

CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO
Técnico em Administração

Arielle Samara Gonçalves Pereira Fioravante

Brendon Felipe Rodrigues Bandiera

Daniel Rodrigues da Silva

Gabriel de Souza Fernandes

Lídia Guimarães da Silva

Thaynara da Silva Teixeira

CAFETERIA PURO GRÃO

Tupã-SP

2022

Arielle Samara Gonçalves Pereira Fioravante

Brendon Felipe Rodrigues Bandiera

Daniel Rodrigues da Silva

Gabriel de Souza Fernandes

Lídia Guimarães da Silva

Thaynara da Silva Teixeira

CAFETERIA PURO GRÃO

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Administração da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Prof^a Dra. Luana Possari Maziero Costa, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Menção do Trabalho B

Tupã-SP

2022

ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

Arielle Samara Gonçalves Pereira Fioravante

Brendon Felipe Rodrigues Bandiera

Daniel Rodrigues da Silva

Gabriel de Souza Fernandes

Lídia Guimarães da Silva

Thaynara da Silva Teixeira

CAFETERIA PURO GRÃO

Apresentação para a Banca em caráter de validação do título de Técnico em
Administração

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dra. Luana Possari Maziero Costa
Orientadora

Prof. (a).
Avaliador (a)

Prof. (a).
Avaliador (a)

Tupã, 28 de junho de 2022.

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O(A) Professor(a) orientador(a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente temos que render nossos mais sinceros agradecimentos a Deus por nos permitir passar por um período de dificuldades (pandemia/instabilidade) onde tivemos a sua benevolência em sermos agraciados por vencermos os desafios propostos pela vida individualmente a cada um de nós, mas mesmo assim conseguimos vencer esta barreiras e chegamos ao momento atual de fechamento de um ciclo o qual nos levará a um enorme leque de possibilidades pela frente, e pela graça dEle concluirmos esse trabalho de conclusão de curso mesmo enfrentando várias adversidades.

Nós, integrantes do grupo, estendemos nossos agradecimentos a todo o corpo docente da Etec Prof.º Massuyuki Kawano, em especial os que lecionam no curso técnico de Administração, que dedicaram parte do seu tempo para nos transmitir conhecimento e nos ajudar a se tornar pessoas melhores, tanto no aspecto intelectual como cultural, se não fossem eles não teríamos chegados tão longe, atingindo nosso objetivo maior que é a formação do curso e o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso.

Eles foram os principais influentes em nossa formação, nos preparando para o mercado de trabalho, nos levando mais perto da rotina dos profissionais técnicos em Administração. Ensinando à nós discentes como lidar com pessoas e ser gestores das mesmas, enfrentando desafios que o mundo empresarial nos proporciona como a parte financeira e orçamentaria da empresa, seus processos logísticos, como gerir o processo de produção e serviço, como investir nas fontes de recursos humanos (que são os colaboradores da empresa), a como desenvolver ética e cidadania dentro da empresa e até mesmo os princípios legislativos para que a empresa possa existir.

Sem vocês pra nos guiar não teríamos chegados a reta final, somos sobreviventes dos desafios impostos pelo curso, mesmo que as vezes falhamos como alunos, mas a persistência e colaboração de nossos professores e amigos de grupo conseguimos passar por cima das dificuldades, que no momento vivenciado parecia impossível de serem vencidas e chegamos no momento tão esperado e ao mesmo tempo temido que é a apresentação do TCC. Não podemos deixar de mencionar a nossa professora orientadora Prof.^a Dra. Luana Possari Maziero Costa, que incansavelmente não mediu esforços para nos ajudar nesse percurso, sendo ombro

amigo, confidente e apaziguadora das tempestades dentro do grupo — nos ensinando a agir como profissionais e conter nossas emoções pessoais colocando o projeto como objetivo prioritário deixando as indiferenças de lado e lutando por algo que é maior do que nós (com isso refletimos como poderá ser a vida profissional, lidar com pessoas que possui personalidade e conhecimentos diferentes dos nossos, mas que se trabalharem juntos em busca de um bem maior seremos capaz de termos um futuro promissor e conseguiremos exercer a função desejada de gestores, tendo oportunidade de colocar em prática tudo que aprendemos ao longo desse um ano e meio de curso técnico).

É claro que não podemos deixar de mencionar nossos familiares que de algum modo, seja ele direto ou indireto, nos ajudaram, motivaram e até mesmo corrigiram nossa postura em relação ao curso para que assim continuássemos a persistir em nosso ensino mesmo com seus desafios. O período em que cursamos o nível técnico, foi um momento delicado (uma pandemia chamada COVID-19 nunca vista antes, assola os habitantes do planeta) que não somente afetou a população mundial, mas como cada um de nós que de algum modo foi afetado por este vírus que nos igualou e mostrou que não poderíamos nos proteger dele, ficamos vulneráveis com o psicológico e emocional abalado pelo medo que a COVID-19 nos trouxe. Alguns de nós perdemos familiares nesse período amigos e conhecidos, além dos que pegaram o vírus e enfrentaram seus sintomas e sequelas. Se não fossem os nossos familiares que serviram muitas das vezes de refúgio e nossos lares como bunker para nos acolher do desconhecido, do medo e do que nunca antes fora vivenciado. Esse aconchego, serviu de pilar pra que encarrássemos um curso a distância (com uma plataforma e jeito de estudar totalmente diferente e conhecido por nós, no qual a priori não nos permitiu uma aproximação física com nossos colegas de sala) que posteriormente veio ser finalizado presencialmente (permitindo assim nos aproximar e sentir um pouco do calor humano compartilhado nas aulas e da atmosfera escolar que pra alguns fazia tempo que não estava dentro de uma escola).

Mesmo enfrentando dificuldades e o desconhecido, sentimos que saímos mais fortes do que entramos e podemos sim dizer que somos vitoriosos, pois mesmo tendo motivos para desistir (problemas pessoais/emocionais/econômico) continuamos e estamos concluindo esta etapa de nossas vidas.

“Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou. É ter consciência de que quem vence sem obstáculos triunfa sem glória.” – Augusto Cury

RESUMO

O intuito desse projeto é trazer um novo conceito de cafeteria para Tupã e região, fazendo uso de *commodities* cultivada com base na cultura orgânica, sem nenhum uso de agrotóxico, assim ajudando as pessoas a cuidarem da saúde e preservando a natureza. Também será atendido o público que é intolerante a lactose e os que não consomem derivados de animal (veganos). Além da matéria prima diferenciada, a cafeteria utiliza embalagens biodegradáveis que possa contribuir para a melhor conservação do planeta. Diante disso, a cafeteria é formada por seis sócios em que o capital inicial é de R\$ 300.000,00, divididos em partes iguais sendo 50.000,00 cada. Além do capital inicial haverá a captação de R\$ 30.000,00 de investidores anjos, totalizando R\$ 330.000,00 para o início do empreendimento, que será uma sociedade limitada. Os recursos serão utilizados para a compra de máquinas e utensílios, além da reforma do estabelecimento, como também investimento em publicidade e informatização. Além de parte do capital ser utilizado no capital-giro que vai servir como reserva financeira da empresa para eventualidades.

Palavras-chaves: Café orgânico, embalagens biodegradáveis, cafeteria.

Abstract

The purpose of this project is to bring a new concept of cafeteria to Tupã and region, making use of commodities grown based on organic culture, without any use of pesticides, thus helping people to take care of their health and preserving nature. The public who is lactose intolerant and those who do not consume animal derivatives (vegans) will also be served. In addition to the differentiated raw material, the cafeteria uses biodegradable packaging that can contribute to better conservation of the planet. In view of this, the cafeteria is formed by six partners in which the initial capital is R\$ 300,000.00, divided in equal parts, being 50,000.00 each. In addition to the initial capital, BRL 30,000.00 will be raised from angel investors, totaling BRL 330,000.00 for the start of the venture, which will be a limited liability company. The funds will be used for the purchase of machines and utensils, in addition to the renovation of the establishment, as well as investment in advertising and computerization. In addition to part of the capital being used in working capital that will serve as the company's financial reserve for eventualities.

Keywords: Organic coffee, biodegradable packaging, coffee shop

.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Panfleto de inauguração	32
Figura 2 - Panfleto Cafeteria.....	32
Figura 3 - Layout da Empresa (primeiro andar).....	34
Figura 4 - Layout da Empresa (segundo andar).....	35
Figura 5 – Quadro de modelagem de negócios (Ferramenta Canvas).....	57

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Máquinas e Equipamentos	37
Tabela 2 - Móveis e Utensílios.....	37
Tabela 3 - Total dos Investimentos	38
Tabela 4 - Investimentos Pré-Operacionais.....	38
Tabela 5 - Estimativa de vendas e preço de venda da empresa	39
Tabela 6 - Estimativa do estoque inicial.....	40
Tabela 7 - Caixa mínimo.....	40
Tabela 8 - Capital de Giro.....	41
Tabela 9 - Investimento total (resumo)	41
Tabela 10 - Custo unitário de matéria prima 01	42
Tabela 11 - Custo unitário de matéria prima 02.....	42
Tabela 12 - Custo unitário de matéria prima 03.....	42
Tabela 13 - Custo unitário de matéria prima 04.....	43
Tabela 14 - Estimativa dos custos de comercialização.....	43
Tabela 15 - Custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas.....	44
Tabela 16 - Estimativa de mão de obra	44
Tabela 17 - Estimativa do custo com depreciação.....	45
Tabela 18 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	45
Tabela 19 - Projeção de resultados	46

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Dados dos fundadores 01	21
Quadro 2 - Dados dos fundadores 02	21
Quadro 3 - Dados dos fundadores 03	21
Quadro 4 - Dados dos fundadores 04	22
Quadro 5 - Dados dos fundadores 05	22
Quadro 6 - Dados dos fundadores 06	22
Quadro 7 - Capital Social.....	23
Quadro 8 - Análise dos concorrentes	25
Quadro 9 - Análise dos fornecedores	26
Quadro 10 - Preços dos produtos.....	31
Quadro 11 - Localização da Empresa	33
Quadro 12 - Necessidade de Pessoal	36

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gênero.....	27
Gráfico 2 - Idade.....	27
Gráfico 3 - Renda mensal.....	28
Gráfico 4 - Renda mensal.....	28
Gráfico 5 - Intolerante ou não a lactose	28
Gráfico 6 - Quantidade de vezes que toma café na semana	28
Gráfico 7 - Conhecimento do café orgânico	29

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	REVISÃO DE LITERATURA	16
2.1	Panorama histórico do café no Brasil	16
2.2	Mercado brasileiro do café	17
2.3	Tipos de café: Grãos e combinações	18
2.4	Mercado vegano e/ou vegetariano	19
3	PLANO DE NEGÓCIOS	19
3.1	Descrição da Empresa	20
3.2	Fonte de Recursos	23
3.3	Análise de Mercado	23
3.3.1	Análise dos Clientes	23
3.3.2	Análise dos Concorrentes	25
3.3.3	Análise dos Fornecedores	26
3.3.4	PESQUISA DE MERCADO	27
3.4	Plano Marketing	31
3.4.1	Descrição dos Principais Produtos ou Serviços	31
3.4.2	Preço	31
3.4.3	Estratégias Promocionais	31
3.4.4	Estrutura de Comercialização	32
3.4.5	Localização da Empresa	33
3.5	Plano Operacional	33
3.5.1	Layout ou Arranjo Físico	33
3.5.2	Capacidade Produtiva	36
3.5.3	Necessidade de Pessoal	36

3.6	Plano Financeiro	36
3.6.1	ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS	36
3.6.2	CAPITAL DE GIRO	38
3.6.3	ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO DE MATÉRIA-PRIMA, MATERIAIS DIRETOS E TERCEIRIZAÇÕES	42
3.6.4	ESTIMATIVA DE MÃO DE OBRA	44
3.6.5	ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO	45
3.6.6	ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS	45
3.6.7	PROJEÇÃO DE RESULTADOS	46
4	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	47
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
	REFERÊNCIAS.....	49
	APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL.....	50
	APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO	54
	APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS	57

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é considerado um dos maiores produtores de café em quantidade do mundo, onde é responsável por 1/3 da produção de cafés especiais (Arabica) no mercado global (Paiva, L. 2021). Nas cafeterias pode-se encontrar diversas bebidas feitas com o café, como os Expressos e Cappuccino com variações de diversos sabores.

A preocupação e higiene com os clientes são cruciais para passar segurança de que o local é limpo e seguro, pois para abrir uma cafeteria é preciso estar dentro da lei, para que assim possa ter uma melhor qualidade no atendimento, serviços e produtos, fazendo o estabelecimento ser elogiado e bem-sucedido.

A Cafeteria Puro Grão tem o intuito de ser um projeto que possa trazer mais sabor para a vida das pessoas com o café. Neste novo empreendimento situado na cidade de Tupã, a cafeteria irá disponibilizar no cardápio cafés gourmets, no que se enquadram cafés orgânicos puros, como também cafés com leite integral, leite de amêndoas e leite de soja, voltado ao público convencional e veganos/intolerantes para que todos possam se satisfazer com a qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

Em muitos lugares onde é vendido o café, este não apresenta boa qualidade, além de já terem sido processados pela indústria, possuem muitos agrotóxicos, perdendo assim sua essência de origem. A ideia da Cafeteria Puro Grão é fornecer diferentes tipos de cafés para todas as pessoas que se interessarem no produto, servindo qualidade e não prejudicando a saúde e até mesmo o meio ambiente, a cafeteria busca usar embalagens biodegradáveis e sustentáveis que não fiquem tanto tempo no meio ambiente.

Desta forma, deve-se levar em consideração que o café passa por etapas, mas que está longe de ser inviável, já que existe a possibilidade de trazer uma capacitação de pequenos colaboradores que trabalhem com a plantação e o colhimento de café sem agrotóxicos, trazendo para ambas as oportunidades únicas de união para o empreendimento.

Portanto este trabalho tem como principal objetivo analisar a viabilidade de abrir uma cafeteria que foge dos padrões tradicionais do que se está acostumado a ver na

região, ao qual serve café de modos variados com composições diferentes. Assim, os objetivos específicos deste trabalho são:

- Analisar o investimento necessário para implantar o negócio;
- Identificar as oportunidades e ameaças no mercado.
- Trazer o café orgânico, como uma forma de fazer com que um novo público na cidade seja atendido.

Com o alto consumo de café no Brasil, que atingiu 21,5 milhões de sacas no ano de 2021 (FORBES AGRO, 2022), acredita-se que uma cafeteria que alcance todo tipo de pessoa (dando ênfase no público vegano/vegetariano e intolerantes a lactose), possa proporcionar uma experiência diferenciada para quem for visitá-la e trabalhar no local.

O desenvolvimento deste trabalho pautou-se em uma pesquisa de natureza aplicada, com objetivo exploratório e descritivo uma vez que foi necessário o aprofundamento na temática a qual o negócio será desenvolvido. Desta forma, além de pesquisas bibliográficas foi desenvolvido uma pesquisa de campo, em que o questionário, disponibilizado por meio da plataforma Google Forms®, foi respondido por uma amostra aleatória e indeterminada (aqueles que tiveram acesso e disponibilidade para responder o questionário). O objetivo da pesquisa foi conhecer o público alvo da empresa, a fim de estruturar o negócio dentro das preferências dos clientes.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Panorama histórico do café no Brasil

De 1800 a 1930, o ciclo do café foi crucial para a economia brasileira, porém mesmo este ciclo não sendo mais o principal fator econômico do país, continua até os dias atuais sendo uma *commodity* de destaque na economia da nação. Plantar e exportar é um verdadeiro divisor de águas na história do país, à medida que os grãos cresceram no mercado internacional, eles tiveram um impacto real na economia, sendo dominado pelo cultivo do café por muitos anos. Condições climáticas favoráveis, trabalho escravo e ambiente geográfico perfeito contribuíram para o

sucesso deste esforço. No entanto, depois que os vales foram dominados pelo cultivo do café, outros estados começaram a produzi-los. Os maiores destaques são o interior do Paraná e o interior de São Paulo. A Grande Crise Econômica Americana em 1929, também conhecida como a Grande Depressão de 29 anos, teve um impacto negativo na economia brasileira. (ARAÚJO, F. 2022)

A crise da bolsa afetou os países em geral e principalmente aqueles que dependem da agricultura, o governo brasileiro no final dos anos 30 teve que comprar enormes quantidades de sacas de café, e queimar nos portos para que assim não faltasse dinheiro aos agricultores, os quais eram o sustentáculo da economia nacional. Mesmo com essa crise o café continuou predominante no Brasil como uma das principais *commodities* da exportação, sofrendo um abalo financeiro no final da década de 60 e início da de 70 no século XX, quando o estado de São Paulo enfrentou até então considerada maior geada que o país já passou, com isso os pés de café foram queimados e os fazendeiros a perderem suas safras, causando um abalo econômico fatal. (ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE JOAQUIM VENÂNCIO, 2022)

Voltando-se ao fato do Brasil ser um país de terceiro mundo, não possuindo um domínio industrial. Desde o século XIX quando esse despontou na economia do país para ser consumido, era necessário ser exportado como *commodity* para ser processado nas indústrias europeias e depois mandado para o País comprar já passado pelo processo de industrialização. Como nunca houve um avanço industrial significativo, até a atualidade, restam apenas os restolhos do café industrializado para o país, mesmo como exportadores a maioria dos brasileiros nunca tiveram privilégio de experimentar o melhor do café produzido. (SANTOS, T. 2022)

2.2 Mercado brasileiro do café

A importância das cafeterias hoje em dia é essencial para quem não tem tempo de preparar o seu próprio café de manhã, pois sempre tem o risco de acordar atrasado ou até mesmo aqueles que preferem tomar seu café no caminho do seu trabalho e compromissos do dia a dia.

Pode-se observar que o café é muito consumido pela população brasileira, sendo o segundo país que mais consome o grão e, somente em 2020, o Brasil

produziu 63,1 milhões de sacas, o equivalente a 3,7 toneladas de café, incluindo o arábica e o Conilon, com faturamento de 30 bilhões de reais todos os anos, envolvendo mais de 300 mil famílias (SEBRAE/NOTÍCIAS AGRÍCOLAS, 2021).

Mesmo o país tendo apresentado um ano com produção menor do que a estimativa de produção, há tendência de um crescimento na manufatura brasileira de café nos anos seguintes. Um estudo realizado pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (OUTLOOK FIESP, 2021), estima o aumento na produção brasileira de café, com a porcentagem de 40,1% até o ano de 2029, que alcança uma média de 65 milhões nas sacas por temporada (SUMMIT AGRO, 2021).

2.3 Tipos de café: Grãos e combinações

De acordo com Maria Lazzarini (2017), os cafés podem ter diversas combinações, entre elas:

- **Arábica:** usado em cafés gourmet, possui uma classificação mais rigorosa, torra clara ou média e preço mais alto;
- **Blend de arábica com robusta:** bastante comum nos cafés tradicionais, tem torra escura e valor mais acessível;
- **Coado:** café passado em filtro, geralmente de papel ou de pano, é uma bebida leve;
- **Expresso:** Mais concentrado, com passagem da água quente pelo café compactado;
- **Expresso Romano:** café com limão siciliano, é uma bebida de corpo e refrescante;
- **Expresso Belga:** à base de chocolate amargo torna-se uma bebida doce;
- **Cappuccino Italiano:** café expresso com leite cremoso, é uma bebida cremosa;
- **Cappuccino Brasileiro:** Café expresso com leite cremoso, chocolate e/ou canela.

O café que será entregue merece toda a atenção, então uma proposta diferenciada com bons fornecedores pode agregar valores e um melhor café a quem

o toma, como bons atributos, tendo cheiro, aromas que podem ser frutados, herbais, doces, entre outros. O café também pode ser visto por suas características sensíveis, já que os cafés não são marcantes só pelo sabor, mais também por todo o seu processo de produção, pois todo o investimento na pós-colheita é de grande importância, tendo os cuidados nos lotes para não haver defeitos e ter toda as características que o torna especial.

2.4 Mercado vegano e/ou vegetariano

Conhecendo mais sobre o mundo vegano e vegetariano, que tem aumentado nos últimos anos, na qual a maioria das pessoas tem adotado esse novo hábito de vida, que busca ser mais saudável e de menor dano ao mundo animal ou ainda como alternativa ao desenvolvimento de alergias a produtos lácteos. Devido este aumento o mercado de produtos “Plant Based”, que foca em lácteos vegetais, também tem aumentado, já que esta é a alternativa aos alérgicos a lácteos derivados de animais (FOOD CONNECTION, 2021).

Considerando este nicho de mercado, algumas cafeterias na grande Capital do Estado de São Paulo contam com o diferencial de trazer o melhor do café, buscando atender um público que até então era deixado de lado nos estabelecimentos fazendo com que essas pessoas tivessem uma pequena variedade de lugares que ofertassem este serviço (SATIE, 2019).

3 PLANO DE NEGÓCIOS

Café é um tipo de negócio que está relacionado a uma satisfação pessoal que vai além da gastronomia pura. Para muitos, tomar café requer um ritual, seja conversando com amigos, lendo a revista preferida, o jornal do dia, ou até mesmo para tirar um tempo para pensar, para planejar e quem sabe, até mesmo para não fazer nada. Assim, servir café é oferecer momentos especiais e isso exige um conjunto de cuidados.

Com isso a Cafeteria Puro Grão se destaca pela inovação de cafés para todo o público. Esse novo empreendimento situado na cidade de Tupã, irá disponibilizar em

seu cardápio cafés orgânicos, no que se enquadram desde cafés quentes e gelados, e cafés voltados ao público vegano, no qual serão usados leites vegetais. O café será fornecido por produtores agrícolas que se baseiam na agricultura orgânica, para oferecer melhor qualidade e segurança para todos os clientes, além de embalagens biodegradáveis, visando o menor impacto ao meio ambiente.

A intenção deste projeto, é disponibilizar um espaço sofisticado e aconchegante para o público, com aparência rústica e um toque de elegância, contando com estacionamento próprio e serviço de *drive thru*. Além de preços justo e qualidade dos produtos e serviços prestados

3.1 Descrição da Empresa

Razão Social da Empresa: Cafeteria Puro Grão EPP

Nome Fantasia: Cafeteria Puro Grão

CNPJ: 28.080.928/0001-06

- **Missão:** Desenvolver um conceito novo sobre cafeteria, na qual busca criar um grupo de pessoas ligadas pelo mesmo objetivo, de estar em um ambiente agradável, o qual pode se tornar um refúgio para a correria do dia a dia. A Cafeteria traz um novo tipo de café na região, que seria o orgânico, sem agrotóxicos que prejudicam a saúde. Além disso fazer com que pessoas que são intolerantes a lactose ou veganas, que muitas vezes não conseguem ter algo rápido e prático, não se sintam mais deslocadas e possam tomar nossos cafés
- **Visão:** A Cafeteria Puro Grão pretende abranger a um novo tipo de café ao qual ainda não é comercializado na cidade, ao longo dos cinco primeiros anos buscamos desenvolver uma linha de produtos de autenticidade baseado nos produtos orgânicos, pensando assim alcançar um público-alvo maior e expandir no nosso negócio em proporções que possa ser grande e se tornar uma empresa de sucesso no ramo.

- **Setor de Atividade:** A Cafeteria atua nos setores de comércio e serviço.
- **Forma Jurídica:** será uma EPP Limitada, contendo até nove funcionários no estabelecimento e rendimento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões reais e submetida ao crivo da Lei 123/06.
- **Enquadramento Tributário:** Simples Nacional.

Dados dos fundadores

Quadro 1 - Dados dos fundadores 01

Fundador 01	
Nome: Arielle Samara Gonçalves Pereira Fioravante	
Endereço: Rua Amazonas, nº 104	Cidade/Estado: Bastos/SP
E-mail: ariellesamara.az09@hotmail.com	Telefone: 14 998492693

Atribuição e Formação do Fundador 01: Formada no ensino superior completo, sendo Bacharel em Administração; como sócia empreendedora terá atribuição na empresa de gerenciar as atividades da cafeteria como também, fiscalizar as necessidades do empreendimento e ser responsável por apresentar o relatório de necessidade de matéria prima ao gerente de compras.

Quadro 2 - Dados dos fundadores 02

Fundador 02	
Nome: Brendon Felipe Rodrigues Bandiera	
Endereço: Rua Tapajós, nº 100	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: brendonrod123@gmail.com	Telefone: 14 996197488

Atribuição e Formação do Fundador 02: Formado no ensino superior completo, sendo Bacharel em Administração; como sócio empreendedor terá atribuição na empresa de gerente de compras responsável pela pesquisa de fornecedores, análise de preços e fechamento de compra.

Quadro 3 - Dados dos fundadores 03

Fundador 03	
Nome: Daniel Rodrigues da Silva	
Endereço: Avenida Manuel Antônio Veloso, nº 22	Cidade/Estado: Queiroz/SP
E-mail: danielonline62528@gmail.com	Telefone: 14 996105032

Atribuição e Formação do Fundador 03: Formado no ensino médio e técnico em Administração; como sócio empreendedor ele terá atribuição na empresa de estoquista/almoxarife, responsável pelo recebimento de mercadoria (matéria-prima), conferência da mesma, como também recebimento da nota-fiscal e responsável pela manutenção de toda a mobília da empresa.

Quadro 4 - Dados dos fundadores 04

Fundador 04	
Nome: Gabriel de Souza Fernandes	
Endereço: Rua Orlando Romeu Pelegrino da Silva, nº 250	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: gabrieldesouza2802@gmail.com	Telefone: 14 998839512

Atribuição e Formação do Fundador 04: Formado no ensino superior completo, sendo Bacharel em Farmácia; como sócio empreendedor ele terá atribuição na empresa de balconista, responsável pela acomodação dos clientes.

Quadro 5 - Dados dos fundadores 05

Fundador 05	
Nome: Lídia Guimaraes da Silva	
Endereço: Avenida Centenário, nº 218-A	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: lidiage85@gmail.com	Telefone: 14 997775330

Atribuição e Formação do Fundador 05: Formada no ensino médio, sendo técnico em Administração; como sócia empreendedora ela terá atribuição na empresa de chefe de cozinha da cafeteria como também, fiscalizar as necessidades do empreendimento e ser responsável por apresentar o relatório de matéria prima que precisa ser comprada ao gerente de compras.

Quadro 6 - Dados dos fundadores 06

Fundador 06	
Nome: Thaynara da Silva Teixeira	
Endereço: Avenida Tamandaré, nº 526	Cidade/Estado: Herculândia/SP
E-mail: thaynara-sillva@outlook.com	Telefone: 14 997097565

Atribuição e Formação do Fundador 06: Formada no ensino superior em Ciências Sociais Bacharel/Licenciatura e técnica em administração; como sócia

empreendedora terá a atribuição de administrar toda a empresa, como parte burocrática e financeira direcionando a empresa e tomando as decisões baseada na participação dos demais sócios colaboradores.

- **Capital Social:** o capital social totalizará R\$ 300.000,00, sendo R\$ 50.000,00 disponibilizado por cada sócio. Haverá ainda, captação de R\$ 30.000,00 de investidore-anjo. Assim, o capital inicial será direcionado ao aluguel do prédio por durante um ano, reforma do ambiente interno do prédio deixando com o aspecto rústico, aquisição de equipamentos e utensílios, além de reservas para o custeio do negócio.

Quadro 7 - Capital Social

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
Fundador 01 Arielle Samara	R\$ 50.000,00
Fundador 02 Brendon Rodrigues	R\$ 50.000,00
Fundador 03 Daniel Rodrigues	R\$ 50.000,00
Fundador 04 Gabriel De Souza	R\$ 50.000,00
Fundador 05 Lídia Guimarães	R\$ 50.000,00
Fundador 06 Thaynara S. Teixeira	R\$ 50.000,00

3.2 Fonte de Recursos

As fontes de recursos da empresa Cafeteria Puro Grão seriam através dos próprios sócios onde serão postos R\$ 50.000,00 cada um, totalizando R\$ 300.000,00, além disso teria também uma porcentagem de 10% de um investidor-anjo, totalizando R\$ 330.000,00 para o início do negócio.

3.3 Análise de Mercado

3.3.1 Análise dos Clientes

Os clientes da cafeteria Puro Grão abrangem o público, de todos os gêneros e idades, de Tupã e microrregião. O produto é destinado aos apreciadores de café, havendo a oportunidade de conhecer novos sabores, já que a matéria prima é

orgânica, com possibilidade de mistura com leites diferenciados. O ambiente limpo e agradável, proporcionará o consumo no local para aqueles que possuem disponibilidade ou o sistema *drive thru* possibilitará adquirir o produto de forma rápida.

3.3.2 Análise dos Concorrentes

Quadro 8 - Análise dos concorrentes

	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Concorrente 01	Havanna	Á partir de 6,90	O pagamento é somente á vista, por dinheiro, cartão ou no crédito do cartão.	O atendimento é ótimo de acordo com os clientes, os funcionários são atenciosos e gentis.	Retirada na porta, para entrega, viagem e no local também.
Concorrente 02	Truffado Doceria	Á partir de 12,50	O pagamento é somente á vista, por dinheiro, cartão ou no crédito do cartão.	Os serviços oferecidos, de acordo com os clientes que foram a loja, são excelentes.	Compras na Loja, retiradas na Loja e entrega. Eles fazem encomendas e possuem Cartão Fidelidade.
Concorrente 03	Coffee & Wine	Á partir de 12,50	O pagamento é somente á vista, por dinheiro, cartão ou no crédito do cartão.	As avaliações sobre o atendimento são boas, mas tem umas que deixa a duvidar, pois fala que o atendimento é demorado e nada organizado, mas os outros comentários sobre o local são positivos.	Pode se acomodar no local para comer ou embalar para a viagem.

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Pode-se concluir que os concorrentes possuem falhas, mas que existe uma boa clientela, possibilitando explorar tais erros e gerar vantagem para este negócio.

3.3.3 Análise dos Fornecedores

Quadro 9 - Análise dos fornecedores

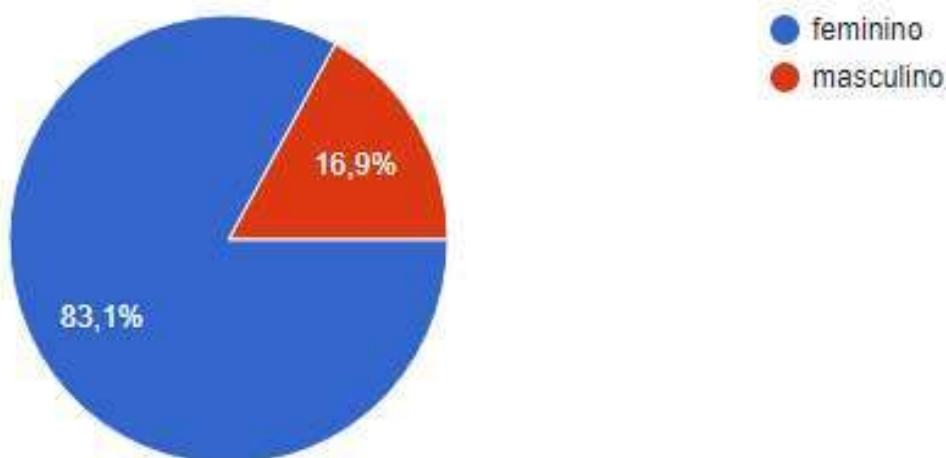
Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Cia Orgânico	Café Orgânico (UNI) 1kg.	80,00	Cartão de Crédito, Débito Online, Boleto Bancário.	PAC – 7 dias úteis SEDEX – 2 dias úteis	Fazenda Boa Esperança, Ribeirão Claro.
2	Grupo Jurerê	Jurerê Espresso Orgânico Gourmet Grãos 250g	35,90	Cartão de Crédito, Débito, Boleto	PAC – 12 dias úteis SEDEX – 6 dias úteis	Rua Augusto Bayer, 600, Galpão, Praça – Tijucas/SC
3	MB EMBALAGENS DESCARTÁVEIS	100un Copo de 210ml em Papel Ecológico Biodegradável com tampa	78,90	Cartão de Crédito, Débito, Boleto e Pix	PAC – 7 dias úteis SEDEX – 2 dias úteis Transportadora Jamef – 6 dias úteis	R. Américo Brasileiro, 1598 - Chácara Santo Antônio (Zona Sul), São Paulo - SP,
4	ANDERS PACK	Copo Papel Preto 210ml com Tampa Bico Preta – Pct 100un	107,00	Cartão de Crédito, Débito, Boleto e Pix	Transportadora ASAPLog Express – 2 dias úteis (grátis)	Itaim Bibi – São Paulo, SP

Conclusão da Análise dos Fornecedores: A análise de fornecedores possibilita encontrar os melhores fornecedores tanto em termos de qualidade, quanto prazo de entrega e forma de pagamento.

3.3.4 PESQUISA DE MERCADO

Gráfico representando o gênero das pessoas que responderam à pesquisa.

Gráfico 1 - Gênero



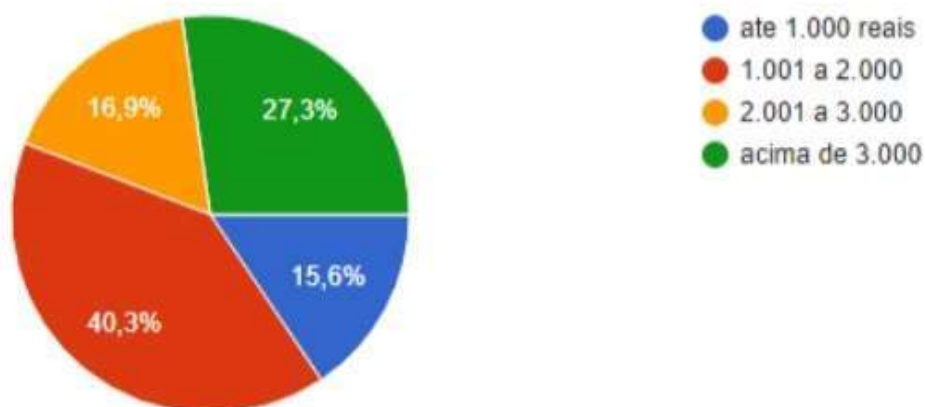
O gráfico que representa a idade de todos aqueles que responderam à pesquisa mostra que a maior parte dos respondentes possui 25 e 41 anos.

Gráfico 2 - Idade



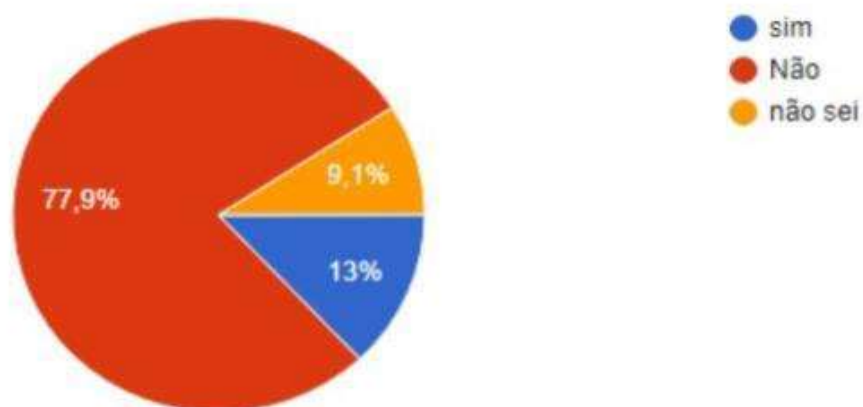
O gráfico que representa a renda mensal mostra que a maioria tem uma renda mensal entre R\$1.000 e R\$2.000

Gráfico 3 - Renda mensal



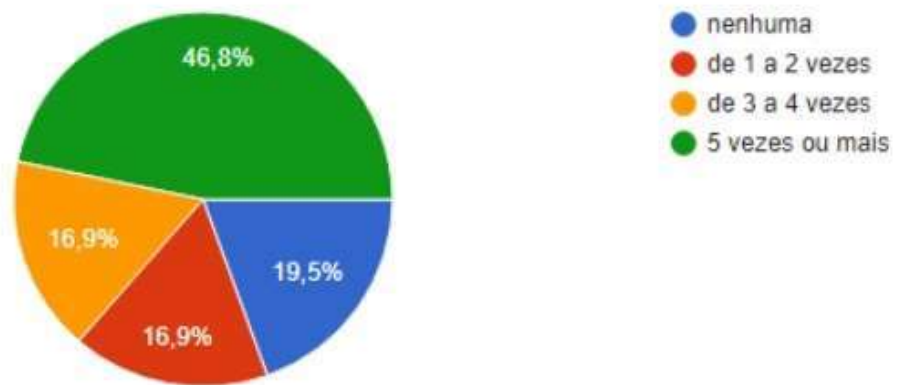
O gráfico que representa o percentual de pessoas que tem intolerância ou não, mostra que a maioria deles não tem intolerância a lactose.

Gráfico 5 - Intolerante ou não a lactose



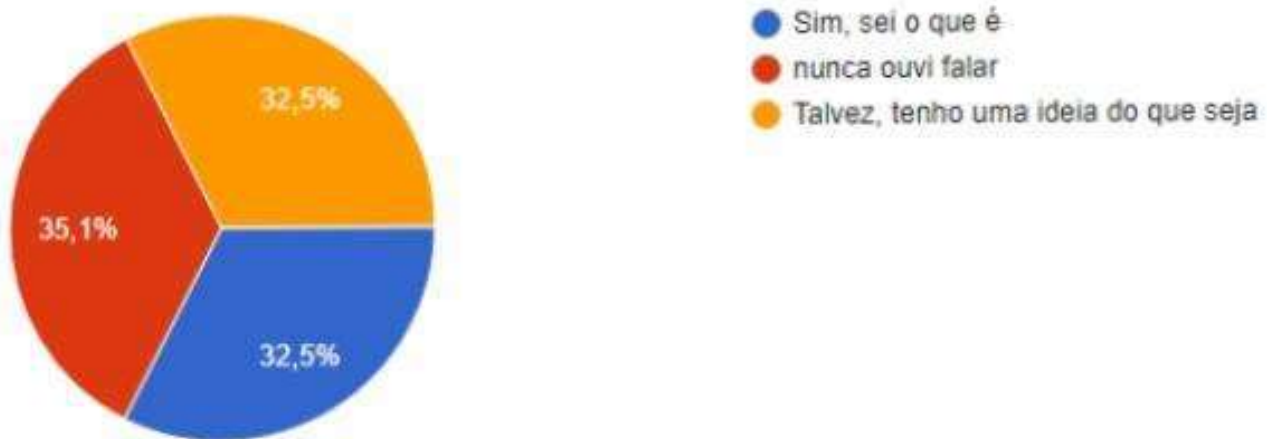
O gráfico que mostra quantas vezes as pessoas tomam café na semana, evidencia que 46,8% dos respondentes consomem café mais de 5 vezes na semana.

Gráfico 6 - Quantidade de vezes que toma café na semana



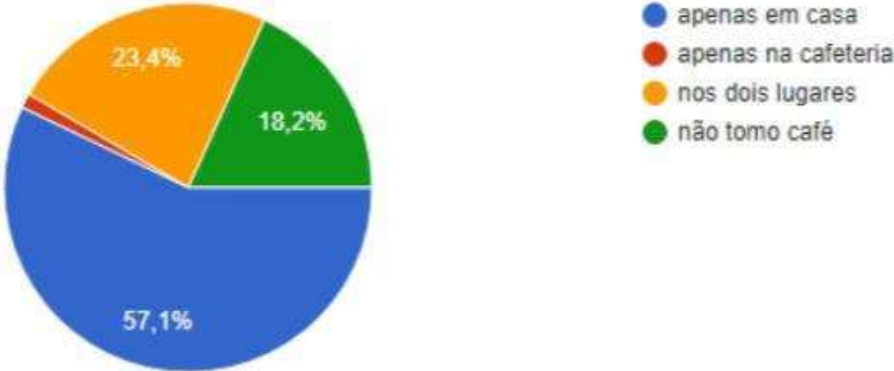
O gráfico representando todas as pessoas que sabem ou não sobre o café orgânico, mostra que o conhecimento sobre o assunto é bastante equilibrado.

Gráfico 7 - Conhecimento do café orgânico



O gráfico que representa quantas pessoas tomam café em casa ou em cafeterias, evidencia que 57,1% toma café em casa (parte representada em azul).

Gráfico 7 - Local em que mais toma café



3.4 Plano Marketing

3.4.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

A cafeteria pura grão fornecera cafés de qualidades e com variedades de preparo e sabor, oferecendo estas bebidas gelada e quentes, conforme o cliente preferir. O café com leite é popularmente conhecido e simples pela facilidade do seu preparo, também pode ser servido de modo quente ou gelado.

Há opção de leites especiais para pessoas intolerantes a lactose e que não consomem produtos de origem animal, como o de amêndoas e de coco, que possuem cálcio, zinco, vitamina C, magnésio, fósforo e zinco (nutrientes necessários para a sustância do organismo). Para as pessoas tolerantes a lactose, está disponível o café com leite integral (Ninho®). Alguns desses leites utilizados cuidam da saúde dos ossos, evita o envelhecimento precoce e com poucas calorias.

As embalagens para quem quer consumir o produto fora do local de atendimento são de formas biodegradáveis (copos, canudos e guardanapos de papel) que ajudam na preservação do meio ambiente.

3.4.2 Preço

Quadro 10 - Preços dos produtos

Produtos	Preço
Café puro	R\$ 12,50
Café com leite Integral (Ninho®)	R\$ 14,50
Café com leite de Soja	R\$ 15,50
Café com leite de Amêndoas	R\$ 14,50

3.4.3 Estratégias Promocionais

A Cafeteria Puro Grão chegará até os clientes de maneiras básicas, por meio dos anúncios, panfletos, indicações e principalmente redes sociais, já que ultimamente é um dos meios mais fáceis e acessíveis.

É bem comum que cartazes ou panfletos sejam espalhados por alguns pontos da cidade onde será inaugurado estabelecimento para chamar atenção das pessoas que gostam de café.

Figura 1 - Panfleto de inauguração



Figura 2 - Panfleto Cafeteria



3.4.4 Estrutura de Comercialização

A Cafeteria Puro Grão não trabalhará com entregas *delivery*. Para que os clientes tomem do café será preciso que se dirijam até o estabelecimento, podendo se acomodar no local para que realizem o pedido do que desejam tomar. O cliente terá como opção fazer sua encomenda via telefone e o pagamento por *pix* para que possa apenas pegar o seu pedido já pronto no estabelecimento, esse meio será usado para pessoas que tem pressa e não querem se acomodar no local.

3.4.5 Localização da Empresa

Quadro 11 - Localização da Empresa

Endereço da Empresa: Avenida Tamoios nº1197	
Bairro: Centro	Cidade/Estado: Tupã/SP
Telefone/Fax: (14) 3446-1577	

O local foi escolhido por ter grande fluxo de pessoas, já que se localiza no centro da cidade, ficando bem visível e de fácil localização.

3.5 Plano Operacional

3.5.1 Layout ou Arranjo Físico

Figura 3 - Layout da Empresa (primeiro andar)

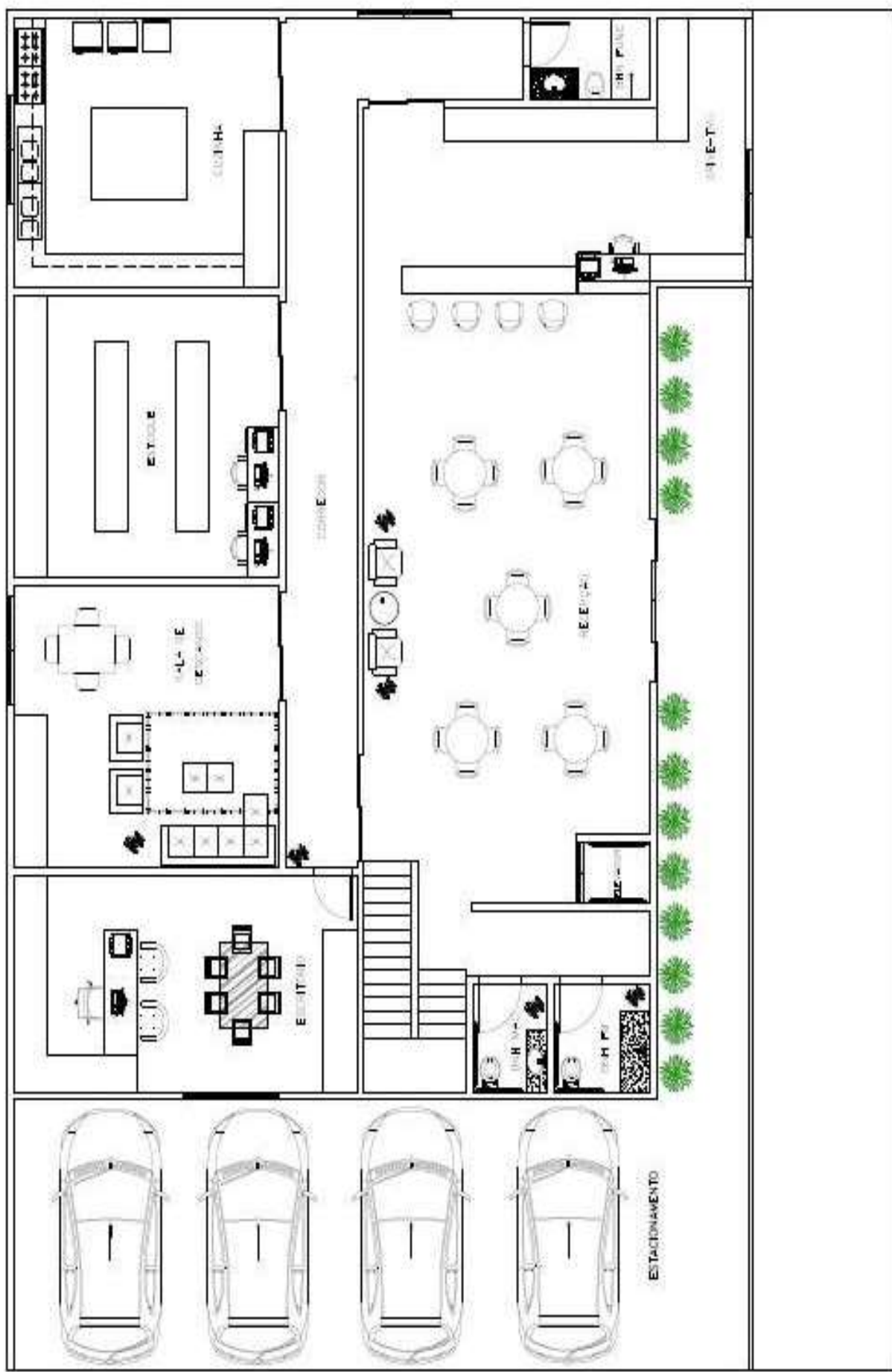
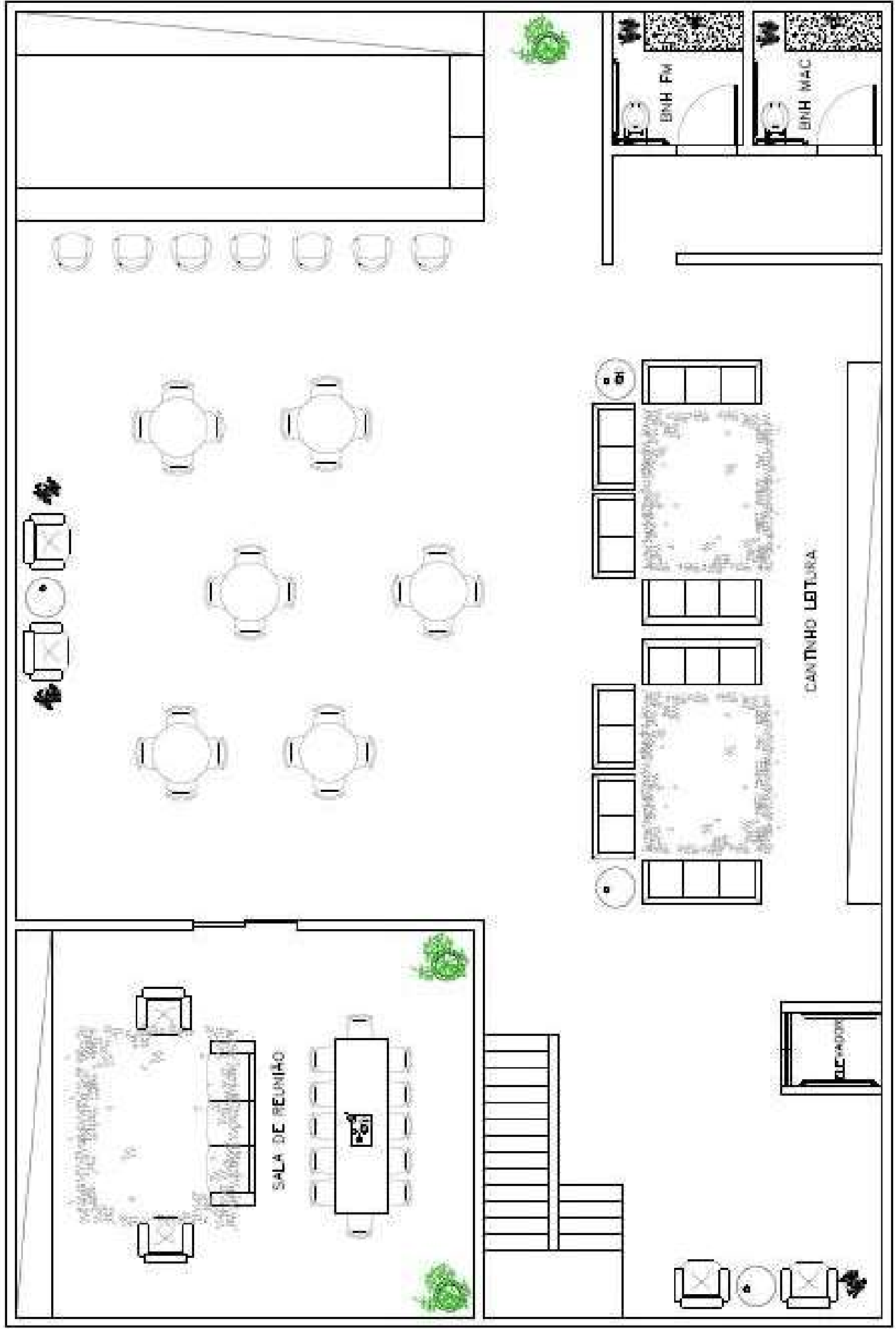


Figura 4 - Layout da Empresa (segundo andar)



3.5.2 Capacidade Produtiva

A cafeteria atenderia 1 pedido a cada 15 minutos, sendo 4 pedidos em 1 hora, com 10 horas trabalhadas atendendo 40 pedidos por dia, dando um total de 160 pedidos de terça a sexta, 8 horas no sábado atendendo 32 pedidos e no domingo 6 horas trabalhadas atendendo 24 pedidos. No mês são atendidas 864 pessoas por funcionário. As perdas previsíveis são de 2% influenciando na quantidade de atendimentos que serão reduzidos para 846. Considerando as perdas imprevisíveis de 3% a capacidade produtiva reduziria para 838 atendimentos.

3.5.3 Necessidade de Pessoal

Quadro 12 - Necessidade de Pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Garçom	Servir	Ensino Médio completo
Garçom	Servir	Ensino Médio completo
Faxineira(o)	Limpeza/organização	Ensino Fundamental completo
Almoxarife	Gestão de estoque	Ensino Técnico completo
Balconista	Cuidar da bancada e caixa	Ensino Técnico completo
Gerente Geral	Gestão do planejamento, organização e definição de estratégias	Ensino Técnico/Superior completo
Gerente Financeiro	Gestão do controle financeiro da empresa	Ensino Técnico/Superior completo
Gerente Administrativo	Gestão da administração local	Ensino Técnico/Superior completo
Cozinheira(o)	Preparar produtos	Ensino Médio completo

3.6 Plano Financeiro

3.6.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS

3.6.1.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

A – Máquinas e equipamentos – Produção / Prestação de serviço

Tabela 1 - Máquinas e Equipamentos

Máquinas e equipamentos				
1	Máquina de moer café	2	R\$ 2.169,10	R\$ 4.338,20
2	Máquina de torrar café	2	R\$ 2.380,59	R\$ 4.761,18
3	Cafeteira	3	R\$ 979,90	R\$ 2.939,70
4	Ar condicionado	2	R\$ 2.134,00	R\$ 4.268,00
5	Ventilador de teto	1	R\$ 152,60	R\$ 152,60
6	Cortina de vento	2	R\$ 582,75	R\$ 1.165,50
7	Computador	3	R\$ 1.296,88	R\$ 3.890,64
8	Celulares	3	R\$ 798,15	R\$ 2.394,45
9	Telefone fixo	2	R\$ 35,00	R\$ 70,00
10	Micro-ondas	1	R\$ 499,00	R\$ 499,00
11	Liquidificador	3	R\$ 149,00	R\$ 447,00
12	Fogão Industrial	2	R\$ 892,00	R\$ 1.784,00
13	Refrigerador	2	R\$ 1.632,51	R\$ 3.265,02
14	Mixer	3	R\$ 37,99	R\$ 113,97
15	Máquina registradora	1	R\$ 2.101,08	R\$ 2.101,08
16	Moderninha Pro	1	R\$ 298,80	R\$ 298,80
Sub-Total				R\$ 32.489,14

B – Móveis e utensílios**Tabela 2 - Móveis e Utensílios**

Móveis e utensílios				
1	Kit 4 Banquetas	3	R\$ 299,90	R\$ 899,70
2	Conjunto de mesa	12	R\$ 647,00	R\$ 7.764,00
3	Mesa de reunião	1	R\$ 1.999,90	R\$ 1.999,90
4	Mesa de escritório	2	R\$ 776,16	R\$ 1.552,32
5	Cadeira de Escritório	18	R\$ 95,59	R\$ 1.720,62
6	Armário vestiário	1	R\$ 1.078,37	R\$ 1.078,37
7	Armário de cozinha	1	R\$ 1.359,91	R\$ 1.359,91
8	Estante para livros	1	R\$ 119,90	R\$ 119,90
9	Kit 2 poltronas	4	R\$ 245,99	R\$ 983,96
10	Vaso Sanitário	5	R\$ 474,35	R\$ 2.371,75
11	Pia p/ banheiro	5	R\$ 199,45	R\$ 997,25

12	Kit Sofá 2 e 3 lugares	6	R\$ 526,40	R\$ 3.158,40
13	Kit 3 estantes de aço	3	R\$ 779,00	R\$ 2.337,00
14	Vaso para plantas	14	R\$ 33,25	R\$ 465,50
15	Balcão Escritório Recepção Atendimento	1	R\$ 2.161,00	R\$ 2.161,00
16	Mesa para ilha de cozinha	1	R\$ 475,00	R\$ 475,00
17	Kit 2 Balcões Pia	1	R\$ 668,26	R\$ 668,26
Sub-Total				R\$ 30.112,84

Tabela 3 - Total dos Investimentos

Total dos investimentos fixos	R\$ 62.601,98
Total dos investimentos pré-operacionais	R\$ 102.600,00
Total dos investimentos	R\$ 165.201,98

3.6.1.2 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Compreendem os gastos realizados antes do início das atividades da empresa, isto é, antes que ela abra as portas e comece a vender. São exemplos de investimentos pré-operacionais: despesas com reforma (pintura, instalação elétrica, troca de piso, etc.) ou mesmo as taxas de registro da empresa.

Tabela 4 - Investimentos Pré-Operacionais

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
Despesas de legalização	R\$ 2.500,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 90.000,00
Divulgação	R\$ 8.500,00
Cursos e treinamentos	R\$ 1.600,00
TOTAL	R\$ 102.600,00

3.6.2 CAPITAL DE GIRO

3.6.2.1 ESTIMATIVA DE PREÇO DE VENDA

Tabela 5 - Estimativa de vendas e preço de venda da empresa

ANO	MESES	café puro		café integral (Ninho®)		café com leite de soja		café com leite de amêndoas		QUANTIDADE VENDIDA	FATURAMENTO
		Vendas	preço	vendas	preço	vendas	preço	Vendas	preço		
2023	Janeiro	3000	R\$ 37.500,00	2850	R\$ 41.325,00	1300	R\$ 20.150,00	1150	R\$ 16.675,00	8300	R\$ 115.650,00
2023	Fevereiro	3000	R\$ 37.500,00	2850	R\$ 41.325,00	1300	R\$ 20.150,00	1150	R\$ 16.675,00	8300	R\$ 115.650,00
2023	Março	3000	R\$ 37.500,00	2850	R\$ 41.325,00	1300	R\$ 20.150,00	1150	R\$ 16.675,00	8300	R\$ 115.650,00
2023	Abril	3000	R\$ 37.500,00	2850	R\$ 41.325,00	1300	R\$ 20.150,00	1150	R\$ 16.675,00	8300	R\$ 115.650,00
2023	Maio	3000	R\$ 37.500,00	2850	R\$ 24.000,00	1300	R\$ 20.150,00	1150	R\$ 16.675,00	8300	R\$ 98.325,00
2023	Junho	3550	R\$ 44.375,00	3200	R\$ 46.400,00	1420	R\$ 22.010,00	1200	R\$ 17.400,00	9370	R\$ 130.185,00
2023	Julho	3550	R\$ 44.375,00	3200	R\$ 46.400,00	1440	R\$ 22.320,00	1200	R\$ 17.400,00	9390	R\$ 130.495,00
2023	Agosto	3550	R\$ 44.375,00	3200	R\$ 46.400,00	1440	R\$ 22.320,00	1200	R\$ 17.400,00	9390	R\$ 130.495,00
2023	Setembro	3550	R\$ 44.375,00	3200	R\$ 46.400,00	1440	R\$ 22.320,00	1200	R\$ 17.400,00	9390	R\$ 130.495,00
2023	Outubro	3000	R\$ 37.500,00	2850	R\$ 41.325,00	1300	R\$ 20.150,00	1200	R\$ 17.400,00	8350	R\$ 116.375,00
2023	Novembro	3000	R\$ 37.500,00	2850	R\$ 41.325,00	1300	R\$ 20.150,00	1150	R\$ 16.675,00	8300	R\$ 115.650,00
2023	Dezembro	3000	R\$ 37.500,00	2850	R\$ 41.325,00	1300	R\$ 20.150,00	1150	R\$ 16.675,00	8300	R\$ 115.650,00
	TOTAL	38200	R\$ 477.500,00	32750	R\$ 498.875,00	16140	R\$ 250.170,00	14050	R\$ 19.176.250,00	103990	R\$ 1.430.270,00

3.6.2.2 ESTIMATIVA DO ESTOQUE INICIAL

Tabela 6 - Estimativa do estoque inicial

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	CAFÉ MOIDO ESPECIAL	71	R\$ 80,00	R\$ 5.680,00
2	CAFÉ EM GRÃO	71	R\$ 35,90	R\$ 2.548,90
3	AÇUCAR	5	R\$ 16,99	R\$ 84,95
4	LEITE DE SOJA	200	R\$ 9,90	R\$ 1.980,00
5	LEITE DE AMÊNDOAS	150	R\$ 7,85	R\$ 1.177,50
6	LEITE INTEGRAL	400	R\$ 5,99	R\$ 2.396,00
7	EMBALAGENS	83	R\$ 78,90	R\$ 6.548,70
8	GUARDANAPOS	170	R\$ 2,75	R\$ 467,50
TOTAL DE ESTOQUE				R\$ 20.883,55
NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE (em dias)				5

3.6.2.3 CAIXA MÍNIMO

Tabela 7 - Caixa mínimo

PRAZO MÉDIO DE VENDAS	% de vendas	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
À VISTA	20%	0	0
À PRAZO	45%	30	13,5
À PRAZO	30%	60	18
À PRAZO	5%	90	4,5
PRAZO MÉDIO TOTAL			36

PRAZO MÉDIO DE COMPRAS	% de vendas	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
À VISTA	50%	0	0
À PRAZO	50%	30	15

À PRAZO		60	0
À PRAZO		90	0
PRAZO MÉDIO TOTAL			15
NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO (em dias)			26
MARGEM DE LUCRO		%	
café puro	R\$ 7,47	60%	
café com leite integral (Ninho®)	R\$ 8,57	59%	
café com leite de soja	R\$ 9,30	60%	
café com leite de amêndoas	R\$ 8,30	57%	

Tabela 8 - Capital de Giro

CAPITAL DE GIRO	
CUSTO FIXO MENSAL	R\$ 5.655,03
CUSTO VARIÁVEL MENSAL	R\$ 16.924,86
CUSTO TOTAL DA EMPRESA	R\$ 22.579,89
CUSTO TOTAL DIÁRIO	R\$ 752,66
NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO (em dias)	26
TOTAL	R\$ 19.569,24

3.6.2.4 INVESTIMENTO TOTAL - RESUMO

Tabela 9 - Investimento total (resumo)

DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	VALOR (R\$)	(%)
INVESTIMENTOS FIXOS	R\$ 62.601,98	35%
CAPITAL DE GIRO	R\$ 14.014,88	8%
INVESTIMOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$ 102.600,00	57%
TOTAL	R\$ 179.216,86	
FONTES DE RECURSOS	VALOR (R\$)	(%)

RECURSOS PRÓPRIOS	R\$ 300.000,00	91%
RECURSOS DE TERCEIROS	R\$ 30.000,00	9%
TOTAL	R\$ 330.000,00	

3.6.3 ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO DE MATÉRIA-PRIMA, MATERIAIS DIRETOS E TERCEIRIZAÇÕES

3.6.3.1 CUSTO UNITÁRIO DE MATÉRIA-PRIMA

PRODUTO 1

Tabela 10 - Custo unitário de matéria prima 01

CUSTOS DE MATÉRIA PRIMA (POR UNIDADE)			
café puro			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
café moído	0,02	R\$ 80,00	R\$ 1,60
açúcar	0,002	R\$ 3,40	R\$ 0,01
embalagem	1	R\$ 0,79	R\$ 0,79
guardanapo	2	R\$ 0,12	R\$ 0,25
		TOTAL	R\$ 2,64

PRODUTO 2

Tabela 11 - Custo unitário de matéria prima 02

café c/ leite integral (Ninho®)			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
café	0,02	R\$ 80,00	R\$ 1,60
leite integral	0,15	R\$ 5,99	R\$ 0,90
açúcar	0,002	R\$ 3,40	R\$ 0,01
embalagem	1	R\$ 0,79	R\$ 0,79
guardanapo	2	R\$ 0,12	R\$ 0,24
		TOTAL	R\$ 3,54

PRODUTO 3

Tabela 12 - Custo unitário de matéria prima 03

café c/ amêndoas			
MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
café	0,02	R\$ 80,00	R\$ 1,60
leite de amêndoas	0,15	R\$ 7,85	R\$ 1,18
açúcar	0,002	R\$ 3,40	R\$ 0,01
embalagem	1	R\$ 0,79	R\$ 0,79

guardanapo	2	R\$	0,12	R\$	0,24
			TOTAL	R\$	3,81

PRODUTO 4

Tabela 13 - Custo unitário de matéria prima 04

MATERIAL	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)
café	0,02	R\$ 80,00	R\$ 1,60
leite de soja	0,15	R\$ 9,90	R\$ 1,49
açúcar	0,002	R\$ 3,40	R\$ 0,01
embalagem	1	R\$ 0,79	R\$ 0,79
guardanapo	2	R\$ 0,12	R\$ 0,24
TOTAL			R\$ 4,13

3.6.3.2 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Tabela 14 - Estimativa dos custos de comercialização

CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO			
DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL R\$
1. IMPOSTOS			
IMPOSTOS FEDERAIS			
SIMPLES	10,7%	R\$ 1.181.700,00	R\$ 126.441,90
SUBTOTAL 1			R\$ 126.441,90
2. GASTOS COM VENDAS			
COMISSÕES	0,90%	R\$ 1.181.700,00	R\$ 12.872,43
PROPAGANDA	0,10%	R\$ 1.181.700,00	R\$ 1.430,27
TAXA DE ADM. DO CARTÃO	2,50%	R\$ 1.181.700,00	R\$ 35.756,75
SUBTOTAL 2			R\$ 50.059,45
TOTAL (SUBTOTAL 1 + 2)			R\$ 203.098,34
CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO (POR UNIDADE)			R\$ 2,39

3.6.3.3 APURAÇÃO DOS CUSTOS DOS MATERIAIS DIRETOS E/OU MERCADORIAS VENDIDAS

Tabela 15 - Custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

CUSTOS DE MATERIAIS DIRETOS			
PRODUTO/ SERVIÇO	ESTIMATIVA DE VENDAS (UNIDADES)	CUSTO UNITÁRIO DE MATERIAIS/ AQUISIÇÃO R\$	CMD/CM
			R\$
café puro	38200	R\$ 2,64	R\$ 100.993,01
café c/ leite integral (ninho)	32750	R\$ 3,54	R\$ 115.781,08
café com leite de amêndoas	14050	R\$ 3,81	R\$ 53.590,92
café c/ leite de soja	16140	R\$ 4,13	R\$ 66.658,20
TOTAL			R\$ 337.023,20

3.6.4 ESTIMATIVA DE MÃO DE OBRA**Tabela 16 - Estimativa de mão de obra**

FUNÇÃO	Nº DE EMPREGADOS	SALÁRIO MENSAL (R\$)	% DE ENCARGOS SOCIAIS	ENCARGOS SOCIAIS (R\$)	TOTAL (R\$)
Faxineiro(a)	1	1.400	39%	R\$ 551,18	R\$ 1.951,18
Garçom	2	1.600	39%	R\$ 629,92	R\$ 2.229,92
Almoxerife	1	1.990	39%	R\$ 783,46	R\$ 2.773,46
Balconista	1	2.200	39%	R\$ 866,14	R\$ 3.066,14
Gerente Geral	1	2.600	39%	R\$ 1.023,62	R\$ 3.623,62
Gerente Financeiro	1	3.100	39%	R\$ 1.220,47	R\$ 4.320,47
Gerente Administrativo	1	3.200	39%	R\$ 1.259,84	R\$ 4.459,84
Cozinheira	1	1.900	39%	R\$ 748,03	R\$ 2.648,03
TOTAL					R\$ 25.072,66

3.6.5 ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO

Tabela 17 - Estimativa do custo com depreciação

ATIVOS FIXOS	VALOR DO BEM (R\$)	VIDA ÚTIL EM ANOS	DEPRECIAÇÃO ANUAL (R\$)
OBRAS CIVIS/REFORMAS	127.500,00	25	R\$ 5.100,00
EQUIPAMENTOS	19.720,21	5	R\$ 3.944,04
MÓVEIS E MÁQUINAS	44.086,30	10	R\$ 4.408,63
		TOTAL	R\$ 13.452,67

3.6.6 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSIS

Tabela 18 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL (R\$)
Aluguel	R\$ 2.500,00
Condomínio	R\$ -
IPTU	R\$ 135,00
Água	R\$ 350,00
Energia Elétrica	R\$ 800,00
Telefone	R\$ 30,00
Honorário do contador	R\$ 1.900,00
Pró- Labore	R\$ 17.990,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 500,00
Salários + Encargos	R\$ 25.072,66
Material de limpeza	R\$ 180,00
Material de escritório	R\$ 250,00
Combustível	R\$ -
Taxas Diversas	R\$ 2.000,00
Serviços de terceiros	R\$ -
Depreciação	R\$ 13.452,67

Outras despesas	R\$	2.700,00
TOTAL	R\$	67.860,34
CUSTO FIXO (POR UNIDADE)	R\$	0,65

3.6.7 PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Tabela 19 - Projeção de resultados

DESCRIÇÃO	R\$
RECEITA TOTAL COM VENDAS	R\$ 1.430.270,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS	R\$ 540.121,54
(-) CUSTOS COM MATERIAIS DIRETOS E/OU CMV (*)	R\$ 337.023,20
(-) IMPOSTOS SOBRE VENDAS	R\$ 153.038,89
(-) GASTOS COM VENDAS	R\$ 50.059,45
SUBTOTAL	R\$ 890.148,46
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	0,86
CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 814.324,02
RESULTADO OPERACIONAL (LUCRO/PREJUÍZO)	R\$ 75.823,58

4 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Quadro 13 - Avaliação estratégica

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	Forças <ul style="list-style-type: none"> • Trazer uma nova opção no ramo de cafeterias em geral como o produto orgânico. • Embalagens biodegradáveis as quais servem de incentivo aos consumidores para pensar em um planeta melhor. • Pensando em um público pouco contemplado que são os veganos e intolerantes a lactose. 	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Servir um café orgânico, que poucos lugares ou até mesmo nenhum em nossa cidade traz, um café com personalidade e sem agrotóxicos e fertilizantes sintéticos. • Investir em um local onde quem esteja lá possa se sentir o mais confortável possível e não precise apenas pegar seu café e ir para seu trabalho/casa, mas sim que possa descansar em um local agradável.
Pontos Fracos	Fraquezas <ul style="list-style-type: none"> • A busca em construir o próprio nome da empresa fazendo essa ser notada no ramo. • Dificuldade em conquistar novos clientes que tenham um paladar fora do convencional. 	Ameaças <ul style="list-style-type: none"> • Diversidade de cafés ou produtos que por ser uma cafeteria nova no mercado ainda não irá ter uma grande variedade. • Grande concorrência de cafeterias que mesmo sendo produtos diferentes já tem o seu público fiel.

Conclusão da Análise SWOT: conclui-se com base na análise de que a ideia de negócio é viável sim, já que existe um nicho que clientes pouco explorados, porém como tudo que é novo e diferente está exposto ao risco de não dar certo e de grandes desafios até se fixarem no mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise de mercado mostra a inexistência de uma cafeteria orgânica na região e cidade de Tupã/SP, possibilitando o desenvolvimento de um negócio que utilize o

café orgânico. Considerando seu cultivo é feito de maneira sustentável, na qual se pensa na proteção do solo e não contaminação de recursos hídricos, a cafeteria adere às embalagens biodegradáveis na qual será utilizada como estímulo para os nossos consumidores desenvolverem o hábito sustentável, pensando em um mundo mais sustentável. Além disso, haverá oferta de produtos para veganos e intolerantes a lactose, público este, pouco explorado.

O projeto apresenta-se viável, já que se propõe a atender um público carente de opções no mercado de serviços, além de trazer novas experiências por meio do café orgânico, que além de mais natural oferece sabor e aromas mais intensos. A estimativa é que o empreendimento venda, em torno de, 88.920 unidades de cafés, sejam eles puros ou misturados com algum tipo de leite, faturando R\$ 1.190.100,00 no primeiro ano de funcionamento. Considerando todas os custos e despesas inerentes ao negócio, seria apurado no final do exercício um lucro de R\$ 243.933,19, possibilitando o funcionamento do negócio, gerando emprego e renda para a cidade onde está instalada.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **10 embalagens biodegradáveis ganham espaço e ajudam o meio ambiente.** [S. l.]: Agência Brasil, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencianacional/meioambiente/audio/2021-10/embalagens-biodegradaveis-ganham-espaco-e-ajudam-o-meio-ambiente>; Acesso em: 15 out. 2021.

ARAUJO, F. **Ciclo do Café.** [S. l.] 2022. Disponível em <https://www.infoescola.com/historia/ciclo-do-cafe/>. Acessado em 06 maio 2022.

BARROS, D. **Dados sobre café no Brasil: Consumo, produção e exportação.** [S. l.] REVIEW CAFÉ. Disponível em: <https://reviewcafe.com.br/dicas-e-receitas/dados-sobre-cafe-no-brasil/>. Acessado em 05 nov.2021.

BELTRÃO, F. A. **Historia completa café no Brasil.** [S. l.] 2018. Disponível em: <https://revistacafeicultura.com.br/?mat=66568>. Acessado 20 set. 2021.

CANAL AGRO. **Perspectiva para a cotação do café em 2021.** [S. l.] 2021. Disponível em: <https://summitagro.estadao.com.br/noticias-do-campo/perspectivas-para-a-cotacao-do-cafe-em-2021/>. Acessado em 11 nov 2021.

Escola Politécnica De Saúde Joaquim Venâncio. **Crise de 1929.** Rio De Janeiro, RJ 2022. Disponível em <https://www.epsjv.fiocruz.br/crise-de-1929>. Acessado em 06 maio 2022.

FORBES AGRO. **Consumo de café no Brasil cresce 1,7% em 2021.** [S. l.] 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbesagro/2022/04/consumo-de-cafe-no-brasil-cresce-17-em-2021/>. Acesso em 06 maio 2022.

GRÃO GOURMET. **As Top 30 Cafeterias Mais Incríveis do Mundo.** [S. l.]: Grão Gourmet, 2018. Disponível em: <https://www.graogourmet.com/blog/top-cafeterias-aor-dor-do-mundo/>. Acesso em 25 nov. 2021.

PORTUGA BRASIL. **Embalagem que se transforma em árvores.** [S. l.]: Portuga Brasil, 2015. Disponível em: <http://www.portubrasil.com.br/embalagem-que-se-transforma-em-arvores/>. Acessado em 15 out. 2021.

PAIVA, L. **Melhores Cafés do Mundo: Principais Países Produtores e Marcas!** [S. l.] 2022. Disponível em <https://reviewcafe.com.br/dicas-e-receitas/melhroes-cafes-do-mundo/#:~:text=e%20mais%20amargor.-,Eti%C3%B3pia,principal%20atividade%20econ%C3%B4mica%20do%20pa%C3%A>Ds. Acesso em 27 maio 2022.

SANTOS, M. **A onda de biodegradáveis no Brasil**. Rio de Janeiro, RJ: Boell Org., 2021. Disponível em: <https://br.boell.org/pt-br/2021/01/19/onda-de-biodegradaveis-no-brasil>. Acesso em 25 out. 2021.

SATIE, A. **Confira uma seleção com seis cafés veganos em São Paulo**. São Paulo, SP: Guia Folha.uol. Disponível em: <https://guia.folha.uol.com.br/guloseimas/2019/11/confira-uma-selecao-com-seis-cafes-veganos-em-sao-paulo.shtml#:~:text=As%20sugest%C3%B5es%20s%C3%A3o%20as%20tortinhas,d e%20gelo%20feitos%20de%20caf%C3%A9>. Acessado em 06 nov. 2021.

SANTOS, T. **Raízes do café no Brasil**. [S. l.] 2022. Disponível em <https://brasilecola.uol.com.br/historia/o-caffe-no-brasil-suas-origens.htm>. Acessado em 27 maio 2022

W VEGAN. **Estimativa de porcentagem de vegetarianos e veganos no Brasil**. [S. l.] 2019. Disponível em: <https://www.wvegan.com.br/estimativa-de-porcentagem-de-vegetarianos-e-veganos-no-brasil/>. Acessado em 11 nov. 2021.

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: SOCIEDADE DE EMPRESA LIMITDA DE PROPÓSITO ESPECIFICIO CAFETERIA PURO GRÃO LTDA.

1. Arielle Samara Gonçalves Pereira Fioravante, brasileira, natural de bastos, solteira, nascida em 08 de março de 2003, administradora, portadora do CPF 461.760.698-07, portadora da célula de identidade 62.992.367-X, órgão expedidor SSP, domicílio e residência na Rua Amazonas nº 104, bairro jardim Santa Maria, Bastos, Estado de São Paulo CEP: 17.690-000 e,
2. Brendon Felipe Rodrigues Bandiera, brasileiro, natural de Tupã, solteiro, nascido em 28 de fevereiro de 2002, administrador, portadora do CPF 519.772.828-06, portador da célula de identidade 60.938.929-4, órgão expedidor SSP, domicílio e

residência na Rua Tapajós nº 100, centro, Tupã, Estado de São Paulo CEP: 17.600-040 e,

3. Daniel Rodrigues da Silva, brasileiro, natural de Queiroz, solteiro, nascido 04 de setembro de 2003, técnico administrativo, portador do CPF 477.912.512-00, portador da célula de identidade 58.146.185-X, órgão expedidor SSP, domicílio e residente na Avenida Manuel Antônio Veloso nº22, CDHU, Queiroz, Estado de São Paulo CEP 17.590-000 e,

4. Gabriel de Souza Fernandes, brasileiro, natural de Tupã, solteiro, nascido em 28 de fevereiro de 2005, farmacêutico, portador do CPF 548.503.738-01, portador da célula de identidade 64.536.490-3, órgão expedidor SSP, domicílio e residente na Rua Orlando Romeu Pelegrino da Silva nº 250, vila viaduto, Tupã, Estado de São Paulo CEP 17.601-322e,

5. Lídia Guimarães da Silva, brasileira, natural de Tupã, solteira, nascida em 06 de fevereiro de 1986, técnica administrativa, portadora do CPF 356.969.718-57, portadora da célula de identidade 41.770.119-6, órgão expedidor SSP, domicílio e residente na Rua centenário nº 218-A, bairro vila formosa, Tupã, Estado de São Paulo, CEP 17.602-500 e,

6. Thaynara da Silva Teixeira, brasileira, natural de Tupã, solteira, nascida em 09 de novembro de 1996, bacharel/licenciada em Ciências sociais e técnica em administrativa, portadora do CPF 437.765.098-05, portadora da célula identidade 45.934.389-0, órgão expedidor SSP, domicílio e residente na Avenida Tamandaré nº 526, bairro centro, Herculândia, Estado de São Paulo, CEP 17.650-000. Constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Cafeteria Puro Grão LTDA e terá sede e domicílio na Avenida Tamoios nº1197, prédio comercial, centro, Tupã, Estado de São Paulo e CEP 17.600-005.

2ª O capital social será R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais (dividido em 300 quotas de valor nominal R\$ 1.000,00 (um mil real), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Arielle Samara Gonçalves Pereira Fioravante, 50 nº de quotas 1.000,00 R\$ 50.000,00

Brendon Felipe Rodrigues Bandiera, 50 nº de quotas 1.000,00 R\$ 50.000,00

Daniel Rodrigues da Silva, 50 nº de quotas 1.000,00 R\$ 50.000,00

Gabriel de Souza Fernandes, 50 nº de quotas 1.000,00 R\$ 50.000,00

Lídia Guimarães da Silva, 50 nº de quotas 1.000,00 R\$ 50.000,00

Thaynara da Silva Teixeira, 50 nº de quotas 1.000,00 R\$ 50.000,00

3ª A razão social da empresa é o seu nome legal, ou seja, o nome utilizado em todos os documentos e atividades jurídicas/contábeis, nesse caso o nome social da empresa a contar nos documentos é "Cafeteria Puro Grão Ltda.".

3.1 - É uma empresa de serviço/comercio, sendo um comercio tradicional com um CNAE principal 5611-2/03 de Cafeteria e de Serviço, que tende oferecer uma variedade de produtos que contem como base a cafeína. Referindo assim a empresa se trata de uma cafeteria.

3.2 - A Sociedade terá como objeto social a comercialização de cafés e produtos orgânicos, como também alimento e bebidas para os intolerantes a produtos lácteos.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 01 de agosto de 2022 e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá Thaynara da Silva Teixeira com os poderes e atribuições de administrar toda a empresa, como parte burocrática e financeira direcionando a empresa e tomando as decisões baseada na participação dos demais sócios colaboradores autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª Ao término da cada exercício social, em 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 apurados.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador (es) quando for o caso.

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

11 Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12 Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus

haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

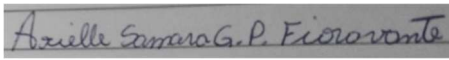
Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13 O Administrador declara, sob as penas da lei, de 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.

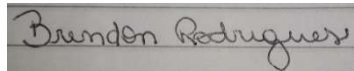
14 Fica eleito o foro da comarca de Tupã para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em sete vias.

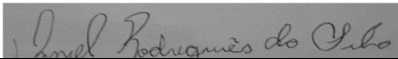
Tupã, 01 de agosto de 2022

a) 

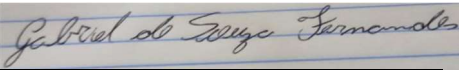
Arielle S. G. P. Fioravante
CPF 461.760.698-07
RG 62.992.367-X

b) 

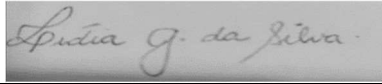
Brendon F. R. Bandiera
CPF 519.772.828-06
RG 60.938.929-4

c) 

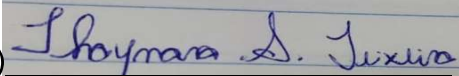
Daniel Rodrigues da Silva
CPF 477.912.512-00
RG: 58.146.185-X

d) 

Gabriel de Souza Fernandes
CPF 548.503.738-01
RG 64.536.490-3

e) 

Lídia Guimarães da Silva
CPF 356.969.718-57
RG 41.770.119-6

f) 

Thaynara da Silva Teixeira
CPF 437.765.098-05
RG 45.934.389-0

Visto:  (OAB/SP)

Nome: Dr. Silvana .C. Teixeira Sirigelo (OAB – 113749)

APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO

Qual seu gênero? *

- feminino
- masculino
- Outros...

Qual sua idade? *

Texto de resposta curta

Qual sua renda mensal? *

- ate 1.000 reais
- 1.001 a 2.000
- 2.001 a 3.000
- acima de 3.000

Você é intolerante a lactose? *

- sim
- Não
- não sei

Se você é intolerante a lactose, qual leite você prefere?

- leite de amêndoas
- leite de soja
- Outros...

Quantas vezes na semana você toma café? *

- nenhuma
- de 1 a 2 vezes
- de 3 a 4 vezes
- 5 vezes ou mais

Você sabe o que é um café orgânico? *

- Sim, sei o que é
- nunca ouvi falar
- Talvez, tenho uma ideia do que seja

Você toma mais café em casa ou em cafeterias?

- apenas em casa
- apenas na cafeteria
- nos dois lugares
- não tomo café

Você já viu alguma cafeteria em Tupã que vende cafés orgânicos?

Sim

Não

Figura 5 – Quadro de modelagem de negócios (Ferramenta Canvas)

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

