

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA  
SOUZA**

**Etec SYLVIO DE MATTOS CARVALHO**

**Curso de Técnico em Administração**

**ALINE BOTILIERI PAGANINI**

**CAIO EDUARDO FERREIRA GONÇALVES**

**CASSIA CRISTINA MORATO DOS SANTOS**

**GABRIEL LUIS LULIO DO NASCIMENTO**

**GABRIELLY SILVA DE NEGREIROS**

**GABRIELLY VITÓRIA SAMPAIO MAXIMIANO**

**IVAMAR ANTONIO DE LIMA DIAS JUNIOR**

**LAISA OLIVEIRA MUNIZ**

**LEONARDO GABRIEL MAZETTO DE OLIVEIRA**

**LUANA CRISTINI XAVIER SANCHES**

**MARIA EDUARDA DE SOUZA LACERDA**

**MARIA EDUARDA RIBEIRO CARDOSO**

**MARIA GABRIELA RODRIGUES DE MOURA**

**MAYK AUGUSTO CONSTANTINO**

**MAYKI ISRAEL INACIO MARTINS**

**MIGUEL DA SILVA CARVALHO**

**MIGUEL GUERESCHI CASSU**

**SAMIRA INGRID DA SILVA**

**TÍTULO DO TRABALHO: CAFETERIA GOURMET**

**Matão, SP  
2024**

**ALINE BOTILIERI PAGANINI**  
**CAIO EDUARDO FERREIRA GONÇALVES**  
**CASSIA CRISTINA MORATO DOS SANTOS**  
**GABRIEL LUIS LULIO DO NASCIMENTO**  
**GABRIELLY SILVA DE NEGREIROS**  
**GABRIELLY VITÓRIA SAMPAIO MAXIMIANO**  
**IVAMAR ANTONIO DE LIMA DIAS JUNIOR**  
**LAISA OLIVEIRA MUNIZ**  
**LEONARDO GABRIEL MAZETTO DE OLIVEIRA**  
**LUANA CRISTINI XAVIER SANCHES**  
**MARIA EDUARDA DE SOUZA LACERDA**  
**MARIA EDUARDA RIBEIRO CARDOSO**  
**MARIA GABRIELA RODRIGUES DE MOURA**  
**MAYK AUGUSTO CONSTANTINO**  
**MAYKI ISRAEL INACIO MARTINS**  
**MIGUEL DA SILVA CARVALHO**  
**MIGUEL GUERESCHI CASSU**  
**SAMIRA INGRID DA SILVA**

**TÍTULO DO TRABALHO: CAFETERIA GOURMET**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Escola Técnica Estadual Sylvio de Mattos Carvalho, orientado pelo(a) Prof(a). Denizia L J Santana, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Técnico em Administração.

**Matão, SP**  
**2024**

## RESUMO

Este trabalho apresenta um plano de negócios para a criação de uma cafeteria gourmet na cidade de Matão, SP, com o objetivo de atender a um público que valoriza produtos de alta qualidade e experiências diferenciadas. A partir de uma análise detalhada do mercado de cafeterias no Brasil e das tendências de consumo, o estudo identifica oportunidades de crescimento no setor de cafés especiais e desenvolve estratégias para posicionar a cafeteria como um espaço premium e sustentável. Foram aplicados métodos de análise financeira, incluindo projeções de custos, estimativas de vendas e cálculos de ponto de equilíbrio e retorno sobre o investimento (ROI), para assegurar a viabilidade do empreendimento e seu potencial de rentabilidade. Espera-se que o plano de negócios contribua para a criação de uma cafeteria bem-sucedida e alinhada com as expectativas de um mercado em expansão, destacando-se em Matão como referência em qualidade e experiência. A relevância do mercado de cafeterias no Brasil é ressaltada pelo crescimento da demanda por cafés especiais e pela busca de ambientes que ofereçam tanto qualidade no produto quanto uma experiência visual e social. A cidade de Matão, localizada no interior de São Paulo, apresenta um cenário favorável para a implementação de um empreendimento gourmet, com potencial para atrair consumidores exigentes e promover a cultura do café. Este trabalho evidencia a importância de um plano de negócios estruturado, que permite uma visão clara e estratégica do empreendimento, favorecendo sua consolidação e diferenciação no mercado local.

**Palavras-chave:** Cafeteria Gourmet. Plano de Negócios. Mercado de Café. Matão SP.

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
<b>2. ESTRUTURA DA EMPRESA</b>	<b>8</b>
2.1 Valores e Missão	9
2.2 Serviços Oferecidos	9
2.3 Infraestrutura Mínima Necessária	10
2.4 Organograma da Empresa	11
<b>3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO</b>	<b>12</b>
3.1 Missão, Visão e Valores	12
3.2 Análise SWOT	13
3.3 Objetivos de Curto e Longo Prazo	14
3.3.1 Objetivos de Curto Prazo (primeiro ano de operação)	14
3.3.2 Objetivos de Longo Prazo (dois a cinco anos de operação)	14
<b>4. Plano de Ação</b>	<b>15</b>
4.1 Etapas de Implementação do Negócio	15
4.1.1 Planejamento e Criação do Ambiente	15
4.1.2 Aquisição de Equipamentos e Insumos	16
4.1.3 Contratação e Treinamento de Funcionários	17
4.1.4 Desenvolvimento do Cardápio e Teste de Produtos	17
4.1.5 Marketing Inicial e Divulgação	17
4.1.6 Ajustes Finais e Abertura Oficial	18
4.2 Método 5W2H	18
<b>5. PRODUTOS E SERVIÇOS</b>	<b>20</b>
5.1 Descrição dos Produtos Oferecidos	20
5.1.1 Cafés Especiais	20
5.1.2 Bebidas Quentes e Frias	20
5.1.3 Sobremesas e Lanches Gourmet	21
5.1.4 Produtos Artesanais para Venda	21
5.2 Proposta de Valor	21
<b>6. ANÁLISE DE MERCADO</b>	<b>23</b>
6.1 Cenário Econômico Atual	23

6.2 Oportunidades e Ameaças.....	23
6.2.1 Oportunidades .....	23
6.2.2 Ameaças.....	24
6.3 Clientes e Concorrentes.....	24
6.3.1 Persona: O Cliente Ideal.....	24
6.4 Posição da Empresa .....	25
<b>7. PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>26</b>
7.1 Persona.....	26
7.2 Estratégias de Relacionamento com o Público-Alvo.....	27
7.2.1 Programa de Fidelidade Digital.....	27
7.2.2 Marketing de Conteúdo nas Redes Sociais .....	27
7.2.3 Eventos e Workshops .....	27
7.2.4 Ações de Marketing Digital e E-mail Marketing: .....	27
7.3 Estratégias de Venda.....	28
7.4 Estratégias de Distribuição do Produto/Serviço .....	28
<b>8 MANUFATURA E/OU OPERAÇÕES .....</b>	<b>29</b>
8.1 Processo de Fabricação .....	29
8.1.2 Seleção e Armazenamento dos Grãos de Café.....	30
8.1.3 Torragem e Moagem .....	30
8.1.4 Métodos de Preparo Padronizados.....	30
8.1.5 Preparação de Sobremesas e Lanches Gourmet:.....	30
8.1.6 Embalagem e Atendimento no Delivery.....	31
8.2 Sistema de Qualidade.....	31
8.2.1 Certificação da ABIC e Controle de Pureza.....	31
8.2.2 Programa de Qualidade do Café (PQC) .....	32
8.2.3 Capacitação e Treinamento Contínuo da Equipe .....	32
8.2.4 Feedback do Cliente e Melhoria Contínua:.....	32
<b>9 PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>33</b>
9.1 Plano financeiro da cafeteria gourmet.....	33
9.2 Projeções Financeiras de Custos.....	33
9.3 Estimativas de Venda .....	35
9.4 ROI e Ponto de Equilíbrio .....	35
9.4.1 Investimento Inicial .....	35

9.4.2. Ponto de Equilíbrio.....	35
9.4.3 Retorno sobre o Investimento (ROI) .....	36
9.5 Considerações Finais do Plano Financeiro .....	37
<b>10 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>37</b>
<b>11. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>39</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O café é, sem dúvida, uma das bebidas mais consumidas no Brasil e uma parte essencial da cultura nacional. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), o café está presente em 95% dos lares brasileiros e possui uma importância histórica e econômica notável. Nos últimos anos, o mercado de cafés no Brasil tem passado por uma transformação significativa, marcada pelo crescimento expressivo do consumo de cafés gourmet e especiais. Segundo a ABIC, o consumo de cafés especiais aumenta cerca de 15% ao ano, em comparação com um crescimento de 3,5% dos cafés tradicionais. Este movimento reflete uma mudança no perfil dos consumidores, que passam a buscar por produtos de maior qualidade e pela experiência que envolve o ato de consumir café, valorizando ambientes que proporcionem conforto e identidade. Esse cenário contribui para a expansão de cafeterias gourmet e da cultura de coffee shops no Brasil, acompanhando tendências globais e estimulando o surgimento de novos negócios no setor.

Neste contexto de expansão e inovação no mercado de cafés, a elaboração de um plano de negócios sólido torna-se fundamental para garantir a viabilidade e o sucesso de uma cafeteria gourmet. Um plano bem estruturado permite ao empreendedor analisar detalhadamente as oportunidades e desafios, compreender o perfil do público-alvo, identificar os concorrentes e projetar os aspectos financeiros necessários para que o empreendimento prospere. No caso de Matão, cidade localizada no interior de São Paulo, o mercado local oferece um cenário atrativo para um estabelecimento desse tipo, considerando tanto a carência de cafeterias com perfil gourmet quanto o potencial de consumidores interessados em novas experiências gastronômicas e culturais.

Assim, o presente trabalho tem como objetivo desenvolver um plano de negócios para uma cafeteria gourmet em Matão/SP, projetando um espaço que valorize a experiência de consumo do café em suas diferentes nuances. Utilizando dados atualizados da ABIC e análises de mercado, pretende-se demonstrar a relevância e o potencial econômico deste empreendimento, apresentando estratégias e projeções que garantam sua viabilidade e sustentabilidade no longo prazo.

## 2. ESTRUTURA DA EMPRESA

A estrutura da cafeteria gourmet, situada na região central de Matão, foi idealizada para proporcionar uma experiência diferenciada ao público, unindo qualidade, sofisticação e um ambiente acolhedor. Essa proposta visa atender tanto à demanda por cafés especiais, brasileiros e importados, quanto ao desejo por um espaço "instagramável" e propício à socialização, leitura e descontração.

Ao observar a experiência de atendimento em muitas cafeterias no Brasil, é possível identificar situações que comprometem a qualidade do serviço prestado ao cliente. Imagine a seguinte situação: ao entrar em uma cafeteria, você presencia um atendimento inadequado a outros clientes. Após alguns minutos, quando é a sua vez de ser atendido, o funcionário se comporta de maneira rude, o que resulta na sua decisão de se retirar do local. Infelizmente, essa é a realidade enfrentada por muitos consumidores em estabelecimentos de serviços.

Nosso projeto tem como objetivo solucionar essa lacuna no mercado, oferecendo um ambiente que combine a excelência no preparo de café especial com um atendimento diferenciado. Em um cenário cada vez mais competitivo e dinâmico, propomos criar um espaço acolhedor e agradável, voltado para todos aqueles que buscam um local para convívio social, seja em família ou individualmente. Nossa cafeteria se posicionará como um local ideal para encontros, oferecendo uma variedade de produtos que atendem às demandas contemporâneas, como opções veganas e sem glúten.

Além de priorizar a qualidade dos produtos, implementaremos estratégias de marketing digital e firmaremos parcerias com influenciadores locais, com o objetivo de atrair e engajar o público-alvo de forma efetiva. A utilização dessas ferramentas será fundamental para fortalecer nossa marca e nos conectar com os consumidores.



Figura 1: Logotipo da Cafeteria Gourmet FONTE: Design próprio desenvolvido pelo canva.

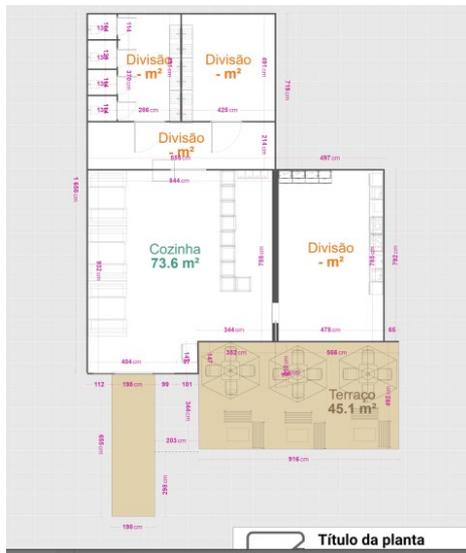


Figura 2: planta da cafeteria FONTE: Design próprio desenvolvido pelo site.

## 2.1 Valores e Missão

A missão da cafeteria é proporcionar uma experiência completa, indo além do consumo do café ao oferecer um ambiente que valorize a cultura e o conforto, num espaço pensado para o bem-estar dos clientes. Entre os valores, destacam-se a valorização da cultura brasileira de cafés, a sustentabilidade nos processos e produtos, a hospitalidade, o cuidado com o meio ambiente e a promoção de um ambiente harmonioso e inspirador. De acordo com Osterwalder (2011), uma proposta de valor forte é aquela que se conecta ao cliente, promovendo a fidelização por meio da criação de uma experiência memorável e significativa.

## 2.2 Serviços Oferecidos

Cardápio de Cafés Gourmet e Especiais: A cafeteria contará com uma seleção de cafés especiais, tanto de produtores brasileiros quanto importados, incluindo opções

de diferentes métodos de preparo (filtrado, espresso, prensa francesa, entre outros), visando atender a paladares variados e fomentar o conhecimento sobre a diversidade dos grãos e suas origens. "O Brasil, sendo um dos maiores produtores de café, oferece uma ampla variedade de grãos que podem ser explorados de forma criativa e valorizada" (ABIC, 2018).

- **Ambiente Instagramável e Aconchegante:** A cafeteria será projetada para oferecer um espaço que atraia a atenção visual e promova interações nas redes sociais. Serão incluídas áreas com decoração moderna e elementos rústicos e naturais (como móveis de madeira e plantas ornamentais), criando um clima acolhedor. Os detalhes decorativos, como poltronas confortáveis e painéis fotográficos, contribuirão para um espaço "instagramável" e autêntico.
- **Espaço para Leitura e Convivência:** A cafeteria disponibilizará uma seção de livros variados, incentivando o hábito da leitura e oferecendo um ambiente de pausa e introspecção. Esse espaço será valorizado com poltronas individuais e mesas de apoio, que estimularão os clientes a desfrutarem de um tempo de qualidade com suas leituras ou atividades pessoais.
- **Música Ambiente e Climatização:** A música ambiente será cuidadosamente selecionada para criar um clima envolvente e relaxante, harmonizando com o propósito de um espaço gourmet e de bem-estar. O ambiente será climatizado para garantir conforto em todas as épocas do ano.
- **Eventos e Produtos Sustentáveis:** A cafeteria promoverá eventos voltados ao público interessado na cultura do café e na sustentabilidade, como workshops de degustação de cafés especiais e sessões educativas sobre consumo responsável. Além disso, serão utilizados produtos biodegradáveis sempre que possível, contribuindo para o compromisso ambiental da empresa.

### 2.3 Infraestrutura Mínima Necessária

Para garantir o conforto e a qualidade dos serviços oferecidos, a cafeteria gourmet demandará uma estrutura que inclua:

- **Área de Atendimento e Salão Principal:** Espaço para acomodar mesas e poltronas, visando tanto o conforto quanto a estética visual do ambiente, com capacidade para ao menos 30 pessoas.
- **Balcão de Atendimento e Exposição:** Equipado para o preparo de cafés e pequenos lanches, com vitrines para exposição de sobremesas e produtos de café (grãos e acessórios).
- **Espaço de Leitura e Convivência:** Estantes para livros e revistas, além de poltronas e mesas de apoio, criando um ambiente de leitura e interação.
- **Ambiente Climatizado e Sistema de Som:** Equipamentos para climatização e sonorização para manter o ambiente confortável e com uma música ambiente de qualidade.
- **Cozinha:** Local equipado para preparo de alimentos e bebidas, com espaço para armazenamento adequado de ingredientes e equipamentos profissionais, como máquina de espresso, liquidificadores e prensas francesas.

## 2.4 Organograma da Empresa

A estrutura organizacional será simples, mas eficiente, para assegurar o bom funcionamento do empreendimento. Segue o organograma básico:

- **Gerente Geral:** Responsável pela supervisão geral, gestão financeira e relacionamento com fornecedores e parceiros. Além disso, o gerente será responsável pela definição de estratégias e pelo acompanhamento de resultados, de modo a garantir a fidelidade à missão da empresa.
- **Barista:** Profissional especializado na preparação de cafés e responsável por manter o padrão de qualidade nas bebidas servidas. O barista será um ponto de contato direto com o cliente, transmitindo o valor da cultura dos cafés especiais e colaborando na escolha dos grãos.
- **Atendentes:** Responsáveis pelo atendimento ao cliente, apoio na preparação dos pedidos e organização do ambiente. Serão treinados para fornecer um atendimento personalizado e atencioso, visando à criação de um ambiente acolhedor e amigável.

- **Auxiliar de Cozinha:** Dará suporte ao barista no preparo de lanches e sobremesas, garantindo a qualidade e segurança alimentar dos produtos servidos.
- **Auxiliar de Limpeza:** Encargado da manutenção da limpeza e organização do ambiente, assegurando que o espaço esteja sempre acolhedor e confortável para os clientes.

### 3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico da cafeteria gourmet, localizada na região central de Matão, foi desenvolvido com base no objetivo de criar um espaço diferenciado, que une qualidade e experiência cultural no consumo de cafés especiais. Este planejamento inclui a definição da missão, visão e valores da empresa, uma análise SWOT detalhada e os objetivos de curto e longo prazo para expansão e consolidação.

#### 3.1 Missão, Visão e Valores

- **Missão:** Proporcionar uma experiência única e acolhedora no consumo de cafés especiais, oferecendo um ambiente que une conforto, cultura e sustentabilidade, valorizando a produção de grãos de alta qualidade e promovendo um espaço de convivência e bem-estar.
- **Visão:** Ser referência em Matão como uma cafeteria gourmet que combina excelência em cafés especiais, ambiente instagramável e práticas sustentáveis, além de consolidar-se como um ponto de encontro para amantes do café e da cultura.
- **Valores:**
  - **Qualidade e Sustentabilidade:** Compromisso com o uso de cafés especiais e ingredientes sustentáveis, garantindo uma experiência de excelência ao cliente e respeitando o meio ambiente.

- **Inovação e Estética:** Criação de um ambiente atraente e "instagramável", com decoração cuidadosa e ambiente que inspire os clientes a registrarem e compartilharem suas experiências.
- **Conexão e Hospitalidade:** Valorização de um atendimento humanizado e de qualidade, proporcionando um espaço acolhedor para todas as pessoas.
- **Cultura e Bem-Estar:** Promoção de um ambiente que incentive a leitura, o conhecimento e o relaxamento, valorizando a cultura do café e o bem-estar dos clientes.

### 3.2 Análise SWOT

A análise SWOT oferece uma visão completa dos fatores internos e externos que podem impactar o sucesso do negócio, considerando tanto as particularidades da região central de São Paulo quanto as tendências do mercado de cafés.

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Localização estratégica em uma região de alta circulação, atraindo tanto o público residente quanto turistas.</li> <li>• Diferencial no uso de cafés especiais, com variedade de grãos brasileiros e importados, valorizando a qualidade e a exclusividade dos produtos.</li> <li>• Ambiente "instagramável" com decoração moderna e confortos adicionais, como áreas de leitura e música ambiente.</li> <li>• Compromisso com a sustentabilidade, utilizando produtos biodegradáveis e promovendo práticas ambientais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto custo inicial para decoração, climatização e aquisição de cafés especiais de qualidade, o que pode impactar o fluxo de caixa no início das operações.</li> <li>• Dependência de baristas qualificados, o que exige constante investimento em treinamento e capacitação para manter o padrão de qualidade.</li> <li>• Competição intensa nas regiões vizinhas, onde há diversas opções de cafeterias e estabelecimentos que oferecem ambientes diferenciados.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescimento do interesse por cafés especiais no Brasil e aumento do consumo de produtos gourmet, que</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oscilação no preço dos grãos de café, especialmente dos produtos importados, o que pode impactar os custos e</li> </ul>

<p>impulsionam o segmento de cafeterias especializadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expansão da cultura "instagramável", que valoriza espaços esteticamente atraentes e pode atrair um público que busca experiências visuais e diferenciadas.</li> <li>• Abertura de novos mercados no setor de sustentabilidade, com oportunidades de parcerias para oferecer produtos sustentáveis e promover eventos sobre consumo responsável.</li> </ul>	<p>dificultar a manutenção dos preços no cardápio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Possíveis mudanças no comportamento do consumidor, que podem impactar o consumo em cafeterias devido a questões econômicas ou crises de saúde pública.</li> <li>• Concorrência de grandes redes de cafés que oferecem preços competitivos e também exploram o conceito de ambiente visualmente atraente.</li> </ul>
---	---

### 3.3 Objetivos de Curto e Longo Prazo

Os objetivos foram definidos com base na consolidação da marca e no crescimento sustentável da cafeteria.

#### 3.3.1 Objetivos de Curto Prazo (primeiro ano de operação)

- **Estabelecimento de Marca e Fidelização:** Construir uma marca sólida e atrativa, focando em campanhas de marketing digital para aumentar a visibilidade e fidelizar o público.
- **Atingir o Ponto de Equilíbrio:** Controlar os custos iniciais e aumentar gradualmente o faturamento, visando atingir o ponto de equilíbrio financeiro no primeiro ano de operação.
- **Treinamento e Qualificação de Funcionários:** Investir na capacitação contínua de baristas e atendentes, garantindo a manutenção do padrão de qualidade e excelência no atendimento.
- **Engajamento com o Público-alvo:** Promover eventos temáticos e workshops de degustação para atrair clientes e envolver o público no universo dos cafés especiais, ampliando o conhecimento e o consumo de produtos gourmet.

#### 3.3.2 Objetivos de Longo Prazo (dois a cinco anos de operação)

- **Expansão e Consolidação no Mercado:** Fortalecer a presença da marca na região central e expandir para bairros adjacentes, avaliando a viabilidade de uma segunda unidade ou franquia.
- **Parcerias Estratégicas para Sustentabilidade:** Ampliar as práticas sustentáveis através de parcerias com fornecedores de produtos orgânicos e certificações ambientais, consolidando a imagem de empresa ambientalmente responsável.
- **Programa de Fidelidade e Interação:** Implementar um programa de fidelidade digital, incentivando o retorno dos clientes e promovendo benefícios exclusivos para membros regulares.
- **Consolidação de Clientes Corporativos:** Estabelecer contratos de fornecimento para empresas, oferecendo serviços exclusivos para eventos corporativos e parcerias para reuniões e encontros empresariais no espaço da cafeteria.

Esses objetivos visam não apenas garantir a sustentabilidade financeira da cafeteria gourmet, mas também consolidar a marca como uma referência de qualidade e experiência no consumo de cafés especiais em São Paulo.

## **4. Plano de Ação**

Para viabilizar a abertura da cafeteria gourmet na região central de Matão, este plano de ação organiza as etapas fundamentais para a implementação do negócio, desde a criação do ambiente até o marketing inicial. Cada etapa está detalhada com cronogramas e responsáveis, garantindo um processo de execução estruturado e eficaz.

### **4.1 Etapas de Implementação do Negócio**

#### **4.1.1 Planejamento e Criação do Ambiente**

Elaborar o design e layout da cafeteria, priorizando a decoração instagramável, áreas de convivência, espaço de leitura, e instalação de climatização. A decoração deve incluir elementos visuais marcantes, como paredes com murais e iluminação ajustável, para criar um ambiente esteticamente agradável e acolhedor.

**Atividades:**

- Consultoria com designer de interiores para layout do espaço.
- Compra de móveis, iluminação e itens decorativos.
- Contratação de empresa para instalação de climatização e sistema de som.
- Cronograma: 1º a 2º mês.
- Responsável: Gerente Geral e Designer de Interiores.



#### 4.1.2 Aquisição de Equipamentos e Insumos

Adquirir equipamentos necessários para o funcionamento da cafeteria, incluindo máquinas de café espresso, liquidificadores industriais, prensas francesas, freezers, expositores refrigerados e utensílios. Os insumos, como grãos de café brasileiros e importados, devem ser de alta qualidade e adquiridos de fornecedores confiáveis.

**Atividades:**

- Contatar fornecedores de equipamentos e insumos.
- Realizar compras e assegurar entrega e instalação dos equipamentos.
- Estabelecer contratos com fornecedores de café gourmet e ingredientes para o cardápio.

- Cronograma: 1º a 3º mês.
- Responsável: Gerente Geral e Barista Chefe.

### 4.1.3 Contratação e Treinamento de Funcionários

Recrutar uma equipe composta por baristas, atendentes e auxiliares, todos treinados para manter o padrão de atendimento e qualidade. O treinamento incluirá técnicas de preparação de cafés especiais e práticas de atendimento ao cliente.

#### **Atividades:**

- Seleção e contratação de funcionários.
- Realização de treinamentos sobre preparo de bebidas, atendimento humanizado e apresentação do conceito da cafeteria.
- Cronograma: 2º a 4º mês.
- Responsável: Gerente Geral.

### 4.1.4 Desenvolvimento do Cardápio e Teste de Produtos

Criar um cardápio de cafés especiais e lanches que se destaque pela variedade e qualidade. Realizar testes e degustações para ajustes e definição das receitas finais.

#### **Atividades:**

- Desenvolvimento das receitas em conjunto com o barista chefe.
- Teste de produtos com equipe e potenciais clientes.
- Finalização do cardápio com ajustes de preço e apresentação.
- Cronograma: 3º a 4º mês.
- Responsável: Barista Chefe e Gerente Geral.

### 4.1.5 Marketing Inicial e Divulgação

Planejar e executar uma estratégia de marketing inicial focada em criar uma presença forte nas redes sociais e atrair o público-alvo antes da abertura. O marketing será direcionado para promover o ambiente instagramável e a experiência gourmet exclusiva.

#### **Atividades:**

- Criação de perfis nas redes sociais (Instagram, Facebook e Google My Business).
- Planejamento de uma campanha de pré-lançamento, com teasers e convites para influenciadores e potenciais clientes locais.
- Parceria com influenciadores e fotógrafos para impulsionar o conteúdo visual nas redes sociais.
- Cronograma: 4º a 5º mês.
- Responsável: Gerente de Marketing e Agência de Publicidade contratada.

#### **4.1.6 Ajustes Finais e Abertura Oficial**

Realizar uma revisão completa dos processos operacionais e ajustes de última hora antes da abertura oficial da cafeteria. Organizar um evento de inauguração para atrair o público inicial e gerar divulgação espontânea.

##### **Atividades:**

- Revisão dos equipamentos, estoque de insumos e treinamento da equipe.
- Realização do evento de abertura com degustações e promoções para atrair novos clientes.
- Cronograma: 5º mês.
- Responsável: Gerente Geral e Equipe.

#### **4.2 Método 5W2H**

Para o Plano de Ação usaremos o Método 5W2H. O método 5W2H é uma ferramenta de planejamento que permite organizar ações de maneira objetiva e clara. Ele é amplamente utilizado em gestão por sua eficácia em detalhar o que precisa ser feito, quem será responsável, onde e como as ações serão implementadas, e quais os custos envolvidos. Segundo Slack et al. (2009), o 5W2H promove clareza e eficiência na execução de processos, sendo indicado para projetos que exigem coordenação entre várias etapas e profissionais. A estrutura consiste em responder sete perguntas fundamentais:

1. What? (O que será feito?)
2. Why? (Por que será feito?)

3. Where? (Onde será realizado?)
4. When? (Quando será realizado?)
5. Who? (Quem será o responsável?)
6. How? (Como será realizado?)
7. How much? (Quanto custará?)

<b>Etapa</b>	<b>What (O que?)</b>	<b>Why (Por que?)</b>	<b>Where (Onde?)</b>	<b>When (Quando?)</b>	<b>Who (Quem?)</b>	<b>How (Como?)</b>	<b>How Much (Quanto?)</b>
Criação do Ambiente	Definir layout e decoração	Criar ambiente "instagramável" e aconchegante	Cafeteria, na região central de Matão	1º e 2º mês	Gerente Geral, Designer	Consultoria de interiores, compra de móveis e decoração	R\$ 50.000,00
Aquisição de Equipamentos	Comprar e instalar equipamentos e insumos	Garantir a infraestrutura para produção de bebidas	Área de produção da cafeteria	1º ao 3º mês	Gerente Geral e Barista	Seleção de fornecedores e negociação de prazos e preços	R\$ 70.000,00
Contratação e Treinamento	Contratar e treinar equipe	Assegurar atendimento de qualidade e padrão gourmet	Cafeteria	2º ao 4º mês	Gerente Geral	Processo seletivo, workshops e treinamentos práticos	R\$ 15.000,00
Desenvolvimento do Cardápio	Criar e testar receitas	Oferecer produtos diferenciados e de alta qualidade	Área de produção da cafeteria	3º e 4º mês	Barista Chefe, Gerente	Pesquisa de ingredientes e testes com clientes potenciais	R\$ 5.000,00
Marketing e Divulgação	Campanha de lançamento e redes sociais	Aumentar visibilidade e atrair público-alvo	Redes sociais, plataformas digitais	4º ao 5º mês	Gerente de Marketing	Contratação de agência para criação de conteúdo e gestão de redes	R\$ 10.000,00
Abertura Oficial	Realizar evento de inauguração	Atrair clientes e gerar repercussão inicial	Instalações da cafeteria	5º mês	Gerente Geral e Equipe	Organização de um evento com degustação e promoções especiais	R\$ 8.000,00

Esse modelo 5W2H oferece um direcionamento prático e eficiente para o planejamento da cafeteria gourmet, orientando o negócio na busca de um diferencial competitivo e de uma experiência de qualidade para os clientes.

Esse plano de ação permite que cada etapa seja cumprida dentro de um cronograma claro e com responsabilidades definidas, garantindo uma abertura organizada e eficaz. Com essas etapas, a cafeteria estará preparada para oferecer uma experiência de qualidade ao público desde o primeiro dia.

## 5. PRODUTOS E SERVIÇOS

A cafeteria gourmet situada na região central de Matão foi projetada para oferecer uma experiência única e diferenciada aos seus clientes. Com um cardápio que valoriza a qualidade e a exclusividade, o estabelecimento se destaca pela oferta de produtos artesanais, cafés especiais, sobremesas elaboradas e um ambiente aconchegante e sofisticado.

### 5.1 Descrição dos Produtos Oferecidos

#### 5.1.1 Cafés Especiais

- **Seleção de Grãos:** A cafeteria oferece cafés especiais provenientes de regiões renomadas do Brasil, como o Cerrado Mineiro, Sul de Minas e Mogiana, além de grãos importados de países com tradição cafeeira, como Etiópia, Colômbia e Costa Rica. Cada grão é selecionado e torrado para preservar suas características de sabor e aroma.
- **Métodos de Preparo:** São disponibilizados diversos métodos de preparo, incluindo espresso, coado, prensa francesa, Aeropress e Chemex, cada um escolhido para realçar o perfil único dos grãos.
- **Opções Sazonais e Exclusivas:** Cafés de edição limitada e de safra específica, acompanhando as safras nacionais e internacionais, e eventos de degustação são oferecidos para proporcionar aos clientes uma experiência de descoberta e educação no universo dos cafés especiais.

#### 5.1.2 Bebidas Quentes e Frias

- **Variedade de Chás e Infusões:** Além dos cafés, a cafeteria oferece uma seleção de chás e infusões de ervas, todos de origem controlada e preparados artesanalmente.
- **Bebidas Geladas:** A carta inclui opções como frappés, cafés gelados com creme e variações de cold brew, ideal para o público que deseja uma alternativa refrescante e saborosa.

- **Chocolate Quente e Bebidas Exclusivas:** O cardápio contempla bebidas como chocolate quente artesanal e preparações exclusivas, como o "Mocha Especial", que mistura chocolate 70% com café espresso e leite vaporizado.

### 5.1.3 Sobremesas e Lanches Gourmet

- **Sobremesas Artesanais:** Bolos, tortas e sobremesas, como brownies e cheesecakes, são preparados diariamente com ingredientes frescos e receitas exclusivas, complementando a experiência do café com opções para todos os gostos.
- **Opções Veganas e Sem Glúten:** Atendendo às necessidades de um público variado, a cafeteria oferece opções de sobremesas e lanches veganos e sem glúten, como cookies de amêndoa e brownies de cacau.
- **Sanduíches e Salgados Especiais:** Um cardápio de lanches rápidos e frescos, como quiches, croissants recheados e sanduíches gourmet, é oferecido, combinando qualidade com praticidade para clientes em busca de uma refeição leve.

### 5.1.4 Produtos Artesanais para Venda

- **Pacotes de Café Especial:** Os clientes podem levar para casa pacotes de grãos frescos, com a possibilidade de moer na hora, em diferentes torras e origens.
- **Itens de Cafeteria:** Produtos como xícaras exclusivas, prensas francesas e filtros para métodos coados estão disponíveis para venda, incentivando o cliente a recriar a experiência de café em casa.
- **Kits e Assinaturas de Café:** A cafeteria oferece kits para presente e um programa de assinaturas, em que o cliente pode receber mensalmente uma seleção de cafés especiais, promovendo a fidelização e o contato contínuo com os produtos da casa.

## 5.2 Proposta de Valor

A proposta de valor da cafeteria gourmet é proporcionar uma experiência autêntica, que combina a sofisticação dos produtos artesanais e de alta qualidade com um ambiente sofisticado e acolhedor. O diferencial competitivo da cafeteria é refletido nos seguintes aspectos:

- **Qualidade Superior dos Produtos:** A seleção rigorosa de grãos de café especiais, ingredientes frescos e sobremesas artesanais eleva o padrão de qualidade, garantindo que cada produto ofereça uma experiência sensorial completa. Essa atenção à qualidade, segundo Kotler e Keller (2012), é um fator essencial na fidelização de clientes e criação de valor percebido.
- **Ambiente Instagramável e Sofisticado:** A decoração foi projetada para oferecer um espaço visualmente atraente, que incentiva a criação de memórias e registros fotográficos pelos clientes. O ambiente conta com detalhes que vão desde móveis confortáveis até a disposição de luzes e elementos visuais que inspiram e relaxam, atendendo à demanda por locais de socialização e conexão em um espaço "instagramável".
- **Atendimento de Excelência:** A equipe é treinada para proporcionar um atendimento acolhedor e especializado. Baristas e atendentes são capacitados para explicar a origem e os métodos de preparo de cada café, criando uma conexão entre o cliente e o produto. De acordo com Zeithaml et al. (2013), o atendimento personalizado e o foco no cliente são diferenciais que agregam valor à experiência e estimulam a fidelização.
- **Sustentabilidade e Responsabilidade Social:** A cafeteria adota práticas sustentáveis, como o uso de copos e embalagens biodegradáveis, e apoia a compra de grãos de cooperativas de pequenos produtores e de cultivos orgânicos. Essa responsabilidade ambiental também se reflete no incentivo ao consumo consciente e na promoção de eventos que visem à conscientização sobre práticas sustentáveis.

Dessa forma, a cafeteria gourmet não se limita a ser apenas um local de consumo, mas se posiciona como um espaço cultural e sensorial, onde o cliente pode apreciar a arte do café e se sentir parte de uma comunidade apaixonada por qualidade e inovação.

## 6. ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado fornece uma visão estratégica sobre o cenário econômico do setor de cafés, identificando oportunidades e ameaças, perfil de clientes, concorrência e o posicionamento desejado da cafeteria gourmet em Matão, SP.

### 6.1 Cenário Econômico Atual

O mercado de cafés no Brasil é um dos mais promissores globalmente, uma vez que o país é o maior produtor e exportador mundial da bebida. Nos últimos anos, observou-se um crescimento significativo no consumo de cafés especiais, impulsionado pelo aumento de consumidores que buscam qualidade e diferenciação no sabor e na experiência. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), o consumo de cafés especiais cresce cerca de 15% ao ano, enquanto os cafés tradicionais aumentam em uma taxa menor, de aproximadamente 3,5%.

Outro fator relevante para o mercado de cafés é o crescimento das franquias e cafeterias gourmet, que acompanham as tendências globais e nacionais de consumo. O Brasil conta com aproximadamente 3,5 mil cafeterias, das quais 34% são franquias. Esse crescimento no setor de franquias revela uma oportunidade para a expansão de cafeterias com modelos de negócio padronizados, reforçando o potencial de expansão de cafeterias especializadas em experiências premium e produtos diferenciados.

No contexto pós-pandemia, o setor de alimentação e bebidas, especialmente de cafeterias, tem retomado o crescimento, aproveitando a retomada de eventos e da socialização em espaços físicos. Esse cenário favorece o surgimento de cafeterias gourmet que proporcionem experiências completas, com ambientes que incentivam o convívio social e promovem o consumo de cafés de alta qualidade em um ambiente sofisticado e acolhedor.

### 6.2 Oportunidades e Ameaças

#### 6.2.1 Oportunidades

- **Crescimento no Consumo de Cafés Especiais:** Com a maior procura por cafés de alta qualidade e métodos de preparo diferenciados, a cafeteria poderá

atender a um público exigente, valorizando grãos de origem especial e preparações que ressaltam o sabor e o aroma.

- **Demanda por Ambientes Instagramáveis e Experienciais:** A popularidade de locais que oferecem uma experiência estética e cultural diferenciada é uma oportunidade para criar um espaço instagramável, atraindo um público que busca ambientes atrativos para registros e postagens em redes sociais.
- **Tendência de Consumo Sustentável:** O consumidor brasileiro tem demonstrado uma preferência crescente por produtos e estabelecimentos que adotam práticas sustentáveis. A cafeteria pode aproveitar essa tendência oferecendo produtos orgânicos e biodegradáveis, além de apoiar pequenos produtores.
- **Expansão de Mercados Secundários:** Cidades menores e regiões interioranas, como Matão, oferecem um mercado potencial em expansão, com menos concorrência direta, mas uma demanda crescente por produtos gourmet e experiências sofisticadas.

## 6.2.2 Ameaças

- **Oscilação no Preço dos Grãos de Café:** A dependência de grãos especiais pode impactar os custos devido às variações sazonais e econômicas, tanto no mercado interno quanto no externo.
- **Concorrência de Grandes Redes:** Grandes redes de cafeterias, como Starbucks e McCafé, oferecem produtos premium com uma marca já consolidada, o que pode representar um desafio para o crescimento de pequenas cafeterias.
- **Mudanças Econômicas e de Comportamento de Consumo:** Em tempos de incerteza econômica, o consumo de produtos gourmet pode ser reduzido, com consumidores preferindo alternativas mais econômicas.

## 6.3 Clientes e Concorrentes

### 6.3.1 Persona: O Cliente Ideal

- **Nome:** Ana, 32 anos, profissional liberal na área de marketing e comunicação.
- **Perfil:** Ana valoriza experiências diferenciadas e busca locais que aliem qualidade, cultura e um ambiente confortável para socializar e trabalhar. Ela consome cafés especiais, aprecia novos métodos de preparo e tem interesse por produtos sustentáveis. Utiliza as redes sociais para compartilhar experiências, sendo influenciada por recomendações de amigos e influenciadores que seguem um estilo de vida premium e sustentável.
- **Preferências:** Cafés de alta qualidade, ambientes sofisticados, experiências únicas e locais que proporcionem interação social.

### 6.3.2 Análise da Concorrência Local

Embora Matão possua algumas cafeterias e padarias locais, a maioria se concentra em oferecer produtos tradicionais, sem foco específico em cafés especiais e sem um ambiente cuidadosamente decorado e sofisticado. Essa lacuna de mercado abre espaço para uma cafeteria gourmet que ofereça produtos artesanais, métodos de preparo variados e um ambiente que seja visualmente atrativo e acolhedor.

As padarias e cafeterias existentes tendem a focar mais em conveniência do que em experiência, o que cria uma oportunidade para que a nova cafeteria se posicione como uma opção diferenciada, explorando a exclusividade dos cafés especiais e a sofisticação do ambiente.

### 6.4 Posição da Empresa

A cafeteria gourmet se posicionará como uma opção premium e exclusiva em Matão, focada em oferecer uma experiência completa que vai além do café. Ao unir a qualidade dos grãos especiais e dos produtos artesanais com um ambiente cuidadosamente projetado e acolhedor, a cafeteria busca atrair clientes que valorizam não apenas o consumo do café, mas também o ambiente e a experiência proporcionada. Essa abordagem diferenciada será um dos principais atrativos para o público local, posicionando o estabelecimento como uma referência para os amantes do café e para aqueles que procuram um local agradável para convívio e lazer.

Além disso, a cafeteria adotará uma comunicação que enfatiza seus valores de sustentabilidade e apoio a produtores locais e sustentáveis. A presença nas redes sociais será estrategicamente pensada para mostrar o ambiente instagramável e destacar as qualidades dos produtos, atraindo um público que valoriza experiências estéticas e produtos de qualidade.

Com essa análise de mercado, a cafeteria gourmet se apresenta como um empreendimento com um forte potencial de atrair e fidelizar clientes, oferecendo diferenciais que atendem às tendências atuais e se destacando em um mercado em expansão.

## 7. PLANO DE MARKETING

O plano de marketing da cafeteria gourmet foi desenvolvido para posicionar o estabelecimento como uma referência na oferta de cafés especiais em Matão, SP, e para atrair e fidelizar um público que valoriza qualidade, sofisticação e um ambiente acolhedor. O foco é criar uma experiência única para o cliente e reforçar o posicionamento premium da cafeteria.

### 7.1 Persona

- **Nome:** Ana, 32 anos, profissional liberal na área de marketing e comunicação.
- **Perfil:** Ana valoriza experiências diferenciadas e busca locais que aliem qualidade, cultura e um ambiente confortável para socializar e trabalhar. Ela consome cafés especiais, aprecia novos métodos de preparo e tem interesse por produtos sustentáveis. Utiliza as redes sociais para compartilhar experiências, sendo influenciada por recomendações de amigos e influenciadores que seguem um estilo de vida premium e sustentável.
- **Preferências:** Cafés de alta qualidade, ambientes sofisticados, experiências únicas e locais que proporcionem interação social.
- **Hobbies e Interesses:** Fotografia, viagens, leitura, sustentabilidade e gastronomia.
- **Necessidades e Preferências:** Valorização de produtos de alta qualidade, atendimento personalizado, ambiente sofisticado e instagramável e,

eventualmente, opções de entretenimento como música ambiente e eventos culturais.

## **7.2 Estratégias de Relacionamento com o Público-Alvo**

Para construir um relacionamento duradouro com o público-alvo e aumentar a fidelização, a cafeteria implementará as seguintes estratégias:

### **7.2.1 Programa de Fidelidade Digital**

A cafeteria desenvolverá um programa de fidelidade em um aplicativo, no qual cada compra acumula pontos que podem ser trocados por produtos, brindes ou descontos. Isso incentivará o cliente a retornar e proporciona uma sensação de recompensa. Além disso, ao ser digital, o programa facilita o acompanhamento dos pontos e recompensas diretamente pelo cliente.

### **7.2.2 Marketing de Conteúdo nas Redes Sociais**

Serão produzidos conteúdos visuais e informativos sobre os cafés especiais oferecidos, como vídeos e posts que explicam a origem dos grãos e os métodos de preparo, criando valor educativo e aproximando o público do universo do café. Publicações sobre a decoração e o ambiente da cafeteria também serão exploradas para destacar o local como um espaço "instagramável".

### **7.2.3 Eventos e Workshops**

Serão organizados eventos e workshops periódicos, como sessões de degustação de cafés, oficinas sobre métodos de preparo e palestras com especialistas. Esses eventos serão promovidos nas redes sociais e em parceria com influenciadores locais, oferecendo ao público experiências interativas e promovendo o engajamento.

### **7.2.4 Ações de Marketing Digital e E-mail Marketing:**

A cafeteria manterá uma comunicação ativa com os clientes, enviando newsletters e mensagens personalizadas para informar sobre novos produtos, eventos e promoções. O e-mail marketing permitirá que os clientes fiquem por dentro das novidades e que sejam lembrados das vantagens do programa de fidelidade e dos eventos exclusivos para membros.

### 7.3 Estratégias de Venda

- **Ofertas de Degustação para Novos Clientes:** Para atrair novos clientes e gerar experimentação, a cafeteria oferecerá degustações gratuitas de alguns métodos de preparo de café especial em datas específicas. Essa ação permitirá que potenciais clientes conheçam o diferencial dos cafés especiais oferecidos e experimentem a qualidade dos produtos sem compromisso inicial.
- **Campanhas Promocionais em Datas Especiais:** Em datas comemorativas, como o Dia Internacional do Café, a cafeteria criará promoções temáticas, como descontos na segunda bebida ou combos com sobremesa inclusa. Essas campanhas sazonais servem para fortalecer a relação com os clientes e aumentar o volume de vendas.
- **Parcerias com Influenciadores e Promoção Local:** Para aumentar a visibilidade e atrair novos consumidores, a cafeteria fará parcerias com influenciadores digitais locais que se alinhem ao perfil do público-alvo. Os influenciadores serão convidados para visitar o local e compartilhar sua experiência, atraindo seguidores interessados em conhecer o espaço.

### 7.4 Estratégias de Distribuição do Produto/Serviço

- **Atendimento Presencial e Experiência In Loco:** O atendimento presencial é o foco principal da cafeteria, onde o ambiente e a experiência de degustação dos cafés são elementos essenciais. A equipe será treinada para oferecer um atendimento personalizado e eficiente, garantindo que os clientes se sintam valorizados e acolhidos no espaço. Este modelo permite a interação direta entre clientes e funcionários, promovendo uma experiência de consumo única.

- **Venda por Aplicativos de Entrega:** Para alcançar clientes que preferem a comodidade de consumir em casa, a cafeteria firmará parcerias com aplicativos de delivery, como iFood e UberEats. No menu de delivery, serão incluídas as principais bebidas, sobremesas e produtos artesanais da cafeteria, com embalagens especiais para manter a qualidade e reforçar o posicionamento premium.
- **Venda de Produtos Exclusivos no Local e Online:** Além do consumo imediato, a cafeteria oferecerá produtos como pacotes de cafés especiais, acessórios para preparo e kits personalizados. Esses itens estarão disponíveis tanto na loja física quanto para venda online, promovendo a experiência da cafeteria para além do ambiente físico.

Com essas estratégias, o plano de marketing visa posicionar a cafeteria como uma referência em cafés especiais e um ambiente inspirador em Matão. A combinação de marketing digital, eventos interativos e programas de fidelidade permitirá atrair novos clientes, aumentar a retenção e consolidar a marca no mercado local.

## **8 MANUFATURA E/OU OPERAÇÕES**

O capítulo de Manufatura e Operações detalha os processos de fabricação e o sistema de qualidade adotados pela cafeteria gourmet, com foco na consistência e excelência dos produtos oferecidos. A padronização dos processos e o controle rigoroso da qualidade são essenciais para que a cafeteria mantenha um alto nível de satisfação do cliente e consolide sua marca como referência em cafés especiais e atendimento premium.

### **8.1 Processo de Fabricação**

O processo de fabricação na cafeteria gourmet abrange a preparação cuidadosa de bebidas e alimentos, com foco em preservar a autenticidade e qualidade dos ingredientes, especialmente dos grãos de café especiais, que são o carro-chefe da cafeteria. Abaixo, estão descritas as etapas principais do preparo dos produtos:

### **8.1.2 Seleção e Armazenamento dos Grãos de Café**

- Os grãos de café são escolhidos de acordo com critérios de qualidade e origem, preferencialmente adquiridos de produtores certificados e que utilizam práticas sustentáveis.
- Os grãos são armazenados em condições específicas de temperatura e umidade para preservar suas características sensoriais, garantindo que o café oferecido ao cliente esteja sempre fresco e com sabor autêntico.

### **8.1.3 Torragem e Moagem**

- Embora a torrefação seja feita por fornecedores especializados, o processo de moagem é realizado na própria cafeteria para cada método de preparo, garantindo que o café seja moído na granulometria ideal e somente no momento do preparo.
- Esse processo evita a perda de aroma e permite uma experiência completa e diferenciada para o cliente, que poderá apreciar as notas sensoriais exclusivas de cada grão.

### **8.1.4 Métodos de Preparo Padronizados**

- A cafeteria oferece diferentes métodos de preparo, como expresso, coado, prensa francesa, Aeropress e Chemex, e cada método segue um padrão rigoroso de medidas, tempo e temperatura.
- Os baristas são treinados para seguir fichas técnicas de preparo e utilizar equipamentos calibrados diariamente, garantindo que cada xícara de café entregue ao cliente mantenha a qualidade e consistência, independentemente do barista que a preparou.

### **8.1.5 Preparação de Sobremesas e Lanches Gourmet:**

- As sobremesas e lanches oferecidos na cafeteria são preparados com ingredientes selecionados e frescos, seguindo receitas exclusivas desenvolvidas para harmonizar com as bebidas. Todos os produtos são

feitos no dia, o que reforça o compromisso com a qualidade e evita o uso de conservantes artificiais.

- As receitas são padronizadas e seguem fichas técnicas que especificam a quantidade e o tipo de ingredientes, além das técnicas de preparo, garantindo um sabor consistente e reconhecível pelo cliente.

### **8.1.6 Embalagem e Atendimento no Delivery**

- Para manter a qualidade dos produtos no serviço de entrega, a cafeteria utiliza embalagens que preservam a temperatura e as características dos alimentos e bebidas. Os pedidos são embalados com materiais sustentáveis e selados para manter o frescor e evitar vazamentos.
- O atendimento ao delivery é feito com a mesma atenção e cuidado do atendimento presencial, garantindo que a experiência do cliente em casa seja o mais próxima possível daquela vivenciada no ambiente da cafeteria.

## **8.2 Sistema de Qualidade**

O sistema de qualidade da cafeteria gourmet segue práticas de controle rigorosas, incluindo certificações e padrões reconhecidos no setor de cafés especiais. A implementação desse sistema é inspirada em programas de qualidade estabelecidos pela Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), que garantem tanto a pureza quanto a rastreabilidade dos produtos.

### **8.2.1 Certificação da ABIC e Controle de Pureza**

- A cafeteria adere ao Programa Permanente de Controle da Pureza do Café, criado pela ABIC, que assegura que o café oferecido é 100% puro, sem misturas ou adulterações. Para isso, as amostras dos grãos de café utilizados passam por testes de controle de qualidade, que garantem a pureza e o respeito ao consumidor.
- Esse selo de pureza é uma certificação de segurança alimentar, o que aumenta a confiança dos clientes no produto e reforça o compromisso da

cafeteria com a transparência e integridade no preparo dos alimentos e bebidas.

### **8.2.2 Programa de Qualidade do Café (PQC)**

- A cafeteria participa do Programa de Qualidade do Café (PQC), que certifica diferentes categorias de café, como tradicional, superior e gourmet. Esse programa é fundamental para assegurar a consistência e qualidade em cada xícara de café servida, garantindo que o cliente receba um produto que atende aos mais altos padrões de qualidade sensorial.
- O PQC envolve auditorias periódicas sobre as práticas de manuseio e preparo, além da formação contínua dos baristas, que são capacitados para garantir o uso adequado dos equipamentos e a precisão nos métodos de preparo.

### **8.2.3 Capacitação e Treinamento Contínuo da Equipe**

- Todos os colaboradores, especialmente os baristas e atendentes, passam por treinamentos contínuos para manter o padrão de qualidade no atendimento e preparo. Esses treinamentos incluem certificações de manipulação de alimentos e formação específica em cafés especiais, conforme os programas oferecidos pela ABIC.
- A capacitação regular permite que os funcionários estejam atualizados sobre técnicas e tendências no mercado de cafés especiais, promovendo a excelência no atendimento e o uso correto dos métodos e equipamentos.

### **8.2.4 Feedback do Cliente e Melhoria Contínua:**

- A cafeteria mantém um canal de comunicação aberto com os clientes para coletar feedback sobre os produtos e serviços. Esse feedback é monitorado regularmente e serve como base para aprimoramentos, garantindo que a cafeteria esteja sempre alinhada com as expectativas e necessidades do público.

- Com a ajuda das ferramentas de feedback, é possível implementar melhorias nos processos e no atendimento, fortalecendo o relacionamento com o cliente e assegurando a qualidade da experiência oferecida.

Com esses processos de fabricação e o sistema de qualidade baseado em certificações reconhecidas, a cafeteria gourmet garante a consistência e excelência nos produtos e serviços. Isso cria uma experiência completa e diferenciada, valorizando a fidelidade do cliente e reforçando o compromisso com a qualidade e sustentabilidade.

## **9 PLANO FINANCEIRO**

### **9.1 Plano financeiro da cafeteria gourmet**

O plano financeiro da cafeteria gourmet é estruturado para prever os custos de operação, estimar as vendas com base em demanda esperada e projetar o ponto de equilíbrio e o retorno sobre o investimento (ROI). Este planejamento é essencial para garantir a viabilidade e sustentabilidade financeira do negócio.

### **9.2 Projeções Financeiras de Custos**

Para operar a cafeteria gourmet com sucesso, diversos custos precisam ser considerados, como aluguel, salários, insumos, marketing e impostos. Abaixo estão as estimativas desses principais custos:

#### **1. Aluguel e Infraestrutura**

- **Aluguel do Imóvel:** R\$ 6.000,00/mês (localização central em Matão, SP, com ambiente para 30 a 70 clientes).
- **Manutenção e Infraestrutura:** R\$ 2.000,00/mês (manutenção de equipamentos, climatização e pequenos reparos).
- **Total Aluguel e Infraestrutura:** R\$ 8.000,00/mês.

#### **2. Salários e Encargos**

- **Gerente Geral:** R\$ 2.450,00/mês.

- **Baristas (2):** R\$ 1.500,00 cada, totalizando R\$ 3.000,00/mês.
- **Atendentes (2):** R\$ 1.400,00 cada, totalizando R\$ 2.800,00/mês.
- **Auxiliar de Cozinha:** R\$ 1.400,00/mês.
- **Auxiliar de Limpeza:** R\$ 1.400,00/mês.
- **Encargos Sociais (cerca de 30% do valor total dos salários):** R\$ 5.100,00/mês.
- **Total Salários e Encargos:** R\$ 16.150,00/mês.

### 3. Insumos e Matérias-Primas

- **Café e Bebidas:** R\$ 4.000,00/mês (grãos especiais, chás e outras bebidas).
- **Sobremesas e Lanches:** R\$ 4.000,00/mês (ingredientes para produtos artesanais).
- **Materiais Descartáveis e Embalagens Sustentáveis:** R\$ 1.000,00/mês.
- **Total Insumos:** R\$ 9.000,00/mês.

### 4. Marketing e Publicidade

- **Marketing Digital:** R\$ 1.000,00/mês (gestão de redes sociais, criação de conteúdo e impulsionamento de posts).
- **Eventos e Promoções:** R\$ 1.000,00/mês (ações de degustação, workshops e fidelização).
- **Total Marketing:** R\$ 2.000,00/mês.

### 5. Impostos e Taxas

- **Impostos sobre Vendas:** Aproximadamente 10% do faturamento bruto.
- **Outras Taxas (licenças e alvarás):** R\$ 500,00/mês.

### 6. Custos Gerais Mensais

- **Total Estimado de Custos Fixos e Variáveis:** R\$ 35.650,00/mês (excluindo impostos sobre vendas).

### 9.3 Estimativas de Venda

Com base na demanda média esperada para cafeterias gourmet e levando em conta o movimento esperado em Matão, SP, as projeções de receita foram calculadas considerando um fluxo médio de 70 clientes por dia, com um ticket médio de R\$ 30,00 por cliente. Abaixo, detalham-se as estimativas de vendas:

- **Receita Diária:** 70 clientes x R\$ 30,00 = R\$ 2.100,00.
- **Receita Mensal (considerando 26 dias de operação por mês):** R\$ 2.100,00 x 30 = R\$ 54.600,00.

Essas estimativas refletem a receita inicial esperada, com potencial de crescimento à medida que a marca se consolida no mercado local e novas estratégias de fidelização e marketing são implementadas.

### 9.4 ROI e Ponto de Equilíbrio

#### 9.4.1 Investimento Inicial

- **Reforma e Decoração:** R\$ 60.000,00 (adaptação do espaço, compra de móveis e decoração instagramável).
- **Equipamentos:** R\$ 50.000,00 (máquinas de café, liquidificadores, prensas, etc.).
- **Capital de Giro:** R\$ 30.000,00 (para cobrir despesas iniciais).
- **Marketing de Lançamento:** R\$ 10.000,00 (campanha de pré-inauguração e inauguração).
- **Total Investimento Inicial:** R\$ 150.000,00.

#### 9.4.2. Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio indica o valor necessário de vendas para cobrir os custos operacionais mensais, ou seja, quando a receita iguala os custos sem gerar lucro. Para calcular o ponto de equilíbrio mensal, utilizamos a fórmula:

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos Fixos}}{\text{Margem de Contribuição}}$$

- **Margem de Contribuição:** Considerando um custo variável médio de 40% sobre o ticket médio de R\$ 30,00, a margem de contribuição é de 60% (R\$ 18,00 por cliente).
- **Ponto de Equilíbrio em Receita:** R\$ 54.600,00 / 0,60 ≈ R\$ 91.000,00.
- **Ponto de Equilíbrio em Clientes:** R\$ 91.000,00 / R\$ 30,00 ≈ 3.033 clientes por mês, ou aproximadamente 126 clientes por dia (considerando 26 dias de operação).

Com base nesses cálculos, o ponto de equilíbrio mensal exige um volume médio de 126 clientes por dia, o que representa o objetivo mínimo de vendas para cobrir todos os custos.

### 9.4.3 Retorno sobre o Investimento (ROI)

Vamos recalcular o Retorno sobre o Investimento (ROI), ajustando alguns detalhes para maior precisão. Para isso, utilizaremos a seguinte fórmula:

$$\text{ROI (\%)} = \frac{\text{Lucro Anual}}{\text{Investimento Inicial}} \times 100$$

O ROI indica o tempo necessário para recuperar o investimento inicial e é calculado considerando o lucro líquido esperado. Utilizando uma margem de lucro projetada de 15% sobre o faturamento, temos:

Tempo para Retorno do Investimento (Payback): R\$ 150.000,00 ÷ R\$ 6.825,00 ≈ 22 meses

O retorno sobre o investimento, ou payback, é estimado em aproximadamente 22 meses (cerca de 1 ano e 10 meses), considerando um crescimento gradual e constante das vendas.

## **9.5 Considerações Finais do Plano Financeiro**

O plano financeiro projetado para a cafeteria gourmet mostra um negócio financeiramente viável, com previsão de alcançar o ponto de equilíbrio ao aumentar gradativamente a base de clientes. Com uma demanda regular e estratégias de marketing eficazes, espera-se que a cafeteria consiga recuperar o investimento inicial em menos de dois anos e consolidar sua posição no mercado.

## **10 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O plano de negócios desenvolvido para a cafeteria gourmet em Matão, SP, revela a viabilidade do empreendimento e o potencial de sucesso em um mercado em crescimento, como o de cafés especiais. Com base nas análises realizadas, o projeto apresenta boas projeções de retorno financeiro, com o ponto de equilíbrio previsto para ser alcançado em um curto prazo e o retorno sobre o investimento (Payback) estimado em cerca de 22 meses. Esse resultado é impulsionado pela crescente demanda por cafés especiais e ambientes que proporcionem experiências estéticas e culturais diferenciadas. A cafeteria se posicionará como um espaço exclusivo e acolhedor, oferecendo produtos de alta qualidade, atendimento personalizado e um ambiente "instagramável" que atrai consumidores exigentes e engajados.

A viabilidade do negócio é reforçada pela estrutura de custos bem planejada, estratégias de marketing digital e um sistema de fidelização que aumenta a retenção de clientes. Além disso, a adoção de práticas sustentáveis e a valorização de produtos de origem responsável contribuem para a construção de uma marca confiável e alinhada com as tendências de consumo consciente. Com o tempo, o negócio poderá explorar oportunidades de expansão e consolidação no mercado local, atingindo um público diversificado e se destacando entre os estabelecimentos concorrentes.

Este plano de negócios atua como um diferencial competitivo fundamental, pois estrutura as decisões estratégicas e permite uma visão clara sobre as operações, investimentos e projeções financeiras. Segundo Kotler e Keller (2012), um plano de negócios bem elaborado orienta o gestor a antecipar desafios, identificar oportunidades e manter o foco nos objetivos de longo prazo. Dessa forma, a criação e implementação de um plano detalhado conferem solidez ao empreendimento,

possibilitando que a cafeteria não apenas sobreviva, mas se destaque e prospere em um mercado competitivo.

## 11. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ (ABIC). **Indicadores de Consumo de Café no Brasil**. Disponível em: <https://www.abic.com.br>. Acesso em: 30 out. 2024.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da Produção**. São Paulo: Atlas, 2009.