

ETEC PROFESSOR IDIO ZUCCHI
CLASSE DESCENTRALIZADA PITANGUEIRAS
Técnico em Administração

Romulo Cesar Camolez

Sara Roberta Costa Castro Vieira

PLANO DE NEGOCIO PARA ABERTURA DE UMA CAFETERIA

Pitangueiras

2021

Romulo Cesar Camolez

Sara Roberta Costa Castro Vieira

PLANO DE NEGOCIO PARA ABERTURA DE UMA CAFETERIA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso Técnico em Administração da Etec Prof. Idio Zucchi, classe decentralizada Pitangueiras, orientado pela Professora Patrícia Cardoso de Pietro Conde, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

Pitangueiras

2021

Dedicatória

Primeiramente a Deus, pois sem ele nada seria possível e não estaríamos aqui reunidos, desfrutando, juntos destes momentos que é tão importante. Aos nossos pais pelo esforço, dedicação e compreensão, em todos os momentos desta e de outras caminhadas. A todos aqueles que junto a nos estiveram nos apoiando e aconselhando para que afim estivéssemos aqui para desfrutar de tal felicidade.

Agradecimentos

Primeiramente a Deus, o centro e o fundamento de tudo em nossa vida, por renovar a cada momento nossas forças e disposição e pelo discernimento concedido ao longo dessa jornada. Aos nossos pais agradecemos de forma grata e grandiosa, a quem rogamos todas as noites a nossa existência. Aos professores pela paciência na orientação e incentivo que tornaram possível a conclusão deste projeto. A coordenação do curso pelo convívio, pelo apoio, pela compreensão e pela amizade. Aos amigos e colegas, pelo incentivo e pelo apoio constante.

“O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis.” (José de Alencar)

Resumo

O café é uma bebida que faz parte da rotina dos brasileiros, é uma bebida de grande aceitação e alta comercialização no mercado consumidor de todos os países. Essa bebida também está relacionada a momentos de entretenimento, pois muitas pessoas fazem uma pequena pausa ao longo do dia para “um cafezinho” sendo feito em casa ou indo a uma cafeteria tanto sozinho quanto acompanhado de colegas. A criação do projeto e plano empresarial de uma cafeteria tem como objetivo montar um espaço na cidade para as pessoas terem um lugar confortável e descontraído para irem provar bebidas e alimentos de qualidade que proporcionarão uma experiência surpreendente e que instiguem a sempre votarem para experimentar os produtos oferecidos. Foi realizada uma pesquisa de mercado para avaliar as cafeterias já presentes na cidade para que nossos serviços sejam diferenciados e tenham qualidade e o ambiente seja agradável para todo tipo de público.

Palavras-chave: café, cafeteria, qualidade.

SUMARIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. SUMARIO EXECUTIVO	9
2.1 DADOS DO EMPREENDIMENTO	9
2.2 MISSÃO.....	10
2.3 VISÃO	10
2.4 VALORES DA EMPRESA	10
2.3 SETORES DE ATIVIDADES.....	11
2.4 FORMAS JURIDICA	11
3. CONSTRUÇÃO DA MARCA.....	11
4. TRABALHO DE CAMPO	12
5. Canvas.....	14
6. Pesquisa de mercado.....	14
7. Protótipo	15
8. Gestão de Pessoas	16
9. Plano Operacional.....	16
10. Plano de Marketing.....	16
10.1 Produto	16
10.3 Endomarketing	19
10.4 Persona	19
11. Plano financeiro	20
12. Analise SWOT	20
13. Conclusão	22
REFERENCIAS	23

1. INTRODUÇÃO

As cafeterias tiveram início nos países árabes, com hábitos de beber o café socialmente e em tabernas, local usado para beber, conversar e se informarem das notícias criando assim, de certa forma, as cafeterias. No Brasil as cafeterias tiveram início por volta 1820 no Rio de Janeiro, como o Café Estevam e o popular café Braguinha “café com leite” (Museu do Café, 2021).

Somente em 1850, em São Paulo, é que se tem notícia da primeira cafeteria. Tratou-se de um estabelecimento simples, com poucas xícaras e mesas, frequentadas, principalmente, por estudantes da Faculdade de Direito, que ficava à frente da faculdade, chamado Café da Maria Punga (Museu do Café, 2021).

Em 1876 era inaugurado o Café Europeu, o primeiro dos estabelecimentos luxuosos da cidade. Cafeterias simples como a de Maria Punga conviveriam com casas mais sofisticadas (Museu do Café, 2021).

Segundo o site Museu do Café (2021) na Belle Époque carioca, período em que se importavam artes e outras tendências e hábitos de Londres e Paris, começou surgir às confeitarias como a Confeitaria Colombo. Esses estabelecimentos se tornaram o centro social de São Paulo e do Rio de Janeiro, frequentado por pessoas de alta sociedade e/ou profissionais de diversas áreas, como: artistas, políticos, jornalistas e estudantes.

Em 2020, com a pandemia de COVID-19, o impacto no setor cafeeiro global mostrou-se de forma profunda, envolvendo todo o processo de produção, inclusive de consumo e comércio. Diante disso, ainda há insegurança sobre a manutenção ou aumento do consumo de café em casa e se isso será suficiente para segurar o fechamento de cafeterias, bares e restaurantes, afirma a consultoria Cogo – inteligência em Agronegócio (CANAL RURAL, 2020).

No setor do café brasileiro, considerando as maiores cafeterias existentes no estado de São Paulo, a COVID-19, por meio das medidas de isolamento continua gerando resultados negativos. Um exemplo disso são duas cafeterias tradicionais da cidade de São Paulo, Octávio café e Suplicy, que anunciaram ao público o fechamento de suas unidades, mantendo somente a venda de capsulas e grãos de suas marcas em supermercados e outras unidades do varejo (ALVES, 2020). O cenário, em relação ao preço e consumo do café ainda é duvidoso,

contudo, 2021 se apresenta mais positivo em relação ao início da pandemia em março de 2021, grande safra chegando, porém com o fechamento de muitas cafeterias pelo país (ALVES, 2020).

As cafeterias se reinventaram para continuarem abertas na durante pandemia e, devido a isso, o consumo do café aumentou bastante. Muitas cafeterias tiveram que migrar seu estabelecimentos para o formato delivery e produtos para viagem (PORTAL PERFECT DAILY GRIND, 2021).

Com essas adaptações surgiram assim ascafeterias em home office onde os atendimentos são voltados para plataformas digitais, onde a cafeteria oferece todo um atendimento diferencial, “Como se fosse um coffee break. O nosso café, também está voltado para parte educacional estimulando a leitura. A empresa sempre trás notícias e mensagens motivacionais e acolhedoras, para que a pessoa consiga ser abraçada por esse momento". (Pequenas empresas, Grandes negócios).

Nesse tipo de cafeterias, além dos cafés oferecidos, onde a margem de lucro é grande, também oferecem comidas salgadas e doces, o que incrementa as vendas, porém com uma porcentagem de lucro menor. Contudo, isso gerou impacto no aumento do lucro da cafeteria em até 30% ao mês (G1, 2020).

Em vista disso, esse plano de negocio classifica-se como uma abordagem mista (Qualitativa-Quantitativa), do tipo exploratória, descritiva com a utilização de pesquisa de campo e de natureza aplicada.

Deseja com essa pesquisa, saber se è viável abrir uma cafeteria no centro de Pitangueiras?

2. SUMARIO EXECUTIVO

2.1 DADOS DO EMPREENDIMENTO

A cafeteria ShowColate com sede na Rua Paraná n 497, Centro, Pitangueiras-Sp, registrada no CNPJ 18.889.922/0001-42 é uma empresa de pequeno porte (EPP) fundada em 04 de Março 2.021. Nasceu do objetivo de trabalho de um grupo de T.C.C. para melhorias e um ambiente acolhedor para os clientes de nossa cidade. No intuito das pessoas terem um lugar aonde se encontrar para lazer, distração, encontros, dentre outros.

Nossos produtos principais serão os cafés expressos e as bebidas quentes e geladas a base do café que serão produzidas pelos atendentes especialmente capacitado e treinado para elaboração dos drinks. O Café Showcolate terá como nicho de mercado a comercialização de comidas regionais como tapiocas, bolos, cuscuz, pamonha, canjica, bem como, comidas mais sofisticadas como quiches, pães de queijo, croissant, salgados, tortas, além de chás aromatizados .

2.2 MISSÃO

Atender e superar as expectativas dos nossos clientes e parceiros, fornecendo cafés de qualidade diferenciada, através de modernos processos de produção, atuando com responsabilidade social e ambiental.

2.3 VISÃO

Ser reconhecida como uma empresa de excelência no mercado brasileiro, por processar e comercializar produtos de alta qualidade, em todos os seus segmentos e marcas comerciais, e continuando a se expandir no mercado em que atua, com o compromisso de aperfeiçoamento contínuo de seus produtos.

2.4 VALORES DA EMPRESA

Nossos valores dentro da organização, com vista à satisfação de clientes e fornecedores, se baseiam nos seguintes princípios:

- Respeito aos Clientes;
- Respeito ao Meio Ambiente;
- Excelência e Qualidade;
- Responsabilidade Social;
- Integridade;
- Segurança.

2.3 SETORES DE ATIVIDADES

O empreendimento está especificado como setor comercial com a finalidade de oferecer serviços referente a uma cafeteria, prestando serviços de alimentação ao público. Fornecendo café simples e expresso, café com cobertura de chantilly, cappuccino, bolos, doces, salgados, sucos, chocolates, pães de queijo, croissant.

2.4 FORMAS JURIDICA

Sendo uma empresa de sociedade, onde ambos os sócios tem o mesmo peso em decisões, CAFETERIA SHOWCOLATE – LTDA, sendo regime simples nacional. O valor de impostos no Simples Nacional é de 9,3% do faturamento.

Possui uma receita bruta anual entre R\$ 360 mil e R\$ 3.6 milhões (receita bruta) (art. 3º, I e II da LC nº 123/2006).

Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) - 0,84% para empresas prestadoras de serviço.

Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) - 0,79%.

Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) - a taxa varia de 1,6%.

PIS/Pasep - a taxa pode chegar a 0,38%.

Imposto Sobre Serviços (ISS) - a taxa é de 2% a 4,65% quando o faturamento chega a R\$ 1,8 milhão.

Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) - um imposto estadual cobrado quando ocorre alguma transação de produtos entre Estados, cada estado define a sua alíquota, o Simples Nacional pagam uma alíquota entre 1,25% e 3,95%.

3. CONSTRUÇÃO DA MARCA

A marca foi criada para chamar a atenção, onde juntou-se o café, chocolate e shows, nascendo assim a cafeteria ShowColate. Uma cafeteria com seu café além de doces e um excelente entretenimento para a distração e diversão de nossos clientes.

As cores e o desenho vêm simbolizando o café.



Imagem 1: (Logotipo da marca da cafeteria)

4. TRABALHO DE CAMPO

Foi feita uma pesquisa com um empreendedor de sucesso na área de cafeterias local, onde ele nos passou seu conhecimento tudo o que sabe sobre empreender nos dias de hoje.

Nome do empreendedor entrevistado? Vania Issa Farah Ramos.

Profissão e área de atuação? Administradora/Administrativa.

Cargo que ocupa? Diretora.

Nome da instituição onde trabalha? Chokodelicia.

Seus pais tiveram condições de te ajudar na sua trajetória empreendedora? Sim, muito. Me ajudam até hoje. Meus pais trabalham na empresa.

O que você pensava ou sonhava quando era jovem para a sua vida adulta? Sempre imaginei que trabalharia em banco.

Como você ingressou no mundo do trabalho? Conte-nos a respeito de seu primeiro emprego.

Sempre busquei independência financeira, com 16 anos já trabalhava, mas antes disso eu era sacoleira. Meu primeiro emprego com carteira registrada foi em um Psicotécnico.

Como e quando você identificou as primeiras e decisivas oportunidades? Na necessidade de uma renda extra, vendo um programa de culinária e tendo muita habilidade com vendas, resolvi fabricar trufas para vender na faculdade. Tiro certo. Deu tão certo, que hoje emprego 15 pessoas, tenho uma marca registrada e estou no mercado há 12 anos.

Quais foram às ações que você identificou como necessárias para iniciar o seu negocio ou desenvolvimento da sua carreira? Sempre buscando a profissionalização do meu negócio. Com 12 anos de atuação no mercado, permaneci por 9 anos na minha residência. Mas sempre busquei crescimento e ajuda profissional. Empreender é também arriscar, quando me deparei com a oportunidade de ter a Fábrica e a Cafeteria fora da minha residência, não pensei 2 vezes. Imediatamente encarei essa oportunidade e fiz acontecer.

Você teve algum exemplo inspirador, alguém que lhe serviu como exemplo de vida? Quem foi essa pessoa? Como isso ocorreu? Sempre me espelho em dona Madalena, minha mãe. Cresci vendo sua força, coragem e dedicação. Ela sempre me ensinou a trabalhar duro e honestamente. Hoje ela trabalha comigo, é proprietária junto comigo e atua como líder no setor de confeitaria.

O que você conhece como suas principais forças e fraquezas? Força: persistência

Fraqueza: perfeccionista

Quais foram os momentos mais difíceis vivenciados por você e como os superou? Financeiro: encarei, busquei consultoria e consegui estruturar novamente.

Como foi o caminho percorrido por você para chegar até aqui? Muita luta, dedicação, privação, alegria, realização. Um misto de sensações e sentimentos. Empreender é uma montanha russa. Sempre buscando qualidade, inovação e quando necessário, ajuda profissional externa (consultor, coach..).

É fácil empreender? Se fosse fácil, todos fariam. É desafiador!

Em sua opinião, saber empreender é um dom ou uma habilidade que pode ser desenvolvida por qualquer pessoa? Acredito que um dom, mas que pode ser moldado com desenvolvimento profissional.

Você ainda tem sonhos a realizar? Qual ou quais? Sim. Gostaria de ver minha marca estabilizada financeiramente e explorar pontos de vendas em outras regiões, trabalhar com parcerias. Um sonho também de ter a minha família e conseguir viver de forma leve a minha vida pessoal, saber administrar melhor meu tempo.

Que ensinamento ou mensagem você deixa para nós, jovens que estamos construindo e idealizando nosso projeto de vida? Trabalhe duro, honre os compromissos, seja honesto, corajoso, tenha amor no que se dispôr a fazer e muita fé! Acredite em você! Nada vem fácil, tenha humildade, saiba identificar as oportunidades, estude e faça acontecer! Reclamar não vai levar a lugar algum. Persistam mais, os sonhos são possíveis. Eu realizei o meu!

Você deseja falar ou pontuar algo que não abordamos na entrevista? Caso queira fique a vontade. Agradeço pela oportunidade em participar desta entrevista. Sinto-me honrada e me coloca à disposição!

5. Canvas

Foi feita uma relação dos fornecedores, clientes, receitas e despesas de nosso negocio e assim chegamos à conclusão mostrada a tabela a baixo:

Parceiros-Chave	Atividades-Chave	Proposta de Valor	Relações com Clientes	Clientes
Nossos parceiros seriam cafeicultores que forneceriam o grão de café para nossa moagem	<p>Limpeza e arrumação do ambiente, Tabela de uniformes dia a dia. Mural de promoções do</p> <p>Recursos-Chave</p> <p>Precisamos de máquinas para moagem e preparo do nosso café, uma mão de obra qualificadas e</p>	Nosso benefício é que nosso cliente, se torne mais que um simples cliente, se torna nosso amigo, e com um plano de fidelização dos nossos clientes tornar mais habitual nosso café juntos.	<p>Nossa empresa contara com um plano de fidelidade ao nosso cliente, onde esses poderam</p> <p>Canais</p> <p>Nosso canal de venda é uma loja física e também corpo a corpo mas ruas, teremos também o</p>	Nossos clientes são pessoas que tem a vida pessoal corrida que não tem tempo para tomar o café da manha e seu cafe da tarde em sua residência e buscam um café saboroso e irresistível
Despesas			Receitas	
Mão de obra, limpeza, manutenção, energia telefone e Internet Romulo, 1 ano: 700, 2 anos: 900, 3 anos: 2500			Recursos propios e venda direta de produtos Romulo (Patrocínio), 1 ano: 2000, 2 anos: 4000, 3 anos: 7000	

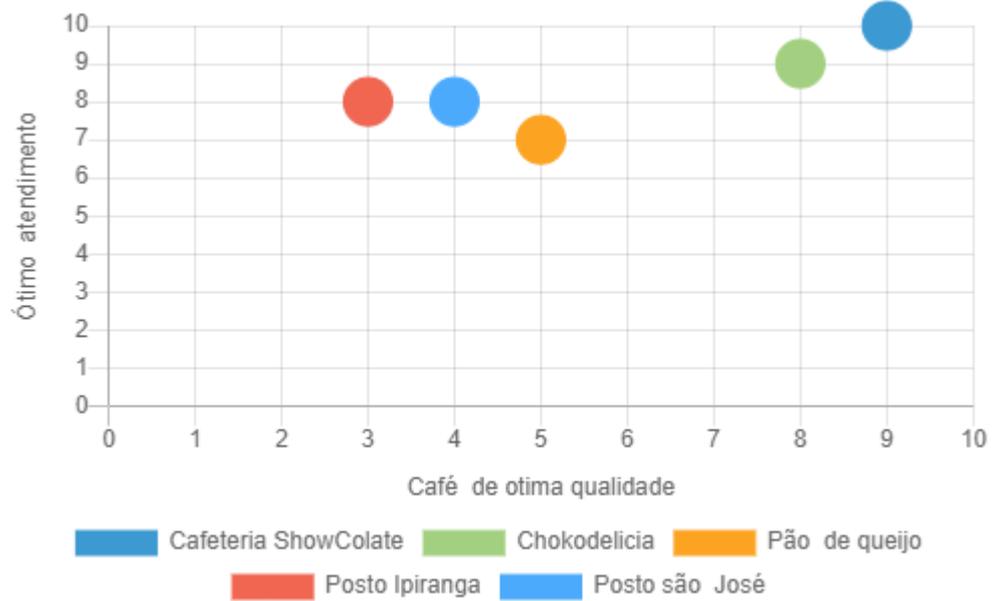
Tabela 1 : Relação de parceiros, clientes, despesas e receita.

6. Pesquisa de mercado

Com a nossa marca, sugerimos um ótimo atendimento, rapidez e um café de sabor inigualável, pois a maioria do nosso público alvo é de trabalhadores que tem seu tempo cronometrado para as tarefas do dia a dia.

Na cidade de Pitangueiras – Sp foram detectadas vários estabelecimentos que fara concorrência com a cafeteria ShowColate mais nos destacamos por nosso atendimento e variedades de produtos e serviço.

Tabela 2: Representa a pesquisa de atendimento da cafeteria ShowColate.



7. Protótipo

Projeto que viabiliza o estabelecimento para melhor atendimento aos clientes, sendo assim um ambiente agradável.



Imagem 2: (Imagem sugerindo a cafeteria Showcolate)

8. Gestão de Pessoas

Nossos funcionários serão treinados adequadamente para que nossos clientes tenham satisfação. Estabeleceremos metas a serem cumpridas dentro da empresa, cada cargo terá a sua, assim com as metas obtidas os funcionários serão gratificados a cada final de mês.

Os gestores serão treinados para terem a comunicação com os funcionários os tratando de maneira certa e coerente aos seus serviços.

O trabalho em equipe será nosso diferencial pois todos da equipe serão tratados com igualdade, para que nossos clientes tenham o melhor atendimento todos os funcionários terão que saber trabalhar em equipe. Todos os funcionários que quiserem estudar terão 15% da bolsa paga pela empresa, ajudando assim a crescerem na vida.

Juntos colaboradores, gestores e funcionários trabalham para uma equipe que seja atrativa e ajude a empresa a crescer.

9. Plano Operacional

O plano operacional contemplará a administração da empresa, a área comercial, o controle de qualidade e as parcerias que serão estabelecidas.

Na área administrativa será feita pelos dois administradores da empresa de conjunto acordo, onde os colaboradores serão remunerados conforme o piso salarial. Na área comercial será feita dentro do próprio estabelecimento por funcionário pré-requisito para o serviço.

O controle de qualidade será feito periodicamente, descrevendo etapa por etapa como será o procedimento de produção.

10. Plano de Marketing

10.1 Produto

Nossos produtos serão um dos melhores, pois o café fresquinho lembrará-se dos seus melhores tempos, teremos o melhor atendimento e localidade, pois estaremos no coração da Cidade (centro). Teremos os melhores preços, pois iremos atrás dos melhores fornecedores, também contaremos com nossas promoções diárias.

10.2 Estratégias de Marketing

Pode se visualizar na tabela a baixo os que os produtos mais consumidos são os cafés e cappuccinos, e os outros produtos serão colocados para um melhor atendimento.

Números	Produtos
1	Café expresso
2	Cafés (com crema)
3	Refrigerantes
4	Leites
5	Sucos Naturais
6	Sanduiches
7	Pão de Queijo
8	Bolo simples
9	Croissant

Tabela 3. (Lista de produtos)

Os custos dos produtos serão baseados pela a ficha técnica de cada produto e pela análise de mercado, os preços serão arredondados para facilidade dos clientes.

Nossos produtos principais serão os cafés expressos e as bebidas quentes e geladas a base do café que serão produzidas pelos atendentes especialmente capacitado e treinado para elaboração dos drinks. O Café Showcolate terá como nicho de mercado a comercialização de comidas regionais como tapiocas, bolos, cuscuz, pamonha, canjica, bem como, comidas mais sofisticadas como pães de queijo, croissant, salgados, tortas.

Marketing Social: A cafeteria ShowColate faz parceria com A Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) de Pitangueiras (SP) conta com nosso apoio na realização de projetos sociais que promovem qualidade de vida e igualdade social, proporcionando o desenvolvimento harmônico dos envolvidos. Doando matérias de artesanato (E.V.A, tinta para tecido e guache, lápis de cor, papel A4, dentre outros)e brinquedos.

Nossa cafeteria também participara de propagandas que ajudara ao Hospital do Amor, com incentivos das pessoas a cada café comprado parte da renda ira ao Hospital do Amor.



Imagem 3: Propaganda Hospital do Amor.

Marketing verde: Reutilizar copos uma nova forma de ser Sustentável.

Nossa cafeteria além de contar com produtos reutilizados (canudos, copos e xicaras de vidro, dentre outros), nossos funcionários serão treinados, assim aprenderam a economizar agua, dentre outas atividades sustentáveis. Trabalharemos para que nossa cafeteria seja um ambiente agradável com vários moveis e decorações com equilíbrio ambiental.

Nossa cafeteria também contara com cardápios eletrônicos, onde o cliente recebera o menu no seu próprio celular, economizando assim em papeis.



Imagem 4: Propaganda Copo Retornável.

10.3 Endomarketing

Nossa empresa contara com benefícios aos colaboradores como plano de saúde, vale-alimentação, vale-transporte e vale academia. Dentre esses também daremos a eles se cumprirem as metas da cafeteria um remuneração adicional no final do mês.

Nossa cafeteria dará aos nossos funcionários contratados treinamentos como de bom atendimento e de desenvolvimento profissional, principalmente com conhecimento. Subsídios de educação, vale-cultura, mentorias e oportunidades internas de capacitação.

A cafeteria motivara sua equipe dando abertura de dialogo entre eles e os donos, mantendo assim um clima agradável de trabalhar, aumentando o foco e a produtividade.

10.4 Persona

Fizemos um levantamento de nossos clientes e chegamos a vários perfis assim como mostrado nos desenhos a baixo.

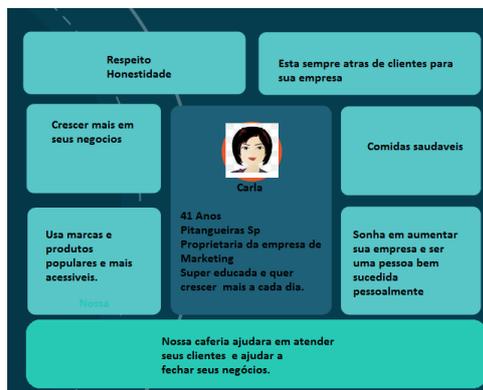


Imagem 5: (Persona cliente 1)



Imagem 6: (Persona do cliente 2)

11. Plano financeiro

Analisando nosso plano financeiro chegamos aos seguintes resultados mostrados na tabela a baixo:

	TEMPO		
	1 ano	2 anos	3 anos
Receitas (R)	2.000,00 R\$	4.000,00 R\$	7.000,00 R\$
Custos Variáveis (CV)	700,00 R\$	900,00 R\$	2.500,00 R\$
Custos Fixos (CF)	2.350,00 R\$	2.400,00 R\$	3.500,00 R\$
Custos Totais (CT = CV + CF)	3.050,00 R\$	3.300,00 R\$	6.000,00 R\$
Resultado Operacional (RO = R - CT)	-1.050,00 R\$	700,00 R\$	1.000,00 R\$
Depreciação e Amortização (DA)	0,00 R\$	0,00 R\$	0,00 R\$
Resultado Antes de Impostos (RAI = RO - DA)	-1.050,00 R\$	700,00 R\$	1.000,00 R\$
Impostos (I)	0,00 R\$	206,50 R\$	295,00 R\$
Resultado Líquido (RL = RAI - I)	-1.050,00 R\$	493,50 R\$	705,00 R\$

Tabela 4: Resultados da análise do plano financeiro

12. Analise SWOT

Fizemos a analise SWOT de nossa cafeteria e chegamos ao seguinte resultado:

Forças:	Fraquezas:
<ul style="list-style-type: none">- Ótima infraestrutura: a empresa conta com uma estrutura tornando todas as compras algo tranquilo e eficaz, todos os setores organizados de uma maneira clara e inteligente para que os consumidores possam sempre estar confortáveis.-Promoções semanais para nossos clientes.- Decorações diferenciadas.- Baixo custo nos produtos.	<ul style="list-style-type: none">- Atendimento ao cliente: como a empresa visa a excelência é fundamental que o atendimento esteja de acordo com as necessidades dos consumidores, sendo assim é de suma importância a capacitação dos colaboradores.- Falta de novos programas de fidelização para a captação de novos consumidores: para conquistar novos clientes.- Inexperiência gerencial no setor de alimentos.

Oportunidades:	Ameaças:
<p>- Abertura de novas lojas: a empresa ShowColate, tendo como objetivo de ampliação de suas novas redes de lojas, para cravar a marca no âmbito nacional.</p> <p>- Programa Pesquise lá compre aqui: visando sempre oferta o melhor produto com o melhor preço, o “Pesquise lá, compre aqui” tem em vista igualar o preço da concorrência, aonde o consumidor faz uma pesquisa nos preços da concorrência via site assim igualamos o preço dando o desconto no caixa para o cliente.</p> <p>- Treinamentos para atualização dos colaboradores: com a constante busca em excelência a empresa vai fazer uma parceria com uma empresa de consultoria em treinamentos, tendo em vista sempre prestar o melhor atendimento ao cliente, assim estimulando seus colaboradores a prestação de cursos de capacitação para que sempre façam o melhor atendimento.</p>	<p>- Expansão do dos concorrentes de mercado: com o aumento do mercado de cafeterias, temos a ameaça das cafeterias.</p> <p>- Mudanças devido a reforma trabalhistas: Podendo diminuir a carga horária trabalhada por colaborador, aumentando a carga tributária e encarecendo o quadro de colaboradores para suprir a demanda exigida.</p> <p>- Mudanças devido ao covid-19: onde o estabelecimento pode vir a ter que fechar aos decretos municipais e estatual.</p>

13. Conclusão

O empreendedorismo vem crescendo no Brasil, mais para começar é necessário um plano de negócio bem elaborado para minimizar os riscos que o negócio apresenta nos primeiros anos de atividade.

Neste trabalho foi analisada a visão, missão e valores, plano operacional, pesquisa de mercado, plano de marketing e plano financeiro após a análise, verificou-se que é viável a abertura da cafeteria ShowColate na cidade de Pitangueiras – SP, com um lucro no primeiro ano de 68%.

Pode-se dizer que é um empreendimento rentável, sendo enfrentadas algumas dificuldades, mas tendo resultados positivos para a cafeteria.

REFERENCIAS

A história das cafeterias. Museu do Café, 2021. Disponível em: <http://www.museudocafe.org.br/cafeteria/historia-das-cafeterias/>. Acesso em: 01 de junho de 2021.

Café: Pandemia Covid-19 deve afetar profundamente toda a cadeia, diz Cogo, Canal Rural 2020. Disponível em: <https://www.canalrural.com.br/noticias/agricultura/cafe/cafe-pandemia-impacto-cogo/>. Acesso em: 01 de Junho de 2021.

Tradicionais cafeterias não resistem à pandemia e fecham as portas: Mercado e história perdem com as baixas, Portal Notícias Agrícolas, 2020. Disponível em: <https://www.noticiasagricolas.com.br/noticias/cafe/265824-tradicionais-cafeterias-nao-resistem-a-pandemia-e-fecham-as-portas-mercado-e-historia-perdem-com-as.html#.YLpRVPIKiMo%20>. Acesso em: 03 de Junho 2021.

COMO AS CAFETERIAS PODEM ATRAIR OS CLIENTES DEPOIS DA COVID-19? Perfect Daily Grind. Disponível em Abril 2021. <https://perfectdailygrind.com/pt/2021/04/29/como-cafeterias-atrair-clientes-covid-19>. Acesso: 01 de Junho 2021.

Cafeteria aberta durante a pandemia. Globo G1. Pequenas Empresas & Grandes Negócios. Disponível em: 27 Dezembro 2020. <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2020/12/27/cafeteria-aberta-durante-a-pandemia-nasce-adaptada-a-novos-habitos-de-consumo-e-ja-lucra.ghtml> Acesso 01 de Junho 2021.