

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ETEC PADRE JOSÉ NUNES DIAS**  
**Técnico em Administração**

**Brenda Jady Fogaça da Rocha**  
**Dhiogo Henrique Ribeiro Masteguin**  
**Francielle Dourado**

**CAFETERIA: A viabilidade da abertura e criação da Coffee Corner.**

**Monte Aprazível**

**2024**

**Brenda Jady Fogaça da Rocha**  
**Dhiogo Henrique Ribeiro Masteguim**  
**Francielle Dourado**

**CAFETERIA: A viabilidade da abertura e criação da Coffee Corner.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da ETEC Padre José Nunes Dias, orientado pela Professora especialista Andréa Nunes Matias e Co-orientação Professor especialista Heliton José Gonçalves Moia como requisito parcial para obtenção do título de técnico em administração.

**Monte Aprazível**

**2024**

## **Agradecimentos**

Agradeço primeiramente ao nosso Deus todo poderoso, secundamente, aos integrantes do grupo que em nenhum momento hesitaram a ajudar uns aos outros durante a nossa trajetória, terceiramente aos professores que nos guiaram e nos orientaram durante todo nosso tempo dentro do curso Técnico em Administração, agradecimento especial aos professores Heliton José Gonçalves Moia e Andréa Nunes Matias que foram nossos orientadores de TCC.

## Sumário

<b>1 SUMÁRIO EXECUTIVO</b> .....	7
<b>2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b> .....	8
2.1 Objetivo .....	8
2.2 Missão.....	8
2.3 Visão .....	8
2.4 Valores.....	9
2.5 Público-alvo .....	9
<b>3 PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	10
3.1 Acomodações .....	10
3.2 Localização .....	10
3.3 Produtos .....	10
3.4 Canvas da Proposta de Valor .....	11
<b>4. ANÁLISE DE MERCADO</b> .....	11
4.1 Identificação de a alguns possíveis concorrentes .....	11
4.2 Pesquisa de mercado .....	12
<b>5 PLANO DE MARKETING</b> .....	15
5.1 Planejamento .....	15
5.2 Análise de Ambiente.....	16
5.3 Definição de Posicionamento de Mercado .....	18
5.4 Definição da Marca .....	19
5.6 <i>Slogan</i> .....	20
5.7 Definição de Metas e Objetivos .....	21
5.8 Definição de Estratégia .....	21
5.9 <i>Marketing off-line e on-line</i> .....	22
5.10 Ações do tipo de <i>Marketing</i> – Estratégias 4P's .....	22
5.11 Mapa da Empatia .....	23
5.12 Estratégias em respostas das Necessidades e Desejos.....	24
5.13 Canvas da Proposta de Valor .....	25
5.14 Business Model Canvas .....	25
<b>6. PLANO OPERACIONAL</b> .....	27
6.1 Disposição do ambiente.....	27
6.2 Layout do ambiente .....	28

<b>6.3 Layout Virtual</b> .....	34
<b>6.3.1 Capacidade Instalada</b> .....	34
<b>6.3.2 Fluxograma de serviço</b> .....	35
<b>6.3.3 Equipe</b> .....	36
<b>6.3.5 Análise SWOT</b> .....	37
<b>7. PLANO FINANCEIRO</b> .....	39
<b>8. CONCLUSÃO</b> .....	43
<b>9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	44
<b>10. APÊNDICE</b> .....	45

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Preferência de consumo e faixa etária .....	12
Figura 2 - Consumismo de café e frequência de visitaçã .....	13
Figura 3 - Motivos para se visitar uma cafeteria .....	13
Figura 4 - Trabalho remoto em uma cafeteria .....	14
Figura 5 - Feedback para a cafeteria .....	14
Figura 6 - Como o cliente vê meu negócio .....	19
Figura 7 - Avaliação da Concorrência – Vantagens e Desvantagens .....	19
Figura 8 - Logomarca .....	20
Figura 9 - Tabela dos objetivos e metas .....	21
Figura 10 - Entrada da cafeteria .....	28
Figura 11– Visão do balcão e das mesas internas .....	28
Figura 12 - Visão do balcão e das mesas internas .....	28
Figura 13 - Mesas internas .....	29
Figura 14 - Decoração interna .....	29
Figura 15 - Área de produção .....	30
Figura 16 - Balcão .....	30
Figura 17 - Área de produção visão 2 .....	31
Figura 18 - Banheiro .....	31
Figura 19 - Banheiro .....	32
Figura 20 - Área externa .....	32
Figura 21 - Área externa .....	33
Figura 22 - Área externa .....	33
Figura 23 - Perfil Instagram .....	34
Figura 24 - Fluxograma geral .....	35
Figura 25 - Organograma da Hierarquia .....	36
Figura 26 - Capital inicial .....	39
Figura 27 - Custo Operacional .....	39
Figura 28 - Custo Fixo .....	40
Figura 29 - Custo Variável .....	41
Figura 30 - Receita .....	41
Figura 31 - DRE .....	42

# 1 SUMÁRIO EXECUTIVO

## **Resumo**

*Este trabalho propõe uma análise ampla a respeito do papel e das atividades desempenhadas por uma cafeteria na atualidade. A cafeteria é mais do que um simples local para degustar café; trata-se de um ambiente que engloba aspectos sociais, culturais e econômicos, no qual os clientes não buscam somente uma bebida, mas também uma experiência singular e inesquecível.*

*O objetivo deste trabalho é abordar os principais elementos relacionados à gestão e operação de uma cafeteria, tais como a definição do público-alvo, a escolha de produtos e serviços, as estratégias de marketing, as operações do dia a dia, os desafios enfrentados e as oportunidades de crescimento.*

*Através de uma revisão bibliográfica, análise de dados e debate dos resultados, almeja-se proporcionar uma compreensão mais aprofundada do setor de cafeterias e fornecer ideias valiosas para empreendedores, gestores e pesquisadores interessados neste dinâmico segmento de mercado.*

**Palavras chave:** *cafeteria, objetivo, gestão, empreendedores, gestores.*

## **2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

*Coffee Corner* Cafeteria, é um refúgio aconchegante no centro da cidade, onde os amantes de café encontram o ambiente perfeito para relaxar, trabalhar, estudar e socializar. Nossa cafeteria oferece uma experiência única, combinando sabores excepcionais com um atendimento acolhedor. Na *Coffee Corner*, todos os nossos produtos são preparados com ingredientes selecionados de alta qualidade trazendo o melhor sabor para você.

Nosso espaço é projetado para proporcionar conforto e tranquilidade, com uma decoração charmosa que combina o moderno com o rústico. Seja para uma pausa rápida durante o dia, uma reunião de negócios ou um encontro com amigos, a *Coffee Corner* é o lugar ideal para todas as ocasiões. Aqui na *Coffee Corner* Cafeteria é o lugar ideal para trabalhar, relaxar e desfrutar dos melhores momentos do seu dia.

### **2.1 Objetivo**

O objetivo principal da nossa cafeteria é estabelecer um ambiente aconchegante e convidativo, onde os clientes possam desfrutar de cafés de alta qualidade, seja para socializar, relaxar, estudar ou trabalhar. Nosso estabelecimento almeja construir uma clientela fiel baseada em um atendimento excepcional e produtos que atendam às necessidades e preferências dos consumidores.

### **2.2 Missão**

É criar momentos especiais através de uma experiência de café excepcional, onde cada xícara conta uma história de qualidade, sustentabilidade e paixão.

### **2.3 Visão**

Ser a cafeteria preferida de nossa cidade, reconhecida não apenas pela qualidade do café, mas também pela nossa dedicação à responsabilidade social e ambiental.

## **2.4 Valores**

Qualidade: Comprometemo-nos com os mais altos padrões em tudo o que fazemos, desde a seleção dos grãos até o atendimento aos clientes.

Sustentabilidade: Buscamos práticas ecológicas em toda a nossa cadeia de produção, minimizando nosso impacto no meio ambiente.

Paixão: Amamos café e estamos comprometidos em compartilhar essa paixão em cada xícara que servimos.

## **2.5 Público-alvo**

Jovens adultos, profissionais de escritórios que buscam um local conveniente para pausas durante o trabalho ou para trabalhar remotamente, alunos universitários em busca de um local para socializar entre as aulas, famílias que desejam se reunir para conversas descontraídas, bem como entusiastas de café que apreciam uma boa xícara de café.

## **3 PRODUTOS E SERVIÇOS**

### **3.1 Acomodações**

Contamos com acesso à internet de alta velocidade para que você possa permanecer conectado e produtivo enquanto aprecia nossa extensa gama de cafés. Nossa proposta arquitetônica visa favorecer o equilíbrio entre as atividades laborais e momentos de descontração. Possuímos mesas amplas e confortáveis, iluminação sutil e trilha sonora relaxante, criando um ambiente propício para concentração e inspiração. Ao sentir a necessidade de recarregar as energias, nossos cantos acolhedores e poltronas convidativas oferecem o cenário ideal para descanso, leitura ou simplesmente apreciar a movimentação da cidade lá fora.

### **3.2 Localização**

Localizada estrategicamente no coração da cidade, nossa cafeteria se destaca como um refúgio para os profissionais modernos que buscam um ambiente acolhedor para suas atividades fora do escritório.

### **3.3 Produtos**

**Expresso:** Desfrute de uma explosão de sabor com o nosso café expresso premium. Feito com grãos cuidadosamente selecionados, cada gole é uma experiência intensa e encorpada que desperta os sentidos.

*Cappuccino* tradicional artesanal: uma combinação de café solúvel, leite pó, achocolatado e canela;

*Cappuccino* de *Ovomaltine* artesanal: uma deliciosa combinação de café solúvel, *Ovomaltine* e leite em pó, perfeito para os amantes de chocolate;

**Café gelado:** uma bebida refrescante, perfeita para os dias mais quentes ou para quem procura uma alternativa mais leve ao café quente tradicional;

**Chás:** uma seleção de chás, incluindo chá verde e chá preto;

**Sucos:** uma seleção de sabores de sucos naturais, incluindo laranja, abacaxi com hortelã e laranja com acerola;

**Refrigerante:** uma variedade de opções;

**Bolos:** bolos feitos diariamente, incluindo os sabores clássicos como chocolate, fubá e cenoura com cobertura de chocolate;

Doces em geral: como cookies, churros e tortas;

Sanduíches naturais: sanduíches preparados com ingrediente frescos, incluindo de frango e presunto e queijo.

### **3.4 Canvas da Proposta de Valor**

Nosso estabelecimento, tem criadores de ganhos válidos por ser reconhecido pela oferta de produtos de qualidade e uma ampla variedade de opções. Proporcionamos um ambiente acolhedor e estrategicamente localizado, com a conveniência de *wi-fi* gratuito para todos os clientes.

Oferecemos um espaço propício para reuniões, equipado com *wi-fi* gratuito e um cardápio *coffee break*, ideal para encontros profissionais e eventos. Nosso compromisso é criar um ambiente aconchegante e convidativo, onde os clientes possam desfrutar de produtos de qualidade, atendendo às suas necessidades de trabalho, estudo ou socialização.

Ao escolher nosso estabelecimento, os clientes têm a oportunidade de usufruir de um ambiente sofisticado e acolhedor, que muitas vezes é difícil de encontrar. Nossos serviços são direcionados para facilitar a escolha de uma bebida, a realização de pedidos e o pagamento, proporcionando uma experiência agradável e eficiente.

## **4. ANÁLISE DE MERCADO**

O setor de cafeterias tem crescido consistentemente, impulsionado pela cultura global do café. Cafés especiais, métodos de preparo artesanais está em alta e uma ênfase na qualidade e sustentabilidade são tendências dominantes que moldam esse setor.

### **4.1 Identificação de alguns possíveis concorrentes**

Padarias que desempenham um papel central não apenas como fornecedores dos produtos de panificação e bebidas quentes, mas também como pontos de encontro comunitários;

Postos de combustível que também atuam como centros de conveniência que oferecem uma variedade de serviços adicionais para atrair clientes;

Docerias que se destacam principalmente pelo segmento de sobremesas.

## 4.2 Pesquisa de mercado

A *Coffee Corner* se destaca como uma cafeteria dedicada ao cliente. Realizamos regularmente pesquisas de mercado para compreender as necessidades dos clientes e ajustar nossos serviços de acordo com as demandas de um mercado em constante evolução. Nosso foco está na excelência e no atendimento excepcional, sempre buscando abordagens centradas para nos destacarmos da concorrência e gerar um valor inestimável para nossos clientes.

A seguir, apresentamos os resultados de uma pesquisa realizada por nossa equipe durante o estabelecimento da empresa.

### Gráfico 1 – Preferência de consumo e faixa etária

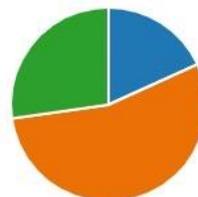
*Figura 1 - Preferência de consumo e faixa etária*

3. Qual produto você prefere consumir? (0 ponto)

[Mais Detalhes](#)

[Insights](#)

● Café expresso	2
● Cappuccino	6
● Café gelado	3

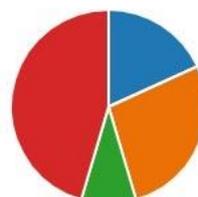


4. Qual a sua idade? (0 ponto)

[Mais Detalhes](#)

[Insights](#)

● 14 a 18 anos	2
● 19 a 24 anos	3
● 25 a 30 anos	1
● 30 anos ou mais	5



Fonte: Do próprio autor, 2024.

## Gráfico 2 – Consumismo de café e frequência de visitação

Figura 2 - Consumismo de café e frequência de visitação

1. Você consome café? (0 ponto)

[Mais Detalhes](#)

● Sim 11  
● Não 0



2. Com qual frequência você visita cafeterias ou padarias? (0 ponto)

[Mais Detalhes](#)

● Sempre 2  
● As vezes 4  
● Pouca frequência 2  
● Nenhuma frequência 3



Fonte: Do próprio autor, 2024.

## Gráfico 3 – Motivos para se visitar uma cafeteria

Figura 3 - Motivos para se visitar uma cafeteria

5. Qual o principal motivo para você visitar uma cafeteria?

11 Respostas

ID ↑	Nome	Respostas
1	anonymous	Ambiente aconchegante, várias opções de alimentos ,e por variedades de bebidas
2	anonymous	Comer um café da manhã
3	anonymous	Ter momentos de paz e lembranças calmas pra recordar
4	anonymous	Gostar de capuccino
5	anonymous	Qualidade no atendimento, produto e horário de atendimento.
6	anonymous	Para relaxar e desfrutar de um ambiente tranquilo e acolhedor.
7	anonymous	Não visito
8	anonymous	Utilizar espaço para reuniões
9	anonymous	Tranquilidade e gosto por cafés.
10	anonymous	Ambiente propício a relaxamento, amo café e o principal motivo é a fome
11	anonymous	Os acompanhamentos

Fonte: Do próprio autor, 2024.

## Gráfico 4 – Trabalho remoto em uma cafeteria

*Figura 4 - Trabalho remoto em uma cafeteria*

6. Você sairia do escritório para trabalhar remotamente em uma cafeteria com acesso a internet de qualidade?

[Mais Detalhes](#)

[Insights](#)

● Sim 9

● Não 2



Fonte: Do próprio autor, 2024.

## Gráfico 5 – Feedback para a cafeteria

*Figura 5 - Feedback para a cafeteria*

7. Você tem alguma sugestão ou comentário que queira compartilhar sobre o que torna uma cafeteria excelente?

11 Respostas

1	anonymous	Certamente! Um aspecto que torna uma cafeteria excelente é o atendimento ao cliente. Funcionários simpáticos, atenciosos e bem treinados podem realmente fazer a diferença na experiência do cliente. Além disso, a consistência na qualidade das bebidas e alimentos, um ambiente limpo e convidativo, e até mesmo pequenos detalhes como Wi-Fi confiável e tomadas acessíveis para carregar dispositivos eletrônicos podem contribuir para uma experiência excepcional em uma cafeteria.
2	anonymous	Local aconchegante
3	anonymous	Bom atendimento e qualidade nos cafés
4	anonymous	Excelente em atendimento, boa qualidade de alimentos, ambiente limpo e alimentação organizada.
5	anonymous	Excelência em serviços, qualidade e atendimento.
6	anonymous	Recepção, atendimento e qualidade dos produtos.
7	anonymous	Qualidade e bom atendimento
8	anonymous	Um bom Projeto de arquitetura muda tudo.
9	anonymous	Culturas artes expostas.
10	anonymous	Ambientes instagramáveis, vários tipos de café e doces para acompanhar, copo personalizado para atrair o público para marca! O ideal para o projeto é se inspirar no starbucks
11	anonymous	Variedade de cafés

Fonte: Do próprio autor, 2024.

## 5 PLANO DE MARKETING

### 5.1 Planejamento

- Análise de Mercado de Atuação – *Coffee Corner* opera no mercado de cafeterias, focando em um público de profissionais, estudantes e entusiastas de café que buscam um ambiente aconchegante para trabalhar, estudar e socializar. O mercado de cafeterias está em expansão, motivado por comportamento de consumo que valorizam experiências únicas, qualidade do produto e ambientes acolhedores
- Definição de Posicionamento no Mercado - *Coffee Corner* Cafeteria destaca-se como uma cafeteria com uma excelência excepcional que oferece não apenas produtos de alta qualidade, mas também uma experiência diferenciada, com um atendimento amigável, ambiente confortável e *Wi-fi* de qualidade.
- Metas e Ações

#### Metas

1. Aumentar as vendas em 20% ao longo do próximo ano.
2. Expandir a cartela de clientes fidelizados em 30%.
3. Estabelecer parcerias.

#### Ações

1. Campanhas de *Marketing* Digital
  - Desenvolver conteúdo nas redes sociais para engajar o público (vídeos, fotos, postagens).
  - Investir em publicidade paga nas redes sociais (*Instagram, Facebook*).
2. Programa de Fidelidade
  - Implementar um sistema de fidelidade para premiar os clientes assíduos com descontos e brindes.
3. Parcerias
  - Firmar parcerias com empresas da região para realização de promoções conjuntas.
  - Comparecer a eventos locais para aumentar a visibilidade da marca.

## 5.2 Análise de Ambiente

### Ambiente Externo

#### Concorrentes

- Concorrente A
- Concorrente B

Avaliação das Estratégias, Pontos Fortes e Fracos dos concorrentes:

- Concorrente A

Estratégias – *Outdoor*; promoções; *delivery*.

Pontos Fortes – Boa localização; marca forte; diversidade.

Pontos Fracos – Atendimento ruim; produtos de má qualidade.

- Concorrente B

Estratégias – Presente nas redes sociais; local instagramável.

Pontos Fortes – Boa localização; local instagramável; bons preços.

Pontos Fracos – Baixa diversidade de produtos; espaço reduzido; demora no atendimento.

#### Consumidores

Análise das Necessidades, Preferências e Comportamento:

##### **Necessidades:**

- Produtos de qualidade
- Ambiente confortável para refeições;
- Variedade de produtos;
- Que entregue bom atendimento.

##### **Preferências:**

- Preço justo;
- Localização conveniente;
- Ambiente acolhedor;
- Conexão *Wi-fi*.

##### **Comportamento:**

- Fidelidade a marca;
- Visitas frequentes;
- *Feedback*

## **Fatores Políticos**

Políticas Governamentais e Estabilidade Política:

- Incentivo para o crescimento de pequenas empresas;
- Estabilidade política que incentiva investimentos no mercado local;
- Normas de segurança e higiene alimentar;
- Benefícios tributários para empresas engajadas com práticas sustentáveis.

## **Fatores Econômicos:**

- Contexto econômico abrangente, contemplando inflação e capacidade de consumo dos clientes.
- Influência das taxas de juros e disponibilidade de crédito.

## **Fatores Sociais:**

- Padrões de consumo, como a crescente preferência por produtos orgânicos e produzidos localmente.
- Evolução nos estilos de vida, como o aumento do trabalho remoto.

## **Fatores Culturais:**

- Reconhecimento da cultura do café e da importância da experiência gastronômica.
- Preferências culturais regionais que podem influenciar no cardápio e no ambiente.

## **Fatores Legais:**

- Normas trabalhistas e regulamentações de segurança e saúde.
- Documentações necessárias para a operação de uma cafeteria.

## **Fatores Tecnológicos:**

- Avanços nos métodos de preparação de café.
- Emprego de tecnologia para aprimorar a experiência do consumidor, como aplicativos de pedidos online e programas de fidelidade.

## **Ambiente Interno**

### **Equipamentos Disponíveis:**

- Avaliação da qualidade e estado dos equipamentos utilizados para o preparo de café, tais como máquinas de expresso, moedores de café, máquinas de vapor, entre outros.
- Verificação da manutenção regular desses equipamentos, a fim de assegurar seu correto funcionamento e a qualidade dos produtos.

#### **Tecnologia:**

- Incorporação de tecnologia para aprimorar os processos operacionais, como sistemas de gestão de pedidos, controle de estoque e programas de fidelidade para os clientes.
- Utilização de plataformas online para pedidos antecipados e entregas, visando facilitar a comodidade dos clientes.

#### **Recursos Financeiros:**

- Análise da situação financeira da cafeteria, abrangendo o capital de giro, o fluxo de caixa e a rentabilidade dos produtos.
- Elaboração de um planejamento financeiro para garantir a sustentabilidade e o crescimento contínuo do negócio a longo prazo.

#### **Recursos Humanos:**

- Avaliação do desempenho da equipe de colaboradores, incluindo os baristas, atendentes e equipe de higienização.
- Investimento em capacitação e aprimoramento para assegurar a excelência no atendimento ao cliente e na produção dos itens.

#### **Valores e Metas:**

- Definição dos princípios essenciais que norteiam as ações da cafeteria, tais como qualidade, acolhimento, sustentabilidade e engajamento com a comunidade.
- Estabelecimento de metas claras, como a ampliação da clientela, diversificação da oferta de produtos e aprimoramento da eficiência operacional.

### **5.3 Definição de Posicionamento de Mercado**

Figura 6 - Como o cliente vê meu negócio

INFORMAÇÕES	MINHA EMPRESA	CONCORRENTE A	CONCORRENTE B
Atuação	Bairro	Bairro	Bairro
Público-Alvo	Profissionais; estudantes; entusiastas de café.	Homens; mulheres; idosos.	Adolescentes; adultos e crianças.
Pontos Fortes	Ótima localização; novidades no cardápio; estacionamento fácil na região; ambiente instagramável.	Boa localização; marca forte; diversidade.	Boa localização; bons preços; ambiente instagramável.
Pontos Fracos	Dependência de mão de obra; possibilidade de falta de recurso; aumento de custo de produção.	Atendimento ruim; produtos de má qualidade.	Baixa diversidade de produtos; espaço reduzido; demora no atendimento.
Estratégias Utilizadas	Publicidade; divulgação em redes sociais; promoções sazonais; programa de fidelização.	Outdoor; promoções; delivery.	Presente nas redes sociais; local instagramável.

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 7 - Avaliação da Concorrência – Vantagens e Desvantagens

VANTAGENS COMPETITIVAS	MINHA EMPRESA	CONCORRENTE A	CONCORRENTE B
Especialização em produtos de cafeteria	5	3	3
Boa localização	5	4	4
Bom atendimento	5	1	2
Diversidade	4	3	3
Promoções	4	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>14</b>	<b>15</b>

Fonte: Do próprio autor, 2024.

## 5.4 Definição da Marca

### Escolha do nome:

*Coffee Corner*, o nome escolhido reflete simplicidade e clareza. “*Corner*” sugere um espaço acolhedor e íntimo, como um cantinho confortável para relaxar e apreciar uma deliciosa xícara de café.

## Nossa Logo:

Figura 8 - Logomarca



Fonte: Do próprio autor, 2024.

### 5.5 Psicologia das Cores



#### Terracota

Associação Material: simboliza a terra e a conexão com a natureza.

Associação Afetiva: é uma cor que transmite calor, segurança, aconchego e conforto.

Além disso, está relacionada à criatividade, paixão e energia.



#### Bege

Associação Material: simboliza neutralidade.

Associação Afetiva: é uma cor que transmite tranquilidade, simplicidade e cordialidade.

Além disso, cria um ambiente calmo, aconchegante e acolhedor.



#### Verde

Associação Material: frescor, natureza, primavera.

Associação Afetiva: bem-estar, saúde, liberdade e vitalidade.

Além disso, o verde está associado ao equilíbrio, perseverança e esperança.

### 5.6 Slogan

“Coffee Corner. Mais que Café, uma Experiência.

## 5.7 Definição de Metas e Objetivos

Figura 9 - Tabela dos objetivos e metas

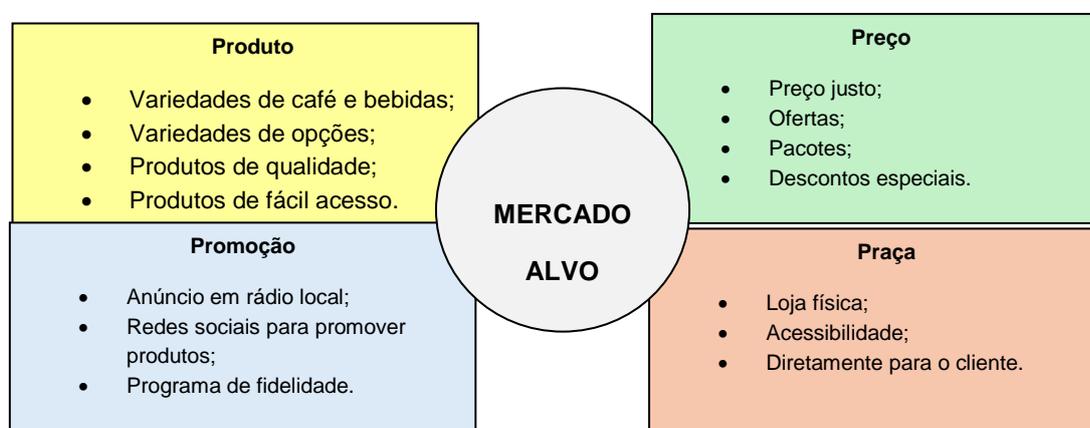
PERÍODO: ANO CORRENTE	
<b>OBJETIVO</b>	1. Estabelecer um ambiente aconchegante;
	2. Fornecer o melhor café da região;
	3. Ter uma campanha de divulgação eficaz e ser reconhecida na região.
<b>Metas</b>	1. Conquistar 30% de profissionais que buscam aconchego para trabalhar até o final do ano;
	2. Obter 50% do faturamento esperado até o final do segundo semestre;
	3. Expandir para uma futura franquia.

Fonte: Do próprio autor, 2024.

## 5.8 Definição de Estratégia

1. Anunciar nas redes sociais que nosso espaço é o mais acolhedor e ideal para ele realizar suas atividades;
2. Promoções sazonais, campanhas publicitárias e divulgação nas rádios locais.
3. Tratar com os sócios a possibilidade, realizar pesquisa de mercado e pesquisar os preços de aluguel.

### 4Ps



## 5.9 Marketing off-line e on-line

### Marketing off-line:

- Ambiente instagramável para que os clientes tirem fotos e postarem nas redes sociais;
- Eventos com degustação de cafés;
- Promoções para horários de menor movimento durante a semana;
- Cartões fidelidade;
- Publicidade tradicional (Panfletos);
- Feedback dos clientes.
- Marketing on-line:
- Redes sociais (Publicações com hashtags relevantes e localização);
- Email marketing (Informando os clientes sobre novidades e promoções);
- Anúncios nas redes sociais.

## 5.10 Ações do tipo de *Marketing* – Estratégias 4P's

### Produto

*On-line:*

Qrcode disponível com cardápio, descrição e fotos dos produtos;

Anúncios de novos produtos e promoções nas redes sociais e e-mail *marketing*.

*Off-line:*

Diversidade de produtos;

Experiência no local (*Wi-fi*, ambiente instagramável, de decoração).

### Preço

*On-line:*

Promoções digitais;

Programa de fidelidade.

*Off-line:*

Preço competitivo;

Descontos no local.

### Praça

*On-line:*

Redes sociais.

*Off-line:*

Loja física;

Localização estratégica;

Ambiente agradável.

### **Promoções**

*On-line:*

Redes sociais;

*Email Marketing;*

Anúncios.

*Off-line:*

Promoções locais;

Parcerias locais.

### **5.11 Mapa da Empatia**

1. O que o público vê:

Que não existe cafeteria em Monte Aprazível na região do centro.

2. O que o público fala:

Que não conta com ambiente onde possa se sentar e aproveitar um café de forma tranquila.

3. O que ele sente:

Sente que não tem um ambiente que se enquadre na sua vontade.

4. O que o cliente ouve:

Que ele procura por cafés específicos, que só encontra em cidades da região.

5. O que ele faz:

Procura por padarias, docerias ou conveniências.

6. Necessidades e Desejos:

Necessidades:

- Encontrar um ambiente conveniente para a oferta de produto;
- Confortável para refeições;
- Confiável para trabalho e estudo;
- Variedade de produtos;
- Que entregue bom atendimento.

Desejos:

- Qualidade dos produtos;
- Preço justo;
- Localização conveniente;
- Ambiente acolhedor.

### **5.12 Estratégias em respostas das Necessidades e Desejos**

O espaço foi projetado para ser um ambiente acolhedor com *design* moderno, cuidadosamente planejado para atender diversas necessidades. Dispomos de áreas separadas, incluindo espaços confortáveis para socialização, locais silenciosos para trabalho ou estudo, e ambientes bem iluminados e instagramáveis.

O atendimento ao cliente é uma prioridade para nós. Nossa equipe é treinada para oferecer um serviço cortês, atencioso e eficiente. Estamos sempre prontos para auxiliar nossos clientes, seja em questões relacionadas ao ambiente ou no fornecimento de *wi-fi*.

Valorizamos a qualidade dos nossos produtos, selecionando cuidadosamente nossos fornecedores e matérias-primas para garantir o melhor. Oferecemos uma ampla cartela de produtos, que inclui diversos tipos de cafés, chás, doces e muito mais. Utilizamos ingredientes frescos e de alta qualidade para garantir produtos saborosos.

Nosso compromisso é oferecer um preço justo. Levamos em consideração os custos de produção para estabelecer preços transparentes e acessíveis. Além disso, disponibilizamos promoções e descontos, incentivando nossos clientes a retornarem.

Estamos localizados em uma região central da cidade, com fácil acesso para maior comodidade dos nossos clientes.

Nosso ambiente é humanizado e acolhedor. Desde a recepção calorosa até o atendimento personalizado, fazemos com que nossos clientes se sintam bem-vindos. Tratamos todas as pessoas com empatia, respeito e compreensão, criando um ambiente onde todos se sintam valorizados.

### **5.13 Canvas da Proposta de Valor**

Nosso estabelecimento, tem criadores de ganhos válidos por ser reconhecido pela oferta de produtos de qualidade e uma ampla variedade de opções. Proporcionamos um ambiente acolhedor e estrategicamente localizado, com a conveniência de *wi-fi* gratuito para todos os clientes.

Oferecemos um espaço propício para reuniões, equipado com *wi-fi* gratuito e um cardápio *coffee break*, ideal para encontros profissionais e eventos. Nosso compromisso é criar um ambiente aconchegante e convidativo, onde os clientes possam desfrutar de produtos de qualidade, atendendo às suas necessidades de trabalho, estudo ou socialização.

Ao escolher nosso estabelecimento, os clientes têm a oportunidade de usufruir de um ambiente sofisticado e acolhedor, que muitas vezes é difícil de encontrar. Nossos serviços são direcionados para facilitar a escolha de uma bebida, a realização de pedidos e o pagamento, proporcionando uma experiência agradável e eficiente.

### **5.14 Business Model Canvas**

#### 1. Proposta de Valor:

- Café e produtos de qualidade;
- Ambiente acolhedor e confortável para relaxar, trabalhar, estudar e socializar;
- Cardápio *Coffee break*;
- Serviço eficiente.

#### 1 Segmento de Clientes:

- Profissionais;
- Estudantes;
- Amantes de café;
- Grupo sociais.

#### 2 Fontes de Receita:

- Vendas de café;
- Venda de alimentos, como bolo, doces, etc;

- Programas de fidelidade.
- 3 Canais
- Loja física;
  - Pedidos online;
  - Redes sociais.
- 4 Relacionamento
- Atendimento amigável;
  - Engajamento em redes sociais e responder prontamente às mensagens dos clientes;
  - Promoções especiais para os clientes.
- 5 Recursos Chave:
- Equipe qualificada;
  - Localização estratégica;
  - Fornecedores confiáveis;
  - Tecnologia para processamento de pagamentos e gerenciamento de pedidos.
- 6 Atividade Chave:
- Preparação de bebidas e alimentos;
  - Atendimento ao cliente;
  - Limpeza e manutenção do espaço;
  - Marketing da cafeteria.
- 7 Parcerias Chave:
- Fornecedores de café;
  - Empresas locais para eventos e promoções conjuntas;
  - Fornecedores de equipamentos.
- 8 Estrutura de Custos:
- Custos de matéria-prima;
  - Salários a pagar;
  - Aluguel e despesas com manutenção;
  - Despesas com *marketing*.

## 6. PLANO OPERACIONAL

Para garantir o sucesso de nossa cafeteria em uma cidade pequena, optamos por uma localização central, de fácil acesso e visível. O local foi cuidadosamente planejado para oferecer um ambiente convidativo e acolhedor, com áreas de estar confortáveis e um balcão de atendimento ágil. Investimos em equipamentos de primeira linha para a preparação de cafés e alimentos, garantindo que tenhamos todos os recursos essenciais para atender nossos clientes de maneira eficiente.

### 6.1 Disposição do ambiente

**Área de atendimento:** Onde os clientes fazem seus pedidos e pagamentos

**Área de preparação:** Onde os baristas preparam as bebidas

**Cozinha:** Onde são preparados os doces, bolos etc.

**Área de estoque:** Onde são armazenados os suprimentos, como café em grãos, leite, xaropes, copos etc.

**Área de estar:** Onde os clientes podem sentar-se e desfrutar de suas bebidas;

**Área externa:** Local perfeito para aproveitar um café ao ar livre, a área externa é cercada por vegetação, proporcionando um ambiente tranquilo;

**Banheiros:** Para uso dos clientes.

## 6.2 *Layout do ambiente*

Figura 10 - Entrada da cafeteria

*Figura 10 - Entrada da cafeteria*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 11– Visão do balcão e das mesas internas

*Figura 12 - Visão do balcão e das mesas internas*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 13 - Mesas internas

*Figura 13 - Mesas internas*

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 14 - Decoração interna

*Figura 14 - Decoração interna*

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 15 – Área de produção

*Figura 15 - Área de produção*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 16 - Balcão

*Figura 16 - Balcão*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 17 – Área de produção visão 2

*Figura 17 - Área de produção visão 2*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 18 – Banheiro

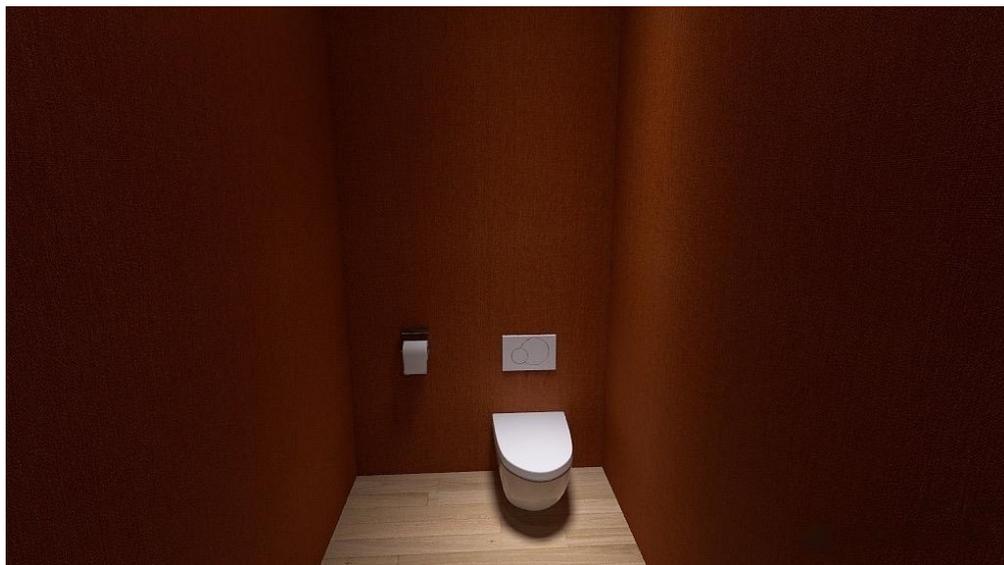
*Figura 18 - Banheiro*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 19 – Banheiro

*Figura 19 - Banheiro*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 20 – Área externa

*Figura 20 - Área externa*



Fonte: Do próprio autor, 2024

Figura 21 – Área externa

*Figura 21 - Área externa*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 22 – Área externa

*Figura 22 - Área externa*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

### 6.3 Layout Virtual

A conta no Instagram foi criada com o objetivo de oferecer comodidade aos clientes, compartilhando detalhes sobre novidades, cardápio e promoções. Mantendo a presença constante e ativa nessa plataforma *Instagram*, não só com a intenção de ampliar a acessibilidade, mas também de transmitir uma primeira impressão acolhedora e esclarecedora, evidenciando o nosso compromisso em proporcionar uma experiência excepcional em todos os aspectos

Figura 23 - Perfil *Instagram*

Figura 23 - Perfil *Instagram*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

#### 6.3.1 Capacidade Instalada

1. Área Total e Área Útil
  - Área total: 60 metros quadrados
  - Área de atendimento: 20 metros quadrado
  - Área de produção: 17,5 metros quadrados
  - Estoque: 5 metros quadrados
  - Banheiro: 7,5 metros quadrados
  
2. Números de Assentos
  - Mesas: 8 mesas
  - Cadeiras: 32 cadeiras
  - Balcão: 6 banquetas
  - Área de estar: 2 poltronas
  - Total de assentos: 40 assentos

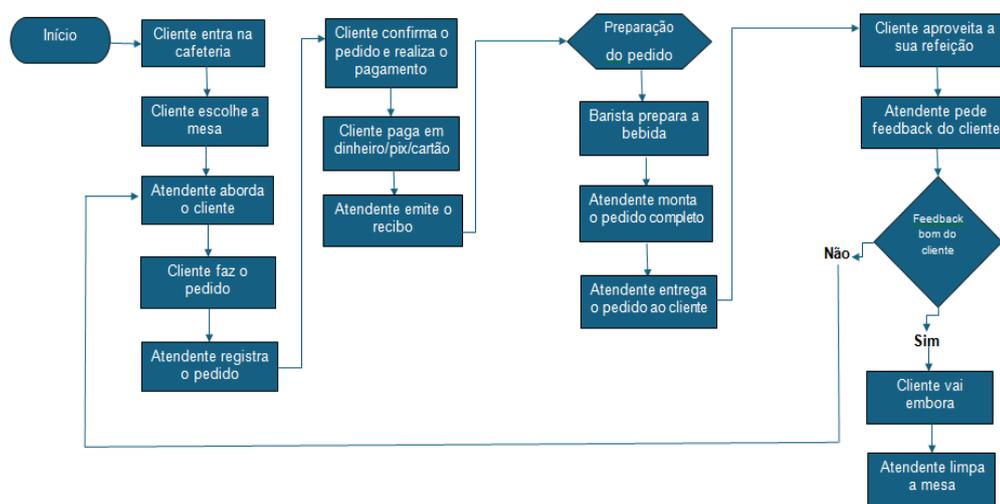
3. Rotatividade de Assentos
  - Horário de funcionamento: 7h às 20h
  - Rotatividade: 20 clientes
  - Capacidade diária: 160 pessoas
4. Capacidade de Atendimento
  - Equipe: 3 pessoas
  - Pedidos Simultâneos: 5 pedidos
5. Fluxo de Clientes
  - Pico de Atendimento: 8h às 10h e 15h às 17h
  - Demanda Diária: 60 pedidos

### 6.3.2 Fluxograma de serviço

Nosso fluxograma de serviço foi criado para garantir um atendimento eficiente e uma experiência agradável para todos os clientes. A seguir, detalhamos cada etapa do processo, desde a entrada do cliente até o momento em que ele sai satisfeito.

Figura 24 – Fluxograma geral

Figura 24 - Fluxograma geral



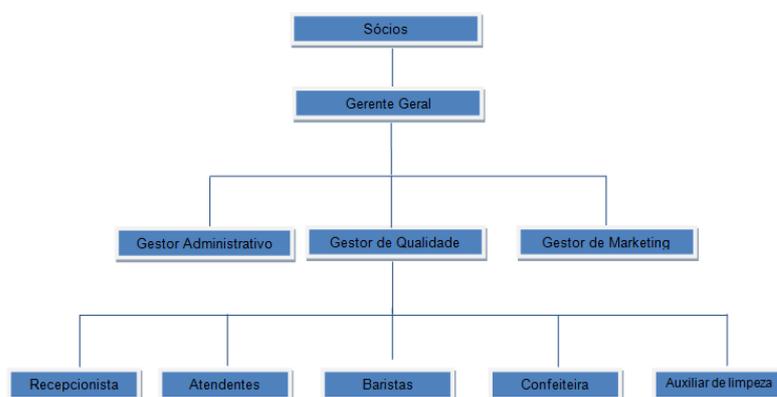
### 6.3.3 Equipe

Nossa equipe é composta por profissionais e especialistas escolhidos através de uma completa seleção. Valorizamos um atendimento extraordinário, que ultrapassa simples vendas de produtos e se foca em proporcionar experiências positivas, através de um trabalho genuíno e de excelência.

- Sócios - responsáveis pela supervisão e decisões estratégicas da cafeteria;
- Gerente Geral - coordena a equipe, delega tarefas, controle de estoque, produz relatórios;
- Gestor Administrativo - cuida do financeiro, processos administrativos, atribuições de tomada de decisões, assinaturas de contratos comerciais, negociação com clientes, fornecedores e parceiros;
- Gestor de Qualidade - cuida dos padrões de qualidade, implementação de sistemas de gestão da qualidade, controle de qualidade, análise de dados, gestão de não conformidades, treinamento e desenvolvimento;
- Gestor de *Marketing* - cuida da gestão de relacionamento com cliente, publicidade e propaganda, comunicação, conexão com o cliente;
- Recepcionista - que recebe e fica responsável pela área de atendimento;
- Atendente- anota, organiza e entrega os pedidos na mesa;
- Barista - são responsáveis pela preparação dos cafés;
- Confeiteira- para preparação dos doces;
- Auxiliar de Limpeza - para manter o ambiente limpo e aconchegante.

Figura 25 – Organograma da Hierarquia

*Figura 25 - Organograma da Hierarquia*



Fonte: Do próprio autor, 2024.

### 6.3.4 Qualidade

Qualidade: Comprometemo-nos com os mais altos padrões em tudo o que fazemos, desde a seleção dos grãos até o atendimento aos clientes.

Sustentabilidade: Buscamos práticas ecológicas em toda a nossa cadeia de produção, minimizando nosso impacto no meio ambiente.

Paixão: Amamos café e estamos comprometidos em compartilhar essa paixão em cada xícara que servimos

### 6.3.5 Análise SWOT

#### **Forças (Strengths)**

Localização: Se a cafeteria estiver localizada em uma área de grande fluxo de pessoas, como centros comerciais ou áreas residenciais, isso é um grande ponto forte.

Qualidade dos Produtos: Utilizar grãos de café de alta qualidade e oferecer uma variedade de bebidas e alimentos frescos.

Atendimento ao Cliente: Um serviço rápido e amigável pode criar uma base de clientes fiéis.

Ambiente Confortável: Um ambiente acolhedor e bem decorado pode atrair clientes que buscam um lugar para relaxar ou trabalhar.

Diversidade de Cardápio: Oferecer opções para diferentes necessidades alimentares, como veganos, intolerantes à lactose, etc.

#### **Fraquezas (Weaknesses)**

Custo Operacional Elevado: Manter uma cafeteria pode ser caro, especialmente se os custos com aluguel e mão de obra forem altos.

Dependência de Fornecedores: A qualidade do café e outros ingredientes depende dos fornecedores, e qualquer problema com eles pode afetar o negócio.

Baixa Margem de Lucro em Alguns Produtos: Alguns produtos podem ter uma margem de lucro baixa, o que pode impactar a rentabilidade.

Concorrência Local: A existência de muitas outras cafeterias na região pode dificultar a fidelização dos clientes.

**Oportunidades (*Opportunities*)**

Expansão para Novos Mercados: Considerar a abertura de novas unidades em outras regiões.

Parcerias com Negócios Locais: Fazer parcerias com livrarias, galerias de arte ou outros negócios locais para eventos conjuntos.

Crescimento de Entregas e *Takeaway*: Expandir os serviços de entrega e retirada pode atrair mais clientes, especialmente em áreas urbanas.

Tendências de Sustentabilidade: Adotar práticas sustentáveis, como o uso de copos biodegradáveis ou oferecer descontos para quem trazer seu próprio copo.

**Ameaças (*Threats*)**

Concorrência Intensa: A presença de grandes redes de cafeterias pode dificultar a captação de clientes.

Mudanças nas Preferências dos Consumidores: Tendências como a popularidade crescente de alternativas ao café, como chás especiais ou bebidas à base de plantas, podem afetar o negócio.

Instabilidade Econômica: Em tempos de crise econômica, as pessoas podem reduzir os gastos em itens não essenciais, como o café em cafeterias.

Regulamentações Governamentais: Mudanças nas regulamentações de alimentos e bebidas ou aumentos de impostos podem impactar o negócio.

## 7. PLANO FINANCEIRO

O capital inicial de uma empresa corresponde aos recursos necessários para viabilizar o início do projeto.

*Figura 26 - Capital inicial*

Capital Inicial	
Descrição	Valor
Abertura da empresa	R\$ 1.500,00
Marcas e patentes	R\$ 970,00
Moveis	R\$ 3.000,00
Máquina	R\$ 15.000,00
Equipamentos	R\$ 7.000,00
Matéria Prima	R\$ 8.000,00
Matérias diversos	R\$ 2.000,00
Marketing digital	R\$ 5.000,00
Total	R\$ 42.470,00

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Custos operacionais são as despesas diárias necessárias para manter o funcionamento de uma empresa.

*Figura 27 - Custo Operacional*

Custo Operacional	
Custo fixo	R\$ 13.192,00
Custo variável	R\$ 7.240,00
Total	R\$ 20.432,00

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Os custos fixos, também chamados de custos indiretos, são despesas comerciais que não variam com o nível de produção de bens ou serviços da empresa.

*Figura 28 - Custo Fixo*

Custo Fixo	Valor
Aluguel	R\$ 2.000,00
Energia	R\$ 700,00
Água	R\$ 200,00
Material de uso	R\$ 100,00
Marketing	R\$ 500,00
Combustível	R\$ 400,00
Prolabore	R\$ 6.000,00
Salários	R\$ 3.292,00
Total	R\$ 13.192,00

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Os custos variáveis são despesas que variam conforme a quantidade de bens ou serviços produzidos pela empresa.

Figura 29 - Custo Variável

Custo Variável	Valor
Matéria prima	R\$ 3.000,00
Embalagem	R\$ 500,00
Imposto	R\$ 240,00
Produtos 3º	R\$ 3.500,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 7.240,00</b>

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Receita é o conjunto de recursos financeiros arrecadados, como impostos, taxas, contribuições e outros, utilizados para cobrir despesas e realizar investimento.

Figura 30 - Receita

Receita	
Bebidas consignadas	R\$ 7.000,00
Bebidas produzidas	R\$ 6.000,00
Salgados terceirizados	R\$ 2.800,00
Alimentos produzidos	R\$ 5.000,00
Doces	R\$ 4.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 24.800,00</b>

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 31 - DRE

	jan/25	A. V. %	fev/25	A. V. %	mar/25	A. V. %
<b>Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços</b>	<b>R\$ 24.800,00</b>	<b>100%</b>	<b>R\$ 24.800,00</b>	<b>100%</b>	<b>R\$ 24.800,00</b>	<b>100%</b>
Venda de produtos / serviços	R\$ 24.800,00	100%	R\$ 24.800,00	100%	R\$ 24.800,00	100%
Deduções da Receita Bruta	-R\$ 600,00	-2%	-R\$ 600,00	-2%	-R\$ 600,00	-2%
Devoluções	-R\$ 200,00	-1%	-R\$ 200,00	-1%	-R\$ 200,00	-1%
Cancelamentos	-R\$ 400,00	-2%	-R\$ 400,00	-2%	-R\$ 400,00	-2%
<b>Receita Líquida de Vendas e/ou Serviços</b>	<b>R\$ 24.200,00</b>	<b>98%</b>	<b>R\$ 24.200,00</b>	<b>98%</b>	<b>R\$ 24.200,00</b>	<b>98%</b>
Custo de Bens e/ou Serviços Vendidos	-R\$ 13.532,00	-55%	-R\$ 13.532,00	-55%	-R\$ 13.532,00	-55%
Custo com a produção / serviço	-R\$ 3.292,00	-13%	-R\$ 3.292,00	-13%	-R\$ 3.292,00	-13%
Custo com a mercadoria vendida	-R\$ 7.240,00	-29%	-R\$ 7.240,00	-29%	-R\$ 7.240,00	-29%
Material de uso	-R\$ 100,00	0%	-R\$ 100,00	0%	-R\$ 100,00	0%
Despesa com Energia	-R\$ 700,00	-3%	-R\$ 700,00	-3%	-R\$ 700,00	-3%
Despesa com Água	-R\$ 200,00	-1%	-R\$ 200,00	-1%	-R\$ 200,00	-1%
Despesas com Alugueis	-R\$ 2.000,00	-8%	-R\$ 2.000,00	-8%	-R\$ 2.000,00	-8%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>R\$ 10.668,00</b>	<b>43%</b>	<b>R\$ 10.668,00</b>	<b>43%</b>	<b>R\$ 10.668,00</b>	<b>43%</b>
Despesas totais	-R\$ 6.900,00	-28%	-R\$ 6.900,00	-28%	-R\$ 6.900,00	-28%
Marketing	-R\$ 500,00	-2%	-R\$ 500,00	-2%	-R\$ 500,00	-2%
Combustível	-R\$ 400,00	-2%	-R\$ 400,00	-2%	-R\$ 400,00	-2%
Pro labore	-R\$ 6.000,00	-24%	-R\$ 6.000,00	-24%	-R\$ 6.000,00	-24%
<b>Resultado Antes Tributação/Participações</b>	<b>R\$ 3.768,00</b>	<b>15%</b>	<b>R\$ 3.768,00</b>	<b>15%</b>	<b>R\$ 3.768,00</b>	<b>15%</b>
Provisão para IR e Contribuição Social	-R\$ 923,16	-4%	-R\$ 923,16	-4%	-R\$ 923,16	-4%
<b>Lucro/Prejuízo do Período</b>	<b>R\$ 2.844,84</b>	<b>11%</b>	<b>R\$ 2.844,84</b>	<b>11%</b>	<b>R\$ 2.844,84</b>	<b>11%</b>

Fonte: Do próprio autor, 2024.

## 8. CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho, foi possível analisar de forma aprofundada o funcionamento e as estratégias de gestão de uma cafeteria, destacando os desafios e as oportunidades enfrentadas por esse tipo de empreendimento no contexto atual. A partir da pesquisa realizada, ficou evidente que o sucesso de uma cafeteria está fortemente ligado à sua capacidade de inovar, oferecer um serviço de alta qualidade e se adaptar às constantes mudanças no comportamento dos consumidores.

A análise *SWOT* realizada demonstrou que, embora existam forças consideráveis, como a localização estratégica e a qualidade dos produtos oferecidos, também há fraquezas que precisam ser abordadas, como a dependência de fornecedores e a intensa concorrência no mercado local. As oportunidades identificadas, como a expansão para novos mercados e a adoção de práticas sustentáveis, indicam caminhos promissores para o crescimento do negócio. No entanto, as ameaças, como as mudanças nas preferências dos consumidores e a instabilidade econômica, devem ser monitoradas de perto para mitigar riscos futuros.

Com base nas análises e dados coletados, recomenda-se que a cafeteria invista em estratégias que fortaleçam a fidelização dos clientes, como a personalização do atendimento e a criação de um ambiente diferenciado. Além disso, é essencial que o negócio continue atento às tendências de mercado, buscando sempre inovar e diversificar seu cardápio para atender às demandas de um público cada vez mais exigente e diverso.

Por fim, este estudo reforça a importância de uma gestão estratégica e eficiente para o sucesso de uma cafeteria. O cenário competitivo exige que os gestores estejam constantemente aprimorando suas práticas, sempre com foco na excelência do atendimento e na satisfação do cliente. Dessa forma, a cafeteria poderá não apenas se manter no mercado, mas também expandir sua atuação e consolidar sua marca como uma referência no setor.

## 9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DUCKBILL COOKIES. Duckbill Cookies. Disponível em: <https://www.duckbillcookies.com.br/>. Acesso em: mar. 2024.

SEBRAE/SC. *Como montar uma cafeteria*. Sebrae/SC, 2024. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/como-montar-uma-cafeateria>. Acesso em: mar. 2024.

CONTABILIZEI. *Como abrir uma empresa*. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/como-abrir-empresa/>. Acesso em: mar. 2024.

## 10. APÊNDICE

### MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL SOCIEDADE LIMITADA

#### CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA COFFEE CORNER CAFETERIA LTDA

1. **Francielle Dourado**, Brasileira, Monte Aprazível-SP, Solteira, Nascida em 15 de Janeiro de 1992, Gestor de Marketing, Portador do CPF 333.456.000-00, e Portador do RG 11.100.001-1, SSP/SP, Residente na Rua Floriano Peixoto nº 222, Vila Araújo, Monte Aprazível-SP, Brasil, CEP 15.150-000.

2. **Brenda Jady Fogaça da Rocha**, Brasileira, Monte Aprazível-SP, Solteira, Nascida em 11 de Dezembro de 1997, Gestor de Qualidade, Portador do CPF 000.000.000-00, e Portador do RG 11.222.333-4, SSP/SP, Residente na Rua Elizabeth Aparecida Salvione nº 32, Felice Manzolli, Monte Aprazível-SP, Brasil, CEP 15150-000.

3. **Dhiogo Henrique Ribeiro Masteguim**, brasileiro, São José do Rio Preto-SP, Solteiro, Nascido em 17 de Agosto de 2006, Gestor Administrativo, Portador do CPF 000.000.000-00, e Portador do RG 11.111.111-1, SSP/SP, Residente na Rua Américo Carlos de Almeida nº 173, Jardim Primavera, Monte Aprazível-SP, Brasil, CEP 15150-000.

E declaram que tem justo e contratado uma **sociedade empresarial limitada**, que se regerá de acordo com as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA 1ª. A sociedade girará sob o nome empresarial Coffee Corner Cafeteria LTDA e terá sede e domicílio na Rua: Osvaldo Aranha, S/N, Centro, Monte Aprazível, CEP: 15150-000, SP.

CLÁUSULA 2ª. O capital social será R\$80.000,00 (Oitenta mil reais) dividido em 3 (três) quotas de valor nominal R\$26.666,67 (Vinte e seis mil e seiscentos sessenta seis reais e sessenta e sete centavos), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelo(s) sócio(s): Brenda Jady Fogaça da Rocha, com quotas de 33,33%; o valor nominal R\$26.666,67 (Vinte e seis mil e seiscentos sessenta seis reais e sessenta e sete centavos), neste ato em moeda corrente do País, pelo(s) sócio(s): Dhiogo Henrique Ribeiro Masteguim, com quotas de 33,33%; o valor nominal R\$26.666,67 (Vinte e seis mil e seiscentos sessenta seis reais e sessenta e sete centavos), neste ato em moeda corrente do País, pelo(s) sócio(s): Francielle Dourado, com quotas de 33,33%.

Sócios	Quotas	Valor
Brenda Jady Fogaça da Rocha	33,33%	R\$ 26.666,67
Dhiogo Henrique Ribeiro Masteguim	33,33%	R\$ 26.666,67
Francielle Dourado	33,33%	R\$ 26.666,67

CLÁUSULA 3ª. O objeto será Cafeteria, sob CNAE principal 5611-2/03 Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares.

CLÁUSULA 4ª. A sociedade iniciará suas atividades em 07/02/2024. e seu prazo de duração é indeterminado.

CLÁUSULA 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.

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

**CLÁUSULA 7ª.** A Administração da sociedade caberá Dhiogo Henrique Ribeiro Masteguim com os poderes e atribuições de tomada de decisões, assinaturas de contratos comerciais, negociação com clientes, fornecedores e parceiros, o Marketing da sociedade caberá Francielle Dourado com os poderes e atribuições de gestão de relacionamento com cliente, publicidade e propaganda, comunicação, conexão com o cliente, a Qualidade da sociedade caberá Brenda Jady Fogaça da Rocha com os poderes e atribuições de definição de padrões de qualidade, implementação de sistemas de gestão da qualidade, controle de qualidade, análise de dados, gestão de não conformidades, treinamento e desenvolvimento, 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.

**CLÁUSULA 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.

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

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

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

**CLÁUSULA 12ª.** 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.

**CLÁUSULA 13ª.** O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) 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.

**Inserir cláusulas facultativas desejadas.**

**CLÁUSULA 14ª.** Fica eleito o foro de Monte Aprazível 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 \_\_\_\_\_ vias.

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_  
Local e data

\_\_\_\_\_  
Brenda Jady Fogaça da Rocha  
RG 11.222.333-4

\_\_\_\_\_  
Dhiogo Henrique Ribeiro Masteguin  
RG 11.111.111-1

\_\_\_\_\_  
Francielle Dourado  
RG 11.100.001-1 .....

Testemunhas

cc) \_\_\_\_\_ dd) \_\_\_\_\_  
Ciclano 1 Ciclano 2  
RG RG

Visto: \_\_\_\_\_ (OAB/MG 0987)  
Nome