Assinatura:.....	Valor Líquido	▷ R\$	<b>4.095,59</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### 5.14.2. Supervisor de Recursos Humanos

Supervisiona as atividades de recursos humanos envolvendo recrutamento e seleção, administração salarial, treinamento, folha de pagamento, benefícios e registros de ponto eletrônico.

**CBO:** 4101-05.

Tabela 3 - Folha de encargos mensais

BARCOFFEE		Recibo de Pagamento de Salário		
CNPJ. (MF) 88.726.592/0001-74		Mês de Competência: <b>AGOSTO/2022</b>		
Código	Nome do Funcionário	CBO	Empr. Local	
-	<b>THAMIRIS SEBASTIÃO</b>	<b>4101-05</b>	SUPERVISOR DE RH	
Cód.	Descrição	Referência	Vencimentos	Descontos
1	Pro-labore/Proventos	30	R\$ 5.000,00	
2	Retenção INSS Sócios	10,72%		R\$ 536,18
3	IRRF Sócios	8,25%		R\$ 368,23
Declaro ter recebido a importância líquida discriminada nesse recibo.			Total Vencimentos	Total Descontos
			R\$ 5.000,00	R\$ 904,41
Data:...../...../.....	Assinatura:.....	Valor Líquido	<b>R\$ 4.095,59</b>	

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### 5.14.3. Barista

É um profissional especializado em preparar café de alta qualidade. Além de servir um bom expresso, o barista é responsável pela criação de cardápios com diversas bebidas à base do grão, desde um simples café com leite até os mais elaborados drinks, com licores e bebidas alcoólicas.

**CBO:** 5134-40.

Tabela 4 - Folha de encargos mensais

BARCOFFEE		Recibo de Pagamento de Salário		
CNPJ. (MF) 88.726.592/0001-74		Mês de Competência: <b>AGOSTO/2022</b>		
Código	Nome do Funcionário	CBO	Empr. Local	
-		<b>5134-40</b>	BARISTA	
Cód.	Descrição	Referência	Vencimentos	Descontos
1	Salário Mensalista	30	R\$ 1.800,00	
5	Horas extras 100%	0		
25	Falta	0		
27	DSR S/Falta	0		
20	INSS	7,99%		R\$ 143,82
21	IRRF	0%		
84	Vale-transporte	6%	R\$ 108,00	R\$ 108,00
66	Plano de saúde	5%		R\$ 68,25
23	Vale-refeição	10%	R\$ 180,00	
Declaro ter recebido a importância líquida discriminada nesse recibo.			Total Vencimentos	Total Descontos
			R\$ 2.088,00	R\$ 320,07
Data:...../...../.....			Assinatura:.....	Valor Líquido <b>R\$ 1.768,93</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### 5.14.4. Atendente

Presta atendimento ao cliente, recepciona, apresenta os produtos, realiza a organização de prateleiras, estocagem e organização do local. Faz a recepção de

mercadorias e esclarecimento de dúvidas. Preza pelo bom atendimento, eficiência e produtividade.

**CBO: 5134-40.**

Tabela 5 - Folha de encargos mensais

BARCOFFEE		Recibo de Pagamento de Salário		
CNPJ. (MF) 88.726.592/0001-74		Mês de Competência: <b>AGOSTO/2022</b>		
Código	Nome do Funcionário	CBO	Empr. Local	
-		<b>5134-40</b>	ATENDENTE	
Cód.	Descrição	Referência	Vencimentos	Descontos
1	Salário Mensalista	30	R\$ 1.800,00	
5	Horas extras 100%	0		
25	Falta	0		
27	DSR S/Falta	0		
20	INSS	7,99%		R\$ 143,82
21	IRRF	0%		
84	Vale-transporte	6%	R\$ 108,00	R\$ 108,00
66	Plano de saúde	5%		R\$ 68,25
23	Vale-refeição	10%	R\$ 180,00	
Declaro ter recebido a importância líquida discriminada nesse recibo.			Total Vencimentos	Total Descontos
			R\$ 2.088,00	R\$ 320,07
Data:...../...../.....			Assinatura:.....	Valor Líquido <b>R\$ 1.768,93</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

#### 5.14.5. Barman

É responsável por servir bebidas, além de atender aos pedidos dos clientes em bares, restaurantes, lanchonetes, festas, congressos, e outros eventos. Ele também explica os detalhes do cardápio e orienta os clientes quanto às bebidas. O Barman também pode preparar drinks e servir aperitivos.

**CBO: 5134-20.**

Tabela 6 - Folha de encargos mensais

BARCOFFEE		Recibo de Pagamento de Salário		
<b>CNPJ. (MF)</b> 88.726.592/0001-74		Mês de Competência: <b>AGOSTO/2022</b>		
Nome do				
Código	Funcionário	CBO	Empr. Local	
-		<b>5134-20</b>	BARMAN	
Cód.	Descrição	Referência	Vencimentos	Descontos
			R\$	
1	Salário Mensalista	30	1.200,00	
5	Horas extras 100%	0		
25	Falta	0		
	DSR			
27	S/Falta	0		
				R\$
20	INSS	7,50%		90,00
21	IRRF	0%		
			R\$	R\$
84	Vale-transporte	6%	72,00	72,00
				R\$
66	Plano de saúde	5%		68,25
	Vale-		R\$	
23	refeição	10%	120,00	
	Declaro ter recebido a importância líquida discriminada nesse recibo.		Total Vencimentos	Total Descontos
			R\$	R\$
			1.392,00	230,25
Data:...../...../.....	Assinatura:.....	Valor Líquido	▷ R\$ — 1.161,75	

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### 5.14.6. Cozinheiro

É uma pessoa responsável por preparar diferentes tipos de pratos. Ela deve cuidar da conservação dos ingredientes, preparar e temperar os alimentos, e sempre prezar pela alta qualidade do que será servido.

**CBO:** 5132-05.

Tabela 7 - Folha de encargos mensais

BARCOFFEE		Recibo de Pagamento de Salário		
CNPJ. (MF) 88.726.592/0001-74		Mês de Competência: <b>AGOSTO/2022</b>		
Código	Nome do Funcionário	CBO	Empr. Local	
-		<b>5132-05</b>	COZINHEIRO	
Cód.	Descrição	Referência	Vencimentos	Descontos
1	Salário Mensalista	30	R\$ 1.897,00	
5	Horas extras 100%	0		
25	Falta	0		
27	DSR S/Falta	0		
20	INSS	8,04%		R\$ 152,55
21	IRRF	0%		
84	Vale-transporte	6%	R\$ 113,82	R\$ 113,82
66	Plano de saúde	5%		R\$ 68,25
23	Vale-refeição	10%	R\$ 189,70	
Declaro ter recebido a importância líquida discriminada nesse recibo.			Total Vencimentos	Total Descontos
			R\$ 2.200,52	R\$ 334,62
Data:...../...../.....			Assinatura:.....	Valor Líquido <span style="float: right;">▶ R\$ <b>1.865,90</b></span>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### 5.14.7. Operador De Caixa

O profissional é responsável por fazer a abertura e o fechamento de caixa, processar e receber o pagamento e emitir notas fiscais. Além das tarefas

administrativas, o operador de caixa atua diretamente no atendimento ao cliente, uma vez que é a pessoa que concretiza e finaliza a compra.

**CBO:** 4211-25.

Tabela 8 - Folha de encargos mensais

BARCOFFEE		Recibo de Pagamento de Salário		
<b>CNPJ. (MF) 88.726.592/0001-74</b>		Mês de Competência: <b>AGOSTO/2022</b>		
Código	Nome do Funcionário	CBO	Empr. Local	
-		<b>4211-25</b>	OPERADOR DE CAIXA	
Cód.	Descrição	Referência	Vencimentos	Descontos
1	Salário Mensalista	30	R\$ 1.228,00	
5	Horas extras 100%	0		
25	Falta	0		
27	DSR S/Falta	0		
20	INSS	7,52%		R\$ 92,34
21	IRRF	0%		
84	Vale-transporte	6%	R\$ 73,68	R\$ 72,00
66	Plano de saúde	5%		R\$ 68,25
23	Vale-refeição	10%	R\$ 122,80	
Declaro ter recebido a importância líquida discriminada nesse recibo.			Total Vencimentos	Total Descontos
			R\$ 1.424,48	R\$ 230,25
Data:...../...../.....			Assinatura:.....	Valor Líquido <b>R\$ 1.194,23</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

#### 5.14.8. Auxiliar de Limpeza

Executar trabalhos de limpeza em geral, para manutenção das condições de higiene e conservação do ambiente, coletando o lixo. Esse profissional mantém os móveis e objetos limpos, bem como repõe os materiais de limpeza.

**CBO:** 5142-25.

Tabela 9 - Folha de encargos mensais

BARCOFFEE		Recibo de Pagamento de Salário		
CNPJ. (MF) 88.726.592/0001-74		Mês de Competência: AGOSTO/2022		
Código	Nome do Funcionário	CBO	Empr. Local	
-		5142-25	AUXILIAR DE LIMPEZA	
Cód.	Descrição	Referência	Vencimentos	Descontos
1	Salário Mensalista	30	R\$ 1.130,00	
5	Horas extras 100%	0		
25	Falta	0		
27	DSR S/Falta	0		
20	INSS	7,50%		R\$ 84,75
21	IRRF	0%		
84	Vale-transporte	6%	R\$ 67,80	R\$ 67,80
66	Plano de saúde	5%		R\$ 68,25
23	Vale-refeição	10%	R\$ 113,00	
Declaro ter recebido a importância líquida discriminada nesse recibo.			Total Vencimentos	Total Descontos
			R\$ 1.310,80	R\$ 220,80
Data:...../...../.....			Assinatura:.....	Valor Líquido <span style="float: right;">▶ R\$ 1.090,00</span>

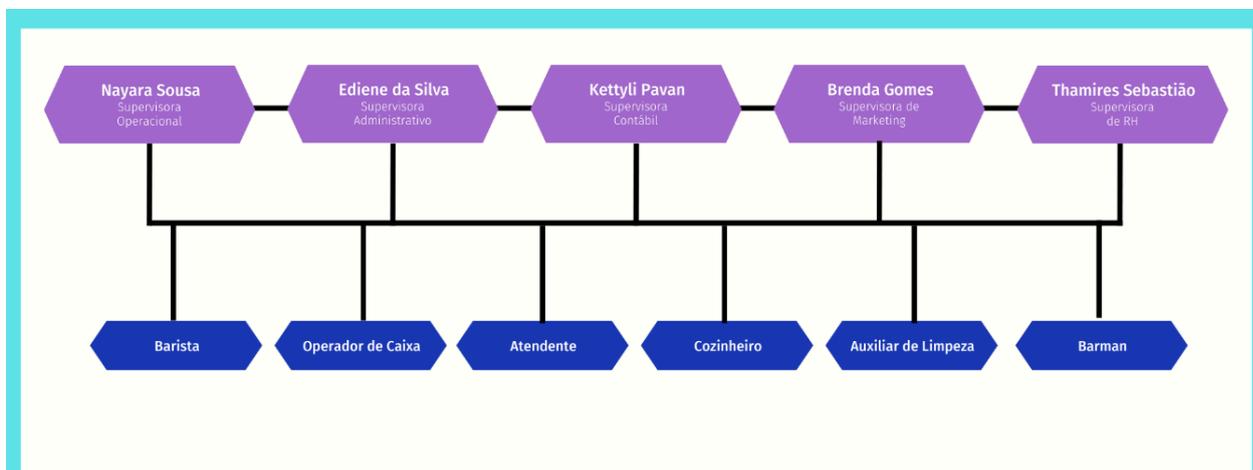
Fonte: Do próprio autor, 2022.

### 5.15. Organograma – Definição

É um método de estrutura fundamental para uma equipe e a gestão de um negócio, pois nela está descrito os cargos ocupados na empresa e também traça uma linha de hierarquia.

### 5.15.1. Organograma Barcoffee

Organograma 1 - Funcionários



Fonte: Do próprio autor, 2022.

### 5.16. Benefícios

Os benefícios oferecidos para os empregados contratados como CLT (Consolidação Das Leis Trabalhistas), garantem a eles:

#### 5.16.1. Registro em carteira

Através dela os funcionários terão seus direitos garantidos por lei, e levará a experiência em carteira. Assim, comprovando o vínculo que teve com a devida empresa.

#### 5.16.2. Recebimento de salário

Todo mês terá o salário em conta, conforme o combinado entre o empregado e o empregador na contratação com os descontos previstos na lei.

#### 5.16.3. Férias de até 30 dias

Oferecido pela CLT é o período em que os colaboradores podem gozar de suas férias, esse direito é concedido após doze meses de trabalho no mesmo estabelecimento.

#### 5.16.4. 1/3 das férias

Deve ser calculado o adicional do 1/3 na remuneração dos empregados, sejam férias individuais ou coletivas.

#### **5.16.5. Seguro-desemprego**

Tem-se como objetivo garantir assistência financeira ao trabalhador dispensado involuntariamente.

#### **5.16.6. Benefício de transporte**

Um auxílio oferecido para o deslocamento do empregado de sua residência até o local de trabalho, o empregador tem direito a descontar, mensalmente, o valor da parcela de 6% do salário básico.

#### **5.16.7. Aviso prévio**

Trata-se de uma comunicação por escrito entre o trabalhador e o empregador, em que um dos indivíduos decide romper o contrato trabalhista sem justo motivo, e por meio desse aviso prévio é combinado que o empregado sirva por mais um período em troca de receber um valor pelos dias corridos que a empresa ofertará, no intuito de manter o empregado até a contratação de um novo em alguns casos.

#### **5.16.8. Fundo de Garantia Por Tempo de Serviço (FGTS)**

Garante aos empregados um fundo de até 8% do salário mensal em caso de demissão sem justa causa, uma forma de proteger o trabalhador.

#### **5.16.9. Instituto Nacional de Seguridade Social**

É realizado mensalmente uma alíquota sobre o salário de cada empregado, segundo o piso e o teto do INSS que mudam anualmente.

#### **5.16.10. Abono Salarial**

É um benefício pago aos trabalhadores, conforme a quantidade de meses no qual trabalhou no ano-base. O valor mínimo é de um salário-mínimo (R\$1.212,00), isso para quem atuou por doze meses. É retirado esse dinheiro, através do Fundo de Amparo do Trabalhador (FAT).

#### **5.16.11. Descanso Semanal Remunerado**

Permite que o empregado tenha ao menos um dia de descanso durante a semana e seja remunerado por isso, garantindo por lei para que o empregado não tenha jornadas de trabalho exaustivas, e assim não seja comprometida sua saúde e integridade física.

#### **5.16.12. Salário Família**

É um valor pago ao empregado que contém uma quantia de filhos e tenha uma baixa renda, dessa forma é concedido um auxílio para aqueles que possuem filhos menores de 14 anos ou filho(s) inválido(s) de qualquer idade.

Conforme apresentado por tópicos, estes são todos os benefícios que os empregados podem usufruir, conforme consta na lei com o objetivo de proteger e garantir os direitos. Dessa forma, a empresa que emprega por meio dessa contratação, deve respeitar o que nele está previsto por contrato social, caso houver alguma divergência pode ter consequências como multas e processos.

#### **5.17. Benefícios oferecidos pelo Barcoffee**

O Barcoffee irá proporcionar para os funcionários benefícios como vale-cultura, com isso os empregados poderão comprar ingressos para teatros, cinemas, shows e outras atividades culturais de uma forma mais barata e acessível. Além disso, dedicaremos festas comemorativas para os aniversários de cada membro da equipe Barcoffee, um gesto de valorização e gratidão pelo esforço de cada um para tornar o atendimento e qualidade de serviço do Barcoffee de alto nível. Ofereceremos também para cada empregado um vale de desconto de 10% a partir de um determinado valor de consumo.

#### **5.18. Normas e Regras**

Para garantir que o produto ou serviço oferecido pela sua empresa seja entregue com qualidade ao cliente, é fundamental que todos os colaboradores estejam motivados e conheçam todas as regras internas.

A forma com que os funcionários enxergam as políticas internas tem impacto direto na percepção que o público externo tem sobre a empresa.

As políticas de RH são um conjunto de regras que determinam como os colaboradores de uma empresa devem se comportar em relação ao trabalho. Elas são

definidas a partir das características de cada empresa.

Não apenas o comportamento no ambiente de trabalho é esclarecido pelas políticas internas, mas também o que se espera da conduta do colaborador do ponto de vista ético. Para criar tais regras é necessário:

- **Fazer uma análise do ambiente interno**

Para construir boas regras, é importante conhecer quais as expectativas dos colaboradores e como está o clima organizacional. Procure saber como é o relacionamento entre colaboradores e gestores, se os processos existentes são cumpridos, por exemplo.

Antes de começar a desenvolver o documento com as novas regras, é necessária uma análise aprofundada da cultura organizacional, pois mudanças drásticas dificilmente serão seguidas.

- **Estabelecer indicadores e metas (taxa de turnover)**

Ela determina se a rotatividade de funcionários de uma empresa é alta ou baixa. Uma taxa de turnover alta significa haver uma baixa retenção de talentos e pode indicar que algo está errado nos processos de contratação. Números como esses podem auxiliar a entender o que precisa mudar internamente.

O setor pode analisar também colocado em prática todas as ações que planejou para um determinado período e, caso a resposta seja negativa, entender o que tem dado errado. Métricas são importantes para identificar falhas no planejamento estratégico.

- **Fazer uma avaliação com os colaboradores**

Uma boa forma de entender pontos de melhoria é realizar pesquisas com os funcionários. Pergunte sobre a satisfação com os processos da empresa e o que eles acreditam que precisa ser otimizado.

- **Receber feedbacks sobre as políticas**

As políticas de RH precisam ser bem definidas e compartilhadas com todos os colaboradores para que possam dar certo. Porém, mesmo seguindo todos os passos para a implementação das novas regras, pode ser que a política não agrade aos colaboradores. Por isso, é necessário receber abertamente os feedbacks de todos os

funcionários e compreender se os pontos expostos fazem ou não sentido. E, se fizerem, buscar corrigi-los de alguma forma.

#### **5.18.1. Normas e regras Barcoffee**

É dever e obrigação de todo colaborador do Barcoffee:

- Realizar diariamente os registros biométricos no relógio ponto corretamente;
- Utilizar o crachá durante todo o período que permanecer na empresa;
- Exercer suas atividades com atenção;
- Participar de todos os treinamentos dados pela Empresa para aprimoramento e capacitação profissional;
- Apresentar-se sempre formal e bem cuidado (higiene pessoal, uniforme limpo e passado, adereços discretos, cabelos e unhas bem tratados);
- Contribuir para um bom clima organizacional na empresa, evitando conversas paralelas e provocações;
- Manter a discrição e cuidado para não divulgar informações da empresa e do cliente;
- Manter seus dados sempre atualizados (endereço, telefone, WhatsApp e e-mail);
- Evite atrasos e ausências não justificadas;
- Evite desperdício de material ou uso indevido de equipamentos;
- Informar a empresa sobre faltas e afastamento por motivo de saúde ou acidente;
- Não utilizar durante os serviços e na sede da empresa roupas como bermudas, camisetas estilo regata ou boné, vestidos muito decotados e curtos, bem como chinelos e rasteirinhas que não se prendem ao pé.

#### **5.18.2. Medidas disciplinares**

#### **5.18.3. Advertência verbal**

Até 2 faltas, atrasos e ausências injustificadas, não utilizar o crachá ou vestimenta inadequada.

#### **5.18.4. Advertência por escrito**

Ter cometido mais de 2 vezes quaisquer das ocorrências citadas a cima, fazer mau uso de equipamentos e dependências da empresa.

#### **5.18.5. Suspensão**

Reincidir em quaisquer uma das ocorrências, onde já tenha recebido advertência escrita, indisciplina.

#### **5.18.6. Dispensa por justa causa**

Reincidência das ocorrências, quando já tiver recebido suspensão, abandono de emprego, não cumprimento do código de conduta, assédio sexual ou moral.

#### **5.18.7. Atestados**

Devem ser entregues no setor de Departamento Pessoal da empresa em até 48 horas. O colaborador deverá no verso do atestado colocar seu nome, n.º do documento (CPF/RG) e a data em que está entregando o mesmo.

#### **5.18.8. Pagamento**

O pagamento de salário é feito em conta bancária duas vezes por mês:

- Todo dia 20 de cada mês o colaborador receberá o equivalente um adiantamento de 40% do seu salário;
- Os outros 60% restantes serão pagos no 5º dia útil de cada mês, onde serão feitos os descontos previstos em lei e os lançamentos de horas extras.

### **6. LOGÍSTICA**

A logística é o processo de planejar, executar e controlar eficientemente o transporte, a movimentação e a armazenagem de produtos/mercadorias, sejam dentro ou fora da empresa, garantindo que cheguem ao destino da melhor forma possível sem o afetar fisicamente.

Segundo BALLOU (1993 p.24), “Logística Empresarial trata de todas as atividades de movimentação e armazenagem, que facilitam o fluxo de produtos desde o ponto de aquisição da matéria-prima até o ponto de consumo final, assim como dos fluxos de informação que colocam os produtos em movimento, com o propósito de providenciar níveis de serviços adequados aos clientes a um custo razoável”.

De uma forma mais simplista, RODRIGUES (2005, p.126) conceitua logística como “Conjunto de atividades direcionadas a agregar valor, otimizando o fluxo de materiais, desde a fonte produtora até o consumidor final, garantindo o suprimento na quantidade certa, de maneira adequada, assegurando sua integridade, a um custo razoável, no menor tempo possível e atendendo a todas as necessidades do cliente”.

#### **6.1. A concepção logística na empresa**

Trata-se de uma das categorias mais amplas, estando relacionada com a

otimização e o aprimoramento da qualidade da operação do negócio. Costuma ter dois focos principais, a experiência do cliente e a redução de custos que é, atualmente, considerada um grande diferencial em um mercado tão competitivo e exigente.

A concepção logística de agrupar conjuntamente as atividades relacionadas ao fluxo de produtos e serviços para administrá-las de forma coletiva é uma evolução natural do pensamento administrativo. As atividades de transporte, estoques e comunicação iniciaram-se antes mesmo da existência de um comércio ativo entre regiões vizinhas. Hoje, as empresas devem realizar essas mesmas atividades como parte essencial de seus negócios, a fim de prover seus clientes com os bens e serviços que eles desejam.

(BALLOU, 1992, p18)

Em primeiro lugar, os custos da movimentação de suprimento das firmas tendem a ser menores do que custos de distribuição, sendo em média 3 a 7% das vendas.

(AMMER, 1974, p12)

Portanto, a logística envolve diversas tarefas e áreas, incluindo cadeia de suprimentos, gestão de frotas, gerenciamento de estoque, contato com fornecedores e outros que, no conjunto, servem para beneficiar empresas e conta como um diferencial “obrigatório” atualmente.

### **6.1.1. A logística, na prática**

Um fator importante para o processo logístico do delivery é a demanda dos pedidos que serão analisados diariamente para manter um estoque adequado para o que é separado para entrega e outro vai ser consumido no próprio estabelecimento.

Nesse sentido haverá um inventário preparado para suprir as demandas dos pedidos semanalmente e um melhor acompanhamento para solicitar o reabastecimento das mercadorias que utilizaremos para o produto final, seja para as bebidas como alimentos. Um método que poderá ser utilizado é a Matriz BCG para buscar o produto que é mais solicitado até o menos, e através disso conseguir ter uma

visão melhor para os pedidos das mercadorias com os fornecedores. No entanto, ter esse cuidado irá evitar um estoque cheio e parado que para a maioria das empresas é considerado um problema.

## 6.2. Canal de suprimentos

A administração dos estoques juntamente a armazenagem de mercadorias são recursos prevendo seu uso futuro. Como é impossível conhecer a exata demanda futura, são usados diversos métodos de acumular o mesmo e garantir que os suprimentos estarão disponíveis na sua eventual demanda.

Pode-se dizer que os estoques possuem diversas finalidades, entre eles:

- melhoram o nível de serviço;
- incentivam economias na produção;
- permitem economias de escala nas compras e no transporte;
- agem como proteção contra aumentos de preços;

Protegem a empresa de incertezas na demanda e no tempo de ressuprimento; e servem como segurança contra contingências.

(BALLOU, 1992, p.204)

Serão feitos estoques de produtos administrativos e de limpeza, além dos aparelhos e eletrônicos utilizados para a execução dos serviços e alimentos fornecidos.

### 6.2.1. Estimativa dos investimentos fixos

#### Máquinas, equipamentos e suprimentos:

Tabela 10 - Máquinas, equipamentos e suprimento

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Máquina de café Profissional Green PROMAC 02	1	R\$16.199,00	R\$16.199,00
2	Choperia Elétrica 3 bicos	1	R\$7.000,00	R\$7.000,00
3	Computadores	4	R\$2.900,00	R\$11.600,00
4	Geladeira	2	R\$2.000,00	R\$4.000,00

5	Expositora/Estufa	1	R\$6.000,00	R\$6.000,00
6	Ar-condicionado	4	R\$1.000,00	R\$4.000,00
7	Freezer	2	R\$4.940,00	R\$9.880,00
8	Forno Elétrico	1	R\$1.500,00	R\$1.500,00
9	Liquidificador	3	R\$200,00	R\$600,00
10	Caixas de Som Principal	2	R\$1.900,00	R\$3.800,00
11	Sistema de Som Ambiente	1	R\$1.984,00	R\$1.984,00
12	Televisão	2	R\$2.499,00	R\$4.998,00
13	Cardápio	20	R\$80,00	R\$1.600,00
14	Fogão Cocktop 5 boas	2	R\$463,00	R\$926,00
15	Chapa de ferro	2	R\$700,00	R\$1.400,00
16	Impressora Fiscal	4	R\$1.500,00	R\$6.000,00
			<b>TOTAL</b>	<b>R\$81,487,00</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### **Matéria-prima (mensal):**

Desenvolvendo o levantamento dos produtos a serem comercializados no Barcoffee, foi planejado a receita e custos no período de um mês. A maioria dos produtos serão comprados pré-fabricados.

Tabela 11 - Matéria-prima (mensal)

	<b>Descrição</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
1	Bebidas Destiladas	100	R\$80,00	R\$8.000,00
2	Cervejas	3.000	R\$3,00	R\$9.000,00
3	Café expresso	3.000	R\$2,56	R\$7.680,00
4	Café com leite	1.500	R\$1,20	R\$1.800,00
5	Refrigerantes - Lata	1.000	R\$2,39	R\$2.390,00
6	Água	300	R\$1,20	R\$360,00
7	Suco de polpa de frutas	200	R\$1,00	R\$200,00

8	Chocolate Quente	800	R\$1,30	R\$1.040,00
9	Cappuccino	900	R\$1,36	R\$
10	Chás	350	R\$3,00	R\$1.050,00
11	Pão de queijo	2.000	R\$0,90	R\$180,00
12	Pão na chapa	1.500	R\$0,68	R\$1.020,00
13	Queijo Quente	1.000	R\$0,85	R\$850,00
14	Porção de Batata frita	500	R\$4,70	R\$2.350,00
15	Porção de Calabresa	180	R\$4,50	R\$810,00
16	Tabua de frios	100	R\$50,00	R\$5.000,00
17	Frutas (limão, laranja) – KG	30	R\$3,25	R\$97,50
18	Amendoim – KG	200	R\$13,00	R\$2.600,00
		<b>19.280</b>	<b>TOTAL</b>	<b>R\$45.651,50</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### Limpeza (mensal):

Tabela 12 - Limpeza (mensal)

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Detergente 5L	12	R\$16,00	R\$192,00
2	Desinfetante 2L	5	R\$5,79	R\$28,95
3	Cloro 5L	3	R\$18,00	R\$54,00
4	Desengraxante 5L	1	R\$34,00	R\$34,00
5	Desengordurante 5L	1	R\$32,00	R\$32,00
6	Limpa vidro 2L	4	R\$28,20	R\$112,80
7	Sabonete Líquido 5L	3	R\$16,00	R\$48,00
8	Alcool 1L	13	R\$5,00	R\$65,00
9	Acool em gel 5L	3	R\$35,00	R\$105,00
10	Papel toalha (1.000un)	5	R\$16,00	R\$80,00

11	Papel Higiênico (32un)	10	R\$40,00	R\$400,00
12	Saco de lixo 100L (5un)	5	R\$10,00	R\$50,00
13	Saco de lixo 50L	10	R\$4,89	R\$48,90
14	Saco de lixo 15L	30	R\$4,69	R\$140,70
15	Luvras (par)	6	R\$8,50	R\$51,00
16	Esponjas (10un)	2	R\$11,23	R\$22,46
17	Sabão em pó 1KG	2	R\$8,68	R\$17,36
18	Pano multiuso PERFEX (50un)	5	R\$13,99	R\$69,95
19	Touca descartável (100un)	1	R\$13,00	R\$13,00
20	Mascara descartável (50un)	3	R\$10,16	R\$30,48
			<b>TOTAL</b>	<b>R\$1.595,64</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### Semestral:

Tabela 13 - Semestral

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Balde 10L	5	R\$4,42	R\$22,10
2	Vassoura	8	R\$11,90	R\$95,20
3	Rodo	8	R\$17,59	R\$140,72
4	Pá de lixo	4	R\$3,83	R\$15,32
5	Vassoura de vaso	4	R\$5,70	R\$22,80
6	Pano de chão (10un)	2	R\$18,05	R\$36,10
7	Pano de prato (20un)	1	R\$49,99	R\$49,99
			<b>TOTAL</b>	<b>R\$382,23</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### Material de escritório

Tabela 14 - Material de escritório

	<b>Descrição</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
1	Caneta BIC (50un)	3	R\$34,99	R\$104,97
2	Sulfite (2500un)	1	R\$200,00	R\$200,00
3	Clipes (500un)	1	R\$18,38	R\$18,38
4	Grampos (1000un)	3	R\$7,40	R\$22,20
5	Grampeador	2	R\$17,30	R\$34,60
6	Furador	2	R\$12,79	R\$25,58
7	Fichário	3	R\$24,89	R\$74,67
8	Pasta sanfonada	5	R\$26,51	R\$132,55
9	Carimbo	3	R\$12,60	R\$37,80
10	Cartucho de tinta	4	R\$58,36	R\$233,44
11	Marca texto (6un)	1	R\$22,30	R\$22,30
12	Fita durex (10un)	1	R\$3,30	R\$13,30
13	Caixa organizadora	3	R\$43,92	R\$43,92
			<b>TOTAL</b>	<b>R\$1.051,55</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### 6.2.2. Razões para manter estoque

As principais razões para manter um estoque são:

- Evitar paradas inesperadas deixando faltar matéria-prima;
- Contribuir na redução de custos nas compras, podendo negociar melhores prazos e preços com os fornecedores;
- Proteção contra o aumento de preço no mercado;
- Proteger a empresa de incertezas na demanda e no tempo de reposição de itens essenciais.

### 6.3. Canal de suprimentos

É um sistema que realiza a organização de pessoas, tarefas, informações e

recursos envolvidos no transporte de produtos ou serviços. Seu objetivo é conectar os setores de uma empresa, com isso tornando o processo mais produtivo e estratégico por meio do Supply Chain Management (gestão de cadeia de suprimentos). No entanto, esse sistema consegue de alinhar a relação com fornecedores e a forma que se realiza as entregas para os clientes.

### **6.3.1. O Canal de Suprimento na prática**

Por meio de fornecedores confiáveis, buscaremos a parceria e a negociação de pó de café e bebidas alcoólicas que serão fornecidas pela AMBEV e várias marcas de café, como, por exemplo, Grão Baggio, Café Intenso, Orfeu, Café do Ponto e Café Nescafé. Antes de realizar as compras, será observado os produtos que terão grande demanda para não ter o excesso de estoque e não ocorrer problemas com a armazenagem. Haverá um acompanhamento do desempenho de cada fornecedor, pois é importante ter uma entrega rápida, no prazo e com preços fixos para evitar discrepância nos custos de tal produto fornecido.

O gerenciamento da cadeia de suprimentos é definido como a coordenação estratégica sistemática das tradicionais funções de negócios e das táticas ao longo dessas funções de negócios no âmbito de uma determinada empresa e ao longo dos negócios no âmbito da cadeia de suprimentos, com objetivo de aperfeiçoar o desempenho a longo prazo das empresas isoladamente e da cadeia de suprimentos como um todo.

(Dewitt, Keebler, Min, Nix, Zacharia, 2001, Vol 22 nº 2, p. 25)

### **6.3.2. Método PEPS**

Atendendo as exigências da Anvisa, por se tratar de um estabelecimento que comercializará alimentos e bebidas, o Barcoffee irá trabalhar com o método PEPS, que significa primeiro a entrar, primeiro a sair.

Ele funciona da seguinte maneira: a mercadoria que chega antes ano estoque deve sair primeiro, e aquela que chega depois vai embora por último e assim conseguimos ter um maior controle dos nossos estoques e conseqüentemente evitar problemas com possíveis fiscalizações.

#### **6.4. Sistema de gestão e controle**

Sistema de informação gerencial SIG é um sistema que reúne ferramentas com informações necessárias para gerenciar uma empresa.

O sistema que escolhemos para o Barcoffee possui ferramentas como a de controle financeiro, fluxo de caixa, controle de vendas e estoque, além de ser também um emissor de notas fiscais eletrônicas e boletos bancários.

Ele nos traz informações internas como produtos em estoque, o volume de vendas e também o lucro dos mesmos. Para não haver perda de dinheiro com um produto que talvez não esteja tendo uma grande rotatividade ou até mesmo de um cliente.

Figura 10 - Egestor (SIG)

Fonte: Egestor, 2022,

The figure displays three screenshots of the Egestor (SIG) web application interface, showing the main dashboard, the 'Produtos e serviços' (Products and services) section, and a financial statement ('Extrato financeiro').

**Top Screenshot: Main Dashboard**

The interface features a sidebar menu with the following items: Financeiro, Vendas, Compras, Clientes, Produtos, Boletos, NF-e, Fiscal, Relatórios, Configurações, Fale com a gente, Expert eGestor, and Assine agora. The main content area displays a 'Para adicionar, clique no ícone de + ao lado do nome do relatório.' (To add, click the + icon next to the report name.) message and a list of 'OPÇÕES' (Options) for various modules: Financeiro, Vendas, Compras, Contatos, Produtos, Fiscal, and Geral.

**Middle Screenshot: Produtos e serviços**

The 'Produtos e serviços' section shows a table of products with the following columns: Cód, Produto, Categoria, Preço Venda, and Estoque. The table contains 4 records:

Cód	Produto	Categoria	Preço Venda	Estoque
1	CAFÉ EXPRESSO	-	R\$ 6,50	0
4	CAPPUCCINO	-	R\$ 8,90	0
3	CHÁ GELADO	-	R\$ 8,00	0
2	CHOCOLATE QUENTE	-	R\$ 7,50	0

The interface also shows a search bar for products and a pagination control indicating '4 registros encontrados' (4 records found).

**Bottom Screenshot: Extrato financeiro**

The 'Extrato financeiro' section displays a warning: 'Logomarca não definida' (Undefined logo) and contact information: 'thamiridsouza3@gmail.com' and 'Fone:'. The financial statement is for the period 'Data inicial: 27/06/2022. Data final: 07/09/2022. Listando todas as contas Caixa' (Listing all Cash accounts). The statement shows the following transactions:

Data pgto	Cód.	Descrição	Valor	Saldo
		Saldo anterior		0,00
07/09/2022	4	Compra de produtos, cód 1, parcela 1/1	-1.370,00	-1.370,00
07/09/2022	5	Compra de produtos, cód 2	-1.524,00	-2.894,00
07/09/2022	6	Compra de produtos, cód 3	-720,00	-3.614,00

## 6.5. Localização

Um estabelecimento bem localizado atrai mais clientes, sendo preciso avaliar o local de maneira estratégica, considerando fator como acessibilidade, concorrência e o perfil do público da região, o sucesso do negócio pode depender da sua boa localização. O ponto comercial não é apenas a localização de um estabelecimento, mas também o reconhecimento do público pelo espaço no qual o comércio está inserido.

O ideal seria que ele estivesse situado em uma boa localização, de preferência próximo de ruas com bastante movimento, mas, muitas vezes, os altos valores dos aluguéis inviabilizam esses locais para a implantação da sua empresa, um bom planejamento financeiro faz toda diferença.

Segundo Pratas e Brito (2019) a localização do ponto de venda bem localizada irá gerar mais vendas e ganhar uma fatia maior do mercado, pois acaba atraindo com mais facilidade seus clientes se comparar com empreendimento mal localizado.

Existe uma série de cuidados para escolher o local ideal para sua empresa, podemos citar alguns deles:

1. **Identificar o público:** entender o perfil do consumidor é um dos primeiros passos na criação ou na expansão de qualquer empresa.
2. **O local deve estar visível para o público:** A visibilidade é uma questão que pode parecer irrelevante, mas faz total diferença no dia a dia, sendo preciso considerá-la na hora de escolher o ponto comercial.
3. **Verificar a acessibilidade:** A falta de acessibilidade pode prejudicar a movimentação e te fazer perder boas oportunidades.
4. **Analisar e considerar o fluxo de pessoas na área:** quanto mais pessoas circulando perto da sua empresa, maiores são as chances de encontrar clientes em potencial.
5. **Verificar a concorrência:** em alguns casos, escolher um ponto próximo a concorrentes pode ser muito vantajoso.
6. **Certificar de que o imóvel cabe no orçamento:** independente se você irá comprar ou alugar o ponto comercial, é preciso ter um planejamento financeiro bem estabelecido para a transação, afinal você está assumindo um compromisso.

**7. Pensar na segurança:** vale destacar a importância de ter um local seguro, tranquilo, livre de problemas e ameaças. Um bom ponto comercial deve ser um local movimentado, com boa infraestrutura e que ofereça comodidade tanto aos clientes quanto aos seus colaboradores.

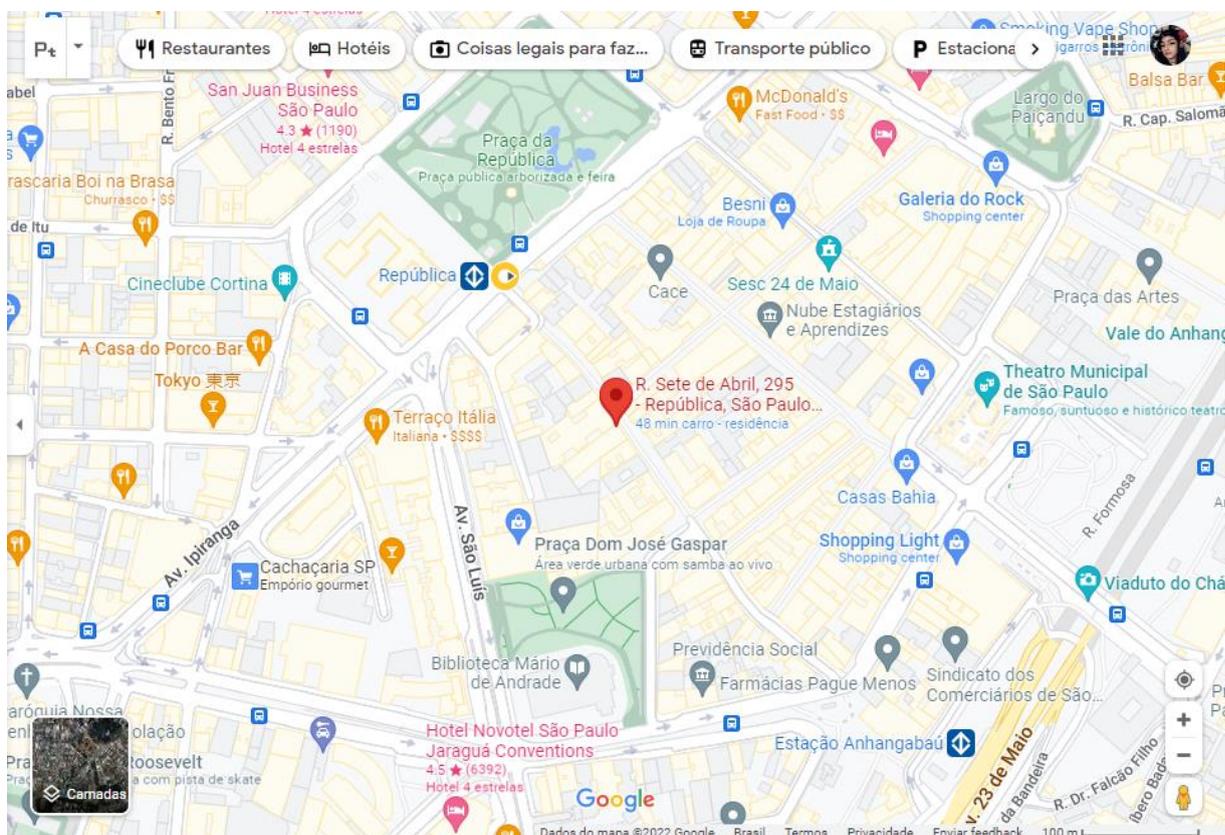
A loja física do Barcoffee será na Rua 7 de Abril N.º 295, Bairro República - SP. Essa região é conhecida atualmente por concentrar muitos escritórios, bancos e empresas. A região conta também com praças, shopping, bares, restaurantes e o famoso Teatro Municipal, muito frequentado pela população que circula na região.

Importante lembrar que a localização é de fácil acesso à linha do metrô, ônibus e ruas principais no centro de São Paulo, e com segurança por ter grande fluxo de pessoas e maior visibilidade.

O nosso objetivo é atingirmos um público que tende a consumir café por conta do trabalho frequente em frente a uma tela de computador ou reuniões longas e cansativas, enquanto também atenderemos os jovens que gostam de passear pela República aos finais de semana e de frequentar ambientes diferenciados.

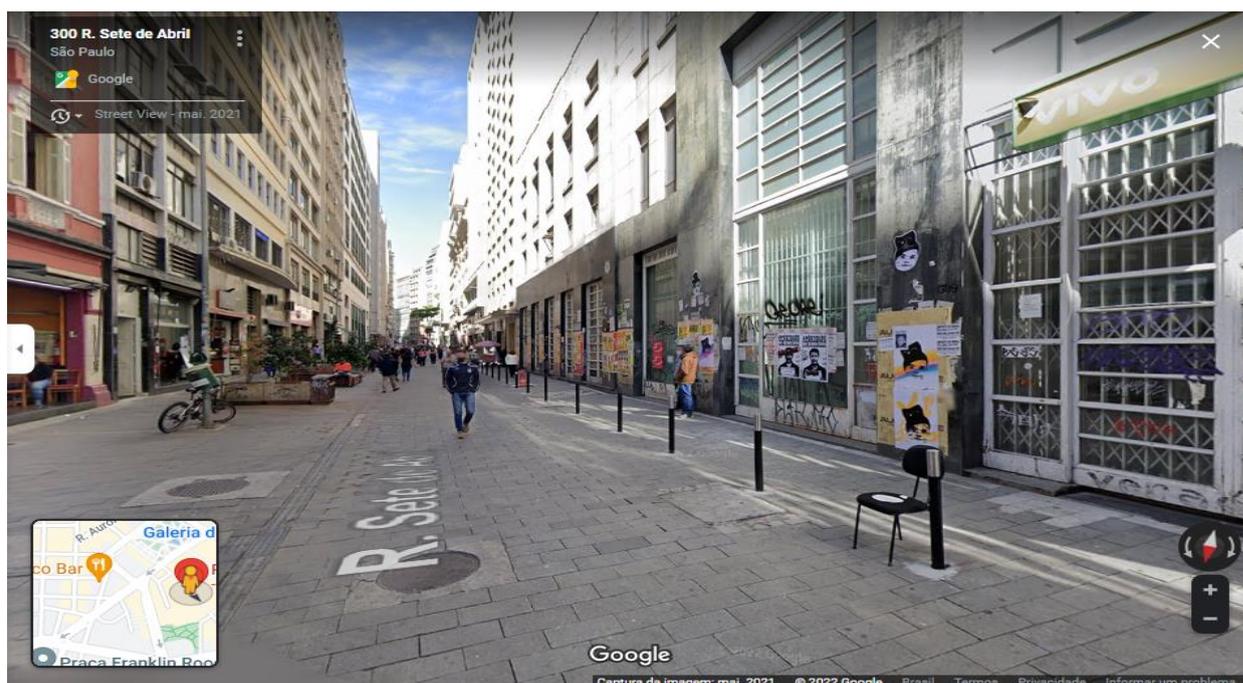
Localização Barcoffee no mapa:

Figura 11 - Localização do Barcoffee



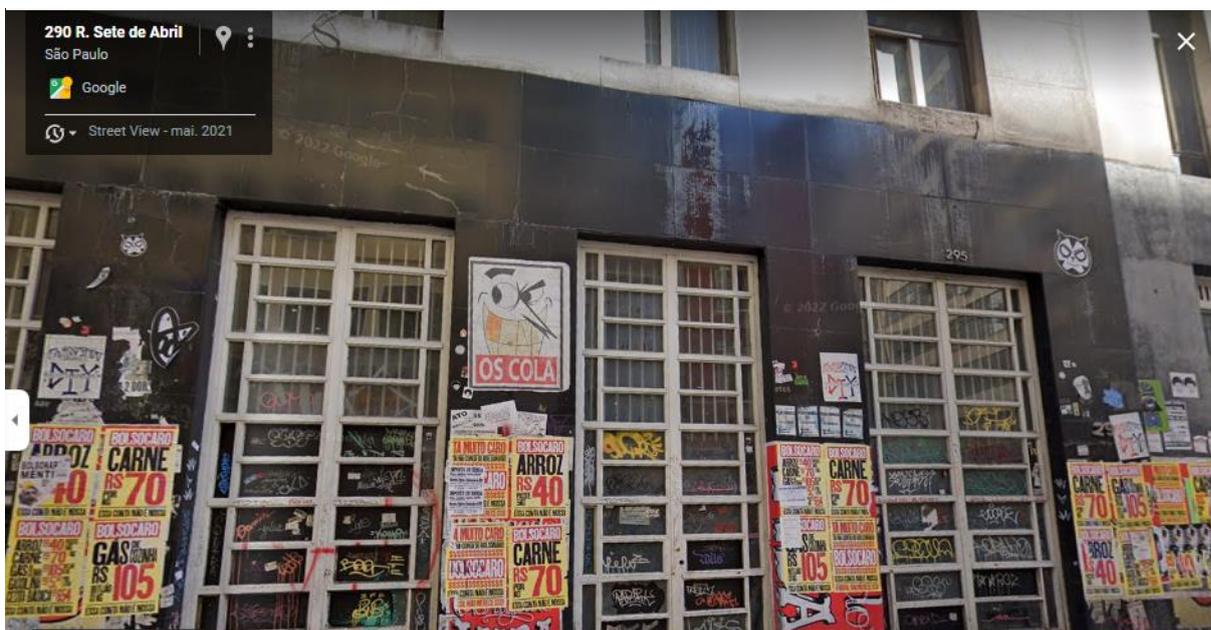
Fonte: Google Maps, 2022.

Figura 12 - Foto da rua



Fonte: Google Maps, 2022.

Figura 13 - Frente do estabelecimento

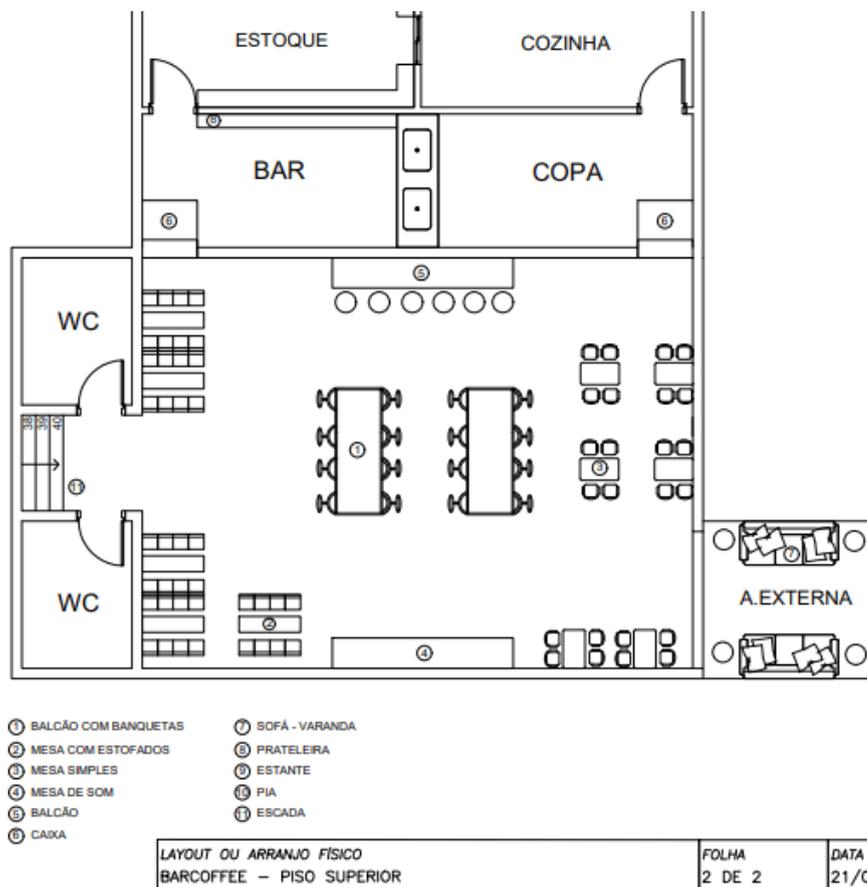


Fonte: Google Maps, 2022.

## 6.6. Layout

O layout serve basicamente para definir ou redefinir o arranjo físico de uma instalação. Dessa forma, máquinas, equipamentos, áreas de movimentação e estoques são integrados e posicionados de uma maneira mais harmonizada para um melhor tráfego tanto para os clientes como para os funcionários.

### Planta 1 - Barcoffee



Fonte: Do próprio autor.

## 6.7. Fachada

A fachada é uma excelente forma de chamar a atenção do público e atrair pessoas que passam pelo local.

Uma boa fachada deve ainda passar a personalidade da empresa e se destaca da concorrência.

Investir em uma fachada moderna, atraente e bem planejada resulta em uma série de vantagens para o empreendimento, e pode trazer bons retornos para a marca a médio e longo prazo.

Benefícios de ter uma fachada comercial:

- Mais destaque da empresa no mercado;
- Maior atração de clientes;
- Mais oportunidades de venda;

- Melhor retorno financeiro;
- Renovação do ambiente;
- Maior apelo visual.



## **7. SUSTENTABILIDADE**

### **7.1. Sustentabilidade em sua definição**

Sustentabilidade refere-se ao princípio da busca pelo equilíbrio entre a disponibilidade dos recursos naturais e a exploração deles por parte da sociedade. Ou seja, visa a equilibrar a preservação do meio ambiente e o que ele pode oferecer em consonância com a qualidade de vida da população.

O termo sustentabilidade surge da necessidade de discussão a respeito da forma como a sociedade vem explorando e usando os recursos naturais, pensando em alternativas de preservá-lo, evitando, assim, que esses recursos se esgotem na natureza. A definição de sustentabilidade está atrelada ao conceito de desenvolvimento sustentável.

Atualmente, muito é comentado sobre desenvolvimento sustentável, visto o despertar de consciência da sociedade toda a ideia de que os recursos naturais não são infinitos como muitos pensavam. As inúmeras discussões por parte da comunidade científica acerca das questões relacionadas ao meio ambiente e sua

intensa degradação por parte da ação antrópica também colocaram esse termo em evidência.

## **7.2. Sustentabilidade empresarial**

Atualmente, a sustentabilidade empresarial pode ser definida pelo conjunto de práticas que aliam uma empresa ao meio ambiente. Para isso, as organizações criam condições para que as suas atividades possam “sustentar-se” a longo prazo, a partir de ações que minimizem os impactos ambientais.

Considerado uma potencial vantagem competitiva, quando aplicam os princípios da sustentabilidade, os pequenos negócios podem desenvolver atividades lucrativas com alto valor social e utilizar de maneira racional os recursos naturais.

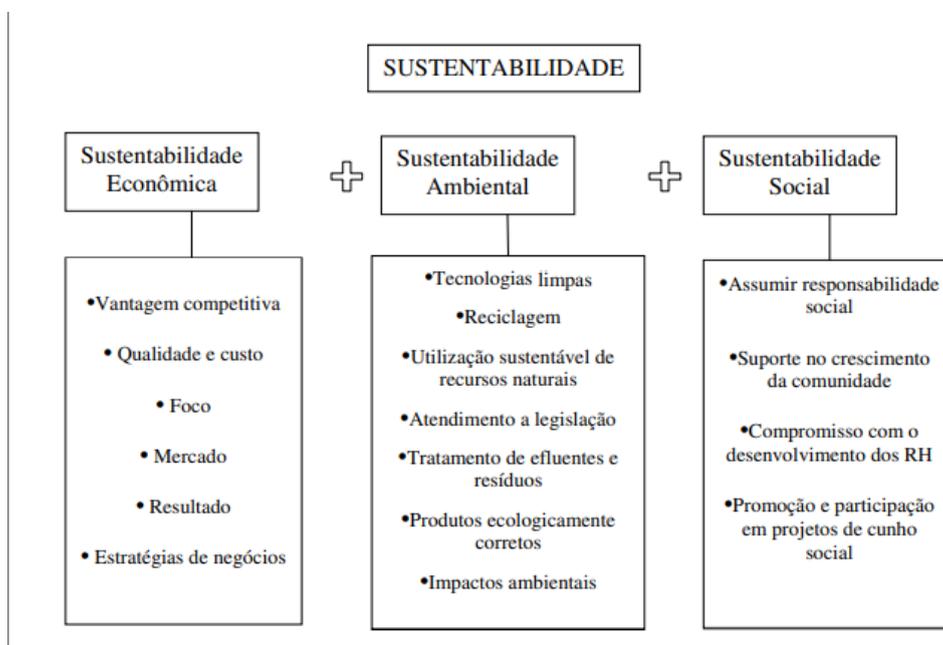
Segundo Jonh Elkington, empresário norte-americano fundador da Sustainability: “é preciso que os negócios sejam feitos levando-se em consideração o equilíbrio entre os fatores ambientais, sociais e econômicos, e os resultados das empresas precisam refletir esse equilíbrio”.

Quando se menciona desenvolvimento sustentável, uma vez que muitos utilizam o termo para designar a expectativa de que o país entre numa fase de crescimento que se mantenha ao longo do tempo, faz com que tal forma de desenvolvimento pressuponha a expansão econômica permanente, gerando melhoria nos indicadores sociais, além da preservação ambiental (ALTENFELDER, 2004).

O objetivo fundamental de qualquer organização é obter o maior retorno possível sobre o capital investido e para que isso ocorra, são utilizadas diversas ferramentas que os coloquem a frente de seus concorrentes, obtendo vantagem competitiva e conseqüentemente uma maior fatia de mercado. No entanto, com as mudanças em sentido global, além dos fatores econômicos e estruturais, outros começam a fazer parte da responsabilidade das empresas, as questões do meio ambiente natural e as questões sociais. Para que as organizações possam contribuir para a sustentabilidade devem modificar seus processos produtivos, quando for necessário, para se tornarem ecologicamente sustentáveis. Isto implica em construir sistemas de produção que não causem impactos negativos e mesmo estejam contribuindo para a recuperação de áreas degradadas ou oferecendo produtos e serviços que contribuam para a melhoria da performance ambiental dos consumidores e clientes de uma indústria (CORAL, 2002).

Modelo de sustentabilidade a ser aplicado pelas empresas:

Figura 14 - Modelo de sustentabilidade empresarial



Fonte: Coral, 2002.

### 7.3. Tripés da Sustentabilidade

O tripé da sustentabilidade é um conceito que engloba os resultados de uma organização considerando três pilares, social, ambiental e financeiro. A esse novo conceito de sustentabilidade empresarial foi dado o nome de Triple Bottom Line – tripé da sustentabilidade, em português. Segundo essa noção, as dimensões econômica, ambiental e social devem estar em equilíbrio no resultado das empresas. Esses pilares são adotados até mesmo por empresas de capital aberto na bolsa de valores.

Assim, esse é um tema que já vem sendo debatido há algum tempo, até mesmo pela complexidade que ele representa no mundo. Os três pilares do tripé da sustentabilidade, também conhecidos como 3P, são: People, Planet and Profit. Traduzindo ao português, eles significam; pessoas, planeta e lucro. Em resumo, o tratamento dos colaboradores precisa ser humanizado e a responsabilidade social e ambiental precisa ser cumprida pela organização.

#### • Social

Esse é o pilar que trata sobre a sustentabilidade social. Ou seja, como a

empresa impacta o contexto que está inserida. Existem duas formas de avaliar esse impacto social de uma organização: internamente, e externamente. É preciso ter o compromisso com a comunidade, ajudá mostrando apoio ao bem-estar social de todos, por meio de cultura, lazer e educação etc, e com os colaboradores também, internamente a empresa precisa ser flexível, remunerar justamente sua equipe, oferecer benefícios, gerar inclusão e diversidade e dar suporte para todos.

- **Ambiental**

A sustentabilidade ambiental são as ações da empresa para eliminar ou, ao menos, amenizar o impacto negativo causado por suas atividades. Entram neste item o uso eficiente de matérias-primas, energias renováveis, reciclagem e outras diversas ações.

Portanto, o foco desse pilar é manter práticas de produção mais adequadas, com descarte correto de matéria-prima e controle na emissão de poluentes. Dessa forma, quanto mais adequadas forem as práticas da produção, e quanto menos impactos elas exercerem sobre o meio ambiente, mais sustentável a empresa é.

- **Financeiro**

A sustentabilidade econômica diz respeito como a empresa cuida do seu patrimônio. Ou seja, como ela reinveste em novos equipamentos e ferramentas que garantam mais eficiência e rentabilidade. Além disso, a própria transparência em relação à divulgação dos resultados, o comprometimento com os acionistas, também fazem parte da sustentabilidade econômica. Dessa forma, a empresa precisa se comprometer em demonstrar os seus resultados de maneira adequada, seguindo todas as normas e, ao mesmo tempo que sustenta os recursos naturais e promove qualidade de vida.

O consumidor consciente sabe que pode ser um agente transformador da sociedade por meio do seu ato de consumo, escolhendo empresas que prezam pelos mesmos valores. Ele está atento ao “**discurso verde**”, buscando de fato as empresas que estão comprometidas com a sustentabilidade.

#### **7.4. Visão atual do mercado sobre a sustentabilidade**

A sustentabilidade no mundo atual se tornou indispensável, pois há uma pressão dos consumidores sobre as empresas. Na qual exige essa preocupação com

o meio ambiente, e conseqüentemente elas se adaptam para além de agradar o seu público, fazer sua parte social. Nesse aspecto o desenvolvimento das empresas e indústrias estão muito ligadas a sustentabilidade, pois o crescimento de tal parti da economia pelo mundo, assim ter consciência e aderir à proteção das visões sociais, ambientais e econômicas se torna vantagem.

Atualmente, as empresas começaram a adotar boas práticas como o reaproveitamento de água, reutilização de matéria-prima, economia de energia elétrica e até mesmo com campanhas para incentivar a educação ambiental.

A econômica engloba diferentes estratégias sobre a sustentabilidade. O cuidado dos ativos é uma delas, como equipamentos e ferramentas, que minimizam o desperdício de recursos e garante a continuidade das operações. É imprescindível no mundo atual investir em ações sustentáveis. Além disso, outro ponto fundamental é seguir as normas ambientais impostas por lei, como a Lei da Política Nacional do Meio Ambiente 6.938/1981, Lei dos Crimes Ambientais 9.605/1998, Política Nacional dos Resíduos Sólidos 12.305/2010 e entre outras.

A integração das bases do tripé da sustentabilidade é uma tarefa complexa que requer muitas vezes mudanças na cultura organizacional, nos processos produtivos e na mentalidade de todos que fazem parte da organização. No entanto, quando se alcança a meta, os resultados são promissores e a implementação de novas normas mais aceitáveis para os colaboradores. No entanto, ao incrementar um modelo sustentável a empresa começa a obter benefícios, como ética profissional, boas práticas de cidadania, gera uma imagem positiva no mercado e satisfação aos colaboradores. Uma empresa que utiliza o conceito da sustentabilidade empresarial é a Natura que viabiliza a economia circular, ela tem como meta ter 100% das embalagens reutilizáveis, recicláveis ou com postáveis até 2030.

Sistema regenerativo em que a entrada de recursos, desperdícios, emissões, e perda de energia são minimizados diminuindo-se a velocidade, fechando e estreitando os ciclos de materiais e energia. Isso pode ser atingido por meio de design robusto de produtos com vida longa, manutenção, reparo, reuso, remanufatura, condicionamento e reciclagem.

(GEISSDOERFER, 2019, v. 143, p. 75)

### **7.5. Sustentabilidade aplicada em nossa empresa**

Para o nosso projeto pensamos em utilizar meios sustentáveis, como, por exemplo, reduzir os gastos de energia elétrica dentro da nossa empresa. Para isso preparamos um ambiente mais aberto com janelas para aproveitar a luz natural, dessa maneira não será necessário o uso de tantas lâmpadas como a principal forma de iluminação, no entanto, reduziremos gastos financeiros e diminuiremos o uso de energia elétrica.

Outro meio sustentável iremos utilizar é com o investimento em uma cisterna para armazenar água da chuva para podermos utilizar não só na limpeza do nosso ambiente que será lavado diariamente, mas também nas descargas de nossos banheiros. De acordo com nossas pesquisas a reutilização da água armazenada em cisternas produz uma economia de 50% na sua conta, conforme um artigo no portal do G1 Globo.

Além disso, criaremos dentro do nosso ambiente a chamada educação ambiental, que nada mais é que uma ação que visa diminuir a geração de resíduos através do consumo consciente. Contaremos com locais separados e devidamente identificados para descarte de resíduos e também teremos a parte de reutilização/reciclagem, por exemplo, a reutilização de recipientes de produtos de limpeza e o reaproveitamento dos lixos descartados corretamente para ser entregue a um local preparado para reciclar esses resíduos como ONG's.

Seremos uma empresa totalmente adepta ao uso de embalagens econômicas tanto para nossos produtos de venda como os de consumo interno, como materiais de limpeza e higiene.

Inicialmente, devido ao capital disponível não temos como investir em grandes tecnologias e dispositivos para aumentar a questão da sustentabilidade dentro da nossa empresa, mas a partir do momento em que nosso empreendimento estiver se pagando sozinho e todo o investimento for recuperado, iremos adquirir mais meios de desenvolver uma empresa mais sustentável. De acordo, com o retorno financeiro em um prazo de 1 ano e meio será possível desenvolver esse projeto de trazer mais ações sustentáveis, por meio de recursos tecnológicos e o auxílio de ONG's para converter o lixo descartado em um novo material.

## **7.6. A logística reversa**

A logística reversa na indústria de alimentos e bebidas possui um importante caráter socioambiental. Afinal, ela permite reaproveitar resíduos ou dar a destinação correta a eles, minimizando os impactos no meio ambiente e colaborando para o desenvolvimento econômico e social

Segundo a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), a logística reversa é responsabilidade de todas as pessoas físicas e jurídicas, produtoras e comerciantes.

A legislação define a logística reversa como uma série de ações e procedimentos cujo o objetivo é viabilizar uma coleta segura dos resíduos sólidos, seja para reaproveitamento ou destinação apropriada.

É uma responsabilidade compartilhada entre a sociedade, as indústrias e os comerciantes em geral. O objetivo é reduzir a quantidade de lixo no meio ambiente, preocupando-se com a relação da empresa e dos consumidores com o meio ambiente e o consumo sustentável.

Além de agregar valor e visibilidade á marca, retirar adequadamente ou reintegrar os resíduos ao ciclo produtivo garante uma redução de custos com matéria-prima e insumos.

Visto a importância de uma gestão responsável, nós da Barcoffee optamos por ter pontos de coletas de resíduos sólidos no estabelecimento. Faremos a divisão de lixos orgânicos e lixos secos, os quais serão devidamente separados e encaminhados a ONGs e instituições parceiras, as quais serão responsáveis por realizar a reciclagem correta das embalagens.

Posteriormente, temos como intuito realizar sorteios mensais para clientes que trouxerem seus resíduos, para que entendam a importância e os incentive a continuarem o processo de reciclagem em suas casas.

## **8. FINANCEIRO**

### **8.1. Planejamento Financeiro**

Administração financeira é a gestão dos recursos financeiros, pertencentes à empresa. Trata-se de uma gestão de extrema importância para as organizações, é por meio desta administração que se pode contabilizar seus resultados de forma eficaz e visualizar de forma facilitada, onde estão sendo aplicado seus recursos. A

administração financeira se utiliza de dados contábeis para formular suas decisões, para que a empresa tenha um desempenho elevado, trazendo recursos ao caixa para a realização de novos investimentos. Ao utilizá de forma correta, pode-se gerar inúmeros benefícios como a otimização dos processos internos, trabalhando de forma mais eficaz para obtenção de recursos, diminuindo gastos desnecessários, evitando desperdícios nas operações, visando sempre o melhor caminho para a geração de receita.

Para uma correta administração financeira permite que se visualize a atual situação da empresa. Registros adequados permitem análises e colaboram com o planejamento de aperfeiçoar resultados.

A falta da administração financeira pode causar os seguintes problemas:

- Não ter as informações corretas sobre o saldo do caixa, valor dos estoques das mercadorias, valor das contas a receber e das contas a pagar, volume das despesas fixas e financeiras. Isso ocorre porque não é feito o registro adequado das transações realizadas;
- Não saber se a empresa esta tendo lucro ou prejuízo em suas atividades operacionais, porque não é elaborado o demonstrativo de resultados;
- Não calcular corretamente o preço de venda, porque não são conhecidos seus custos e despesas;
- Não conhecer corretamente o volume e a origem dos recebimentos, porque não é elaborado um fluxo de caixa, um controle do movimento diário do caixa;
- Não saber o valor patrimonial da empresa, porque não é elaborado o balanço patrimonial;
- Não saber quantos sócios retiram pró-labore, porque não é estabelecido um valor fixo para a remuneração de sócios;
- Não saber administrar o capital de giro da empresa, porque o ciclo financeiro de suas operações não é conhecido;

Essa área administrativa é crucial para manter a empresa realizando suas atividades, possibilita o funcionamento de forma correta, sistêmica e sinérgica, passando recursos para outros setores, garantindo a realização das atividades

necessárias, objetivando o lucro, controlando a entrada e saída de recursos financeiros, sempre tencionando a viabilidade dos negócios, e que esses negócios proporcionam não somente o crescimento da empresa, mas, que garantem também sua estabilidade dentre as oscilações do mercado.

Fazer com que o retorno de capital se torne maior que o capital investido é o objetivo dessa administração, ou seja, fazer com que o retorno dos ativos seja maior que o custo total do passivo.

Como exemplo de instituição responsável pela administração financeira de grandes empresas, temos a CFO (Chief Financial Officer), sendo a responsável por gerir toda essa área, onde é responsável por analisar as taxa de retorno de investimentos, administrar o capital de giro, acompanhar os desvios de budget (orçamento) recolocando-o na direção correta.

Conclui-se que, a gestão financeira é um conjunto de ações e procedimentos administrativos que envolvem o planejamento, a análise e o controle das atividades financeiras da empresa. O Objetivo é melhorar os resultados apresentados pela empresa e aumentar o valor do patrimônio por meio da geração de lucro líquido. Vê-se o quão importante é administrar o financeiro de forma correta, tomar decisões hábeis, fazendo um controle de forma eficaz e conduzir a empresa ao sucesso.

## **8.2. Objetivo e responsabilidade da administração Financeira**

A administração financeira é responsável pela aquisição, distribuição e gestão dos recursos financeiros de uma empresa. Seus principais objetivos são:

- Fornecer um fluxo constante e suficiente de capital;
- Garantir que todos os sócios recebam corretamente os retornos, que dependerão da capacidade de ganho, preço de mercado e expectativas;
- Garantir o uso adequado dos fundos. Uma vez que adquiridos, devem ser aplicados da melhor maneira possível e com o menor custo;
- Garantir a segurança do investimento. Isso significa que a empresa precisa investir seu capital de forma segura para poder obter uma taxa de retorno adequada.

Para planejar uma estrutura de capital eficiente deve-se haver uma composição de capital sólida e justa, de modo que seja mantido um equilíbrio entre as dívidas e capital próprio.

A administração Financeira pode ser subdividida em três segmentos: Finanças Corporativas, Mercado Financeiro e Finanças Pessoais

Organograma 2 - Esquema financeiro



Fonte: Imagens Google, 2022.

**Mercado Financeiro:** depende do comportamento do mercado, de seus diferentes títulos e valores mobiliários, bem como as instituições que atuam nesse segmento.

**Finanças Corporativas:** tem como objeto estudar os processos e tomadas de decisões nas empresas.

**Finanças Pessoais:** estuda os financiamentos e investimentos da pessoa física e suas relações com o Mercado Financeiro.

O administrador financeiro precisa ter uma visão integral da organização para detectar oportunidades e ameaças, tanto internas, quanto externas. É de extrema importância que ele consiga analisar dados e informações e fazer inferências acerca dos comportamentos e ações futuras.

Administrar em resumo, é decidir. Todo administrador financeiro deve ser um especialista em tomar decisões certas. É necessário considerar a escassez de recursos e a realidade operacional e prática das organizações. Não basta apenas captar e alocar capital, é necessário administrar os recursos para gerar resultados financeiros e econômicos, garantindo a continuidade da empresa e criar valor. A continuidade de uma empresa é diretamente dependente das decisões tomadas por seus administradores.

### 8.3. Funções Financeiras

A função de Administração Financeira, no ambiente empresarial, volta-se essencialmente para as seguintes funções:

**1) Planejamento Financeiro:** evidenciar a necessidade de crescimento da organização; identificar problemas e desafios futuros; selecionar ativos rentáveis e condizentes com a empresa; estabelecer rentabilidade mínima dos ativos;

**2) Controle financeiro ou Controladoria:** acompanhar e avaliar o desempenho financeiro da empresa; analisar desvios dos indicadores financeiros (há pelo menos 200 deles), comparando o previsto com o realizado; definir medidas corretivas básicas; implementar medidas corretivas; verificar eficácia;

**3) Administração de Ativos:** estabelecer a melhor estrutura em termos de risco e retorno dos ativos; acompanhar defasagens entre entradas e saídas (fluxo de caixa, gestão do capital de giro);

**4) Administração de Passivos:** gerencia estrutura de capital (financiamentos) da organização; garantir a estrutura de capital mais eficaz em termos de liquidez, risco financeiro e redução de custos.

De maneira simplificada, independentemente da natureza da atividade operacional praticada, a organização é tomadora de duas grandes decisões: decisão de investimento, ou seja, aplicação de recursos; e decisão de financiamento, ou seja, captação de recursos.

A decisão de dividendos engloba a alocação do resultado líquido da empresa, normalmente inclusa na área de financiamento, pois representa uma alternativa para financiar suas atividades. Dividendo envolve distribuir parte do lucro aos acionistas ou manter esses recursos retidos, visando lastrear seus negócios, considerando sempre o custo de oportunidade.

Para uma empresa, a tomada de decisão financeira é um processo contínuo e inevitável. Das três decisões (de investimento, de financiamento e de dividendos), a decisão de investimento é considerada a mais importante, pois envolve a identificação, avaliação e seleção da melhor opção de alocação de recursos capaz de auferir o maior resultado econômico futuro. A decisão acertada não é aquela que gera um resultado econômico futuro, mas a que gera o maior resultado econômico

futuro possível. Entretanto, a decisão de investimento sempre envolve um risco, pois há um grau variável de incerteza com relação à realização futura de lucros, demandando estudos probabilísticos e estatísticos para a avaliação da relação risco-retorno.

Criar valor é o objetivo último da decisão de investimento. A criação de valor ocorre quando o retorno do investimento excede a taxa de retorno exigida pelos credores e acionistas, ou seja, o custo de capital. A decisão de investimento deve considerar o planejamento estratégico (plano futuro para a condução da empresa), em busca da manutenção da continuidade e viabilidade do negócio.

Outro importante elemento a ser considerado é a taxa de retorno exigida pelos proprietários (o quanto o empresário quer ter de lucro). A Administração e, por conseguinte, a Administração Financeira, é uma ciência voltada para objetivos. Não se trata de administrar por administrar, mas sim administrar por uma meta, por um objetivo. Os objetivos devem ser mensurados e enquadrados numa dimensão temporal, isto é, devemos saber o quanto a empresa pretende obter de lucro e em quanto tempo ela pretende realizar esse objetivo.

A decisão de financiamento, por sua vez, objetiva o menor custo de capital possível. Esse custo de capital reduzido é obtido quando escolhemos as melhores fontes de financiamento e estabelecemos a melhor proporção entre capital de terceiros e capital próprio. Fazemos isso por meio de modelos matemáticos (ponto de equilíbrio, alavancagem, etc.). A decisão de financiamento busca preservar a capacidade de pagamento (viabilidade financeira) e a capacidade de auferir ganhos superiores aos seus custos (viabilidade econômica). Ou seja, as decisões de financiamento devem adequar o passivo aos parâmetros de rentabilidade e liquidez da aplicação desses recursos.

#### **8.4. Riscos inerentes às decisões financeiras**

Riscos financeiros existem para todo e qualquer porte de empresa, com grande ou menor possibilidade de exposição a estes perigos. Em algum momento, a organização pode estar diante de uma incerteza que pode levá-la a desvalorizar seus ativos ou até mesmo perder dinheiro. Contudo, ter o controle desses riscos podem ajudar a reverter a situação e utilizá-la ao seu favor, basta acompanhar a microeconomia e macroeconomia, na qual engloba o crescimento da economia, o

pleno emprego, a estabilidade de preços e o controle inflacionário, enquanto o micro foca no comportamento econômico individual, direcionado somente em mercados específicos e nos movimentos de produtores e consumidores, sem considerar o conjunto geral da economia. Através dessas análises a empresa pode evitar tal risco de crédito, liquidez, operacional, cambial, taxa de juros, financiamento e risco legal e serviços regulatórios. Para gerenciar adequadamente os riscos, vale a pena também capitalizar recursos tecnológicos e de automação capaz de eliminar o retrabalho, ter controle das informações e oferecer insights. Desta maneira, as horas ganhas sem as tarefas repetitivas podem ser reinvestidas em atividades mais complexas e produtivas para a empresa.

A microeconomia tem grande relevância para o processo de mapeamento dos cenários de negócios, por meio dela é possível ter uma visão dos mais diferentes históricos de abordagem, ou seja, obter estratégias para escapar de riscos inerentes. Um dos riscos mais alarmantes para o Barcoffee são os preços dos produtos, já que na área que se localizará nosso negócio também haverá concorrentes, nos quais ofereceram produtos semelhantes. Já refutando essa ameaça e transformando ela ao nosso favor, serão agregados valor ao nosso produto em detalhes, como, por exemplo, o acompanhamento de um pedaço personalizado de chocolate ao lado da xícara. Portanto, serviremos além do produto a experiência de se estar em uma cafeteria bar. Transformaremos as visitas ao nosso café em momentos inesquecíveis e os preços de um lugar e serviços de qualidade irrelevante.

Para a maior parte das questões de estratégia, fechar o foco nos conjuntos de participantes com impacto direto sobre a lucratividade da própria empresa é mais útil do que revisar a economia como um todo. Em termos operacionais, o desafio para o estrategista é decidir quão amplamente (ou estreitamente) focalizará o mapeamento do cenário dos negócios.

(GHEMAWAT, p.46, 2000)

## **8.5. O objetivo da empresa no contexto da Administração Financeira**

O processo de tomada de decisão financeira deve começar pela definição do objetivo a ser perseguido, de forma que o processo de decisão seja totalmente

orientado para a escolha das melhores ações que permita a consecução dos objetivos pretendidos. Objetivo permite, ainda, avaliar o grau de eficácia das decisões tomadas em relação aos resultados obtidos.

Atkinson (2011) classifica os objetivos empresariais em primários e secundários:

a) **Objetivos primários:** nas empresas privadas é o lucro e a riqueza de seus proprietários. Nas organizações sem fins lucrativos e governo, são objetivos multidimensionais geradores de bem-estar social.

b) **Objetivos secundários:** são os meios que levam ao atingimento dos objetivos primários. Qualidade, satisfação do cliente, inovação, qualificação de funcionários, posição competitiva no mercado, produtividade, eficiência, qualidade da administração, competitividade no mundo globalizado, responsabilidade pública e social da empresa, responsabilidade ambiental, etc. Os objetivos secundários nada mais são que meios para se atingir os objetivos primários.

O ponto de partida, portanto, é o retorno exigido pelos proprietários da empresa. Desta forma, o propósito de maximização da riqueza dos proprietários é totalmente coerente com o objetivo da Administração Financeira: criar valor.

#### **8.5.1. Medição do objetivo da Administração Financeira**

A Administração Financeira, visando maximizar a riqueza dos proprietários da empresa, deve dedicar-se a avaliação da empresa e das decisões financeiras em termos de seu impacto na criação de valor. O propósito de criar valor pode ser desmembrado em sub-objetivos:

**I. Maximizar o lucro:** O lucro é uma boa medida de eficácia organizacional. Entretanto, está sujeito a diversas restrições e questionamentos. O lucro é determinado por princípios contábeis amplamente aceitos, não evidenciam a capacidade de pagamento da organização, pois se baseia no regime de competência, e não no de caixa. Outra crítica é que o lucro contábil não mensura o risco inerente à atividade empresarial, pois as projeções não consideram o risco de variações nos fluxos de rendimento. O lucro, portanto, é uma (e não a única) das medidas de desempenho das empresas.

**II. Maximizar o valor de mercado da empresa:** O valor de mercado é considerado

um dos melhores critérios para a tomada de decisões financeiras. De fato, os benefícios operacionais podem ser expressos em termos de fluxo de caixa, que devem ser descontados a valor presente mediante uma taxa mínima de atratividade. Essa taxa deve refletir a remuneração mínima aceitável para os acionistas diante do risco assumido. Duas variáveis são determinantes para o cálculo do valor de mercado da empresa: o retorno de caixa esperado e a taxa de oportunidade envolvida. O que importa aqui é a capacidade de gerar resultado futuro, e não o histórico de resultado acumulado. Portanto, o objetivo é promover a maximização do valor de mercado da ação da empresa.

**III. Maximizar a riqueza e garantir a continuidade do empreendimento:** A elevação da riqueza do acionista é conseguida mediante incremento no valor econômico da ação da empresa, constituindo o objetivo principal das empresas. Esse processo envolve a detecção de oportunidades, e a implementação de avanços na gestão, tecnologia e inovação.

O objetivo de geração de riqueza (objetivo primário) não deve ser visto de forma isolada, mas sim como consequência da consecução dos objetivos secundários. Modernamente, as empresas devem incorporar objetivos ambientais e sociais, visando atender aos anseios da sociedade, possibilitando a sustentabilidade empresarial.

A sustentabilidade é alcançada quando a empresa busca atender ao conjunto dos seus *stakeholders* (partes interessadas) com transparência e ética. Desta forma, a sustentabilidade e a maximização da riqueza contribuem para preservar os recursos ambientais e culturais e reduzir a desigualdade social.

## 8.6. Estimativa de custos fixos operacionais mensais

Tabela 15 - Estimativa de custos operacionais (mensais)

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
IPTU	R\$1.073,00
Condominio	R\$8.300,00
Água	R\$4.000,00
Energia elétrica	R\$7.000,00

Telefone e Internet	R\$400,00
Honorários do contador	R\$1.200,00
Pró-Labore	R\$10.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$1.800,00
Salários + encargos	R\$24.294,82
Estoque mensal	R\$64.167,50
Material de limpeza	R\$1.595,64
Material de escritório	R\$1.051,55
Taxas diversas (Ifood)	R\$1.500,00
<b>Total</b>	<b>R\$126.328,51</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

### 8.7. Estimativa do estoque inicial

Desenvolvendo o levantamento dos produtos a serem comercializados no Café Bar, foi planejado a receita e custos no período de um mês. A maioria dos produtos serão comprados pré-fabricados.

Tabela 16 - Estoque inicial

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Bebidas Destiladas	100	R\$80,00	R\$8.000,00
2	Cervejas	3.000	R\$3,00	R\$9.000,00
3	Café expresso	3.000	R\$2,56	R\$7.680,00
4	Café com leite	1.500	R\$1,20	R\$1.800,00
5	Refrigerantes - Lata	1.000	R\$2,39	R\$2.390,00
6	Água	300	R\$1,20	R\$360,00
7	Suco de polpa de frutas	200	R\$1,00	R\$200,00
8	Chocolate Quente	800	R\$1,30	R\$1.040,00
9	Cappuccino	900	R\$1,36	R\$1.224,00
10	Chás	350	R\$3,00	R\$1.050,00

11	Pão de queijo	2.000	R\$0,90	R\$180,00
12	Pão na chapa	1.500	R\$0,68	R\$1.020,00
13	Queijo Quente	1.000	R\$0,85	R\$850,00
14	Porção de Batata frita	500	R\$4,70	R\$2.350,00
15	Porção de Calabresa	180	R\$4,50	R\$810,00
16	Tabua de frios	100	R\$50,00	R\$5.000,00
17	Frutas (limão, laranja) – KG	30	R\$3,25	R\$97,50
18	Amendoim – KG	200	R\$13,00	R\$2.600,00
		<b>19.280</b>	<b>TOTAL</b>	<b>R\$45.651,50</b>

Fonte: Do próprio autor, 2022.

## 8.8. Estimativa de Investimentos Iniciais

### A - Máquinas e equipamentos

Tabela 17 - Máquina e equipamentos

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Máquina de café Profissional Green PROMAC 02	1	R\$16.199,00	R\$16.199,00
2	Choperia Elétrica 3 bicos	1	R\$7.000,00	R\$7.000,00
3	Computadores	4	R\$2.900,00	R\$11.600,00
4	Geladeira	2	R\$2.000,00	R\$4.000,00
5	Expositora/Estufa	1	R\$6.000,00	R\$6.000,00
6	Ar-condicionado	4	R\$1.000,00	R\$4.000,00
7	Freezer	2	R\$4.940,00	R\$9.880,00
8	Forno Elétrico	1	R\$1.500,00	R\$1.500,00
9	Liquidificador	3	R\$200,00	R\$600,00
10	Caixas de Som Principal	2	R\$1.900,00	R\$3.800,00
11	Sistema de Som Ambiente	1	R\$1.984,00	R\$1.984,00
12	Televisão	2	R\$2.499,00	R\$4.998,00
13	Fogão Cocktop 5 boas	2	R\$463,00	R\$926,00
14	Chapa de ferro	2	R\$700,00	R\$1.400,00
15	Impressora Fiscal	4	R\$1.500,00	R\$6.000,00
			<b>TOTAL</b>	<b>R\$79.887,00</b>

Fonte: do próprio autor, 2022.

**B – móveis e utensílio**

Tabela 18 - Móveis e utensílios

	<b>Descrição</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
1	Sofás	3	R\$1.275,00	R\$3.825,00
2	Poltronas	2	R\$300,00	R\$600,00
3	Estantes/Prateleiras	12	R\$249,90	R\$2.998,80
4	Mesas simples	20	R\$224,00	R\$2.240,00
5	Mesas com sofá	10	R\$2.500,00	R\$25.000,00
6	Cadeiras	100	R\$90,00	R\$900,00
7	Quadros	16	R\$65,00	R\$1.040,00
8	Iluminação/Lâmpadas	60	R\$19,00	R\$1.140,00
9	Balcão 2 mts	4	R\$1.400,00	R\$5.600,00
10	Banquetas altas	56	R\$79,95	R\$4.477,20
11	Conj. Completo de Talheres	80	R\$35,00	R\$2.800,00
12	Canecas e Xícaras	80	R\$6,00	R\$480,00
13	Pratos	80	R\$10,00	R\$800,00
14	Copos e taças	200	R\$8,90	R\$1.780,00
15	Artigos de decoração (almofadas, enfeites)	30	R\$15,00	R\$450,00
16	Pia Cozinha Inox	4	R\$273,00	R\$1.092,00
17	Pia banheiros	8	R\$223,26	R\$1.786,08
18	Vazo Sanitário	8	R\$244,00	R\$1.952,00
19	Espelhos 2 mts	6	R\$480,00	R\$2.880,00
20	Reforma da Instalação	1	R\$100.000,00	R\$100.000,00
21	Cardápio	20	R\$80,00	R\$1.600,00
			<b>TOTAL</b>	<b>R\$161.489,08</b>

Fonte: do próprio autor, 2022.

Valores baseados no site Mercado Livre e Mobly

## 8.9. Investimento inicial

Tabela 19 - Investimento inicial

<b>Investimento Inicial</b>	<b>R\$</b>
Caixa	R\$252.657,02
Estoque Inicial	R\$45.651,50
Investimentos Iniciais	R\$241.376,08
Imóvel	R\$320.000,00
Despesas de legalização	R\$1.500,00
Divulgação	R\$5.000,00
Cursos e treinamentos	R\$1.500,00
Outras despesas	R\$5.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$872.684,60</b>

Fonte: do próprio autor, 2022.

## 8.10. Estimativa do faturamento mensal da empresa – Receitas

Tabela 20 - Estimativa do faturamento mensal da empresa

<b>Produto/Serviço</b>	<b>Descrição</b>	<b>Quantidade (Estimativa de vendas)</b>	<b>Preço de venda Unitário</b>	<b>Faturamento Total (em R\$)</b>
1	Bebidas Destiladas	2.400	R\$28,00	R\$67.200,00
2	Cervejas	3.000	R\$12,00	R\$36.000,00
3	Café expresso	3.000	R\$10,00	R\$30.000,00
4	Café com leite	1.700	R\$11,00	R\$18.700,00
5	Refrigerantes - Lata	1.000	R\$8,00	R\$8.000,00
6	Água	400	R\$8,00	R\$3.200,00
7	Suco de polpa defrutadas	300	R\$10,00	R\$3.000,00

<b>8</b>	Chocolate Quente	800	R\$11,00	R\$8.800,00
<b>9</b>	Cappuccino	800	R\$13,00	R\$10.400,00
<b>10</b>	Chás	750	R\$8,00	R\$6.000,00
<b>11</b>	Pão de queijo	2.000	R\$6,00	R\$12.000,00
<b>12</b>	Pão na chapa	1.500	R\$3,00	R\$4.500,00
<b>13</b>	Queijo Quente	1.000	R\$9,90	R\$9.900,00
<b>14</b>	Porção de Batatafrita	400	R\$30,00	R\$12.000,00
<b>15</b>	Porção de Calabresa	250	R\$29,90	R\$7.475,00
<b>16</b>	Tabua de frios	80	R\$100,00	R\$8.000,00
<b>Total</b>		<b>10.250</b>	<b>TOTAL</b>	<b>R\$245.175,00</b>

Fonte: do próprio autor, 2022.

### 8.11. Custo da mercadoria vendida (CMV)

Após análises e cálculos podemos verificar que o CMV da empresa Barcoffee é de 15%.

### 8.12. Demonstração de Resultados do Exercício

Tabela 21 - Demonstração de resultados

<b>Descrição</b>	<b>(%)</b>	<b>Valor (R\$)</b>
Receita Mensal		R\$245.175,00
(-) Imposto / Simples Nacional	13%	R\$31.872,75
(-) CMV mensal	15%	R\$36.776,25
(-) Despesas		R\$126.328,51
<b>LUCRO MENSAL</b>		<b>R\$50.197,49</b>

Fonte: do próprio autor, 2022.

### 8.13. Retorno do Investimento – Pay Back

Tabela 22 - Retorno do investimento (Pay Back)

<b>Descrição</b>	<b>Valor (R\$)</b>
Investimento Inicial	R\$872.684,60
Lucro	R\$50.197,49
<b>PAY BACK</b>	<b>17 meses</b>

Fonte: do próprio autor, 2022.

## 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao elaborar o plano de negócios, notou-se a importância do mesmo, no qual são organizadas todas as fases da idealização do projeto e visualizar os aspectos jurídicos e legais que envolvem o processo da realização de uma nova empresa.

Em análise ao trabalho, vemos toda a elaboração de uma cafeteria bar, seu ramo envolve planos de marketing, logística, recursos humanos, sustentabilidade, legislação e financeiro.

Uma pesquisa de campo foi aplicada num questionário de 22 questões a serem respondidas, a mesma com o intuito de identificar o nosso público. Com 535 respostas obtidas, enaltecendo dados do nosso público como a diversidade de idades em médias proporcionais, sendo majoritariamente feminino de escolaridade médio completo localizados na grade ABC.

Foi notada a importância dos colaboradores na empresa, e de todo o processo de recrutamento e seleção e seu treinamento, se esses efetuados da maneira adequada, os serviços e produtos oferecidos irão possuir uma qualidade maior.

Na gestão logística foram diagnosticadas as necessidades do equipamento e estoque para o funcionamento adequado da empresa. Para o auxílio aderiu-se ao Egestor, o SIG que reúne as informações para gerenciar a empresa. A localização foi escolhida estrategicamente também como modo de divulgação da empresa e facilidade de acesso a produtos e clientes.

Por fim, na parte financeira o lucro mensal é R\$50.197,49, e o retorno do investimento que é de R\$872.684,60 seria de 17 meses.

Sendo assim, observa-se após a elaboração dessa pesquisa, que é viável a implementação de uma cafeteria bar especializada em drinks e experiência do ambiente duplo. Constata-se que as diversas etapas são necessárias para a criação de um novo empreendimento, e com a realização de todas da maneira descrita, o sucesso se torna factível.

## REFERÊNCIAS

FARAH, OSVALDO ELIAS. EMPREENDEDORISMO ESTRATÉGICO. SÃO PAULO, CENGAGE LEARNING, 2008.

KOTLER, PHILIP; KELLER, KEVIN LANE. ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING – A BIBLIA DO MARKETING 12ª EDIÇÃO, PEARSON PRENTICE HALL, 2006.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tres-ferramentas-para-auxiliar-no-planejamento-estrategico-do-negocio,c55b6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acessado em 26/03/22 as 22:38

<https://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,como-pequenas-e-medias-empresas-estao-se-adaptando-ao-novo-cenario-do-mercado,70003303912>. Acessado em 26/03/22 as 22:50

<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>. Acessado em 27/03/22 as 16:23

30745.pdf (sebrae.com.br). Acessado em 27/03/22 as 16:31

10 características de um empreendedor e como adquiri-las - Portal do Sebrae SC (sebrae-sc.com.br). Acessado em 27/03/22 as 16:35

A importância do empreendedorismo no Brasil (nibo.com.br). Acessado em 28/03/22 as 13:42

<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/empreendedorismo-e-inovacao>. Acessado em 02/04/22 as 15:05

<https://eprconsultoria.com.br/empreendedorismo-e-inovacao>. Acessado em 02/04/22 as 15:19

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/go/artigos/como-abrir-uma-empresa,39c860ef67f4d610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Documentos%20necess%C3%A1rios%20para%20a%20inscri%C3%A7%C3%A3o&text=C%C3%B3pia%20autenticada%20do%20RG%20e,de%20taxas%20atrav%C3%A9s%20de%20ODARF>. Acessado em 13/08/22 as 13:40

<https://cnae.ibge.gov.br/>. Acessado em 13/08/22 as 16:45

<https://www.jucesponline.sp.gov.br/pesquisa.aspx?IDProduto=7>. Acessado em 13/08/22 as 17:07

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/df/sebraeaz/marketing,7d04831771308710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=O%20marketing%20%C3%A9%20um%20termo,mensura%C3%A7%C3%A3o%20e%20acompanhamento%20do%20mercado>. Acessado em 14/08/22 as 13:29

<https://respostas.sebrae.com.br/4ps-o-que-sao-e-como-aplica-los-em-sua-empresa/>. Acessado em 14/08/22 as 14:12

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/artigos/o-que-e-marca,6ac62a734bc6a510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acessado em 19/08/22 as 23:49

<https://insidebd.com.br/a-importancia-do-cartao-de-visitas/> Acessado em 20/08/22 as 15:10

<https://conceitos.com/rede-social/>. Acessado em 20/08/22 as 18:17

Plano+de+Marketing.pdf (sebrae.com.br). Acessado em 20/08 13:33

Análise SWOT/FOFA: o que é e como usá-la (com exemplos) • Asana. Acessado em 19/08 14:20

Análise ambiental: como fazer em sua empresa? (sankhya.com.br). Acessado em 21/08 23:20

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-mercado-o-que-e-e-para-que-serve,97589f857d545410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acessado em 26/08/22 as 10:33

<https://www.sebrae-sc.com.br/observatorio/potencial-de-mercado/video-o-mercado-de-cafes-e-cafeaterias>. Acessado em 26/08/22 as 10:40

<https://www.cnnbrasil.com.br/business/bares-e-restaurantes-projetam-alta-de-5-no-faturamento-ainda-em-2022/>. Acessado em 26/08/2022 as 10:57

<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MG/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Como+Elaborar+uma+Pesquisa+de+Mercado.pdf>. Acessado em 26/08/22 as 11:21

[https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo\\_uf/quais-sao-os-tipos-de-empresas,af3db28a582a0610VgnVCM1000004c00210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo_uf/quais-sao-os-tipos-de-empresas,af3db28a582a0610VgnVCM1000004c00210aRCRD)  
Acessado em 26/08/2022 10:00

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/legalize-e-proteja-seu-negocio-como-registrar-uma-empresa,e47817e688095410VgnVCM2000003c74010aRCRD>.

Acessado em 25/08/2022 - 16:20

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/sebraeaz/legalize-sua-empresa,d290539d8f53b510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acessado em 26/08/22 as 16:02

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos>. Acessado em 27/08/22 as 22:00

<https://serasa.certificadodigital.com.br/blog/certificado-digital/o-que-e-certificado-digital-e-para-que-serve/#:~:text=O%20certificado%20digital%20serve%20para%20assinar%20digitalmente%20documentos,integrados%20para%20realizar%20atividades%20profissionais%20de%20v%C3%A1rias%20categorias>. Acessado em 27/08/22 as 22:20

<https://canovacontabil.com.br/blog/alvara-de-funcionamento-para-bares/#:~:text=O%20alvar%C3%A1%20de%20funcionamento%20%C3%A9%20o%20documento%20expedido,%C3%A9%20o%20que%20torna%20o%20seu%20empreendimento%20legal%21>. Acessado em 26/08/22 as 23:50

<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/como-montar-uma-cafeteria>. Acessado em 26/08/22 as 23:30

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-investir-no-desenvolvimento-de-pessoas-de-forma-efetiva,4e6875d380a9e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acessado em 14/09/2022 as 19:52

<https://www.pontotel.com.br/departamento-pessoal/>. Acessado em 14/09/2022 as 20:27

<https://axcontabilidade.com.br/>. Acessado em 14/09/2022 as 20:39

<https://www.uniasselvi.com.br/extranet/layout/request/trilha/materiais/livro/livro>

.php?codigo=30531 (LIVRO). Acessado em 09/09 14:10

<https://fia.com.br/blog/recrutamento/#:~:text=%E2%80%9CRecrutamento%20%C3%A9%20um%20conjunto%20de,ser%20avaliado%20a%20todo%20momento.>  
Acessado em 08/09 10:00

<https://www.senior.com.br/blog/recrutamento-e-selecao-de-pessoas-o-que-voce-precisa-saber>. Acessado em 08/09 11:30 e 12/09 11:20

<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/recrutamento-de-pessoal/> . Acessado em 09/09 14:00

<https://blog.solides.com.br/recrutamento-e-elecao/#:~:text=Recrutamento%20e%20sele%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20o,fossem%20sin%C3%B4nimos%20ou%20atividade%20%C3%BAnica>. Acessado em 08/09 15:30

<https://www.gupy.io/blog/rotinas-departamento-pessoal>. Acessado em 12/09 12:10

<https://selfengenharia.com.br/blog/treinamento-de-primeiros-socorros/> .  
Acessado em 12/09 12:15

<https://www.treinnar.com.br/home>. Acessado em 12/09 13:05

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/recrutar-e-selecionar-bem-resulta-em-boas-contratacoes,50c3438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>.  
Acessado em 14/09/2022 as 22:26

<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/como-fazer-um-recrutamento-e-selecao/>. Acessado em 14/09/2022 as 22:29

CHIAVENATO, Alberto. Planejamento, Recrutamento e Seleção de pessoas.

<https://www.jornalcontabil.com.br/departamento-pessoal-entenda-quais-sao-as-suas-funcoes-e-praticas-guia-completo/>. Acessado em 14/09/2022 as 19:59

<https://br.egestor.com.br/inicio/>. Acessado em 21/09/2022 as 14:17

<https://www.geofusion.com.br/blog/como-escolher-o-ponto-comercial/> .  
Acessado em 22/09/2022 as 15:50

<https://www.vivareal.com.br/imovel/ponto-comercial-republica-centro-sao-paulo-28m2-venda-RS320000-id-2563666425/> . Acessado em 22/09/2022 as 16:50

<https://brasilecola.uol.com.br/educacao/sustentabilidade.htm>. Acessado em 14/10/2022 as 11:00

[https://web.archive.org/web/20180425181003id\\_/http://www.convibra.com.br/2006/artigos/61\\_pdf.pdf](https://web.archive.org/web/20180425181003id_/http://www.convibra.com.br/2006/artigos/61_pdf.pdf) Acessado em: 10.10.2022 às 19:00

<https://forbes.com.br/forbes-collab/2021/08/maite-lourenco-sustentabilidade-precisa-ir-alem-do-discurso/> Acessado em: 10.10.2022 às 18:50

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/sustentabilidade-para-os-pequenos-negocios,b6ad6ca28e87e510VgnVCM1000004c00210aRCRD>  
Acessado em: 10.10.2022 às 18:27

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/sustentabilidade-para-os-pequenos-negocios,b6ad6ca28e87e510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=A%20esse%20novo%20conceito%20de,equil%C3%ADbrio%20no%20resultado%20das%20empresas>. Acessado em 10/10/2022 as 10:20

<https://www.sun0.com.br/artigos/tripe-da-sustentabilidade/> . Acessado em 10/10/2022 as 10:40

<https://economia.estadao.com.br/noticias/governanca,empresas-avancam-em-aco-es-de-economia-circular-mesmo-na-pandemia,70003843156>. Acessado em 12/10/2022 as 7:12

<https://administradores.com.br/artigos/objetivos-da-administracao-financeira>. Acessado em 17/10/2022 às 9:43

<https://www.maquininha.com.br/que-e-administracao-financeira-objetivo-funcoes-mais/>. Acessado em 17/10/2022 às 9:51

[https://www.investidor.gov.br/menu/primeiros\\_passos/Investindo/Conceitos\\_Importantes.html](https://www.investidor.gov.br/menu/primeiros_passos/Investindo/Conceitos_Importantes.html). Acessado em 16/10/2022 às 13:51

[https://www.investidor.gov.br/menu/primeiros\\_passos/Investindo/Conceitos\\_Importantes.html](https://www.investidor.gov.br/menu/primeiros_passos/Investindo/Conceitos_Importantes.html). Acessado em 16/10/2022 às 13:51

<http://www.portaldeauditoria.com.br/artigos/A-import%C3%A2ncia-da-administra%C3%A7%C3%A3o-financeira.asp#:~:text=Para%20uma%20correta%20administra%C3%A7%C3%A3o%20financeira,o%20planejamento%20de%20aperfei%C3%A7oar%20resultados.>  
Acessado em: 19.10.2022 às 20:34

<https://administradores.com.br/artigos/administracao-financeira> Acessado em: 19.10.2022 às 20:21

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/como-o-aumento-no-consumo-de-bebidas-impacta-os-negocios,d36be9bdaade710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acessado em 03.11.2022 às 19:55

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-a-logistica-reversa-e-importante-para-os-pequenos-negocios,3175ae98e7a63810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acessado em 10.11 às 18:18

## GLOSSÁRIO

- **Administrador:** É o indivíduo que administra seu próprio negócio. Como, por exemplo, um empreendedor.
- **Ameaças:** Identificamos, como aspectos desfavoráveis do contexto externo, como, por exemplo, forças ambientais. Mas, se forem identificadas em tempo hábil, podem ser gerenciadas e evitadas.
- **Análise SWOT:** Ela é muito utilizada como base para a gestão e planejamento estratégico de uma empresa, auxiliando no posicionamento e verificando sua posição estratégica.

SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*), que significa, respectivamente: Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças, também denominadas de de “FOFA”.

- **Custo:** É o gasto que você tem no processo produtivo de uma empresa, ou seja, quanto você gasta para produzir um bem.
- **Coach:** Profissional que aplica metodologia coaching.
- **Clima Organizacional:** É o ambiente interno de uma empresa. Para avaliá-lo, são considerados aspectos relacionados à liderança, motivação e planejamento de carreira.
- **Despesa:** É o gasto necessário para colocar a mercadoria na prateleira do cliente.
- **Eficiência:** é operar de modo que os recursos sejam mais adequadamente utilizados. O conceito é bem intuitivo: diz respeito a quem consegue obter o mesmo resultado com menos recursos.
- **Eficácia:** é fazer algum trabalho que atinja plenamente um resultado que se espera. É fazer “a coisa certa”, ou seja, aquilo que leve ao resultado almejado. Ao elaborar um material excelente, um gerente, por exemplo, terá sido eficiente, mas se este trabalho não alcançar os resultados esperados, então não terá sido um trabalho eficaz.
- **Estratégia:** é a forma traçada por uma organização para alcançar o conjunto

dos seus objetivos. A definição de objetivos, em si, não implica em uma estratégia. Os objetivos representam os fins que a empresa está tentando alcançar, enquanto a estratégia é o meio para alcançar esses fins. Considera-se que apenas fazer o que outros fazem, mas com maior eficácia operacional, não é propriamente ter uma estratégia. Está implícito no conceito que, para ter uma estratégia, precisamos atuar de forma diferente, com inteligência e planejamento. Implica, portanto, ter clareza dos limites para o alcance dos objetivos (como escassez de recursos, resistências de outros atores...) e as formas de superação.

- **Gestor:** É o administrador de coisas alheias.
- **Missão:** é uma declaração explícita das razões da existência de uma instituição. Na declaração da missão, o propósito é estabelecido, normalmente, em termos do papel social desempenhado pela organização.
- **Planejamento estratégico:** é um processo gerencial que permite estabelecer um direcionamento a ser seguido pela organização, visando obter uma otimização na relação entre a empresa e seu ambiente, ou seja, o planejamento estratégico é o processo que instrumentaliza a resposta que a organização precisa apresentar ao seu ambiente diante de um contexto de mudanças. Ele diz respeito à formulação de objetivos para a seleção de programas de ação e para sua execução, considerando as condições internas e externas à empresa e sua evolução esperada. Também considera premissas básicas que a empresa deve respeitar para que todo o processo tenha coerência e sustentação. Refere-se, portanto, ao planejamento de longo prazo e ao esforço de construção de sua viabilidade.
- **Supply Chain Management:** Gerenciamento da Cadeia de suprimentos dos negócios.
- **Teambuilding:** Conscientização dos profissionais da importância e do porquê da necessidade do trabalho em equipe, por promoção de maior motivação e entusiasmo nas pessoas para a realização de suas atividades diárias.
- **Turnover:** é utilizado para designar a rotatividade de pessoal em uma organização, ou seja, o número de entradas e saídas de colaboradores em um determinado período.

## APÊNDICE

## CERTIFICADOS DE PARTICIPAÇÃO DA 15ª EDIÇÃO DO CURSO ESCOLA DE INOVADORES



637c90264c4c302956148210a00002

# 15ª

ESCOLA DE INOVADORES

## inova cps






Certificamos que **Brenda Pereira Gomes** participou da  
**"15ª Edição do Curso Escola de Inovadores"**,  
 promovido pela INOVA CPS. 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2022.

São Paulo, 22 de novembro de 2022






<https://inova.cps.sp.gov.br/>

---

**Conteúdo aplicado na 15ª Edição da Escola de Inovadores**

Módulo	Conteúdo programático
1	Engajar e Mapear
2	Entender
3	Idear
4	Prototipar
5	Testar
6	Formalizar
7	Crescer






Participante: **Brenda Pereira Gomes**  
 Unidade: **SANTO ANDRÉ - ETEC JÚLIO DE MESQUITA #14**








637c19ab-b74c-4441-81c6-59930a000062

# 15<sup>a</sup>

ESCOLA DE  
INOVADORES

## inovaCPS

Certificamos que **Ediene Andrade Dos Santos Da Silva** participou da  
"15ª Edição do Curso Escola de Inovadores",  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2022.

São Paulo, 21 de novembro de 2022

inovaCPS

CPS  
PÚBLICA

SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO  
Secretaria de Desenvolvimento Econômico

<https://inova.cps.sp.gov.br/>

### Conteúdo aplicado na 15ª Edição da Escola de Inovadores

Módulo	Conteúdo programático
1	Engajar e Mapear
2	Entender
3	Idear
4	Prototipar
5	Testar
6	Formalizar
7	Crescer

Participante: **Ediene Andrade Dos Santos Da Silva**  
Unidade: **SANTO ANDRÉ - ETEC JÚLIO DE MESQUITA #14**

ESCOLA DE  
INOVADORES

## inovaCPS

CPS  
PÚBLICA

SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO  
Secretaria de Desenvolvimento Econômico

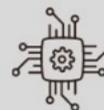


637ced6b-5b18-4fd2-97bf-6b630a000062

# 15<sup>a</sup>

ESCOLA DE  
INOVADORES

## inovaCPS



Certificamos que **Kettyli Monique Pavan Soares** participou da  
"15ª Edição do Curso Escola de Inovadores",  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2022.

São Paulo, 22 de novembro de 2022

inovaCPS



<https://inova.cps.sp.gov.br/>

### Conteúdo aplicado na 15ª Edição da Escola de Inovadores

Módulo	Conteúdo programático
1	Engajar e Mapear
2	Entender
3	Idear
4	Prototipar
5	Testar
6	Formalizar
7	Crescer



Participante: **Kettyli Monique Pavan Soares**  
Unidade: SANTO ANDRÉ - ETEC JÚLIO DE MESQUITA #14

ESCOLA DE  
INOVADORES

## inovaCPS





637ce079-ceec-4dad-8f3-6a480a00062

# 15<sup>a</sup>

ESCOLA DE  
INOVADORES

## inovaCPS

Certificamos que **Thamiris De Souza Sebastião** participou da  
"15ª Edição do Curso Escola de Inovadores",  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2022.

São Paulo, 22 de novembro de 2022

inovaCPS

CPS  
PÚBLICA

SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO  
Secretaria de Desenvolvimento Econômico

<https://inova.cps.sp.gov.br/>

### Conteúdo aplicado na 15ª Edição da Escola de Inovadores

Módulo	Conteúdo programático
1	Engajar e Mapear
2	Entender
3	Idear
4	Prototipar
5	Testar
6	Formalizar
7	Crescer

Participante: **Thamiris De Souza Sebastião**  
Unidade: SANTO ANDRÉ - ETEC JÚLIO DE MESQUITA #14

ESCOLA DE  
INOVADORES

## inovaCPS

CPS  
PÚBLICA

SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO  
Secretaria de Desenvolvimento Econômico