

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
Etec PROF.^a MARIA CRISTINA MEDEIROS
Ensino Médio Integrado com Habilitação Profissional de Técnico
em Administração

Ana Carolina Da Silva Rafael
Felipe Kenji Miyazaki
Gustavo Henrique de Lima Silva
Julia Vompean Tavares da Silva
Jhuan Cláudio Santana

Aromas e Patinhas

Ribeirão Pires
2025

Ana Carolina Da Silva Rafael
Felipe Kenji Miyazaki
Gustavo Henrique de Lima Silva
Julia Vompean Tavares da Silva

Aromas e Patinhas

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Ensino Médio Integrado com Habilitação Profissional de Técnico em Administração da ETEC Professora Maria Cristina Medeiros, orientado pela Professora Ana Lúcia Sartorelli para obtenção do título de técnico em Administração.

Ribeirão Pires

2025

FICHA CATALOGRÁFICA
CATALOGAÇÃO CENTRALIZADA
Biblioteca da ETEC Prof.^a Maria Cristina Medeiros

A769

Aromas e Patinhas: Cafeteria Pet-Friendly Integrada ao Bem-Estar Animal e Humano: Interação Terapêutica com Gatos Resgatados e Experiência Gastronômica Inclusiva / Ana Carolina da Silva Rafael; Gustavo Henrique de Lima Silva; Felipe Kenji Miyazaki; Júlia Vompean Tavares da Silva; Jhuan Claudio Santana – Ribeirão Pires (SP): ETEC MCM, 2025. Monografia. 282 fls.

Formato PDF/A. Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Paula Souza, ETEC Prof.^a Maria Cristina Medeiros, Ensino Médio Integrado ao Técnico em Administração, Ribeirão Pires (SP).

Orientador (a): Profa. Ma. em Tecnologia Ana Lucia Sartorelli

Depósito: Repositório Institucional do Conhecimento do Centro Paula Souza

Modo de acesso: <http://ric.cps.sp.gov.br>

1. Cafeteria pet-friendly 2. Bem-estar animal 3. Adoção Responsável
4. Sustentabilidade
I. Título II. Autores

CDD 658

Elaborado Por: Patricia Cordeiro da Silva Farias – CRB-8/7510


Ana Carolina da Silva Rafael
Felipe Kenji Miyazaki
Gustavo Henrique de Lima Silva
Júlia Vompean Tavares da Silva
Jhuan Cláudio Santana

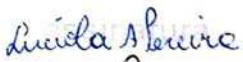
AROMAS E PATINHAS

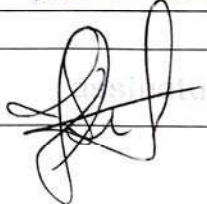
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Maria Cristina Medeiros – ETEC MCM - como requisito parcial para obtenção do grau de Técnico em Administração.

Orientadora Profª. Ma. Ana Lúcia Sartorelli.

Banca Examinadora:

Nome:	Ana Lúcia Sartorelli	
Titulação:	Mestre	

Nome:	Lucíola de Almeida Pereira	
Titulação:	Especialista	

Nome:	Ingrid Magalhães da Silva	
Titulação:	Especialista	

A Banca Examinadora deste Trabalho de Conclusão de Curso, em sessão realizada na cidade de Ribeirão Pires em 24 de novembro de 2025, considerou os candidatos:

(X) APROVADOS

() REPROVADOS

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso apresenta o projeto Aromas e Patinhas, uma cafeteria pet-friendly localizada em Ribeirão Pires – SP, que integra gastronomia, bem-estar emocional e adoção responsável de gatos resgatados. O empreendimento busca oferecer um ambiente acolhedor, terapêutico e inclusivo, com cardápio variado e opções veganas e sem lactose. O estudo propõe um modelo de negócio inovador, alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS 3, 12 e 15), unindo responsabilidade social, sustentabilidade e tecnologia. O projeto evidencia como o empreendedorismo pode gerar impacto positivo ao promover saúde mental, adoção consciente e consumo responsável, tornando-se referência em experiências gastronômicas com propósito social.

Palavras-chave: Bem-estar animal; Gastronomia inclusiva; Empreendedorismo social; Sustentabilidade; Adoção responsável.

ABSTRACT

This Final Course Project presents Aromas e Patinhas, a pet-friendly café located in Ribeirão Pires, São Paulo, that combines gastronomy, emotional well-being, and the responsible adoption of rescued cats. The business aims to provide a welcoming, therapeutic, and inclusive environment, offering a diverse menu with vegan and lactose-free options. The study proposes an innovative business model aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs 3, 12, and 15), integrating social responsibility, sustainability, and technology. The project highlights how entrepreneurship can create a positive impact by promoting mental health, conscious adoption, and responsible consumption, becoming a reference in socially driven gastronomic experiences.

Keywords: Animal welfare; Inclusive gastronomy; Social entrepreneurship; Sustainability; Responsible adoption.

SUMÁRIO

RESUMO.....	2
ABSTRACT.....	2
SUMÁRIO.....	4
1.0 INTRODUÇÃO.....	7
1.1 Problema.....	8
1.2 Hipótese.....	8
1.3 Justificativa.....	8
1.5 Objetivos Específicos.....	9
1.6 Resultados Esperados.....	9
1.7 Possíveis Ações Concretas.....	10
2.0 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	11
2.1 Definição de Missão, Visão e Valores.....	11
2.2 Análise do Ambiente Interno e Externo.....	12
2.3 Estabelecimento de Objetivos Estratégicos.....	12
2.4 Desenvolvimento de Estratégias.....	13
2.5 Implementação e Controle.....	13
2.6 Estudo de Caso: Aromas e Patinhas.....	13
2.7 ANÁLISES.....	14
Quadro 1 - Análise PEST – Aromas e Patinhas.....	14
Quadro 2 - Análise SWOT/FOFA.....	15
Quadro 3 - Modelo de Negócios – Canvas.....	16
Quadro 4 - Mapa de Empatia.....	17
SEÇÃO 2.9.....	18
3.0 Plano de Negócios – Aromas e Patinhas.....	20
3.1 Resumo Executivo.....	20
3.2 Análise de Mercado.....	20
3.3 Plano de Marketing e Vendas.....	21
3.4 Estrutura Operacional e Logística.....	22
3.5 Análise de Riscos.....	22
3.6 Objetivos de Longo Prazo.....	22
4.0 Recursos Humanos – Aromas e Patinhas.....	23
4.1 Estrutura Organizacional.....	23
4.2 Propósito, Identidade e Missão.....	23
4.3 Cultura Organizacional.....	23
4.4 Valorização Humana e Diversidade.....	24

4.5 Desenvolvimento de Carreira.....	24
4.6 Inovação e Tecnologia.....	24
4.7 Indicadores de Clima e Performance.....	25
4.8 Layout e Setorização.....	25
4.9 Uniformes e Código de Vestimenta.....	27
4.10 Linguagem e Comunicação na Empresa.....	28
4.11 História e Mitos da Aromas e Patinhas.....	30
4.12 Os Mitos e o Legado.....	31
4.13 Profissionais que Inspiram a Equipe.....	32
5.0 MARKETING.....	33
5.1 Estratégias Digitais.....	33
5.2 Funil de Vendas.....	34
5.3 Personas.....	35
5.4 Experimentos e Aprendizados Hipotéticos.....	35
5.5 Produtos e Serviços Diferenciais – Ainda em desenvolvimento.....	36
6.0 ESG da Aromas e Patinhas.....	39
6.1 Meio Ambiente (Environmental).....	39
6.2 Social (Responsabilidade Social).....	40
6.3 Governança (Governance).....	41
7.0 Relatório Financeiro.....	43
7.1 Investimentos Iniciais.....	43
7.2 Receita Operacional.....	44
7.3 Custos e Despesas.....	45
7.4 Receita mensal inicial.....	46
7.5 Demonstrativo de Resultados (DRE).....	48
7.6 Indicadores Financeiros.....	49
7.7 Simulação de Cenários.....	50
7.8 Gráficos.....	51
7.9 Conclusão Geral.....	52
8.0 REFERENCIAL TEÓRICO.....	54
8.1 Administração e Estratégia.....	54
8.2 Marketing.....	54
8.3 Saúde Mental e Bem-Estar Animal.....	55
8.4 ODS e Sustentabilidade.....	55
8.5 Aromaterapia.....	56
9.0 Considerações Finais.....	57
Referências.....	59
APÊNDICE A - Planos de Cargos e Salários.....	61

1. CEO e Sócia Administrativa.....	61
2. Gerente Operacional.....	63
3. Gerente Financeiro.....	65
4. Responsável por Marketing e Experiência do Cliente.....	67
5. Responsável pela Experiência do Cliente com Gatos.....	69
6. Atendentes de Caixa e Salão.....	71
7. Baristas e Cozinha (Produção e Montagem).....	73
APÊNDICE C – Manual de Alimentos & Bebidas (A&B).....	76
APÊNDICE D – PRODUTOS E SERVIÇOS.....	78
APÊNDICE E – CÓDIGO DE ÉTICA- “AROMAS&PATINHAS”	80

1.0 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, observa-se um crescimento significativo do mercado pet-friendly e de estabelecimentos que buscam proporcionar experiências diferenciadas aos seus clientes. Paralelamente, a preocupação com o bem-estar animal e o incentivo à adoção responsável têm ganhado cada vez mais espaço na sociedade. Nesse contexto, surge a cafeteria Aromas e Patinhas, um empreendimento inovador que une gastronomia, inclusão e responsabilidade social ao oferecer um ambiente acolhedor para clientes e animais resgatados.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), cerca de 9,3% da população brasileira apresenta transtornos de ansiedade e aproximadamente 5,8% apresenta sintomas de depressão, evidenciando a importância de espaços que promovam acolhimento e bem-estar emocional. A proposta da Aromas e Patinhas contribui diretamente com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) — especialmente o ODS 3 (Saúde e Bem-Estar), o ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis) e o ODS 15 (Vida Terrestre) — reforçando seu compromisso com saúde mental, sustentabilidade e proteção animal.

O presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo apresentar o plano de negócios da Aromas e Patinhas, uma cafeteria localizada em Ribeirão Pires (SP), que proporcionará experiências gastronômicas diferenciadas e interação com gatos resgatados por meio de parcerias com ONGs. O espaço foi projetado para ser inclusivo e acessível, atendendo especialmente pessoas com ansiedade, depressão, TEA e outros transtornos, unindo bem-estar emocional, responsabilidade social e gastronomia inclusiva.

A origem do projeto remonta ao estudo inicial desenvolvido pelo grupo, denominado Pets.dream, que investigou os efeitos calmantes de diferentes estímulos — como pelúcias aromatizadas e a interação com animais — em pessoas com ansiedade,

estresse e Transtorno do Espectro Autista (TEA). Os resultados indicaram benefícios significativos na redução de ansiedade e na promoção de sensações de conforto, o que motivou a ampliação do conceito para um empreendimento físico. Assim, a Aromas e Patinhas nasce como uma evolução do projeto anterior, incorporando elementos gastronômicos, terapêuticos e sociais.

A construção deste trabalho utilizou metodologia baseada em pesquisas de mercado, análise de tendências, observação de público-alvo e revisão de materiais teóricos relacionados à saúde mental, bem-estar animal, sustentabilidade e empreendedorismo. As informações coletadas foram organizadas e analisadas para embasar a proposta de negócio e justificar sua viabilidade.

1.1 Problema

Como um espaço gastronômico pet-friendly pode contribuir para a redução de sintomas de ansiedade, estresse e depressão, ao mesmo tempo em que incentiva a adoção responsável de animais resgatados?

1.2 Hipótese

A integração de um espaço gastronômico pet-friendly com atividades terapêuticas envolvendo gatos resgatados e o uso de pelúcias aromatizadas pode proporcionar um ambiente acolhedor, contribuindo para o bem-estar emocional dos clientes e incentivando a adoção responsável.

1.3 Justificativa

A crescente incidência de transtornos mentais exige novas abordagens para promover o bem-estar emocional. Estudos apontam que a interação com animais auxilia na redução de estresse e ansiedade, enquanto essências calmantes podem potencializar essa experiência. A Aromas e Patinhas une esses elementos em um

ambiente inclusivo e terapêutico, ampliando o impacto social e fortalecendo a causa da adoção e do bem-estar animal.

1.5 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos do projeto apresentam de forma detalhada as metas necessárias para alcançar o propósito central da Aromas e Patinhas, garantindo sua funcionalidade, impacto social e alinhamento com a proposta de bem-estar emocional e animal.

- Desenvolver um ambiente acessível e adaptado para pessoas com ansiedade, depressão e TEA;
- Integrar gatos resgatados ao espaço para promover adoções responsáveis;
- Implementar o uso de pelúcias terapêuticas com essências calmantes;
- Criar um cardápio inclusivo com opções veganas, sem lactose e sem glúten;
- Estabelecer parcerias com ONGs e especialistas em bem-estar animal;
- Oferecer workshops sobre bem-estar emocional e aromaterapia;
- Desenvolver estratégias de marketing para engajar a comunidade.

1.6 Resultados Esperados

Os resultados esperados demonstram os impactos pretendidos com a implantação da Aromas e Patinhas, tanto para o bem-estar dos clientes quanto para a causa animal e o fortalecimento da marca.

- Redução dos níveis de ansiedade e estresse dos clientes por meio da interação com os gatos e o uso das pelúcias terapêuticas;
- Aumento na taxa de adoção de gatos resgatados;
- Maior engajamento da comunidade com a causa animal e o bem-estar emocional;

- Consolidação do Aromas e Patinhas como referência em espaços pet-friendly e terapêuticos;
- Geração de impacto social positivo, promovendo a inclusão e o respeito aos animais.

1.7 Possíveis Ações Concretas

As ações concretas representam iniciativas práticas que o empreendimento poderá realizar para viabilizar seus objetivos e ampliar seus resultados.

- Implantar um espaço sensorial com pelúcias terapêuticas disponíveis para uso no local de venda;
- Promover campanhas de conscientização sobre adoção e bem-estar animal;
- Realizar eventos temáticos, como “Tarde Relaxante com Gatos”;
- Desenvolver um e-commerce para venda de produtos exclusivos da cafeteria;
- Estabelecer parcerias com profissionais da saúde mental para validação dos benefícios do espaço.

2.0 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico é um processo essencial para definir direções e objetivos organizacionais. Ele permite que as empresas estabeleçam metas claras e desenvolvam estratégias para alcançá-las de maneira eficiente. No caso da Aromas e Patinhas, esse planejamento garantirá um crescimento sustentável e a concretização da sua proposta de valor.

2.1 Definição de Missão, Visão e Valores

A missão, a visão e os valores constituem elementos fundamentais da identidade organizacional, pois orientam o propósito, o direcionamento futuro e os princípios éticos que guiam as ações da empresa. Segundo Chiavenato (2014, p. 112), a missão descreve a razão de existir da organização, a visão representa onde ela deseja chegar, e os valores definem as crenças que norteiam seu comportamento.

Missão

Proporcionar um ambiente acolhedor e terapêutico, promovendo o bem-estar dos clientes e incentivando a adoção responsável de gatos resgatados;

Visão

Tornar-se referência em experiências gastronômicas inclusivas e em bem-estar animal, expandindo o conceito para outras regiões;

Valores

Bem-estar;

Sustentabilidade;

Inclusão;

Respeito aos animais;
Excelência nos produtos e serviços.

2.2 Análise do Ambiente Interno e Externo

A análise dos ambientes interno e externo permite compreender os recursos disponíveis, as oportunidades e os desafios que influenciam a atuação da empresa (Certo; Peter, 2012, p. 87).

- **Ambiente Interno** A estrutura organizacional é enxuta e eficiente; Diferenciais competitivos incluem acessibilidade e gastronomia inclusiva; Parcerias consolidadas com ONGs e fornecedores locais; Uso de tecnologia para autoatendimento e integração com redes sociais.
- **Ambiente Externo** Crescente preocupação com o bem-estar animal e a sustentabilidade; Expansão do mercado pet-friendly; Aumento da concorrência e desafios econômicos no setor de cafeterias; Necessidade de inovação contínua para se destacar no mercado.

2.3 Estabelecimento de Objetivos Estratégicos

Os objetivos estratégicos orientam o crescimento e a consolidação da empresa no curto, médio e longo prazo (Oliveira, 2018, p. 65).

- **Curto prazo:** Implementar estratégias de marketing digital e parcerias para aumentar a visibilidade da marca;
- **Médio prazo:** Fortalecer a base de clientes fiéis e expandir as vendas do clube de assinatura de tortas;
- **Longo prazo:** Expandir a unidade para outras cidades e consolidar a marca no mercado pet-friendly e gastronômico.

2.4 Desenvolvimento de Estratégias

As estratégias são formuladas para orientar ações práticas que possibilitem alcançar os objetivos traçados (Porter, 1999, p. 41).

- **Marketing Digital:** Investir em redes sociais, influenciadores e conteúdo relevante para engajar o público;
- **Inovação no Atendimento:** Aprimorar a experiência do cliente com tecnologias como auto atendimento e fidelização;
- **Parcerias Estratégicas:** Firmar acordos com ONGs, empresas do setor pet e fornecedores sustentáveis;
- **Diversificação de Receita:** Expandir os canais de venda, como delivery, eventos e e-commerce.

2.5 Implementação e Controle

A implementação e o controle garantem que o planejamento estratégico seja executado de forma eficiente, com acompanhamento contínuo dos resultados (Maximiano, 2015, p. 104).

Monitoramento contínuo por meio de indicadores de desempenho; Ajustes nas estratégias conforme feedback dos clientes e análises de mercado; Reuniões periódicas para revisão das metas e avaliação do planejamento.

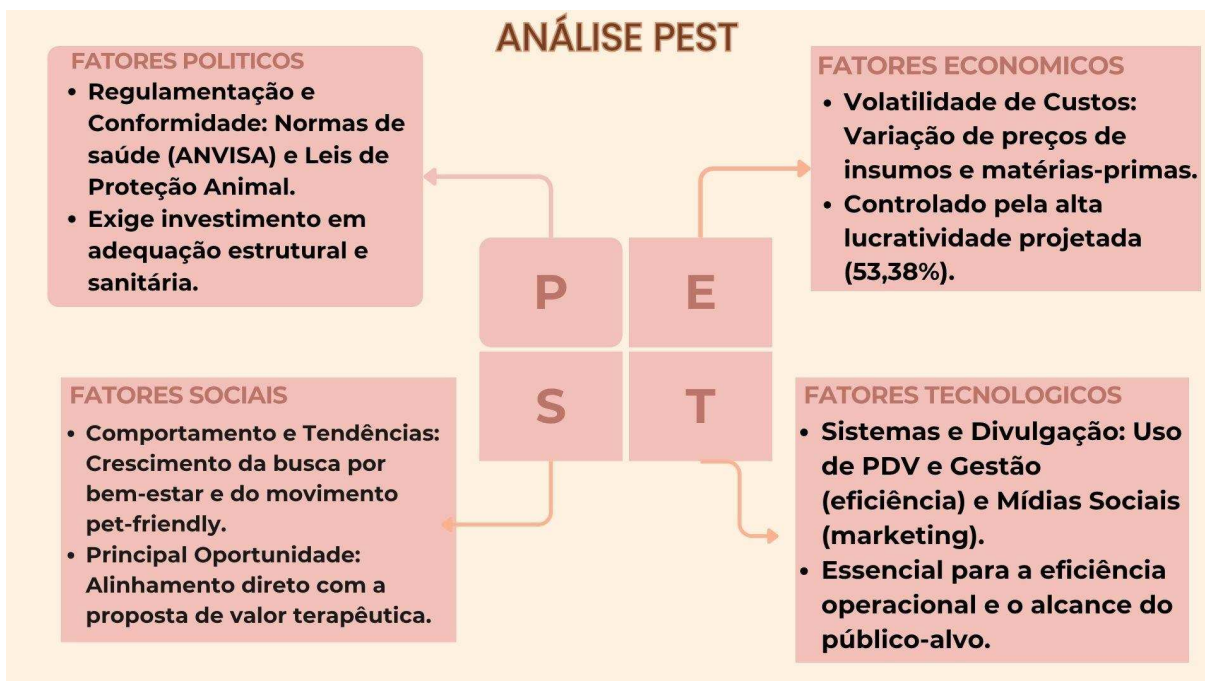
2.6 Estudo de Caso: Aromas e Patinhas

A implementação inicial da cafeteria foi orientada pela missão de promover bem-estar e inclusão. O crescimento do mercado pet-friendly confirma a relevância da proposta de valor. As ações de adoção responsável e as parcerias com ONGs demonstraram impacto positivo tanto no aspecto social quanto na consolidação da identidade da marca.

2.7 ANÁLISES

Quadro 1 - Análise PEST – Aromas e Patinhas

A Análise PEST permite compreender fatores políticos, econômicos, sociais e tecnológicos que influenciam o ambiente externo da organização.



Fonte: Do próprio autor, 2025.

Quadro 2 - Análise SWOT/FOFA

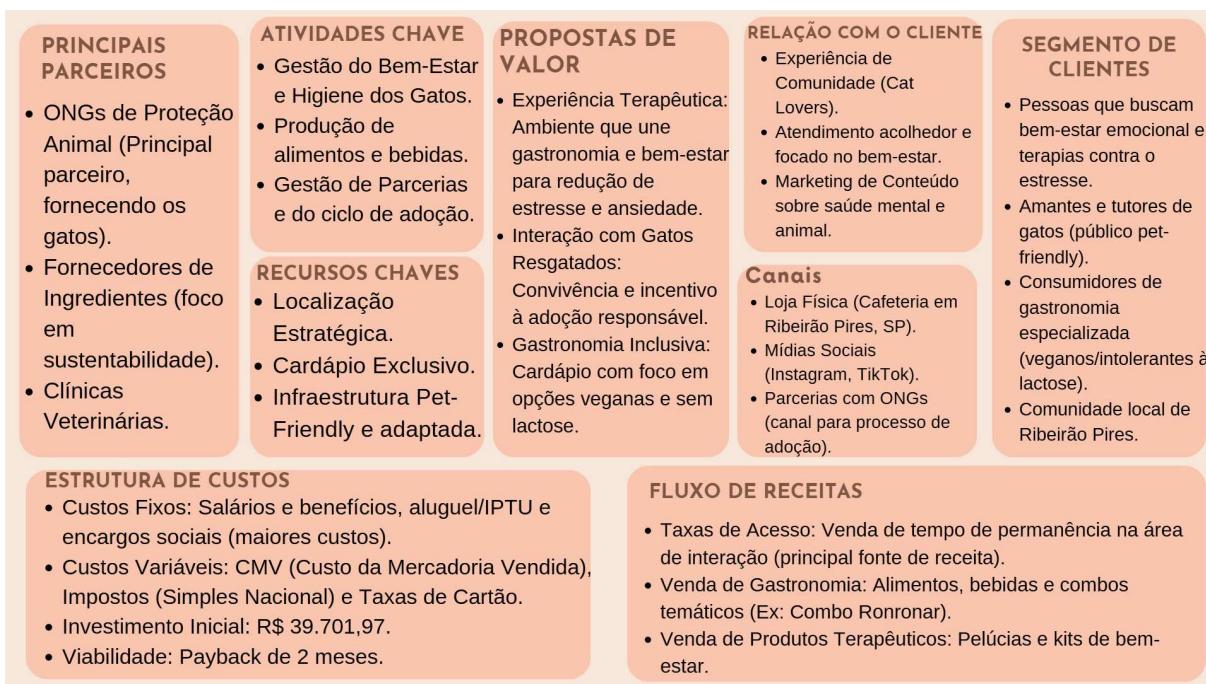
A Análise SWOT identifica fatores internos e externos que influenciam o desempenho da empresa.



Fonte: Do próprio autor, 2025.

Quadro 3 - Modelo de Negócios – Canvas

O Business Model Canvas descreve os principais elementos do modelo de negócio.



Fonte: Do próprio autor, 2025.

Quadro 4 - Mapa de Empatia

O mapa de empatia é uma ferramenta utilizada no processo de design thinking para compreender melhor o público-alvo de um produto ou serviço. Ele consiste em um quadro dividido em seções que representam as principais características, desejos, necessidades e emoções dos usuários.



SEÇÃO 2.9

Propostas com Viabilidade Técnica e Econômica

Com base nas análises estratégicas realizadas, foram propostas soluções que consideram tanto a viabilidade técnica quanto a viabilidade econômica do negócio. A utilização de tecnologias acessíveis, como o sistema de autoatendimento via QR Code e a integração com redes sociais, demonstra a aplicação de recursos viáveis e de fácil implementação. Do ponto de vista econômico, as parcerias com ONGs, produtores locais e influenciadores, bem como a diversificação das fontes de receita, permitem maior estabilidade financeira e retorno sobre investimento. Essas estratégias asseguram a sustentabilidade do empreendimento, equilibrando inovação, baixo custo e alto valor agregado.

Legislação, Normas e Regulamentos Considerados

Durante a elaboração do projeto, foram consideradas legislações e normas pertinentes ao setor alimentício e ao bem-estar animal, assegurando que o negócio atue em conformidade com os requisitos legais. Foram observadas as diretrizes da ANVISA quanto à segurança alimentar e boas práticas de manipulação, além das normas de acessibilidade estabelecidas pelo Estatuto da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146/2015). Em relação à interação com os animais, foram levadas em conta legislações que regulamentam a proteção e o bem-estar de animais resgatados, garantindo um ambiente seguro e ético tanto para os gatos quanto para os clientes.

Metodologia e Técnicas de Pesquisa Aplicadas

A construção do projeto partiu de uma problematização central: como promover bem-estar emocional por meio de um espaço gastronômico inclusivo e interativo com animais resgatados. A partir dessa questão, aplicaram-se técnicas de pesquisa de mercado, análise de tendências, observação de comportamentos do público-alvo e consultas a fontes confiáveis. Além disso, foram coletadas informações a respeito das principais dificuldades enfrentadas por pessoas com transtornos mentais, como ansiedade e depressão, visando estruturar uma proposta que realmente atendesse a essas necessidades. As informações obtidas foram organizadas em tabelas, esquemas e gráficos, facilitando a visualização e a tomada de decisões estratégicas.

3.0 Plano de Negócios – Aromas e Patinhas

3.1 Resumo Executivo

A Aromas e Patinhas é uma cafeteria inovadora que une gastronomia e bem-estar animal, localizada na Rua Felipe Sabbag, 127 – Centro, Ribeirão Pires – SP. Em parceria com ONGs, o espaço abriga temporariamente gatos resgatados, promovendo interação com os clientes até que sejam adotados. O ambiente é projetado para acolher pessoas com ansiedade, depressão e outros transtornos mentais, oferecendo conforto e inclusão.

A cafeteria se destaca pelo cardápio acessível (opções veganas, sem glúten e sem lactose), autoatendimento, workshops e eventos. Seu modelo de receita inclui consumo presencial, venda de produtos temáticos e alimentos para gatos. Com foco em sustentabilidade, responsabilidade social e inovação, a Aromas e Patinhas busca se diferenciar no mercado pet-friendly.

3.2 Análise de Mercado

A análise do mercado demonstra crescimento constante do setor de cafeterias no Brasil, impulsionado pelo consumo de cafés especiais e pela busca por experiências diferenciadas. Paralelamente, o setor pet cresce acima de 13% ao ano, fortalecendo a demanda por espaços que combinem interação com animais e bem-estar emocional.

Público-Alvo

- Amantes de gatos e defensores da causa animal;
- Pessoas que buscam ambientes aconchegantes e terapêuticos;
- Consumidores de gastronomia diferenciada e inclusiva;

- Jovens adultos e trabalhadores em busca de espaços para socialização e estudo.

Concorrentes

Embora existam cafeterias na região, poucas oferecem conceito pet-friendly com integração de adoção de gatos. Os concorrentes incluem cafeterias tradicionais e estabelecimentos pet-friendly, mas nenhum combina gastronomia, bem-estar emocional e interação com animais como a Aromas e Patinhas.

3.3 Plano de Marketing e Vendas

- **Canais de Distribuição**

Atendimento presencial; E-commerce para produtos temáticos e alimentos pet.

- **Estratégias de Preço**

Preços acessíveis ao público-alvo; • Produtos.

- **Promoção e Comunicação**

Marketing digital (redes sociais, influenciadores e campanhas); Eventos e workshops sobre bem-estar animal e culinária;

3.4 Estrutura Operacional e Logística

Localização e Infraestrutura

O espaço será adaptado para receber gatos e proporcionar experiência acolhedora, incluindo: Área exclusiva para os gatos; Salão aconchegante com mobiliário adequado; Cozinha equipada para produção de alimentos artesanais.

Fornecedores

Cafés especiais e ingredientes de produtores locais; Produtos pet de empresas sustentáveis.

3.5 Análise de Riscos

Baixa adesão inicial: estratégias de marketing para fortalecimento da marca; Custos elevados: parcerias com fornecedores locais e controle financeiro rigoroso; Adaptação dos gatos ao ambiente: consultoria com especialistas em comportamento animal.

3.6 Objetivos de Longo Prazo

Expandir a marca para outras cidades; Criar uma rede de apoio à adoção responsável; Desenvolver novos produtos e serviços relacionados ao bem-estar animal e humano.

A Aromas e Patinhas busca se consolidar como referência no setor, promovendo experiências inovadoras e impacto social positivo. Após a consolidação da unidade piloto em Ribeirão Pires, pretende-se expandir por meio de franquias ou filiais no prazo de 3 a 5 anos, mantendo o padrão de qualidade e a essência acolhedora do negócio.

4.0 Recursos Humanos – Aromas e Patinhas

A Aromas e Patinhas contará com uma equipe estruturada para garantir eficiência operacional, acolhimento e alinhamento com sua proposta terapêutica, gastronômica e social. A equipe será composta por 8 colaboradores (incluindo os sócios), distribuídos entre funções estratégicas e operacionais.

4.1 Estrutura Organizacional

CEO e Sócia Administrativa: Ana Carolina Da Silva Rafael; Gerente Operacional: Gustavo Henrique de Lima Silva; Gerente Financeiro: Felipe Kenji Miyazaki; Responsável pelo Marketing e Experiência do Cliente: Júlia Vompean Tavares da Silva; Responsável pela Experiência do Cliente e Interação com os Gatos: Juan Claudio Santana; Baristas e Auxiliares de Cozinha (balcão): 3 funcionários.

4.2 Propósito, Identidade e Missão

A Aromas e Patinhas nasce com o propósito de transformar rotinas por meio da união entre gastronomia afetiva, bem-estar emocional e adoção consciente de animais. O espaço funcionará como um refúgio urbano, especialmente para pessoas com ansiedade, depressão, TEA ou em busca de acolhimento, reforçando seu papel social e terapêutico.

4.3 Cultura Organizacional

A cultura interna será baseada em empatia, inclusão, diversidade, responsabilidade social, bem-estar humano e animal e desenvolvimento humano. A comunicação será horizontal, com escuta ativa e participação coletiva nas decisões.

Todos os colaboradores receberão treinamentos contínuos, abordando:

- Atendimento humanizado e acessível;
- Comunicação não violenta e escuta ativa;
- Relação saúde mental x ambiente de trabalho;
- Segurança alimentar e sanitária;
- Interação ética e consciente com os gatos;
- Práticas de adoção responsável.

4.4 Valorização Humana e Diversidade

A empresa reconhece a importância de cada colaborador como agente essencial de sua identidade. A política interna inclui respeito a diferentes histórias, culturas, identidades de gênero e orientações, além de promover acessibilidade universal e incentivar a contratação de PCDs.

4.5 Desenvolvimento de Carreira

A Aromas e Patinhas adotará um Plano de Cargos, Salários e Carreira, com trilhas de crescimento, programas de mentoria, avaliações de desempenho e feedback contínuo. Haverá incentivo à qualificação por meio de workshops, rodas de conversa, reconhecimento por desempenho e participação em eventos.

4.6 Inovação e Tecnologia

A equipe será treinada para utilizar ferramentas tecnológicas essenciais ao funcionamento da cafeteria, como sistema de autoatendimento via QR Code, integração com redes sociais e atendimento pelo e-commerce, garantindo modernidade, agilidade e inclusão digital.

4.7 Indicadores de Clima e Performance

Para assegurar bem-estar e saúde organizacional, a cafeteria utilizará indicadores de clima e desempenho, como: • Pesquisas internas de satisfação; • Avaliações periódicas de performance; • Reuniões de escuta ativa.

Essas ações visam promover engajamento, retenção e alinhamento contínuo entre colaboradores e missão da Aromas e Patinhas.

4.8 Layout e Setorização

O espaço será dividido estrategicamente para proporcionar uma experiência fluida e confortável:

- **Área de Cafeteria:** Disposição aberta com mesas e cadeiras ergonomicamente confortáveis, permitindo tanto encontros sociais quanto momentos de relaxamento individual. O mobiliário seguirá uma estética minimalista e funcional, utilizando materiais naturais como madeira e ferro para reforçar a sensação de aconchego.
- **Espaço de Convivência com Gatos:** Integrado à cafeteria, mas respeitando normas de higiene e segurança alimentar. O ambiente será enriquecido com prateleiras suspensas, nichos e arranhadores, criando um espaço estimulante para os felinos e agradável para os clientes que desejam interagir com eles.
- **Autoatendimento e Exposição de Produtos:** Um balcão moderno com autoatendimento via QR Code facilitará pedidos e retiradas, alinhando-se à inovação do negócio. Haverá uma área destinada à exposição de produtos temáticos e kits de bem-estar para humanos e pets.
- **Ambiente Externo (se aplicável):** Caso a estrutura permita, um pequeno jardim com assentos ao ar livre será incorporado, proporcionando um espaço

relaxante e adequado para clientes que buscam contato com a natureza.

Decoração e Cores

A paleta de cores seguirá os tons definidos para a marca: **pêssego, branco e tons terrosos confortáveis**. Essa escolha não apenas reforça a identidade visual da Aromas e Patinhas, mas também influencia o estado emocional dos clientes:

- **Paredes e Revestimentos:** O branco será predominante para ampliar a sensação de espaço e luminosidade, enquanto detalhes em pêssego e tons terrosos serão aplicados em móveis, almofadas e elementos decorativos para criar um ambiente acolhedor.
- **Iluminação:** Luzes quentes e indiretas serão utilizadas para criar uma atmosfera relaxante e convidativa. Luminárias suspensas de materiais naturais, como vime ou madeira, complementam a estética aconchegante.
- **Elementos Naturais:** A inclusão de plantas e pequenos jardins verticais reforçará a conexão com a natureza, além de contribuir para a purificação do ar e bem-estar geral.
- **Móveis e Detalhes:** Mesas de madeira de demolição, cadeiras confortáveis e estofados em tons neutros reforçarão a harmonia do espaço. Tapetes e almofadas temáticas trarão um toque lúdico e aconchegante.

Justificativa do Estilo

A escolha desse layout e decoração se fundamenta na necessidade de criar um espaço que equilibre funcionalidade, conforto e identidade de marca. O design biofílico, aliado às cores e materiais naturais, promove relaxamento e bem-estar, atendendo diretamente ao propósito da cafeteria de ser um refúgio terapêutico. Além

disso, a estética minimalista e acolhedora torna o ambiente convidativo para diferentes perfis de clientes, desde aqueles que buscam uma pausa tranquila no dia até os que desejam interagir com os gatos e consumir os produtos oferecidos.

Esse conceito não apenas diferencia a **Aromas e Patinhas** no mercado, mas também reforça seus valores de **bem-estar, sustentabilidade e inclusão**, criando uma experiência única e memorável para todos que visitam o espaço.

4.9 Uniformes e Código de Vestimenta

A **Aromas e Patinhas** adotará um código de vestimenta que alinha profissionalismo, conforto e identidade visual, garantindo que a equipe represente os valores da empresa enquanto trabalha de forma eficiente.

Uniformes

Os uniformes serão padronizados e adaptados às funções desempenhadas pelos colaboradores:

- **Atendentes e Baristas:** Utilizarão aventais de lona ou sarja em tom terroso, combinados com camisetas em cor pêssego ou branca, de algodão respirável, garantindo conforto ao longo do expediente. O avental terá o logotipo bordado da Aromas e Patinhas e bolsos funcionais para facilitar a rotina de trabalho. Calças escuras e sapatos fechados antiderrapantes complementam o uniforme, atendendo às normas de segurança alimentar e ergonomia.
- **Equipe Administrativa:** Profissionais que atuam na gestão e áreas administrativas terão um dress code casual business, com camisas ou blusas sociais em tons neutros, combinadas com calças de alfaiataria ou jeans escuro, mantendo um visual alinhado com a identidade da empresa, mas adequado ao ambiente de escritório.

Código de Vestimenta e Diretrizes Gerais

- O uso do uniforme será obrigatório durante o expediente, garantindo padronização e identidade visual.
- A apresentação pessoal deve ser sempre impecável, com uniformes limpos e bem conservados.
- Acessórios discretos são permitidos, desde que não comprometam a segurança alimentar ou o atendimento ao cliente.
- Cabelos longos devem estar presos para garantir higiene e organização no ambiente.
- Perfumes fortes devem ser evitados, considerando o impacto sensorial na experiência dos clientes e a presença de gatos.

4.10 Linguagem e Comunicação na Empresa

A comunicação da **Aromas e Patinhas** será um reflexo dos valores da empresa, priorizando clareza, cordialidade e empatia, tanto internamente (entre colaboradores) quanto externamente (com clientes e parceiros).

Linguagem com os Clientes

- O tom de voz será **acolhedor, respeitoso e amigável**, transmitindo um ambiente de bem-estar e hospitalidade.
- A abordagem será personalizada, utilizando um atendimento humanizado que valoriza a experiência do cliente. Expressões como *"Bem-vindo à Aromas e*

Patinhas!" e "Fique à vontade, se precisar de algo, estamos à disposição!"

- Comunicação acessível e inclusiva, evitando termos técnicos ou gírias excessivas, garantindo que todos os públicos se sintam confortáveis.
- Em canais digitais e redes sociais, a comunicação seguirá um tom próximo e engajador, utilizando postagens visuais e interativas para fortalecer o vínculo com o público.

Comunicação Interna

- Será incentivada uma cultura de **transparência e respeito**, onde a equipe possa se expressar livremente e contribuir com sugestões para a melhoria dos processos.
- Reuniões periódicas serão realizadas para alinhar estratégias, fornecer feedbacks e garantir que todos os colaboradores compreendam os objetivos da empresa.
- Canais de comunicação interna, como aplicativos de mensagens corporativas ou murais informativos, serão utilizados para atualizações sobre eventos, treinamentos e novidades.
- O respeito às hierarquias será mantido, mas sem tornar a comunicação rígida ou inacessível, promovendo um ambiente colaborativo e motivador.

4.11 História e Mitos da Aromas e Patinhas

A **Aromas e Patinhas** nasceu de um sonho, mas não de um sonho qualquer—um sonho que uniu paixão, propósito e inovação. Sua origem remonta a um projeto anterior, a **PetsDream**, idealizado por **Ana Carolina**, uma jovem apaixonada por animais e profundamente interessada no impacto do bem-estar emocional na vida das pessoas.

A **PetsDream** foi um projeto inovador que combinava psicologia, terapias assistidas por animais e práticas de bem-estar emocional, tudo baseado em evidências científicas. A proposta era clara: entender como a interação com animais e pelúcias terapêuticas poderia beneficiar pessoas com **TEA, ansiedade e outros transtornos mentais**. O projeto envolvia experimentos cuidadosamente estruturados para analisar como os participantes reagiam ao contato com animais reais e de pelúcia, avaliando os efeitos no estresse, na ansiedade e na qualidade de vida.

O sucesso da **PetsDream** foi inegável. No segundo ano do ensino médio, Ana Carolina desenvolveu o projeto sozinha, mas no terceiro ano, ela e sua equipe buscavam uma nova forma de dar continuidade à ideia. Durante as férias, Ana se viu mergulhada em programas de culinária, e foi nesse momento que surgiu uma pergunta simples, mas poderosa:

"Por que não unir o útil ao agradável?"

Assim nasceu a '**Aromas e Patinhas**', um espaço onde a gastronomia, a terapia emocional e o resgate de animais se encontrariam. Com base em pesquisas aprofundadas, Ana decidiu que o formato perfeito para o projeto seria um **neko café**, um conceito já conhecido em alguns países, mas ainda inovador no Brasil. Dessa forma, a cafeteria não apenas ofereceria um ambiente acolhedor para pessoas lidando com transtornos mentais e estresse, mas também ajudaria gatos resgatados de **ONGs parceiras**, promovendo a adoção responsável.

Esse sonho, no entanto, não foi realizado sozinho. **Gustavo Henrique, Felipe Kenji e Julia Vompean** se juntaram à ideia, e mais tarde **Jhuan Claudio** também se juntou à causa, compartilhando o mesmo entusiasmo e trabalhando juntos para transformar a **Aromas e Patinhas** em realidade.

4.12 Os Mitos e o Legado

Toda grande empresa tem seus mitos—histórias que se tornam parte de sua identidade e inspiram tanto colaboradores quanto clientes. No caso da **Aromas e Patinhas**, um dos maiores mitos é o da **primeira adoção celebrada na cafeteria**.

No dia da inauguração, um gato resgatado chamado **Oliver**, que havia passado por uma vida difícil nas ruas, encontrou um lar inesperado. Uma cliente que havia visitado a cafeteria apenas para tomar um café sentiu uma conexão imediata com Oliver, e ao final da tarde, decidiu adotá-lo. Esse momento foi tão marcante que se tornou um **ritual na empresa**—a cada adoção, um sino é tocado na cafeteria, simbolizando uma nova história começando.

Outro mito envolve a **inspiração por trás do nome "Aromas e Patinhas"**. Segundo a lenda interna da equipe, Ana Carolina teria chegado ao nome durante uma noite de estudos e brainstorm, cercada por livros sobre terapia sensorial e vídeos de gatos ronronando. O conceito veio da ideia de que **os aromas têm poder terapêutico, e as patinhas representam o carinho e a conexão emocional dos animais**.

4.13 Profissionais que Inspiram a Equipe

A equipe da **Aromas e Patinhas** se inspira em diversos profissionais que combinam inovação, bem-estar e impacto social em suas áreas:

- **Temple Grandin** – Autista e especialista em ciência animal, Temple revolucionou a forma como compreendemos o comportamento animal e sua relação com o bem-estar humano. Seu trabalho inspira o cuidado e respeito com os animais na empresa.
- **Marie Kondo** – Conhecida pelo método de organização "KonMari", ela influenciou a filosofia de um ambiente acolhedor e organizado, presente no layout e na experiência sensorial da cafeteria.
- **Massimo Bottura** – Chef renomado que une gastronomia e impacto social, provando que um negócio pode ser sustentável, inovador e solidário ao mesmo tempo.
- **Jane Goodall** – Bióloga e defensora dos animais, cujo trabalho com chimpanzés influenciou a visão da empresa sobre respeito à vida animal e conservação.

A **Aromas e Patinhas** não é apenas uma cafeteria. É um espaço de acolhimento, conexão e transformação, onde cada xícara de café e cada adoção contam uma história de amor e recomeço.

5.0 MARKETING

O marketing da **Aromas e Patinhas** foi desenvolvido com foco em criar uma conexão emocional com os clientes, unindo bem-estar, gastronomia e responsabilidade social. As estratégias adotadas buscam fortalecer a marca, atrair clientes potenciais, fidelizar consumidores e consolidar o posicionamento inovador da cafeteria.

5.1 Estratégias Digitais

A presença digital da Aromas e Patinhas é um dos pilares do negócio. As principais ações incluem:

- **Instagram:** Produção de conteúdo visual atrativo, com fotos de alta qualidade do cardápio, dos gatos disponíveis para adoção e dos ambientes instagramáveis. Reels curtos e dinâmicos mostrando bastidores, cuidados com os gatos e receitas exclusivas.
- **TikTok:** Vídeos criativos e descontraídos mostrando a rotina da cafeteria, interações dos clientes com os gatos, trends adaptadas ao nicho pet e gastronômico, além de conteúdos educativos sobre adoção responsável e bem-estar animal.
- **Marketing de Conteúdo:** Site e posts educativos em redes sociais abordando saúde mental, autocuidado, gastronomia inclusiva e cuidados com pets. O objetivo é se posicionar como referência em bem-estar e lifestyle consciente.

- **Influenciadores:** Parcerias estratégicas com micro e nano influenciadores de Ribeirão Pires e região do ABC Paulista. A proposta é aumentar a credibilidade da marca e atrair clientes que se identifiquem com os valores de inclusão, sustentabilidade e amor pelos animais.
- **Campanhas Sazonais:** Datas comemorativas (Dia dos Namorados, Natal, Dia do Gato) terão cardápios e produtos exclusivos, divulgados com antecedência nas redes sociais.

5.2 Funil de Vendas

O funil de vendas da Aromas e Patinhas é estruturado em três etapas:

- **Topo do Funil (Atração):** Conteúdos virais no TikTok, posts no Instagram, anúncios patrocinados segmentados e eventos gratuitos na cafeteria. Objetivo: gerar curiosidade e aumentar a visibilidade da marca.
- **Meio do Funil (Consideração):** Nutrição de leads por meio de e-mail marketing, cupons de desconto para primeira visita e lives temáticas (culinária, bem-estar animal, saúde mental). Objetivo: engajar potenciais clientes.
- **Fundo do Funil (Conversão):** Ofertas exclusivas no programa de fidelidade, assinatura de tortas sazonais e promoções de combos. Objetivo: transformar leads em clientes recorrentes e fidelizados.

5.3 Personas

1. **Beatriz (18 anos, estudante)** – Frequenta cafeterias para estudar, busca um ambiente calmo e aconchegante. Valoriza preços acessíveis e opções veganas.
2. **Ana Beatriz (32 anos, psicóloga)** – Procura locais para relaxar e indicar a pacientes. Valora espaços que promovam bem-estar mental.
3. **Adriano (40 anos, empresário)** – Interessado em experiências únicas e exclusivas, gosta de consumir produtos premium.
4. **Leandro (28 anos, influencer local)** – Busca lugares instagramáveis e inovadores, compartilha experiências com seus seguidores.
5. **Heloísa (15 anos, estudante)** – Extrovertida, comunicativa, ama cappuccino e doces. Gosta de explorar lugares novos com os amigos e compartilhar no TikTok e Instagram.

5.4 Experimentos e Aprendizados Hipotéticos

- **Experimento 1:** Publicar Reels com receitas rápidas no Instagram. Resultado: +40% de alcance em comparação a posts estáticos. **Aprendizado:** o público engaja mais com vídeos curtos e dinâmicos.
- **Experimento 2:** Testar cupons de desconto para a primeira visita via QR Code no TikTok. Resultado: 120 novos clientes em um mês. **Aprendizado:** integrar redes sociais com ações físicas gera alto retorno.
- **Experimento 3:** Realizar lives sobre adoção responsável em parceria com ONGs. Resultado: aumento de 30% no número de adoções. **Aprendizado:** o

público valoriza o propósito social da marca e isso fortalece a fidelização.

- **Experimento 4:** Criar combos sazonais com nomes temáticos (ex.: “Combo Gatinho de Natal”). Resultado: aumento de 25% nas vendas nos períodos festivos. **Aprendizado:** a personalização e a criatividade aumentam a conversão.

5.5 Produtos e Serviços Diferenciais – Ainda em desenvolvimento

Os produtos e serviços diferenciais da *Aromas e Patinhas* representam o núcleo da proposta de valor do projeto, integrando bem-estar, inclusão, gastronomia e responsabilidade social. Cada diferencial é pensado para atender às necessidades do público-alvo, reforçando a identidade da cafeteria como espaço inovador e terapêutico.

1. Interação com Gatos Resgatados

A presença de gatos resgatados no ambiente é o principal atrativo e diferencial da cafeteria. Os clientes poderão interagir com os felinos de forma supervisionada, em um espaço adaptado e seguro tanto para os animais quanto para as pessoas. Essa interação tem efeito terapêutico, comprovado por estudos de Terapia Assistida por Animais (TAA), que demonstram benefícios na redução de estresse e ansiedade. Além disso, os gatos estarão disponíveis para adoção responsável, em parceria com ONGs locais. Esse serviço contribui para o bem-estar animal e reduz o número de abandonos.

2. Cardápio Inclusivo e Gastronômico

O cardápio da cafeteria será diversificado, com opções tradicionais e inclusivas, atendendo públicos com restrições alimentares. Haverá opções **veganas, sem lactose e sem glúten**, além de sobremesas artesanais, cafés especiais e chás calmantes. Essa variedade amplia o alcance do público e demonstra a preocupação com saúde, acessibilidade e acolhimento.

3. Workshops e Eventos Temáticos

Serão promovidos encontros sobre bem-estar animal, saúde mental, gastronomia inclusiva e sustentabilidade. Esses eventos visam engajar a comunidade, gerar aprendizado e reforçar a missão educativa e social da cafeteria. Exemplo: oficinas de culinária vegana, rodas de conversa sobre adoção responsável e palestras sobre terapias integrativas.

4. Kits de Bem-Estar

Os kits reunirão produtos selecionados da cafeteria, como pelúcias aromatizadas, chás calmantes, cafés artesanais e essências. Podem ser vendidos em datas comemorativas (Dia das Mães, Natal) ou como parte de campanhas de conscientização sobre saúde mental. Esses kits funcionam como extensões da experiência terapêutica e fortalecem o vínculo emocional com a marca.

5. Autoatendimento via QR Code e Integração Digital

A cafeteria contará com sistema de autoatendimento por QR Code, que facilita pedidos e pagamentos de forma rápida e acessível. Além disso, a integração com redes sociais permitirá que os clientes compartilhem suas experiências de forma imediata, ampliando a divulgação orgânica do negócio. Esse recurso conecta tecnologia, modernidade e interação social.

6. Pelúcias Terapêuticas com Essências Calmantes (Ideia em Desenvolvimento)

Uma das propostas mais inovadoras da *Aromas e Patinhas* é a inclusão das **pelúcias terapêuticas aromatizadas** como produto exclusivo do empreendimento. Inspiradas no projeto inicial *PetsDream*, essas pelúcias unem o conforto tátil ao estímulo sensorial proporcionado pelas essências calmantes, como lavanda, camomila e capim-limão. A ideia ainda está em fase de desenvolvimento, mas possui grande potencial de impacto tanto no bem-estar dos clientes quanto na diferenciação da cafeteria no mercado.

As pelúcias poderão ser disponibilizadas de diferentes formas:

- **Venda direta:** os clientes poderão adquirir as pelúcias como itens terapêuticos individuais, para uso em casa ou como presentes com propósito de acolhimento.
- **Kits de bem-estar:** combinando pelúcias aromatizadas com chás calmantes, essências e outros produtos da cafeteria, criando um pacote completo de cuidado emocional.
- **Eventos temáticos:** oficinas sobre saúde mental e bem-estar poderão incluir o uso ou a personalização das pelúcias, reforçando o vínculo entre o público, os gatos resgatados e a proposta da cafeteria.
- **Integração ao espaço físico:** algumas pelúcias poderão ser utilizadas no ambiente para proporcionar uma experiência sensorial aos clientes, funcionando como objetos de conforto durante a permanência no local.

6.0 ESG da Aromas e Patinhas

A Aromas e Patinhas, enquanto microempresa com atuação local, adota práticas alinhadas aos princípios de ESG (Environmental, Social and Governance), considerando seu core business baseado em gastronomia afetiva, bem-estar emocional, acessibilidade, inclusão de pessoas com ansiedade e TEA, além da adoção responsável de gatos resgatados.

As diretrizes ESG da empresa reforçam seu compromisso com sustentabilidade, responsabilidade social, ética e transparência na gestão.

6.1 Meio Ambiente (Environmental)

O foco ambiental da Aromas e Patinhas está na redução do impacto ecológico de suas operações, priorizando o uso de materiais sustentáveis, consumo consciente e práticas que preservem o meio ambiente. Mesmo sendo uma microempresa, suas ações são estruturadas para serem viáveis, mensuráveis e geradoras de impacto positivo na comunidade local.

Ações ambientais:

Embalagens sustentáveis – Utilização de embalagens biodegradáveis e recicláveis no delivery, kits bem-estar e produtos da loja, incluindo sacolas de papel, potes compostáveis e rótulos com tintas à base de água.

Separação de resíduos – Coleta seletiva na cozinha e no salão, com lixeiras identificadas e parceria com cooperativa local para reciclagem. Parte dos resíduos orgânicos é destinada à compostagem.

Parcerias com produtores locais – Aquisição de café especial, frutas e ingredientes de pequenos produtores da região, reduzindo emissões de transporte e fortalecendo a economia local.

Produtos sustentáveis para pets – Venda de arranhadores reciclados, brinquedos feitos à mão e acessórios ecológicos para gatos.

Decoração ecológica – Uso de móveis reaproveitados, iluminação LED, plantas naturais e aproveitamento de luz solar.

Oficinas de educação ambiental – Realização de eventos sobre sustentabilidade doméstica, reciclagem, cuidados naturais com pets e compostagem.

Indicadores ambientais:

- 100% de embalagens sustentáveis até o final do primeiro ano.
- Redução de 30% do desperdício alimentar com reaproveitamento criativo dos insumos.
- Pelo menos 70% dos ingredientes adquiridos de produtores regionais.

6.2 Social (Responsabilidade Social)

A dimensão social é o pilar central da Aromas e Patinhas, que se posiciona como um espaço de acolhimento emocional, inclusão, diversidade e bem-estar animal. O ambiente é projetado para pessoas com ansiedade, depressão, TEA e demais condições que exigem sensibilidade sensorial.

Ações sociais:

Adoção responsável de gatos – Parceria com ONGs para acolhimento temporário de felinos resgatados. A cafeteria promove adoções conscientes e seguras, reforçando sua missão social.

Ambiente terapêutico – Aromaterapia leve, playlist relaxante, área silenciosa e setores preparados para pessoas neurodivergentes.

Cardápio inclusivo – Opções veganas, sem lactose e sem glúten, sempre identificadas. Há combos acessíveis e descontos para estudantes e PCDs.

Empregabilidade e diversidade – Prioridade na contratação de jovens aprendizes, PCDs, pessoas negras, mulheres chefes de família e LGBTQIA+.

Capacitação contínua – Treinamentos mensais sobre atendimento humanizado, acessibilidade, primeiros socorros psicológicos e bem-estar animal.

Engajamento comunitário – Feiras de adoção, campanhas solidárias, eventos educativos e parcerias com escolas e influenciadores locais.

Indicadores sociais:

- 5 adoções mensais como meta.
- 12 workshops anuais.
- 100% dos colaboradores treinados em inclusão, acessibilidade e atendimento humanizado.
- Parceria com, no mínimo, três ONGs no primeiro ano.

6.3 Governança (Governance)

A Aromas e Patinhas adota práticas de governança compatíveis com seu porte, priorizando ética, transparência, organização e processos internos claros. A gestão segue princípios de equidade, participação e responsabilidade com clientes, colaboradores e parceiros.

Ações de governança:

Estrutura de gestão definida – A empresa opera como Sociedade LTDA., com cargos claramente distribuídos: CEO (Ana), gerente operacional (Gustavo), financeiro (Felipe), marketing (Júlia) e experiência do cliente/ inovação (Jhuan).

Canais de escuta e participação – Reuniões semanais, caixa de sugestões anônima e QR Code para feedback dos clientes.

Código de Ética – Documento formal que orienta condutas, relações internas, atendimento ao público, bem-estar animal e interação em redes sociais. *O Código de Ética está anexado no Apêndice E.*

Transparência financeira – Uso de sistema digital para controle de caixa, fluxo de pagamentos, notas e prestação de contas entre os sócios, com total separação entre vida financeira pessoal e empresarial.

Parcerias responsáveis – Seleção ética de fornecedores, priorizando sustentabilidade e ausência de maus-tratos animais.

Conformidade legal – Adequação às normas da Vigilância Sanitária, Prefeitura Municipal, Código de Defesa do Consumidor e orientação do CRMV para permanência dos gatos no local.

Indicadores de governança:

- Pelo menos 2 treinamentos anuais em ética e compliance.
- 100% dos colaboradores assinando o Código de Ética.
- Resposta a denúncias internas em até 15 dias.

7.0 Relatório Financeiro

7.1 Investimentos Iniciais

O investimento inicial para o empreendimento totaliza R\$ 39.701,95, englobando o Investimento Fixo, o Pré-Operacional e o Estoque Inicial.

O Investimento Fixo alcança R\$ 24.576,66, sendo os itens de maior peso o Balcão de atendimento (R\$ 3.000,00, 12,21%) e as Cadeiras (R\$ 3.000,00, 12,21%), seguidos pelo Sistema de ventilação e ar-condicionado, orçado em R\$ 2.942,00 (11,97%).

As Pias e bancadas e as Estantes de exposição contribuem com R\$ 2.400,00 cada (9,77%). Já o Investimento Pré-Operacional soma R\$ 13.700,00, destinado principalmente às Reformas e obras, que consomem R\$ 7.000,00 (51,09% deste custo), à Legalização e taxas, com R\$ 3.000,00 (21,90%), e ao Treinamento da equipe, com R\$ 1.000,00 (7,30%).

O Estoque Inicial está previsto em R\$ 6.448,00, destacando-se a Torta do mês (R\$ 840,00, 13,03%) e o Brownie da casa (R\$ 480,00, 7,44%), além de Guardanapos/copos (R\$ 500,00, 7,75%) e Produtos de limpeza (R\$ 400,00, 6,20%).

Notavelmente, a projeção indica uma Necessidade de Capital de Giro negativa de -R\$ 5.022,69, o que sugere uma folga financeira para a operação.

O montante final a ser investido, de R\$ 39.701,95, será dividido igualmente entre cinco sócios, resultando em uma contribuição de R\$ 7.940,39 para cada um.

7.2 Receita Operacional

A projeção financeira do negócio inicia com uma Receita Bruta Mensal Inicial de R\$ 67.845,00, com uma expectativa de crescimento mensal de 5%.

Desempenho Anual

A previsão de Receita Anual, considerando o crescimento projetado, é a seguinte:

- 1º ano: R\$ 1.079.897,45
- 2º ano: R\$ 1.295.876,94
- 3º ano: R\$ 1.555.052,33

Produtos e Serviços de Maior Receita

Os principais geradores de receita mensal, na fase inicial, são os seguintes:

Produto/Serviço	Receita Mensal Projetada
Taxa de acesso (30 min)	R\$ 7.200,00
Taxa de acesso (1h)	R\$ 6.000,00
Combo Fofura	R\$ 4.500,00

Combo Ronronar	R\$ 4.000,00
Brownie da casa	R\$ 2.400,00

7.3 Custos e Despesas

O total de Custos Variáveis mensais é de R\$ 6.988,04, o que resulta em um total anual de R\$ 93.724,15. Os principais componentes desses custos são:

- CMV (Custo da Mercadoria Vendida) e CPV (Custo do Produto Vendido): R\$ 17.993,00 no mês inicial.
- Propaganda: Prevista em 1% da receita, totalizando R\$ 678,45.
- Taxas de cartão: Estimadas em 2% da receita, somando R\$ 1.356,90.
- Inadimplência prevista: 0,3% da receita.

Custos Fixos

Os Custos Fixos mensais totalizam R\$ 12.860,01, correspondendo a R\$ 154.320,12 anualmente. A distribuição percentual desses custos é a seguinte:

Item	Valor Mensal	Participação (%)
Salários e benefícios	R\$ 5.700,00	44,3%

Aluguel e IPTU	R\$ 2.000,00	15,5%
Encargos sociais	R\$ 1.881,00	14,6%
Energia elétrica	R\$ 600,00	4,7%

7.4 Receita mensal inicial

A análise financeira do negócio tem como base a **Receita Mensal Inicial** de **R\$ 67.845,00**.

1. Ticket Médio e Estimativa de Público

O cálculo do **Ticket Médio por cliente** considera a natureza mista do negócio (cafeteria, *pet lounge* e produtos). O valor médio de R\$ 30,00 por cliente foi ponderado com base nos principais itens vendidos:

- **Taxas de acesso/Combos:** Preço médio de R\$ 40,00, com peso de 40% na receita.
- **Cafés e alimentos individuais:** Preço médio de R\$ 16,00, com peso de 35%.
- **Produtos (souvenirs, velas, brinquedos):** Preço médio de R\$ 40,00, com peso de 25%.

Com base no ticket médio ponderado de **R\$ 30,00**, estima-se que o negócio atenda aproximadamente **2.262 clientes por mês** ($R\$ 67.845 \div R\$ 30$). Considerando 26 dias úteis no mês, o público diário seria de cerca de **87 clientes por dia**.

2. Lucro Mensal e Diário

O **Lucro Líquido** (*resultado operacional*) projetado é de **R\$ 30.003,95 por mês**.

- **Lucro por dia:** Dividindo o lucro mensal por 26 dias, chega-se a R\$ 1.154,00 por dia.
- **Lucro por cliente:** O lucro líquido por cliente é de R\$ 13,26 (R\$ 30.003,95 ÷ 2.262 clientes).

3. Resumo dos Indicadores Chave

Indicador	Valor Estimado
Receita mensal	R\$ 67.845,00
Ticket médio	R\$ 30,00
Clientes/mês	≈ 2.260 pessoas
Clientes/dia	≈ 85 a 90 pessoas
Lucro mensal	≈ R\$ 30.000,00
Lucro diário	≈ R\$ 1.150,00
Lucro por cliente	R\$ 13,26

7.5 Demonstrativo de Resultados (DRE)

O Demonstrativo de Resultados (DRE) mensal inicial exibe a seguinte performance:

Descrição	Valor (R\$)	Participação (%)
Receita Total	67.845,00	100,00%
Custos Variáveis Totais	24.981,04	36,82%
Margem de Contribuição	42.863,97	63,18%
Custos Fixos Totais	12.860,01	18,95%
Resultado Operacional (Lucro Líquido)	30.003,95	44,22%

Projeção Anual do Resultado Operacional

A projeção de lucro operacional anual demonstra uma variação ao longo dos anos:

- **1º ano:** R\$ 576.495,99
- **2º ano:** R\$ 576.942,83
- **3º ano:** R\$ 455.807,34

7.6 Indicadores Financeiros

Os indicadores de viabilidade e performance do primeiro ano (com base na Receita anual de R\$ 1.079.897,45) são extremamente favoráveis:

Indicador	Valor
Receita anual	R\$ 1.079.897,45
Custos variáveis	R\$ 349.081,33
Custos fixos	R\$ 154.320,12
Resultado anual (Lucro)	R\$ 576.496,00
Lucratividade anual	53,38%
Rentabilidade anual	1452,06%
Payback simples	2 meses

Pontos de Equilíbrio

Os valores necessários de receita para cobrir os custos e despesas são:

- **Contábil:** R\$ 228.014,36
- **Financeiro:** R\$ 223.599,32
- **Econômico:** R\$ 405.319,33

7.7 Simulação de Cenários

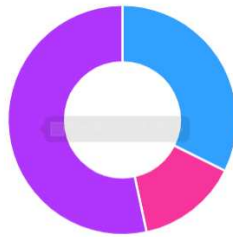
A simulação de cenários demonstra a resiliência e a alta rentabilidade do negócio mesmo em um cenário de desempenho abaixo do esperado:

Descrição	Cenário Otimista	Cenário Provável	Cenário Pessimista
Receita anual	R\$ 1.241.882,07	R\$ 1.079.897,45	R\$ 863.917,96
Custos variáveis	R\$ 314.173,20	R\$ 349.081,33	R\$ 383.989,46
Custos fixos	R\$ 138.888,11	R\$ 154.320,12	R\$ 169.752,13
Lucro líquido anual	R\$ 788.820,76	R\$ 576.496,00	R\$ 310.176,37
Lucratividade	63,52%	53,38%	35,90%

Rentabilidade	2091,43%	1452,06%	744,06%
----------------------	-----------------	-----------------	----------------

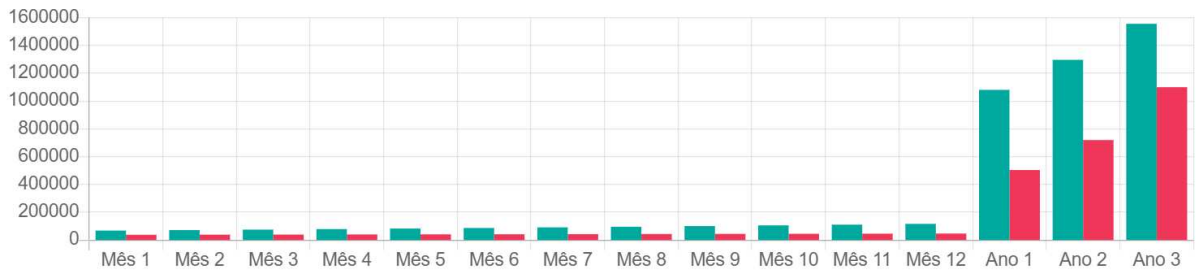
7.8 Gráficos

Resumo

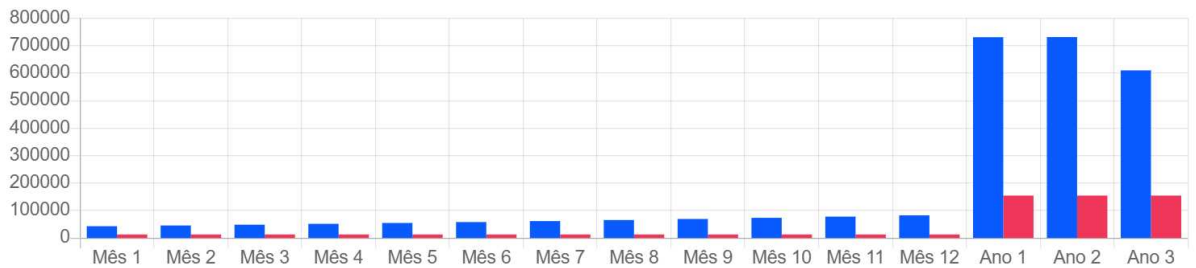


■ Custos Variáveis: 32.325%
 ■ Custos Fixos: 14.29%
 ■ Resultado: 53.384%

Receitas x Custos



Margem de Contribuição x Custos Fixos



7.9 Conclusão Geral

O desempenho financeiro da *Aromas e Patinhas* é extremamente positivo. Mesmo no cenário pessimista, a empresa apresenta lucratividade superior a 35%, mantendo rentabilidade alta e payback de apenas dois meses. O modelo de negócio demonstra eficiência operacional, controle de custos e margens robustas.

Recomendações:

- Reinvestir parte do lucro no marketing e na ampliação do estoque.
- Criar reserva de contingência equivalente a 3 meses de custos fixos.
- Explorar parcerias e programas de fidelidade para aumentar o ticket médio.

Conclusão: A *Aromas e Patinhas* é financeiramente viável, lucrativa e com excelente potencial de expansão

8.0 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico é a base científica que sustenta o projeto **Aromas e Patinhas**, oferecendo fundamentos conceituais sobre administração, marketing, saúde mental, bem-estar animal e sustentabilidade. A seguir, são apresentados os principais autores e instituições que embasam a proposta.]

8.1 Administração e Estratégia

A administração é essencial para a estruturação de qualquer empreendimento. Segundo **Chiavenato (2003, p. 12)**, “a administração é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar o uso dos recursos para alcançar objetivos organizacionais”. Essa definição sustenta a organização da Aromas e Patinhas, que estrutura sua gestão em processos claros e definidos.

Já **Drucker (1999)** destaca que o verdadeiro propósito de uma empresa é “criar um cliente” (DRUCKER, 1999, p. 39). Esse conceito reforça a importância do foco no consumidor, um dos pilares estratégicos da cafeteria, que busca oferecer experiências únicas e diferenciadas.

8.2 Marketing

O marketing é a ponte entre o negócio e o cliente. Para **Kotler e Keller (2012, p. 27)**, marketing é “um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros”. Assim, o projeto adota estratégias de marketing digital, marketing de conteúdo e relacionamento para alcançar e fidelizar clientes.

Kotler (2017) também aponta que a fidelização é mais valiosa do que a simples conquista de novos clientes, pois “reter clientes custa menos do que conquistar novos” (KOTLER, 2017, p. 45). Esse princípio fundamenta a criação do programa de fidelidade e do clube de assinatura da Aromas e Patinhas.

8.3 Saúde Mental e Bem-Estar Animal

O bem-estar humano e animal é central para a proposta da cafeteria. **Grandin (2010)** afirma que os animais podem ter papel terapêutico importante, pois “a interação com eles reduz estresse e ansiedade, promovendo uma sensação de calma e acolhimento” (GRANDIN, 2010, p. 88). Esse conceito está alinhado à prática de permitir a convivência entre clientes e gatos resgatados.

Além disso, estudos sobre **Terapia Assistida por Animais (TAA)** demonstram benefícios significativos para pessoas com ansiedade, depressão e transtornos do espectro autista. Segundo Fine (2010), a TAA promove melhorias no humor, na autoestima e nas habilidades sociais. Esses achados reforçam o papel social e terapêutico da Aromas e Patinhas.

8.4 ODS e Sustentabilidade

A proposta do negócio também se fundamenta nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da **Organização das Nações Unidas (ONU, 2015)**, especialmente os ODS 3 (Saúde e Bem-estar), 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), 12 (Consumo e Produção Responsáveis) e 15 (Vida Terrestre). Esses objetivos orientam a gestão responsável dos recursos e a valorização do bem-estar humano e animal.

Segundo o **IBGE (2020)**, a sustentabilidade no setor de alimentos é uma tendência crescente, associada à conscientização ambiental e ao consumo

responsável. O **SEBRAE (2021)** complementa que pequenas empresas podem se destacar ao adotar práticas sustentáveis, como o uso de embalagens biodegradáveis e a valorização de fornecedores locais.

8.5 Aromaterapia

A aromaterapia é uma prática terapêutica complementar que utiliza óleos essenciais naturais para promover saúde e bem-estar físico e emocional. De acordo com Oliveira e Santos (2020), a inalação de essências como lavanda e camomila contribui para a redução de sintomas de estresse, ansiedade e insônia, favorecendo o equilíbrio emocional. Essa técnica é amplamente estudada por sua eficácia no estímulo sensorial e no impacto positivo sobre o sistema nervoso.

No contexto da *Aromas e Patinhas*, a aromaterapia é incorporada por meio das pelúcias aromatizadas, inspiradas no projeto *PetsDream*. Esses produtos oferecem aos clientes a possibilidade de experimentar os benefícios calmantes das essências em conjunto com a experiência gastronômica e a interação com gatos resgatados. Dessa forma, a aromaterapia fortalece a proposta do empreendimento como espaço de acolhimento e cuidado integral.

9.0 Considerações Finais

A hipótese inicialmente proposta foi validada, uma vez que o desenvolvimento do projeto demonstrou a viabilidade de uma cafeteria pet-friendly integrada a um ambiente terapêutico, capaz de promover o bem-estar emocional dos clientes por meio da convivência com gatos resgatados. As evidências coletadas ao longo do planejamento indicaram que a interação entre humanos e animais contribui significativamente para a redução de sintomas de ansiedade e estresse, além de incentivar a adoção responsável, cumprindo, assim, o propósito central do estudo.

Os objetivos gerais e específicos foram alcançados, visto que o projeto atingiu suas metas de unir gastronomia inclusiva, responsabilidade social e bem-estar animal em um mesmo empreendimento. Foram elaborados planos de gestão, marketing, estrutura organizacional e análise financeira que sustentam a proposta de valor da empresa. Ademais, a criação de produtos diferenciados, como as pelúcias terapêuticas e os kits de bem-estar, reforçou o caráter inovador e a identidade socialmente responsável da marca.

No que se refere à viabilidade técnica, política e econômica, constatou-se que o projeto é plenamente viável. A viabilidade técnica foi assegurada pela estrutura planejada, pelos recursos disponíveis e pela capacitação adequada dos colaboradores. A viabilidade política evidenciou-se pela consonância com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS 3, 8, 12 e 15), reafirmando o compromisso do empreendimento com a promoção da saúde mental, da inclusão e da sustentabilidade. Quanto à viabilidade econômica, as análises financeiras apresentaram equilíbrio entre custos e receitas, apontando potencial de lucratividade e de manutenção a longo prazo.

Diante do exposto, conclui-se que o projeto Aromas e Patinhas se firmou viável, demonstrando consistência técnica, relevância social e potencial de impacto positivo no campo da gastronomia e do bem-estar animal, configurando-se como uma proposta inovadora e sustentável para o mercado contemporâneo.

Referências

CHIAVENATO, I. *Introdução à Teoria Geral da Administração*. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DRUCKER, P. *Desafios Gerenciais para o Século XXI*. São Paulo: Pioneira, 1999.

FINE, A. H. *Handbook on Animal-Assisted Therapy*. 3. ed. San Diego: Academic Press, 2010.

GRANDIN, T. *Animals Make Us Human*. New York: Houghton Mifflin Harcourt, 2010.

IBGE. *Indicadores de Desenvolvimento Sustentável*. Brasília: IBGE, 2020.

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

KOTLER, P. *Marketing 4.0: do tradicional ao digital*. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

ONU. *Transformando Nosso Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*. Nova York: ONU, 2015.

SEBRAE. *Sustentabilidade nos Pequenos Negócios*. Brasília: SEBRAE, 2021.

YIN, R. K. *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

OLIVEIRA, J. S.; SANTOS, M. R. Aromaterapia e Bem-Estar: efeitos dos óleos essenciais no equilíbrio emocional. Revista Brasileira de Práticas Integrativas, v. 5, n. 2, p. 45-58, 2020.

APÊNDICE A - Planos de Cargos e Salários

1. CEO e Sócia Administrativa

- **CBO:** 1422-05

- **Descrição Sumária:** Responsável por liderar a empresa, definir estratégias, representar institucionalmente a marca e zelar pelos valores, missão e cultura organizacional.

- **Competências Técnicas:**
 - Planejamento estratégico

 - Gestão de negócios

 - Finanças corporativas

 - Legislação empresarial

 - Comunicação institucional

- **Competências Comportamentais:**
 - Liderança empática

 - Visão sistêmica

- Tomada de decisão
- Ética e responsabilidade
- Resiliência
- **Formação Exigida:** Ensino Técnico em Administração ou superior cursando
- **Experiência:** Desejável vivência com gestão de projetos e liderança
- **Requisitos:** Conhecimentos em gestão, noções de contabilidade e liderança de equipe
- **Certificações:** Não obrigatório
- **Tabela de Exigência:**
 - *Júnior:* Sem experiência
 - *Pleno:* 1-2 anos em gestão
 - *Sênior:* 3+ anos e domínio das áreas-chave da empresa
- **Atividades e Responsabilidades:** Liderar a empresa, supervisionar os gestores, tomar decisões estratégicas, representar a marca e garantir o propósito social da cafeteria.
- **Hierarquia:** Cargo máximo
- **Promoção:** N/A

- **Faixa Salarial:** R\$ 3.000,00 a R\$ 5.000,00 (pro labore)
 - **Adicionais:** Participação em lucros e bônus por metas
 - **Benefícios:** Vale-alimentação, auxílio mobilidade, capacitações externas
-

2. Gerente Operacional

- **CBO:** 1416-05
- **Descrição Sumária:** Supervisiona as operações diárias da cafeteria, garantindo a eficiência do serviço, cumprimento dos padrões de qualidade e treinamento da equipe.
- **Competências Técnicas:**
 - Logística operacional
 - Controle de estoque
 - Gestão de equipe
 - Atendimento ao cliente
 - Noções de segurança alimentar

- **Competências Comportamentais:**
 - Proatividade
 - Organização
 - Liderança
 - Comunicação clara
 - Resolução de problemas

- **Formação Exigida:** Técnico em Administração ou Logística

- **Experiência:** Mínimo 1 ano em supervisão de equipe ou operação

- **Requisitos:** Conhecimento em rotinas de atendimento e gestão

- **Certificações:** Curso de boas práticas (desejável)

- **Tabela de Exigência:**
 - *Júnior:* Auxiliar com experiência em atendimento
 - *Pleno:* Supervisor com histórico de liderança
 - *Sênior:* 2+ anos como gestor

- **Atividades:** Supervisão do atendimento, escala de funcionários, controle de insumos, alinhamento com demais setores

- **Hierarquia:** Subordinado à CEO
 - **Promoção:** CEO ou cargos externos de consultoria
 - **Faixa Salarial:** R\$ 2.300,00 a R\$ 3.500,00
 - **Adicionais:** Bônus por metas
 - **Benefícios:** Vale-refeição, vale-transporte, treinamentos
-

3. Gerente Financeiro

- **CBO:** 2522-10
- **Descrição Sumária:** Responsável por controlar o fluxo financeiro da empresa, analisar custos, administrar o caixa e prestar contas à direção.
- **Competências Técnicas:**
 - Gestão financeira
 - Análise de fluxo de caixa
 - Controle orçamentário
 - Emissão de relatórios
 - Noções de legislação tributária

- **Competências Comportamentais:**
 - Atenção a detalhes
 - Ética profissional
 - Discrição
 - Planejamento
 - Organização
- **Formação:** Técnico ou Superior em Contabilidade, Finanças ou Administração
- **Experiência:** Desejável 1-2 anos em controle financeiro
- **Requisitos:** Conhecimento em Excel e plataformas de gestão
- **Tabela:**
 - *Júnior:* Estágio ou 6 meses em área financeira
 - *Pleno:* 1 ano em finanças
 - *Sênior:* 3+ anos com domínio de tributos
- **Atividades:** Lançamento e controle de despesas, acompanhamento de metas, emissão de relatórios, apoio à tomada de decisão

- **Hierarquia:** Subordinado à CEO
 - **Promoção:** Diretor financeiro em expansão
 - **Faixa Salarial:** R\$ 2.000,00 a R\$ 3.200,00
 - **Adicionais:** Bônus por economia orçamentária
 - **Benefícios:** Vale-alimentação, vale-transporte
-

4. Responsável por Marketing e Experiência do Cliente

- **CBO:** 2621-10
- **Descrição Sumária:** Planeja ações promocionais, cuida da imagem da marca, interage com clientes e acompanha a experiência nas redes sociais.
- **Competências Técnicas:**
 1. Gestão de redes sociais
 2. Criação de campanhas
 3. UX (experiência do cliente)
 4. Edição de imagens
 5. Monitoramento de engajamento

- **Competências Comportamentais:**

1. Criatividade
2. Empatia
3. Comunicação eficaz
4. Dinamismo
5. Iniciativa

- **Formação:** Comunicação, Publicidade, Marketing (ou cursando)

- **Experiência:** Desejável atuação em mídias sociais

- **Hierarquia:** Subordinado à CEO

- **Promoção:** Coordenador de comunicação

- **Faixa Salarial:** R\$ 1.800,00 a R\$ 2.800,00

- **Adicionais:** Participação em campanhas

- **Benefícios:** Vale-transporte, apoio a eventos/feiras

5. Responsável pela Experiência do Cliente com Gatos

- **CBO:** 5193-05 (Adaptado: Atendente de lojas e mercados)

- **Descrição Sumária:** Atua diretamente no espaço pet, garantindo o bem-estar dos gatos, a interação segura com os clientes e promovendo a adoção responsável.

- **Competências Técnicas:**
 - Noções de cuidados básicos com felinos

 - Técnicas de interação animal/humana

 - Acompanhamento de comportamento animal

 - Higienização de espaços pet

 - Primeiros socorros veterinários básicos

- **Competências Comportamentais:**
 - Paciência
 - Amor por animais
 - Empatia
 - Comunicação acolhedora
 - Responsabilidade

- **Formação:** Ensino Médio completo

- **Experiência:** Desejável vivência com animais ou ONGs

- **Requisitos:** Interesse pela causa animal, disposição para rotinas com pets

- **Certificações:** Não obrigatórias, mas cursos de cuidador de animais são desejáveis

- **Tabela:**
 - *Júnior:* Sem experiência
 - *Pleno:* 1 ano em contato com animais
 - *Sênior:* 2+ anos e liderança de atividades

- **Atividades:** Zelar pela segurança dos gatos e visitantes, orientar clientes, organizar o espaço pet, promover adoções e bem-estar
 - **Hierarquia:** Subordinado à Gerência de Experiência do Cliente (Jhuan)
 - **Promoção:** Coordenador de bem-estar animal
 - **Faixa Salarial:** R\$ 1.500,00 a R\$ 2.200,00
 - **Adicionais:** Periculosidade (se aplicável)
 - **Benefícios:** Vale-transporte, participação em workshops de comportamento felino
-

6. Atendentes de Caixa e Salão

- **CBO:** 5211-10
- **Descrição Sumária:** Recepcionar clientes, operam o caixa, realizam pedidos via QR Code e garantem a fluidez no atendimento presencial.
- **Competências Técnicas:**
 - Operação de caixa
 - Atendimento ao cliente
 - Sistemas de autoatendimento

- Processamento de pagamentos
- Organização de filas e mesas
- **Competências Comportamentais:**
 - Simpatia
 - Agilidade
 - Clareza na comunicação
 - Postura profissional
 - Trabalho em equipe
- **Formação:** Ensino Médio completo
- **Experiência:** Desejável experiência prévia com atendimento
- **Requisitos:** Boa comunicação, conhecimento básico em tecnologia (QR Code e redes sociais)
- **Tabela:**
 - *Júnior:* Início de carreira
 - *Pleno:* 1 ano com atendimento ao público
 - *Sênior:* 2+ anos com liderança de caixa

- **Atividades:** Atendimento ao público, operação de caixa, esclarecimento de dúvidas, suporte ao autoatendimento
 - **Hierarquia:** Subordinado à Gerência Operacional
 - **Promoção:** Barista ou Supervisor de Atendimento
 - **Faixa Salarial:** R\$ 1.600,00 a R\$ 2.200,00
 - **Adicionais:** Comissões por metas
 - **Benefícios:** Vale-transporte, treinamento contínuo em atendimento humanizado
-

7. Baristas e Cozinha (Produção e Montagem)

- **CBO:** 5134-05 (Barista) / 5135-05 (Cozinheiro de lanchonete)
- **Descrição Sumária:** Preparam cafés especiais, bebidas e doces do cardápio, seguindo os padrões da cafeteria e zelando pela apresentação, sabor e segurança alimentar.
- **Competências Técnicas:**
 - Técnicas de barismo
 - Manipulação de alimentos

- Montagem estética de pratos
- Higiene e segurança alimentar
- Controle de porções e desperdício
- **Competências Comportamentais:**
 - Criatividade
 - Agilidade
 - Capricho
 - Trabalho em equipe
 - Resolução de problemas
- **Formação:** Ensino Médio completo + curso básico de barista ou manipulação de alimentos (desejável)
- **Experiência:** Desejável atuação em cafeterias ou food service
- **Tabela:**
 - *Júnior:* Estágio ou início de carreira
 - *Pleno:* 1 ano em cozinha/bar
 - *Sênior:* 2+ anos com liderança de preparo

- **Atividades:** Preparar bebidas e pratos, manter o padrão visual e sensorial, zelar pela organização e limpeza da cozinha
 - **Hierarquia:** Subordinado ao Gerente Operacional
 - **Promoção:** Coordenador de produção ou chef barista
 - **Faixa Salarial:** R\$ 1.700,00 a R\$ 2.400,00
 - **Adicionais:** Bônus por criatividade e participação em eventos internos
 - **Benefícios:** Vale-transporte, alimentação no local, capacitação externa
-

APÊNDICE C – Manual de Alimentos & Bebidas (A&B)

Objetivo: Padronizar processos de produção, manipulação e atendimento em A&B com foco em qualidade, segurança e inclusão alimentar.

Diretrizes:

- Ingredientes frescos e locais
- Opções veganas, sem lactose e gluten-free
- Colaboradores conhecem os ingredientes para orientar clientes

Boas Práticas:

- Higiene constante
- Uso de EPIs: touca, avental, luvas
- Armazenamento rotulado
- Evitar contaminação cruzada

Controle de Estoque:

- Verificação diária
- FIFO: primeiro que entra, primeiro que sai
- Relatórios semanais para o financeiro

Padrão de Atendimento:

- Expresso em até 2 min
- Pedidos prontos em até 12 min
- Autoatendimento com QR Code

Sustentabilidade:

- Embalagens recicláveis

- Desconto com copo reutilizável
- Compostagem de resíduos

APÊNDICE D – PRODUTOS E SERVIÇOS

Produtos – Fabricação Própria

- Café Expresso/Coado – R\$11,00
- Cappuccino Aromas (Tradicional) – R\$18,00
- Cappuccino com Leite Vegetal – R\$20,00
- Chás Naturais (Seleção Aromas) – R\$12,00
- Golden Milk – R\$19,00
- Latte ou Macchiato – R\$13,00
- Sanduíche Natural – R\$18,00
- Suco Natural do Dia – R\$21,00

Produtos – Revenda

- Bolo do Dia (Fatia) – R\$14,00
- Brinquedo "Catnip dos Sonhos" – R\$18,00
- Brownie da Casa (Trad./Vegano) – R\$20,00
- Caminha "Paz e Pêlo" – R\$120,00
- Caneca "Ronronar" – R\$45,00
- Caneca térmica "Aromas" – R\$65,00
- Chaveiro "Patinha Feliz" – R\$15,00
- Coleira "Aromas" – R\$28,00
- Comedouro Ecológico – R\$85,00
- Cookies Artesanais (Variados) – R\$10,00
- Difusor de Essências "Calma & Café" – R\$55,00
- Kit Autocuidado (vela + chá + spray) – R\$60,00
- Kit Pet Aromas (catnip + petisco + brinquedo) – R\$49,00
- Mini Torta Salgada (Variada) – R\$14,00
- Pão de Queijo (Tradicional) – R\$8,00
- Plaquinha de Identificação Personalizada – R\$25,00
- Quadro Decorativo "GatoZen" – R\$30,00
- Spray Aromático "Aromas Zen" – R\$45,00

- Torta do Mês (Fatia) – R\$21,00
- Velas Aromáticas Terapêuticas – R\$38,00

Serviços

- Combo Fofura (30min + Café Expresso + Pão de Queijo) – R\$30,00
- Combo Ronronar (1h + Cappuccino + Torta do Mês) – R\$40,00
- Combo Vegano (30min + Cappuccino Vegetal + Brownie Vegano) – R\$45,00
- Petiscos para Gatos – R\$11,00
- Taxa de Acesso (1 hora) – R\$30,00
- Taxa de Acesso (30 minutos) – R\$18,00

APÊNDICE E – CÓDIGO DE ÉTICA- “AROMAS&PATINHAS”

Código de Ética — Aromas e Patinhas

Aplicação: Todos os sócios, colaboradores, estagiários, prestadores de serviço, fornecedores, voluntários e parceiros que atuem nas dependências ou representem a Aromas e Patinhas, presencialmente ou virtualmente.

1. Objetivo

Estabelecer princípios, responsabilidades e regras de conduta que orientem comportamentos e decisões no ambiente da Aromas e Patinhas, garantindo um espaço seguro, inclusivo, ético e alinhado com nossa missão de bem-estar humano e animal.

2. Escopo

Aplica-se a todos os ambientes da empresa — cafeteria, espaço de interação com gatos, back office, redes sociais oficiais, eventos e canais digitais — e a todas as relações com clientes, fornecedores e parceiros.

3. Princípios fundamentais

- **Respeito:** valorizar a dignidade de cada pessoa, independentemente de gênero, raça, sexualidade, deficiência, religião, idade ou origem.
- **Empatia e acolhimento:** priorizar bem-estar emocional e físico de clientes, colaboradores e animais.

- **Transparência:** agir com clareza e honestidade nas comunicações e relações comerciais.
- **Responsabilidade:** cumprir leis, normas sanitárias e protocolos de proteção animal.
- **Não-retaliação:** proteger denunciante de qualquer tipo de retaliação.

4. Definições (principais)

- **Assédio moral:** condutas repetidas que humilhem, desqualifiquem ou fragilizem um trabalhador.
- **Assédio sexual:** solicitação ou imposição de natureza sexual que comprometa a dignidade ou crie ambiente hostil.
- **Partes interessadas:** empregados, clientes, fornecedores, voluntários, ONGs parceiras e visitantes.

5. Políticas de prevenção de assédio (moral e sexual)

5.1 Medidas preventivas

- Treinamento obrigatório anual para toda a equipe sobre prevenção ao assédio, identificação de sinais e procedimentos de denúncia.
- Inclusão de cláusula de respeito e conduta no contrato de trabalho e com prestadores/fornecedores.
- Sinalização visível com informações sobre respeito mútuo e canais de denúncia no ambiente físico e digital.

- Supervisão ativa: líderes treinados para observar relações de trabalho e interações no espaço dos gatos, intervindo quando necessário.
- Layout e funcionamento pensados para segurança: áreas de convivência iluminadas, circulação facilitada e pontos com equipe visível.
- Protocolo de interação com gatos: instruções claras para clientes sobre toques, higiene e limites dos animais para reduzir situações de conflito ou estresse.

5.2 Cultura de prevenção

- Promover conversas abertas sobre bem-estar e limites durante integrações e reuniões.
- Campanhas internas periódicas sobre respeito e diversidade.

6. Código de conduta

6.1 Relação com clientes

- Tratar todos com cortesia, paciência e profissionalismo.
- Respeitar a privacidade e as necessidades especiais dos clientes (ex.: PCDs, ansiedade).
- Informar claramente políticas de convivência com os gatos e regras de higiene.
- Não discriminar clientes por qualquer motivo.
- Evitar contato físico não consentido; sempre buscar autorização quando houver proximidade mais íntima (abraços, afagos prolongados).

6.2 Relação com fornecedores

- Escolher fornecedores com critérios técnicos, éticos e de sustentabilidade, favorecendo produtores locais quando possível.
- Exigir cumprimento de normas sanitárias e de bem-estar animal (quando aplicável).

- Transparência em negociações: prazos, preços, qualidade e pagamento.
- Recusar presentes que possam caracterizar conflito de interesses (ver seção presentes/gifts).

6.3 Relações entre empregados

- Fomentar comunicação respeitosa e feedback construtivo.
- Evitar comentários pessoais ofensivos, bobagens humilhantes ou qualquer forma de bullying.
- Respeitar horários, responsabilidades e a hierarquia funcional sem abuso de poder.

6.4 Redes sociais e conduta fora da empresa

- Postagens em redes sociais pessoais não devem identificar a Aromas e Patinhas como empregadora sem autorização, em especial quando críticas, denúncias ou conteúdos sensíveis estiverem envolvidos.
- Evitar publicar imagens de clientes, colaboradores ou gatos sem consentimento explícito.
- O uso das redes sociais oficiais é responsabilidade do time de marketing; colaboradores devem encaminhar sugestões à equipe.
- Comentários discriminatórios, ofensivos ou que associem a marca a práticas antiéticas serão passíveis de apuração disciplinar.

7. Canais de compliance e denúncia

7.1 Canais disponíveis

- **E-mail de compliance:** compliance@aromasepatinhas.org (endereço institucional).
- **Formulário online (anônimo opcional):** link (preencher).
- **Linha direta/WhatsApp:** (11) 9xxxx-xxxx (operado por pessoa treinada para registro e encaminhamento).
- **Caixa física de denúncias:** localizada na área administrativa (para denúncias anônimas em papel).
- **Gestor de confiança:** contato do RH ou responsável pela cultura organizacional.

7.2 Garantias ao denunciante

- Confidencialidade no registro e durante a apuração, salvo necessidade legal.
- Proibição absoluta de retaliação; medidas imediatas serão adotadas para proteger o denunciante.

7.3 Procedimento de apuração* (modelo resumido)

1. Recebimento e registro da denúncia.
2. Acolhimento e avaliação preliminar para medidas de proteção imediatas (quando necessário).
3. Designação de equipe investigativa imparcial (interna ou externa).
4. Coleta de evidências e depoimentos com respeito à confidencialidade.
5. Relatório conclusivo e proposição de medidas disciplinares ou corretivas.
6. Comunicação dos resultados ao denunciante, quando possível, e arquivamento.

**Obs.: cronogramas e prazos internos devem constar no procedimento operacional padrão (POP) de compliance.*

8. Proibições dentro da empresa

- Assédio moral, sexual, discriminação e qualquer forma de violência.

- Intimidação, humilhação pública ou isolamento de colegas.
- Uso de substâncias ilícitas nas dependências da empresa.
- Consumo abusivo de álcool durante o expediente ou em eventos da empresa (salvo ocasiões autorizadas e controladas).
- Agressões físicas ou verbais.
- Divulgação não autorizada de informações confidenciais sobre clientes, funcionários, animais ou fornecedores.
- Entrada de pessoas não autorizadas em áreas restritas, especialmente locais de cuidado dos gatos.
- Retirar animais das instalações sem autorização formal de responsáveis ou parceiros de adoção.

9. Presentes, brindes e conflito de interesses

- Aceitação de presentes de baixo valor simbólico é permitida (ex.: brindes institucionais), desde que não comprometa a imparcialidade.
- Presentes de valor relevante devem ser recusados e reportados ao responsável financeiro.
- Conflitos de interesse (pessoais ou familiares) devem ser declarados ao RH/gerência para que medidas de mitigação sejam adotadas.

10. Responsabilidades por nível

10.1 Direção e gerência

- Promover e aplicar este código; garantir treinamentos e recursos para compliance.
- Investigar e tomar medidas quando necessário.

10.2 Lideranças operacionais

- Monitorar o ambiente de trabalho e relações com clientes, intervir preventivamente e encaminhar denúncias.
- Garantir que a interação com animais ocorra seguindo os protocolos.

10.3 Todos os colaboradores

- Cumprir o código e reportar condutas contrárias.
- Participar de treinamentos e colaborar com investigações

11. Medidas disciplinares

As infrações serão apuradas e, conforme gravidade, sujeitas a advertência verbal/escrita, suspensão, rescisão do contrato, comunicação às autoridades competentes e ações civis ou penais cabíveis.

12. Treinamento e comunicação

- Treinamentos obrigatórios de integração e reciclagem anual sobre ética, prevenção ao assédio e protocolos de segurança e proteção animal.

13. Proteção dos animais e conduta específica

- Respeitar protocolos sanitários (higiene das mãos, locais de descanso dos gatos, quarentenas quando necessário).
- Não permitir brincadeiras bruscas ou forçadas com os gatos; respeitar sinais de estresse e afastamento.
- Seguir orientações das ONGs parceiras sobre manejo e adoção responsável.

14. Revisão e atualização

Este documento deverá ser revisado anualmente ou sempre que mudanças legais ou de operação exigirem atualização.

15. Disposições finais

A adesão e o cumprimento deste Código são condição para atuação na Aromas e Patinhas. Dúvidas sobre interpretação ou procedimentos devem ser encaminhadas ao canal de compliance.

Anexos sugeridos (modelos) ainda a inserir

- Formulário de denúncia (modelo).
- Modelo de termo de confidencialidade para fornecedores e prestadores.
- POP de investigação interna.
- Ficha de registro e acolhimento ao denunciante.



Aromas e Patinhas

Trabalho escolar / estudo

A "Aromas e Patinhas" será uma cafeteria pet friendly localizada em Ribeirão Pires. O estabelecimento oferecerá um espaço acolhedor para clientes e seus animais de estimação, promovendo a adoção de gatos em parceria com ONGs locais. O cardápio incluirá opções tradicionais e inclusivas.

Informações do Plano de Negócio

Nome do projeto

Aromas e Patinhas

Objetivo

Trabalho escolar / estudo

Enquadramento Tributário

Empresa optante pelo Simples

Período de planejamento

3 anos

Porte da empresa

Microempresa

Setor de atuação

Comércio.

Segmento(s)

Cafeteria , Alimentos e bebidas.

Cidade

Ribeirão Pires

Telefone

(11) 17255-3685

Contatos

<https://www.figma.com/design/3qsP222YUfi9zXWYb6OGDA/Aromas-e-Patinhas?node-id=0-1&t=5bygSNF15nG7Hnsq>

Sócios

Gustavo Henrique de Lima Silva

Função: Gerente Operacional

Contato: (11) 1 8281-6145

Adolescente de 17 anos, estudante da ETEC MCM, futuro programador.



Ana Carolina da Silva Rafael

Função: Diretora

Contato: (11) 1 5262-1366

Adolescente de 16 anos, Estudante da ETEC MCM do curso de ADM e futura veterinária



Felipe Kenji Miyazaki

Função: Gerente Financeiro
Contato: (11) 17239-1732

17 anos de idade, conhecimento em design,
estudante da escola ETEC MCM



Jhuan Cláudio Santada

Função: Gerente da Experiência do Cliente
Contato: (11) 1 3308-1836

17 anos, gosto de futebol, carros e gatos.



Júlia Vompean Tavares da Silva

Função: Gerente de Marketing
Contato: (11) 1 3365-2152

adolescente 17 anos, ETEC, curso de
administração

Aromas e Patinhas

Trabalho escolar / estudo

Cliente - Mercado

Segmentação de Mercado

Pessoas
Segmento 1
Adultos
Segmento 2
Jovens
Segmento 3
Crianças
Segmento 4
Idosos

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

Adultos

1º

Representam a maior fatia do público, especialmente profissionais que buscam um ambiente aconchegante para trabalhar ou relaxar. Também inclui pessoas interessadas em adoção de gatos, bem-estar e gastronomia diferenciada.

Jovens

2º

Universitários e jovens adultos que apreciam experiências inovadoras e compartilháveis nas redes sociais. Esse público valoriza locais pet-friendly, produtos exclusivos e ambientes instagramáveis.

Idosos

3º

Pessoas que buscam um espaço tranquilo para socialização, consumo de produtos artesanais e contato terapêutico com os gatos. Esse público pode ser fiel e valoriza um atendimento mais acolhedor.

Crianças

4º

Embora o público infantil não seja o foco principal, ele pode ser atraído pelo contato com os gatos e produtos como pelúcias terapêuticas. A experiência precisa ser segura e interativa para elas.

Adultos

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	9
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	10
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	7
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	10
Média Geral	9

Jovens

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	9
Tem potencial para gerar lucro?	8
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	10
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	7
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	10
Média Geral	9

Idosos

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	7
Tem potencial para gerar lucro?	7
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	10
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	9
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	8
Média Geral	8

Crianças

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	6
Tem potencial para gerar lucro?	6
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	10
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	8
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	7
Média Geral	7

Idades

Segmento 1

Adultos (25-50 anos)

Segmento 2

Jovens (18-24 anos)

Segmento 3

Crianças (4-12 anos)

Segmento 4

Idosos (50+ anos)

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

Adultos (25-50 anos)

1º

Principal público da cafeteria, composto por profissionais e pessoas que buscam um ambiente confortável para relaxar, socializar ou trabalhar. Inclui também amantes de gatos e aqueles interessados em bem-estar e gastronomia diferenciada.

Jovens (18-24 anos)

2º

Universitários e jovens adultos atraídos por experiências inovadoras e compartilháveis nas redes sociais. Valorizam ambientes pet-friendly, produtos exclusivos e um espaço instagramável.

Crianças (4-12 anos)

3º

Embora não sejam o foco principal, podem ser atraídas pela interação com os gatos e por produtos como pelúcias terapêuticas. A experiência deve ser segura, educativa e envolvente.

Idosos (50+ anos)

4º

Público que aprecia um ambiente tranquilo para socialização, degustação de produtos artesanais e contato terapêutico com os gatos. Tendem a ser clientes fiéis e valorizam um atendimento atencioso e acolhedor.

Adultos (25-50 anos)

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	8
Tem potencial para gerar lucro?	8
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	10
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	6
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	8
Média Geral	8

Jovens (18-24 anos)

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	7
Tem potencial para gerar lucro?	7
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	8
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	7
Média Geral	7

Crianças (4-12 anos)

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	5
Tem potencial para gerar lucro?	6
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	6
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	9
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	7
Média Geral	7

Idosos (50+ anos)

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	4
Tem potencial para gerar lucro?	5
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	4
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	6
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	4
Média Geral	5

Interesses

Segmento 1

Amantes de Gatos e Animais

Segmento 2

Jovens e Universitários

Segmento 3

Pessoas com estresse e ansiedade

Segmento 4

Casais e Amigos

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

Jovens e Universitários

1º

Gostam de experiências inovadoras e instagramáveis.

Frequentam cafeterias para estudar, socializar e criar conteúdo para redes sociais.

Buscam opções de cardápio acessíveis e diferenciadas.

Pessoas com estresse e ansiedade

2º

Procuram um espaço acolhedor para relaxar e aliviar o estresse.

Valorizam ambientes que promovem bem-estar e contato terapêutico com animais.

Têm interesse em produtos calmantes, como pelúcias terapêuticas e chás especiais.

Casais e Amigos

3º

Procuram lugares aconchegantes e temáticos para encontros e momentos especiais.

Se interessam por cafeterias com conceito e diferenciais no ambiente e no cardápio.

Adoram tirar fotos e compartilhar experiências únicas

Amantes de Gatos e Animais

4º

Pessoas apaixonadas por gatos e que apoiam a adoção responsável.

Interessados em interagir com os felinos no ambiente e possivelmente adotar.

Compram produtos temáticos para si ou seus pets.

Jovens e Universitários

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	9
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	9
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	7
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	10
Média Geral	9

Pessoas com estresse e ansiedade

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	9
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	9
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	9
Média Geral	9

Casais e Amigos

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	10
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	7
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	9
Média Geral	9

Amantes de Gatos e Animais

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	9
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	0
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	8
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	10
Média Geral	7

Persona



Beatriz Caldeira Masuchette

18 anos, Estudante

Estado Civil: Solteiro

Renda Mensal (R\$): 150,00

Escolaridade: Ensino Médio

Cidade: Ribeiro Pires

É uma mulher de personalidade forte, corajosa, carismática, sorridente que ama gatinhos e que gosta de aventuras novas e compartilhar com seus amigos, é alguém estudiosa e muito diligente com seus estudos e que gosta de tomar um bom café.

""Perseverança é a chave do sucesso""

Hábitos e comportamentos

Costuma acordar cedo, faz muitos cursos, faz academia, ela possuiu uma rotina estressante e agitada.

#diligente
#responsável
#inovadora
#corajosa

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

Manhã

Acordar cedo, 5:00 da manhã, se arruma, não toma café da manhã e vai para a escola, passa a maior parte da sua manhã fazendo tarefas e aprendendo conteúdos na sala de aula.

Tarde

Ela sai da escola 12:50, mas sua rotina muda aos dias. As segunda: ela vai pro cursinho de vestibular, vai para a academia e logo em seguida vai pra Fisk. Às terças faz cursinho e academia. Às quartas vai pro cursinho, academia e faz aula de teclado. Às quintas e sextas faz cursinho e academia. Sábado é o dia de descanso e célula e aos domingos ela frequenta a igreja de manhã.

Noite

Ela chega em casa, faz as atividades pendentes do cursinho e da escola, janta e vai dormir.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- um lugar para relaxar
- ambiente acolhedor
- Alimentos de Qualidade
- lugar para levar os amigos

Desafios

- rotina agitada
- alérgica a gatos
-
-

Reflexões

Dúvidas ou objeções

O café é bom, o preço é acessível? Vale a pena? Abre aos sábados? Tem horários flexíveis?

Aborrecimentos que devem ser evitados

Preço exorbitante, demora no atendimento, serviço de má qualidade.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Chegar e ser bem atendida, poder olhar o cardápio e conseguir consumir, ver um ambiente limpo e organizado, música calma, bom atendimento e comida excelente.



Ana Beatriz(Júlia)

20 anos, Administradora

Estado Civil: Solteiro

Renda Mensal (R\$): 2300,00

Escolaridade: Ensino Superior

Cidade: Ribeirao pires

Começou a trabalhar e foi morar sozinha, futuramente pretende adotar um gato para fazer companhia. Possui uma rotina exaustiva e estressante

"O esforço só é expresso em recompensa, quando a pessoa se nega a desistir"

Hábitos e comportamentos

Gosta de sair em seu tempo livre para conhecer lugares relaxantes, onde possa se desligar um pouco de sua rotina acelerada. Pesquisa sobre meditação e é cronicamente online nas redes sociais, consumindo diversos tipos de conteúdos sobre crescimento pessoal.

#esforçada
#introvertida
#curiosa

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

Manhã

Planeja o seus afazeres do dia se prepara para o trabalho

Tarde

Descansa no intervalo de seu trabalho

Noite

Procura desacelerar, fazer as tarefas de casa e consumir conteúdos da internet antes de dormir

Quem influencia

Avaliação de outros clientes



Redes sociais utilizadas



Especialistas



Colegas de trabalho



Amigos



Família



Mídia tradicional



Ganhos

- um lugar para conseguir relaxar
- experiências novas

Desafios

- falta de tempo
- falta de disposição

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Aborrecimentos que devem ser evitados

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Os valores são acessíveis?

Não deve ser um ambiente muito agitado e com barulhos

Um lugar de fácil acesso e tranquilo, atendimento rápido e simples, ambiente agradável onde possa espairecer a mente e se desligar de sua rotina acelerada.



Adriano (Gustavo H.)

31 anos, Administrador

Estado Civil: Casado

Escolaridade: Pós-Graduação

Renda Mensal (R\$): 5000,00

Cidade: Ribeirao Pires

Homem de 31 anos, recém casado, construindo a sua casa em um terreno próprio junto da esposa, amante de felinos, tem uma gata como animal de estimação, trabalha como administrador em uma empresa em Mauá, e que sente a necessidade de descansar urgentemente visto o tamanho de sua rotina e o pouco tempo para si mesmo.

""A luta de hoje, garante a vitória de amanhã""

Hábitos e comportamentos

Sempre tenta organizar seu tempo entre trabalho, família e Pessoal, mas sempre acaba deixando um consumir o tempo do outro.

Quando frustrado tenta ao máximo relaxar utilizando do pensamento de que todo o esforço será recompensado no final.

Muita das vezes quando chega em casa, o mesmo passa a maior parte do tempo junto de sua Gata e Esposa.

Tem o hábito de ouvir musicas calmas.

#Otimista

#Esforçado

#Determinado

#Cansado

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

De manhã cedo ele acorda e se prepara pegando roupa, mochila, pertences e coisas de seu serviço, toma um café quente junto de um pão na chapa enquanto corre para não perder o ônibus, após um tempo de transporte publico o mesmo chega na empresa e após arrumar sua mesa e se preparar para seu dia de trabalho. Após o termino das primeiras horas, sempre utiliza o pequeno tempo de descanso que tem para relaxar, tentando distrair sua mente do trabalho e afazeres usando a musicas calmas e relaxantes.

 Tarde

A tarde após seu horário de almoço, o mesmo vou com tudo para seu trabalho, mantendo o desempenho e a eficiência até o fim do expediente, aonde ele se arruma e vai para casa.

 Noite

De noite ao chegar em casa o mesmo aproveita para tomar um banho e revisa os afazeres do dia seguinte, para manter pelo menos tudo organizado para que seja mais simples resolver as tarefas de amanhã, após isso ele passa o resto do tempo que lhe resta para ficar junto de sua esposa e de seu animal de estimação, até chegar o horário aonde ele se deita preparado para fazer tudo de novo no dia seguinte.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Ter um ambiente para poder relaxar.
- Local para ter mais contatos com gatos.
- Musicas calmas e ambiente limpo, longe de estresse
- Espaço saudável para trazer a família.
- Comida boa e de qualidade para consumir.

Desafios

- Ele gostaria de evita impressões negativas.
- Ter um atendimento rápido para não o atrapalhar.
-
-
-

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Ele sempre tem duvida se o estabelecimento conseguirá ajudar ele com o pouco tempo que o mesmo tem. Sempre questiona se o mesmo conseguirá relaxar nesse pouco tempo.

Aborrecimentos que devem ser evitados

Nunca devemos fazer ele esperar muito. Nunca devemos estragar o pouco tempo dele.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Conseguir chegar no lugar e poder pegar um bom assento e aproveitar de verdade a experiência do espaço, podendo aproveitar ao máximo tudo que o ambiente oferece seja comida, bebida, musica e animais para assim poder renovar suas energias e conseguir continuar com sua rotina.



Leandro (Felipe Miyazaki)

32 anos, Médico

Estado Civil: Casado

Renda Mensal (R\$): 9350,00

Escolaridade: Doutorado

Cidade: Ribeirao Pires

Leandro mora com sua esposa e filha, gosta de filmes e séries, sai com sua família todos os sábados para lugares novos.

""Família é tudo""

Hábitos e comportamentos

Leandro se alimenta bem, busca sempre se vestir bem, gosta muito de café, gosta de ir em lugares novos, prioriza a família.

#extrovertido, racional, dedicado

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

Manhã

Acorda 5:30 da manhã para preparar o café para sua esposa e sua filha, após o café ele se arruma para o trabalho e leva sua filha para a escola.

Tarde

No horário de almoço Leandro vai para o restaurante ao lado do seu trabalho e almoça no restaurante ao lado do seu trabalho

Noite

Ele sai do seu trabalho às 18:30 e vai para a academia por 1 hora, após academia ele volta para sua casa toma um banho e fica com sua família

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Momentos com sua família
- Novo lugar para se frequentar
- Possível adoção de um Pet

Desafios

- Possível alergia de algum familiar
-
-

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Aborrecimentos que devem ser evitados

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Será que é divertido?
Minha família ira gostar?

Não ter lugares para se acomodarem, demorar no atendimento, abusar de igrêdientes calóricos

Aproveitar o máximo do café se divertir com os gatos e ter o melhor atendimento e experiência gastronômica.



Heloísa Oliveira Pezza

15 anos, estudante

Estado Civil: Solteiro

Renda Mensal (R\$): 100,00

Escolaridade: Ensino Médio

Cidade: Maua

Nasceu em São Bernardo do Campo, mora em Mauá com os pais, filha única, é uma pessoa alegre, carismática, bem extrovertida, gosta de animais, ama capuccino e comidas variadas, esta aberta a novas experiencias.

"O que Deus risca, ninguém rabisca."

Hábitos e comportamentos

É uma garota que ajuda muito as pessoas quando necessário, bem prestativa, gosta de conversar, conhecer pessoas novas e ambientes diferentes, é bem proativa nas áreas da vida dela, sua rotina se baseia na sua escola que demanda muito de seu tempo.

#Extrovertida
#Carismática
#Alegre
#Empatica
#Proativa

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

Acorda as 5:30 da manhã, se arruma, toma café e as 6:40 vai para a escola. Sua manhã se resume na escola.

 Tarde

Sai 12:50 da escola, chega em casa as 2 da tarde, ela arruma a casa, depois ela faz as atividades da escola, as 5-6 horas ela vai para a academia. No entanto, as segundas as 6 horas ela vai para o Rotary clube.

 Noite

Depois da academia ela chega em casa, toma banho, janta e vai dormir.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Ganha lazer
- Momento de distração
- Interação com os amigos
- Oportunidade de conhecer novas pessoas e locais
- Experiencia gastronômica.

Desafios

- Localização
- Condição financeira
-
-
-

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Abre aos domingos? Tem um preço acessível? É um ambiente receptível?

Aborrecimentos que devem ser evitados

Deixar o ambiente sujo, ambiente pesado, atraso no atendimento, músicas que não combinam com o ambiente

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Chegar lá, entrar, poder ver o ambiente bem limpo e organizado, ser bem recebida, olhar o cardápio e ver opções variadas e com preços acessíveis, a comida seria ideal e saborosa, seria um ambiente acolhedor relaxante de se estar, assim aproveitaria o café com prazer.



Erik Fabricio de Souza

17 anos, estudante

Estado Civil: Solteiro

Escolaridade: Ensino Médio

Renda Mensal (R\$): 200,00

Cidade: Maua

Mora em Mauá com os pais, tem um irmão mais novo, ele é uma pessoa meio introvertida, gosta de animais, gosta de esportes, gosta de café e comidas variadas.

"A generosidade é a chave de tudo"

Hábitos e comportamentos

Pratica esportes, lê livros, gosta de passear, gosta de comer, vivenciar novas experiências, conhecer novas pessoas

#Corajoso
#Legal
#Introvertido
#Proativo

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

De manhã ele toma remédios, ele toma banho e se arruma, faz café e vai pra escola. Sua rotina se baseia na escola.

 Tarde

Ele vai pra casa, faz exercícios e no final faz alguma tarefa de casa e tira um descanso.

 Noite

Ele acorda, janta, faz uns trabalhos da escola caso tenha e adormece novamente.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- pode vivenciar um novo local
- experimentar alimentos sem glúten
- estar em um lugar tranquilo
- se livrar do estresse

Desafios

- ele possuir muitos compromissos
- depender muito da localização do café
-
-

Reflexões

Dúvidas ou objeções

sobre o cardápio, o preço, o lugar, se tem transporte público perto, as variedades de opções sem glúten (doce, salgado e etc) e quantos gatos estariam no ambiente?

Aborrecimentos que devem ser evitados

Falta de respeito, como por exemplo discriminar: pela roupa, pele, cabelo e etc

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Ser recebido com a maior atenção possível e educação já na recepção, com um empregado atento apenas nas minhas necessidades e desejos

Jornada do Cliente

Persona do Negócio



Beatriz Caldeira Masuchette

18 anos, Estudante

É uma mulher de personalidade forte, corajosa, carismática, sorridente que ama gatinhos e que gosta de aventuras novas e compartilhar com seus amigos, é alguém estudiosa e muito diligente com seus estudos e que gosta de tomar um bom café.

Ganhos

um lugar para relaxar

ambiente acolhedor

Alimentos de Qualidade



lugar para levar os amigos

Desafios

rotina agitada

alérgica a gatos

Antes



	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Compreender as necessidades e expectativas da Bia	Pesquisa em redes sociais e sites sobre cafeterias aconchegantes e com autoatendimento. Busca opções sem lactose e locais bem ventilados para evitar alergias.	Redes sociais da cafeteria (Instagram, TikTok, Facebook) Indicação de amigos e influenciadores	 Neutro	Criar conteúdo nas redes sociais destacando autoatendimento, espaço aconchegante e cardápio inclusivo. Implementar um tour virtual ou postagens mostrando a ventilação do ambiente. Parcerias com influenciadores para divulgar a cafeteria como um local seguro para alérgicos. Incluir selos e descrições detalhadas no menu online para facilitar a escolha de alimentos.
Consideração	Ver se atende as necessidades e se vale a pena visitá-la.	Compara avaliações e comentários sobre a cafeteria. Analisa fotos do ambiente e cardápio. Verifica acessibilidade, autoatendimento e opções sem lactose.	Avaliações no Google e redes sociais, comentários de clientes, dúvidas e feedbacks	 Satisfeito	Manter avaliações positivas e responder dúvidas rapidamente. Publicar vídeos e posts destacando diferenciais como autoatendimento e opções sem lactose. Criar um FAQ no site e redes sociais sobre alergias e ambiente ventilado. Incluir um chatbot para esclarecer dúvidas sobre o cardápio e estrutura.

Antes

Decisão


Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Tomar a decisão final sobre visitar a Aromas e Patinhas.	Verifica localização, horário e facilidade de acesso. Confirma se há opções adequadas para sua alimentação e alergia. Decide se a cafeteria atende às suas expectativas.	Atendimento via WhatsApp ou redes sociais, Site oficial e Google Maps, avaliações de clientes	 Entusiasmado	Criar posts destacando diferenciais como ventilação e menu inclusivo. Garantir informações atualizadas no Google e redes sociais. Oferecer um desconto ou brinde na primeira visita. Responder dúvidas rapidamente e com atenção para reforçar confiança.

Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Garantir uma experiência de compra rápida e prática	Realiza pedido via autoatendimento ou balcão. Escolhe forma de pagamento. Aguarda confirmação e tempo de preparo.	QR Code nas mesas, atendimento no balcão e aplicativo da cafeteria, pagamento digital	 Satisfeito	Interface simples e intuitiva no autoatendimento. Diversidade de formas de pagamento, incluindo contactless. Comunicação clara sobre tempo de preparo. Atendimento eficiente para resolver dúvidas ou problemas técnicos.
Entrega	Garantir que o pedido seja entregue com qual, t. e correto.	Acompanha o status do pedido. Retira no balcão ou recebe na mesa. Verifica se está correto e dentro das expectativas.	Funcionários no balcão ou serviço de mesa, possibilidade de feedback imediato, informações do pedido	 Entusiasmado	Sistema de aviso sobre status do pedido (painel digital ou notificação no app). Treinamento da equipe para garantir agilidade e cordialidade. Check duplo na montagem do pedido para evitar erros. Embalagens bem identificadas e organizadas para pedidos para viagem. Opção de feedback rápido no autoatendimento ou QR Code.

Durante

Uso

Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Garantir que a experiência atenda as expectativas	Degusta o pedido e avalia sabor e qualidade. Usa o espaço para estudar ou relaxar. Pode interagir com redes sociais, compartilhar fotos e dar feedback.	Qualidade e apresentação dos produtos, Experiência sensorial (aroma, música ambiente, temperatura)	 Entusiasmado	Espaço bem ventilado e sinalizado para alérgicos. Wi-Fi rápido, tomadas acessíveis e ambiente aconchegante para estudo. Apresentação impecável dos produtos para incentivar fotos e compartilhamentos. Música ambiente agradável e espaços bem organizados para evitar poluição sonora. Interação digital: QR Code para avaliação e incentivo ao check-in nas redes sociais.

Depois

Avaliação

Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Refletir sobre a experiência vivida e compartilhar sua opi.	Avalia a experiência nas redes sociais ou Google. Compartilha fotos e recomenda (ou não) a cafeteria para amigos. Dá sugestões ou elogios.	Redes sociais, Questionários de satisfação via QR Code ou e-mail	 Satisfeito	Solicitar feedback de forma simpática via QR Code nas mesas ou na nota fiscal. Repostar elogios e fotos nas redes sociais para fortalecer o vínculo com o cliente. Responder avaliações (positivas e negativas) com atenção e cordialidade. Criar um programa de fidelidade para incentivar novas visitas. Enviar agradecimentos personalizados após a visita (via app ou e-mail, se cadastrado).

Depois

Suporte, troca e devolução

Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Resolver possíveis problemas com pedidos ou atendimento	Relata problema com o pedido (ex: alergia, erro no item, produto insatisfatório). Solicita troca, reembolso ou suporte via canais da cafeteria.	Atendimento via online, Funcionários no local, QR Code com acesso ao canal de atendimento	 Insatisfeito	Treinar a equipe para lidar com situações delicadas de forma empática e resolutiva. Oferecer canais de atendimento rápidos e acessíveis. Garantir política clara de trocas e devoluções (ex: erro em pedido ou reação alérgica). Oferecer um mimo ou desconto em uma próxima visita como forma de retratação. Acompanhar o caso até a resolução completa para mostrar comprometimento.

Depois

Lealdade e advocacia

Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Transformar a Bia em uma cliente fiel e promotora da marca	Volta à cafeteria com frequência. Indica para amigos. Compartilha experiências nas redes sociais. Participa de programas de fidelidade ou eventos.	Programa de fidelidade (app ou cartão digital), Redes sociais, Eventos exclusivos etc.	 Entusiasmado	Criar um clube de fidelidade com recompensas e benefícios exclusivos. Incentivar a participação em eventos especiais (como workshops e ações com ONGs). Repostar conteúdos feitos por clientes e agradecer publicamente. Enviar mimos personalizados em datas especiais (ex: café grátis no aniversário). Estimular avaliações e indicações com recompensas simbólicas ou cupons.

Persona do Negócio



Heloísa Oliveira Pezza

15 anos, estudante

Nasceu em São Bernardo do Campo, mora em Mauá com os pais, filha única, é uma pessoa alegre, carismática, bem extrovertida, gosta de animais, ama capuccino e comidas variadas, esta aberta a novas experiências.

Ganhos

Ganha lazer

Momento de distração

Interação com os amigos

Oportunidade de conhecer novas pessoas e locais




Experiencia gastronômica.

Desafios



Localização

Condição financeira


Antes

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Conhecer a cafeteria e se encantar com o estilo e proposta.	Assiste vídeos no TikTok, rola o feed do Instagram, troca indicações com os amigos.	TikTok, Reels do Instagram Stories de influenciadores locais Conteúdo gerado por outros clientes	 Entusiasmado	<p>Criar vídeos com música tendência e estética instagramável.</p> <p>Mostrar ambientes, drinks coloridos e sobremesas criativas.</p> <p>Usar legendas divertidas e hashtags virais.</p>
Consideração	Avaliar se vale a pena ir com os amigos e quanto vai gastar.	Vê avaliações, comentários, confere os preços e cardápio no Insta ou site.	Bio do Instagram com link para o cardápio Avaliações nos comentários e stories de clientes	 Satisfeito	<p>Exibir os preços acessíveis de forma clara.</p> <p>Mostrar combos divertidos para compartilhar com amigos.</p> <p>Fazer reels mostrando “rolês completos” gastando pouco.</p>
Decisão	Decidir visitar a cafeteria com os amigos.	Combina o dia com os amigos, salva a localização e monta um “roteiro” pro rolê.	Localização no Instagram e Google Maps Respostas rápidas via DM Destaques com horários, endereço	 Entusiasmado	<p>Deixar todas as infos acessíveis nos destaques e bio.</p> <p>Ter uma estética visual que combine com o público teen.</p> <p>Criar filtros e figurinhas para stories no Instagram.</p>




Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Fazer o pedido de forma simples e divertida.	Explora o cardápio, escolhe os doces e bebidas mais "instagramáveis" e finaliza o pedido com os amigos.	cardápio por QR Code, Caixa e funcionários no local	 Entusiasmado	Interface de autoatendimento com imagens atrativas dos produtos. Nomes criativos nos itens do cardápio. Combos temáticos ou personalizados para grupos de amigos. Oferecer pagamento via Pix, cartão ou carteira digital.
Entrega	Receber o pedido com boa apresentação e no tempo esperado.	Espera o pedido com o celular na mão, pronta para tirar fotos e fazer stories.	Nome chamado no painel ou notificação do pedido Funcionário que entrega Apresentação do produto	 Satisfeito	Embalagens personalizadas e "instagramáveis". Apresentação caprichada e criativa dos produtos. Colocar frases divertidas nas bandejas ou copos. Criar um "momento ideal para foto" com fundo bonito perto do balcão.

Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Uso	Aproveitar o ambiente, os produtos e registrar tudo	Tira fotos com os amigos, posta nos stories, conversa, ri e prova os produtos.	Decoração e ambientação da cafeteria Wi-Fi gratuito Espaços planejados para fotos	 Entusiasmado	Criar cantinhos "instagramáveis" com neon, frases ou murais criativos. Disponibilizar figurinhas e filtros para Instagram. Música ambiente jovem e vibe divertida. Wi-Fi gratuito com acesso fácil para facilitar postagens.

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Compartilhar a experiência e avaliar se voltaria.	Posta stories e vídeos no Instagram/TikTok, comenta com os amigos, marca o perfil da cafeteria.	Redes sociais da Aromas e Patinhas Comentários e mensagens diretas Avaliações no Google e Instagram	 Entusiasmado	Repostar os stories dos clientes com destaque. Criar um quadro fixo com os melhores posts da semana. Incentivar feedbacks com cupons para a próxima visita. Manter engajamento pós-visita nas redes.
Suporte, troca e devolução	Resolver possíveis problemas com agilidade e simpatia.	Entra em contato por DM ou WhatsApp caso haja erro no pedido ou atendimento ruim.	Instagram Direct WhatsApp comercial Atendimento presencial	 Neutro	Responder rapidamente com empatia e soluções claras. Oferecer brindes ou descontos em casos de falhas. Ter uma linguagem jovem e acessível no atendimento.
Lealdade e advocacia	Voltar com frequência e recomendar para outros jovens.	Salva o local como favorito, marca os amigos para irem juntos e volta para experimentar novos produtos.	Redes sociais Programa de fidelidade Promoções exclusivas	 Entusiasmado	Criar um clube jovem de fidelidade com recompensas. Realizar eventos temáticos, tipo "rolê dos teens" ou "sexta do cappuccino + selfie". Envolver o público em votações para novos sabores ou decorações.

Persona do Negócio



Erik Fabricio de Souza

17 anos, estudante

Mora em Mauá com os pais, tem um irmão mais novo, ele é uma pessoa meio introvertida, gosta de animais, gosta de esportes, gosta de café e comidas variadas.




Ganhos

- pode vivenciar um novo local
- experimentar alimentos sem glúten
- estar em um lugar tranquilo
- se livrar do estresse




Desafios

- ele possui muitos compromissos
- depende muito da localização do café




Antes

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Encontrar um lugar tranquilo, acessível e com opções para su	Pesquisa cafeterias na internet e redes sociais que tenham cardápio sem glúten e ambiente calmo.	Site da cafeteria Instagram com destaque sobre cardápio Google Meu Negócio	 Neutro	Divulgar claramente opções sem glúten e outras adaptações no cardápio. Mostrar o ambiente em fotos e vídeos, destacando tranquilidade e organização. Usar linguagem acolhedora, sem exageros ou apelos excessivos.
Consideração	Avaliar se o espaço é adequado para uma experiência calma	Lê avaliações, analisa o cardápio e procura sinais de respeito às individualidades.	Avaliações no Google Comentários nas redes sociais Destques do Instagram sobre acessibilidade etc	 Satisfeito	Incentivar avaliações positivas que mencionem o clima calmo e respeito no atendimento. Mostrar a experiência de outros clientes com restrições. Garantir que todas as informações importantes estejam acessíveis e objetivas.
Decisão	Escolher ir até o local, sentindo-se seguro e acolhido.	Verifica localização, acessibilidade e se há risco de frustração com o cardápio.	Site e redes sociais com informações práticas Respostas a dúvidas nos comentários ou DMs	 Satisfeito	Deixar claro que há respeito às preferências e privacidade dos clientes. Incluir no site e redes um menu com filtros de restrição alimentar. Oferecer atendimento atencioso, mas discreto, para quem não quer interação intensa.

Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Fazer o pedido de forma tranquila, sem pressão ou exposição.	Lê o cardápio com calma, faz o pedido com discrição e prefere formas de pagamento rápidas e diretas.	Autoatendimento via QR Code Atendimento no balcão (se necessário) Formas de pagamento: cartão, etc	 Satisfeito	Oferecer autoatendimento eficiente para quem não gosta de muita interação. Incluir filtros no cardápio digital para destacar opções sem glúten. Treinar atendentes para respeitar o tempo e espaço do cliente.
Entrega	Receber o pedido com clareza e cuidado	Aguarda de forma discreta, observa o ambiente e confere se o pedido veio corretamente.	Entrega no balcão ou mesa Nome no pedido (se necessário) Comunicação visual clara no pedido	 Satisfeito	Garantir que os pedidos venham identificados corretamente. Ter um processo silencioso e organizado na entrega. Evitar chamar nomes em voz alta – pode usar sinalizadores de mesa ou sistema digital.
Uso	Aproveitar o momento com conforto, paz e discrição.	Consome o pedido, observa o local, lê algo ou usa o celular, sem grandes interações.	Ambiente físico (mobiliário, iluminação, som ambiente) Conforto do assento e disposição do espaço	 Satisfeito	Criar espaços mais reservados para quem deseja ficar mais “na sua”. Controlar o volume da música e sons gerais do ambiente. Disponibilizar wi-fi, tomadas e espaços confortáveis para leitura ou relaxamento.

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Refletir sobre a experiência vivida e avaliar se valeu a pena	Pensa se foi bem atendido, se o ambiente era confortável e se o cardápio atendeu suas restrições.	WhatsApp com pesquisa de satisfação (opcional e discreta) Google Avaliações Comentários nas redes	 Satisfeito	Enviar um convite para avaliação de forma opcional e respeitosa. Oferecer um espaço anônimo de feedback no site ou no cardápio digital. Mostrar que opiniões são ouvidas e aplicadas, gerando confiança.
Suporte, troca e devolução	Resolver algum possível problema de forma simples/respeito	Se teve algum problema, pode entrar em contato de forma discreta para relatar (caso se sinta seguro).	WhatsApp Chat no site Atendimento direto nas redes sociais (DMs)	 Satisfeito	Ter canais de atendimento empáticos e discretos. Garantir respostas rápidas e soluções claras, sem burocracia. Agradecer o feedback, mesmo negativo, de forma acolhedora e sem exposição.
Lealdade e advocacia	Voltar ao local e recomendá-lo para pessoas próximas	Volta ao local se a experiência for consistente. Indica pessoalmente para amigos com interesses similares.	Programa de fidelidade simples e não invasivo Ofertas ou convites por WhatsApp ou e-mail	 Satisfeito	Criar um programa de fidelidade baseado na frequência, sem necessidade de expor o cliente. Enviar sugestões de produtos com base no que ele já consumiu (de forma sutil). Promover o espaço como refúgio tranquilo, ideal para quem quer fugir da agitação.

Persona do Negócio



Ana Beatriz(Júlia)

20 anos, Administradora

Começou a trabalhar e foi morar sozinha, futuramente pretende adotar um gato para fazer companhia. Possui uma rotina exaustiva e estressante

Ganhos

um lugar para conseguir relaxar




experiências novas

Desafios




falta de tempo

falta de disposição



Antes

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Procura um lugar de valor acessível e calmo	Pesquisa por lugares através das redes sociais e experiência de amigos	Redes sociais da cafeteria (instagram, tiktok e Facebook)	 Neutro	Produzir mais conteúdos nas redes sociais para chegar a mais clientes que procurem pelo tipo de ambiente que oferecemos
Consideração	Ver se algo atende suas necessidades	Compara diversos lugares e avaliações	Vê feedback disponíveis	 Neutro	Mostrar diferencial em comparação com outras cafeterias
Decisão	Toma a decisão final de visitar a cafeteria	Verifica localização, horário de funcionamento e valores	Atendimento via redes sociais disponíveis	 Satisfeito	Ser o mais acessível possível e claro ao passar

Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Compra e pagamento de forma facilitada e rápida	Verifica o cardápio a partir do qr code das mesas ou no balcão com os funcionários e realiza o pagamento no balcão	Funcionários no local	 Satisfeito	Varias formas de realizar o pagamento
Entrega	Analisa os produtos que chegam até ela	Atendimento rápido e boa entrega de produtos	Funcionários	 Satisfeito	Priorizar o tempo e boa qualidade de produto sempre
Uso	Bom sabor e valor	Analisar se bate com os feedbacks que viu e dar o próprio	Funcionários no local	 Entusiasmado	Buscar atisfazer o cliente com o sabor oferecido, valores e ambiente

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Conferir a experiência	Encontrou um lugar calmo, prático e facilitado para poder apaziguar as idéias em seus momento de descanso	Redes sociais para dar o próprio feedback para outros futuros clientes	 Entusiasmado	Buscar ter um diálogo claro com o clientes para buscar sempre melhoras
Suporte, troca e devolução	Buscar contato para dar feedback	Entra em contato com o suporte para ser ouvida	Redes sociais ou indo na loja presencialmente	 Satisfeito	Sempre fornecer melhor suporte para quaisquer duvidas ou comentários sobre experiência.
Lealdade e advocacia	Continuar frequentando o lugar	Começa a falar da cafeteria para conhecidos e posta feedbacks sobre nas redes sociais	Programa de fidelidade e redes sociais	 Entusiasmado	Oferecer coisas que nos diferencie dos demais estabelecimentos e agradar os clientes para se tornarem frequentes

Persona do Negócio



Adriano (Gustavo H.)

31 anos, Administrador

Homem de 31 anos, recém casado, construindo a sua casa em um terreno próprio junto da esposa, amante de felinos, tem uma gata como animal de estimação, trabalha como administrador em uma empresa em Mauá, e que sente a necessidade de descansar urgentemente visto o tamanho de sua rotina e o pouco tempo para si mesmo.

Ganhos

Ter um ambiente para poder relaxar.

Local para ter mais contatos com gatos.

Musicas calmas e ambiente limpo, longe de estresse

Espaço saudável para trazer a família.




Comida boa e de qualidade para consumir.

Desafios




Ele gostaria de evita impressões negativas.

Ter um atendimento rápido para não o atrapalhar.

Antes					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Achar um ambiente agradável para relaxar	Procura através de redes sociais e outros meios para encontrar aquilo que procura	Redes sociais e boca boca	 Insatisfeito	Explorar novos meios de comunicação para possíveis novos clientes por meio de divulgação
Consideração	Analisa o estabelecimento	Observa através de fotos, feedback, localização e outros fatores para decidir se vale a pena	Vê a avaliação das pessoas online	 Neutro	detalhar mais sobre estabelecimento para que as pessoas tenham mais informações para tirar suas conclusões sobre a cafeteria
Decisão	Toma a decisão de ir até o estabelecimento	Vê sua agenda e decide uma data e horário para ir até o local	redes sociais	 Satisfeito	Manter claro informações sobre funcionamento.

Durante					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Comprar e Pagar	Vê as formas de pagamento junto do cardápio do local	Funcionários e gerentes	 Entusiasmado	Diversas formas de pagamento, outros tipos de cardápios para diferentes condições (tipo Braille etc.)
Entrega	Analisar a comida	Após pedir a comida o mesmo escolheu um lugar para sentar e esperou até a comida chegar	Funcionários e gerentes	 Entusiasmado	Ter o melhor atendimento possível
Uso	Comer	Percebe a qualidade da comida e vê que as avaliações realmente eram verdadeiras	Funcionários no local	 Entusiasmado	Sempre preparar da melhor maneira a comida.

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Analisar tudo que passou	Conseguiu achar aquilo que procurava, pode finalmente tirar um tempo para si e descansar enquanto aproveitou uma boa comida em um bom ambiente	Redes Sociais, pessoas, propagandas	 Entusiasmado	Sempre atender as expectativas dos clientes
Suporte, troca e devolução	Falar com o estabelecimento	Conversar com os gerentes para passar feedback	Redes sociais e pessoas	 Entusiasmado	ter uma resolução de problemas de forma clara e objetiva.
Lealdade e advocacia	Visitar o local	Virou um cliente do estabelecimento, indo no mesmo frequentemente.	Redes Sociais e pessoas	 Entusiasmado	ter uma boa relação com o cliente.

Persona do Negócio



Leandro (Felipe Miyazaki)

32 anos, Médico




Leandro mora com sua esposa e filha, gosta de filmes e séries, sai com sua família todos os sábados para lugares novos.

Ganhos




Momentos com sua família
Novo lugar para se frequentar
Possível adoção de um Pet

Desafios




Possível alergia de algum familiar

Antes					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Cobrir as suas necessidades e expectativas	Pesquisa nas redes sociais lugares aconchegantes e confortáveis para sua família	Redes sociais (facebook, instagram, whatsapp) indicações.	 Neutro	Manter o local o mais aconchegante possível, guias para auxiliar a visita de famílias, com entreterimentos, aumentar as informações do local para possíveis alérgicos e manter os alimentos na melhor qualidade possível.
Consideração	Avaliar se suas necessidades foram atendidas.	Pesquisa sobre o ambiente e avalia se sua família ira achar o ambiente agradável e aconchegante e também verificar sobre a acessibilidade e atendimento do estabelecimento.	Avaliações por redes sociais, feedback e comentários de outros visitante.	 Satisfeito	Manter suas avaliações positivas e responder as dúvidas, publicar sobre o local destacando o diferencial da empresa e incluir um chatbot para uma maior velocidade de resposta para qualquer dúvida.
Decisão	Tomar uma sobre visitar o estabelecimento	Verificação da sua agenda para uma possível visita em família, confirmar se se há opções viáveis para a sua alimentação e possíveis alergias.	Atendimento via whatsapp, facebook, etc.	 Entusiasmado	Garantir sempre as informações atualizadas nas redes sociais e oferecer um brinde como primeira visita, responder as dúvidas e alcançar a confiança do cliente.

Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Garantir uma experiência de compra rápida e prática	Realiza seu pedido com o autoatendimento ou um garçom, escolher sua forma de pagamento e aguardar o preparo	QR CODE nas mesas ou cardápio, atendimento com garçons e pagamento da preferência do cliente.	 Satisfeito	Interface simples e intuitiva no autoatendimento, diversidade de formas de pagamento, comunicação clara sobre o tempo de preparo do pedido.
Entrega	Garantir que o pedido foi entregue no prazo e correto.	Acompanha o progresso do pedido, o pedido será entregue na mesa.	Garçons que ficam no salão, no balcão, possibilidade de feedback no local.	 Entusiasmado	Painel digital que mostra o preparo do pedido, treinamento da equipe para maior velocidade dos pedidos, embalagens destacadas para evitar erros e qrcodes para avaliação do atendimento
Uso	Garantir que sua experiência atenda suas expectativas	Avalia seu pedido, sabor e qualidade. Usa o espaço para aproveitar com sua família.	Qualidade e apresentação dos produtos.	 Entusiasmado	Espaço ventilado e aconchegante para sua família, apresentação caprichada dos pratos, avaliação pelo QRCODE na mesa.

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Avaliar sua visita e compartilhar sua opinião	Avalia sua experiência nas redes sociais, compartilha fotos e recomenda sua experiência com amigos.	Redes sociais, QRCODES nas mesas ou email	 Satisfeito	Solicitar o feedback via QRCODE, repostar os elogios nas redes sociais para fortalecer o vínculo com o cliente, criar um programa fidelidade para o incentivo de novos clientes.
Suporte, troca e devolução	Resolver possíveis problemas com pedidos ou atendimento.	Relatar problemas com seu pedido, solicitar a troca, reembolso ou suporte para funcionários da cafeteria	Atendimento online, funcionários, QRCODES com o acesso a canais de comunicação	 Insatisfeito	Treinar a equipe para lidar com situações delicadas de forma organizada, garantir a política clara de trocas e devoluções, oferecer um desconto pelo erro e uma cortesia.
Lealdade e advocacia	Garantir um vínculo com Leandro e sua família	Volta de sua família à cafeteria frequentemente, compartilhar sua experiência nas redes sociais.	Programa de fidelidade, eventos etc.	 Entusiasmado	Criar um grupo de fidelidade com recompensas e benefícios, participação de eventos especiais, repostar os conteúdos dos clientes e agradecer-los. Estimular avaliações positivas com recompensas.

Proposta de Valor

Persona do Negócio



Beatriz Caldeira Masuchette

18 anos, Estudante

É uma mulher de personalidade forte, corajosa, carismática, sorridente que ama gatinhos e que gosta de aventuras novas e compartilhar com seus amigos, é alguém estudiosa e muito diligente com seus estudos e que gosta de tomar um bom café.

Ganhos

um lugar para relaxar
ambiente acolhedor
Alimentos de Qualidade
lugar para levar os amigos

Desafios

rotina agitada
alérgica a gatos

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Conforto e conveniência
- Variedade
- Simplicidade
- Segurança
- Design e Estética

Benefícios Emocionais

- Bem-estar
- Indulgência e Merecimento
- Realização Pessoal

Benefícios Sociais

- Diversão e Entretenimento
- Exclusividade
- Personalização

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Conforto e conveniência

Entregue por meio de um ambiente acolhedor

Variedade

Oferecida através de um cardápio inclusivo

Simplicidade

Disponibilizada com atendimento intuitivo

Segurança

Garantida por normas de higiene rigorosas

Design e Estética

Aplicada em uma decoração instagramável com tons acolhedores

Diversão e Entretenimento

Proporcionada por eventos interativos

Exclusividade

produtos únicos como pelúcias terapêuticas

Personalização

sugestões personalizadas no sistema digital

Bem-estar

Formas de Entrega dos Valores à Pessoa

ambiente calmo com aromas relaxantes

Formas de Entrega dos Valores à Pessoa

sobremesas artesanais

Realização Pessoal

sensação de contribuir com causas sociais

Entregas Essenciais

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Aromas e Patinhas

Ajuda

Jovens (18-24 anos), Adultos (25-50 anos)

Que desejam

Conforto e conveniência, Variedade, Simplicidade, Segurança, Design e Estética, Diversão e Entretenimento, Exclusividade, Personalização, Bem-estar, Indulgência e Merecimento, Realização Pessoal

Por meio de

Uma cafeteria pet-friendly que promove a interação com gatos resgatados, oferece gastronomia inclusiva (vegana e sem lactose), pelúcias terapêuticas, eventos temáticos e experiências sensoriais.

Diferentemente

De cafeterias tradicionais ou meramente pet-friendly, nós integramos ações sociais, inclusão sensorial e apoio à saúde mental.

Os nossos produtos ou serviços

Tem integração com ONGs para adoção de gatos, espaço acessível e terapêutico, cardápio inclusivo, autoatendimento via QR Code, workshops, clube de assinatura, produtos exclusivos como pelúcias e kits de autocuidado.

Persona do Negócio



Leandro (Felipe Miyazaki)

32 anos, Médico

Leandro mora com sua esposa e filha, gosta de filmes e séries, sai com sua família todos os sábados para lugares novos.

Ganhos

Momentos com sua família
Novo lugar para se frequentar
Possível adoção de um Pet

Desafios

Possível alergia de algum familiar

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Variedade
- Rapidez
- Segurança
- Sustentabilidade
- Simplicidade

Benefícios Emocionais

- Bem-estar
- Empoderamento
- Indulgência e Merecimento

Benefícios Sociais

- Diversão e Entretenimento
- Comunidade e Pertencimento
- Exclusividade
- Ativismo

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Variedade

meio de cardápio criativo e inclusivo

Rapidez

Oferecida com autoatendimento via QR Code

Segurança

Garantida por protocolos de higiene

Sustentabilidade

por meio de embalagens ecológicas

Simplicidade

Proporcionada por um sistema digital intuitivo

Diversão e Entretenimento

Oferecida com eventos interativos

Comunidade e Pertencimento

Criada com programas de fidelidade

Exclusividade

por meio de produtos únicos como kits temáticos

Ativismo

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Expressado com campanhas de conscientização

Formas de Entrega dos Valores à Pessoa

Oferecido através de um ambiente acolhedor

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Estimulado ao permitir que o cliente escolha produtos

Indulgência e Merecimento

Proporcionado com sobremesas artesanais

Entregas Essenciais

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Aromas e Patinhas

Ajuda

Adultos (25-50 anos)

Que desejam

Variedade, Rapidez, Segurança, Sustentabilidade, Simplicidade, Diversão e Entretenimento, Comunidade e Pertencimento, Exclusividade, Ativismo, Bem-estar, Empoderamento, Indulgência e Merecimento

Por meio de

Uma cafeteria pet-friendly que oferece gastronomia inclusiva, autoatendimento digital, produtos sustentáveis e experiências sensoriais com foco em bem-estar, causas sociais e interação com gatos resgatados.

Diferentemente

De cafeterias tradicionais que não promovem engajamento social, sustentabilidade, nem proporcionam experiências personalizadas e afetivas.

Os nossos produtos ou serviços

Ambiente acolhedor e acessível, cardápio diversificado com opções veganas e sem lactose, eventos temáticos, clube de assinatura, produtos exclusivos (como pelúcias terapêuticas), ações de ativismo, e parceria com ONGs para adoção de animais.

Persona do Negócio



Ana Beatriz(Júlia)

20 anos, Administradora

Começou a trabalhar e foi morar sozinha, futuramente pretende adotar um gato para fazer companhia. Possui uma rotina exaustiva e estressante

Ganhos

um lugar para conseguir relaxar
experiências novas

Desafios

falta de tempo
falta de disposição

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Aprendizado e autodesenvolvimento
- Conforto e conveniência
- Economia de dinheiro
- Esforço reduzido
- Rapidez

Benefícios Emocionais

- Bem-estar
- Indulgência e Merecimento

Benefícios Sociais

- Ativismo
- Diversão e Entretenimento
- Exclusividade

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Aprendizado e autodesenvolvimento

com um ambiente propicio para lazer e acolhedor

Conforto e conveniência

diferencial com gatos e lugar de facil acesso

Economia de dinheiro

buscamos atender a todos os publicos

Esforço reduzido

a compra e entrega são facilitados, por atendentes e painel

Rapidez

buscamos realizar atender as vontades com agilidade

Ativismo

incentivamos a adoção de animais, promovemos feiras para iss

Diversão e Entretenimento

ambiente descontraido, diferencial com gatos docéis

Exclusividade

diferencial que proporciona experiencia com animais

Bem-estar

Formas de Entrega dos Valores à Persona

sendo um lugar calmo e acolhedor

Indulgência e Merecimento

o cliente se mima com a boa experiência, culinária e produto

Entregas Essenciais

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Aromas e Patinhas

Ajuda

Que desejam

Aprendizado e autodesenvolvimento, Conforto e conveniência, Economia de dinheiro, Esforço reduzido, Rapidez, Ativismo, Diversão e Entretenimento, Exclusividade, Bem-estar, Indulgência e Merecimento

Por meio de

ambiente acolhedor, boa culinaria, experiencia unica com gatos e produtos com aromas calmantes

Diferentemente

Concorrência

Os nossos produtos ou serviços

cafeteria pet-friendly que tambem promove adoção de gatos

Persona do Negócio



Adriano (Gustavo H.)

31 anos, Administrador

Homem de 31 anos, recém casado, construindo a sua casa em um terreno próprio junto da esposa, amante de felinos, tem uma gata como animal de estimação, trabalha como administrador em uma empresa em Mauá, e que sente a necessidade de descansar urgentemente visto o tamanho de sua rotina e o pouco tempo para si mesmo.

Ganhos

Ter um ambiente para poder relaxar.

Local para ter mais contatos com gatos.

Musicas calmas e ambiente limpo, longe de estresse

Espaço saudável para trazer a família.

Comida boa e de qualidade para consumir.

Desafios

Ele gostaria de evita impressões negativas.

Ter um atendimento rápido para não o atrapalhar.

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Conforto e conveniência
- Economia de dinheiro
- Simplicidade
- Rapidez
- Esforço reduzido

Benefícios Emocionais

- Bem-estar
- Privacidade
- Realização Pessoal
- Indulgência e Merecimento
- Empoderamento

Benefícios Sociais

- Personalização
- Diversão e Entretenimento
- Exclusividade
- Luxo
- Comunidade e Pertencimento

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Conforto e conveniência

Por meio do ambiente e estética

Economia de dinheiro

Com opções baratas no cardápio.

Simplicidade

Com um ambiente mais limpo

Rapidez

Com a agilidade do preparo dos alimentos

Esforço reduzido

Com a facilidade de pedir e receber os pedidos

Personalização

Atendimento e funcionamento de acordo com o cliente

Diversão e Entretenimento

Ambiente temático com gatos e musica

Exclusividade

Qualidade no alimento, objetos e atendimento

Luxo

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Produtos exclusivos

Inclusão e Acolhimento

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Lugar calmo e agradável

Formas de Entrega dos Valores à Pessoa

Distancia entre mesas

Formas de Entrega dos Valores à Pessoa

Ambiente tranquilo para melhor processamento de ideias

Formas de Entrega dos Valores à Pessoa

Diferentes brindes e presentes

Empoderamento

Cardápio digital em cada mesa

Entregas Essenciais

- Por meio do ambiente e estética
- Com a agilidade do preparo dos alimentos
- Com a facilidade de pedir e receber os pedidos
- Atendimento e funcionamento de acordo com o cliente
- Lugar calmo e agradável

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Aromas e Patinhas

Ajuda

Adultos (25-50 anos), Jovens (18-24 anos), Amantes de Gatos e Animais

Que desejam

Conforto e conveniência, Economia de dinheiro, Simplicidade, Rapidez, Esforço reduzido, Personalização, Diversão e Entretenimento, Exclusividade, Luxo, Comunidade e Pertencimento, Bem-estar, Privacidade, Realização Pessoal, Indulgência e Merecimento, Empoderamento

Por meio de

Por meio de um ambiente de promove o bem-estar, diferentes tipos de comidas e simplicidade.

Diferentemente

Gatos, Brindes, Clubes e presentes.

Os nossos produtos ou serviços

Entregas rápidas, atendimento personalizado, alta acessibilidade e produtos para pessoas com dificuldades alimentares (Glúten, Lactose etc).



Beatriz Caldeira Masuchette

18 anos, Estudante

É uma mulher de personalidade forte, corajosa, carismática, sorridente que ama gatinhos e que gosta de aventuras novas e compartilhar com seus amigos, é alguém estudiosa e muito diligente com seus estudos e que gosta de tomar um bom café.

Ganhos

um lugar para relaxar
ambiente acolhedor
Alimentos de Qualidade
lugar para levar os amigos

Desafios

rotina agitada
alérgica a gatos

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Conforto e conveniência

Benefícios Emocionais

- Bem-estar

Benefícios Sociais

- Ativismo
- Diversão e Entretenimento
- Exclusividade

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Conforto e conveniência

Proporciona conforto pelos pets no local e pelas instalações

Ativismo

Prezamos pelas causas animais e pela sustentabilidade

Diversão e Entretenimento

Os pets são a maior proposta de diversão para os clientes

Exclusividade

Cada experiência com os animais é individual e especial

Bem-estar

Estudamos para proporcionar o maior conforto aos clientes

Entregas Essenciais

- Proporciona conforto pelos pets no local e pelas instalações
- Prezamos pelas causas animais e pela sustentabilidade
- Estudamos para proporcionar o maior conforto aos clientes

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Aromas e Patinhas

Ajuda

Jovens (18-24 anos), Adultos, Amantes de Gatos e Animais

Que desejam

Conforto e conveniência, Ativismo, Diversão e Entretenimento, Exclusividade, Bem-estar

Por meio de

Experiência especial e única proporcionada por animais

Diferentemente

Gatos, brindes e presentes

Os nossos produtos ou serviços

os animais e a alimentação no local



Beatriz Caldeira Masuchette

18 anos, Estudante

É uma mulher de personalidade forte, corajosa, carismática, sorridente que ama gatinhos e que gosta de aventuras novas e compartilhar com seus amigos, é alguém estudiosa e muito diligente com seus estudos e que gosta de tomar um bom café.

Ganhos

um lugar para relaxar
ambiente acolhedor
Alimentos de Qualidade
lugar para levar os amigos

Desafios

rotina agitada
alérgica a gatos

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Conforto e conveniência

Benefícios Emocionais

- Bem-estar

Benefícios Sociais

- Ativismo
- Diversão e Entretenimento
- Exclusividade

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Conforto e conveniência

Proporciona conforto pelos pets no local e pelas instalações

Ativismo

Prezamos pelas causas animais e pela sustentabilidade

Diversão e Entretenimento

Os pets são a maior proposta de diversão para os clientes

Exclusividade

Cada experiência com os animais é individual e especial

Bem-estar

Estudamos para proporcionar o maior conforto aos clientes

Entregas Essenciais

- Proporciona conforto pelos pets no local e pelas instalações
- Prezamos pelas causas animais e pela sustentabilidade
- Estudamos para proporcionar o maior conforto aos clientes

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Aromas e Patinhas

Ajuda

Jovens (18-24 anos), Adultos, Amantes de Gatos e Animais

Que desejam

Conforto e conveniência, Ativismo, Diversão e Entretenimento, Exclusividade, Bem-estar

Por meio de

Experiência especial e única proporcionada por animais

Diferentemente

Gatos, brindes e presentes

Os nossos produtos ou serviços

os animais e a alimentação no local

Persona do Negócio



Erik Fabricio de Souza

17 anos, estudante

Mora em Mauá com os pais, tem um irmão mais novo, ele é uma pessoa meio introvertida, gosta de animais, gosta de esportes, gosta de café e comidas variadas.

Ganhos

- pode vivenciar um novo local
- experimentar alimentos sem glúten
- estar em um lugar tranquilo
- se livrar do estresse

Desafios

- ele possuir muitos compromissos
- depender muito da localização do café

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Conforto e conveniência

Benefícios Emocionais

- Bem-estar

Benefícios Sociais

- Ativismo
- Diversão e Entretenimento
- Exclusividade

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Conforto e conveniência

Proporciona conforto pelos pets no local e pelas instalações

Ativismo

Prezamos pelas causas animais e pela sustentabilidade

Diversão e Entretenimento

Os pets são a maior proposta de diversão para os clientes

Exclusividade

Cada experiência com os animais é individual e especial

Bem-estar

Estudamos para proporcionar o maior conforto aos clientes

Entregas Essenciais

- Proporciona conforto pelos pets no local e pelas instalações
- Prezamos pelas causas animais e pela sustentabilidade
- Estudamos para proporcionar o maior conforto aos clientes

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Aromas e Patinhas

Ajuda

Jovens (18-24 anos), Adultos, Amantes de Gatos e Animais

Que desejam

Conforto e conveniência, Ativismo, Diversão e Entretenimento, Exclusividade, Bem-estar

Por meio de

Experiência especial e única proporcionada por animais

Diferentemente

Gatos, brindes e presentes

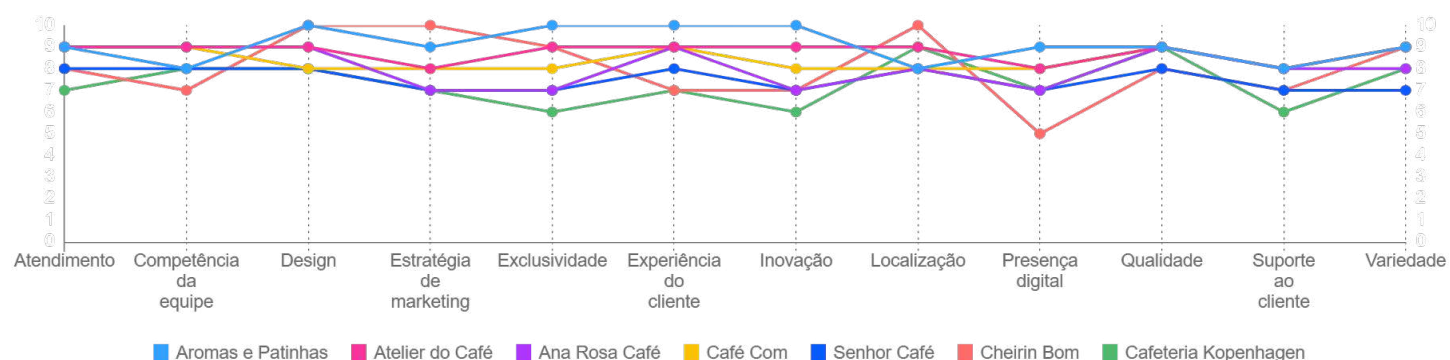
Os nossos produtos ou serviços

os animais e a alimentação no local

Análise de Concorrência

Atributos Avaliados	Aromas e Patinhas	Atelier do Café	Ana Rosa Café	Café Com	Senhor Café	Cheirin Bom	Cafeteria Kopenhagen
Atendimento	9	9	9	9	8	8	7
Competência da equipe	8	9	9	9	8	7	8
Design	10	9	9	8	8	10	8
Estratégia de marketing	9	8	7	8	7	10	7
Exclusividade	10	9	7	8	7	9	6
Experiência do cliente	10	9	9	9	8	7	7
Inovação	10	9	7	8	7	7	6
Localização	8	9	8	8	8	10	9
Presença digital	9	8	7	8	7	5	7
Qualidade	9	9	9	9	8	8	9
Suporte ao cliente	8	8	8	8	7	7	6
Variedade	9	9	8	9	7	9	8
Média Geral	9	9	8	8	8	8	7

Avaliação das Pontuações



Altos e Baixos

Forças do negócio frente à concorrência

Atendimento, Competência da equipe, Design, Estratégia de marketing, Exclusividade, Experiência do cliente, Inovação, Localização, Presença digital, Qualidade, Suporte ao cliente e Variedade

Fraquezas do negócio frente à concorrência

Destaque do Negócio

Atributo em que seu negócio mais se destaca

Design, Exclusividade, Experiência do cliente e Inovação

Forças e Fraquezas

Pessoas

Liderança visionária

Capacidade de guiar o negócio em direção a uma visão clara e inspiradora.

Classificação

Força

Alto Impacto

Um ponto forte, já que a liderança tem uma visão clara, inovadora e socialmente engajada, essencial para o diferencial da Aromas e Patinhas.

Qualificação da equipe

Nível de habilidades e experiências do time para executar atividades e enfrentar desafios com competência.

Classificação

Força

Alto Impacto

A capacitação é essencial para lidar com o público (inclusive PCDs), gatos e gastronomia inclusiva.

Clima de trabalho

Ambiente psicológico, emocional e social onde há relações saudáveis, respeito mútuo e sensação de bem-estar.

Classificação

Força

Alto Impacto

Ambiente acolhedor, empático e alinhado ao bem-estar dos colaboradores.

Marketing

Reputação e imagem

Percepção que clientes, parceiros e o público em geral têm do negócio.

Classificação

Força

Alto Impacto

Marca construída com base em inclusão, bem-estar e responsabilidade social.

Presença digital

Visibilidade de um negócio nos meios online, como redes sociais, site e outras plataformas digitais.

Classificação

Força

Alto Impacto

Forte atuação nas redes sociais, conectada ao público-alvo jovem.

Localização

Escolha estratégica do espaço físico onde o negócio está estabelecido.

Classificação

Força

Alto Impacto

Ponto central em Ribeirão Pires, com boa visibilidade e acesso.

Canais de venda

Meios pelos quais seus produtos ou serviços chegam aos clientes, por exemplo, lojas físicas, comércio eletrônico, revendedores.

Classificação

Força

Alto Impacto

Loja física, delivery, e-commerce e clube de assinatura já planejados.

Serviços ao cliente

Benefícios adicionais oferecidos para melhorar a experiência do cliente como garantias e suporte pós-venda.

Classificação

Força

Alto Impacto

Atendimento personalizado e experiência acolhedora são pontos-chave do negócio.

Finanças

Estabilidade financeira

Capacidade de manter as finanças equilibradas ao longo do tempo.

Classificação

Força

Alto Impacto

A gestão foi bem planejada para manter equilíbrio financeiro.

Controles financeiros

Ferramentas para analisar e gerenciar receitas, despesas, fluxo de caixa e outras métricas financeiras.

Classificação

Força

Alto Impacto

Ferramentas e planejamento financeiro já definidos para controle eficaz.

Capital de giro disponível

Recursos financeiros para financiar as operações diárias, como pagamento de despesas, fornecedores e salários.

Classificação

Força

Alto Impacto

Fundamental para as operações diárias e bem estruturado no plano financeiro.

Operação

Instalações e equipamentos

Espaços físicos e aos recursos utilizados pelo negócio para executar suas atividades.

Classificação

Força

Alto Impacto

Ambiente projetado para acessibilidade, bem-estar animal e experiência do cliente.

Capacidade de atendimento

Habilidade em responder às demandas dos clientes de forma eficaz.

Classificação

Força

Alto Impacto

A equipe está preparada e o espaço adaptado para um atendimento acolhedor e eficiente.

Controle de qualidade

Procedimentos para garantir que produtos ou serviços atendam aos padrões de qualidade estabelecidos.

Classificação

Força

Alto Impacto

Garantir padrão nos produtos e serviços é essencial para fidelização e experiência.

Investimento em tecnologia

Alocação de recursos tecnológicos que melhoram a eficiência e a competitividade do negócio.

Classificação

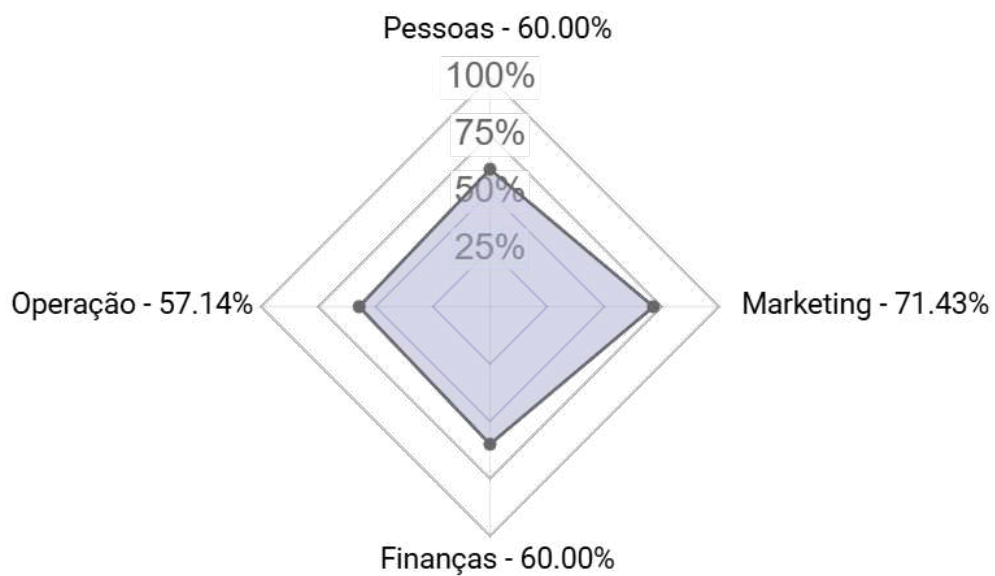
Força

Alto Impacto

Uso de QR Code, redes sociais e e-commerce reforçam a inovação do negócio.

Análise de Ambiente Interno

Dimensões



Matriz

15 Forças de Alto Impacto	0 Fraquezas de Alto Impacto
0 Forças de Baixo Impacto	0 Fraquezas de Baixo Impacto

Forças de alto impacto (15)

Liderança visionária

Qualificação da equipe

Clima de trabalho

Reputação e imagem

Presença digital

Localização

Canais de venda

Serviços ao cliente

Estabilidade financeira

Controles financeiros

Capital de giro disponível

Instalações e equipamentos

Capacidade de atendimento

Controle de qualidade

Investimento em tecnologia

Forças de baixo impacto (0)

Fraqueza de alto impacto (0)

Fraquezas de baixo impacto (0)

Oportunidades e Ameaças

Político-Legal

Leis de proteção do consumidor

Regulamentações que garantam os direitos e a segurança dos consumidores em transações comerciais.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Fortalece a confiança dos clientes e melhora a imagem da marca.

Leis de proteção de dados

Regulamentações que definem regras para coletar, armazenar e usar informações pessoais do cliente.

Classificação

Ameaça

Alto Impacto

Exige cuidados no uso de dados dos clientes; falhas podem gerar multas.

Leis ambientais

Regulamentações que estabelecem diretrizes para proteger o meio ambiente e o uso sustentável dos recursos naturais.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Alinha-se à proposta sustentável da empresa e pode gerar valor de marca.

Fiscalização e regulação

Supervisão do governo para o cumprimento de regulamentações específicas que afetam o negócio.

Classificação

Ameaça

Alto Impacto

Exige conformidade rigorosa; falhas podem levar a penalidades.

Econômico

Renda dos consumidores

Montante de dinheiro disponível para os indivíduos gastarem em bens e serviços.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Maior renda aumenta o consumo em experiências como cafeterias.

Inflação

Aumento generalizado e contínuo dos preços de bens e serviços ao longo do tempo.

Classificação

Ameaça

Alto Impacto

Reduz poder de compra e eleva custos operacionais.

Crédito disponível

Capacidade de um pequeno negócio de acessar financiamento para investimentos, expansões ou outras necessidades financeiras.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Facilita expansão, compra de equipamentos e novos investimentos.

Sazonalidade

Flutuações regulares na demanda por produtos ou serviços ao longo do ano.

Classificação

Ameaça

Baixo Impacto

Pode gerar flutuação nas vendas em datas fora do pico.

Social

Busca por qualidade de vida

Desejo das pessoas por um estilo de vida que traga bem-estar, saúde e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

O negócio promove bem-estar com foco terapêutico e acolhedor.

Hábitos de consumo

Tendências e padrões de comportamento de gastos, incluindo preferências por produtos e canais de compra.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Consumidores buscam experiências únicas e locais instagramáveis.

Diversidade e inclusão

Representatividade de diferentes grupos étnicos, culturais, de gênero, orientação sexual e habilidades.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Valoriza a marca e se alinha à cultura organizacional da empresa.

Preocupação com saúde

Aumento da conscientização das pessoas em ter um estilo de vida saudável.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Justifica cardápio saudável, opções veganas, sem glúten e sem lactose.

Pressões ambientais

Preocupações sobre questões ambientais, como mudanças climáticas, poluição e sustentabilidade.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Favorece negócios com práticas sustentáveis, como a Aromas.

Tecnológico

Mudanças na internet

Evoluções e transformações nas tecnologias, plataformas e comportamentos online.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Permite divulgar o negócio e se conectar com o público jovem.

Mudanças na tecnologia móvel

Evoluções em dispositivos, redes e aplicativos móveis.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Favorece o autoatendimento por QR Code e apps de delivery.

Mudanças nas formas de comunicação

Evoluções nos métodos e canais para transmitir informações interna ou externamente.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

Amplia a interação com o cliente via redes sociais e marketing.

Pessoas dispostas a adotar inovações

Indivíduos abertos a experimentar e adotar novas tecnologias e produtos.

Classificação

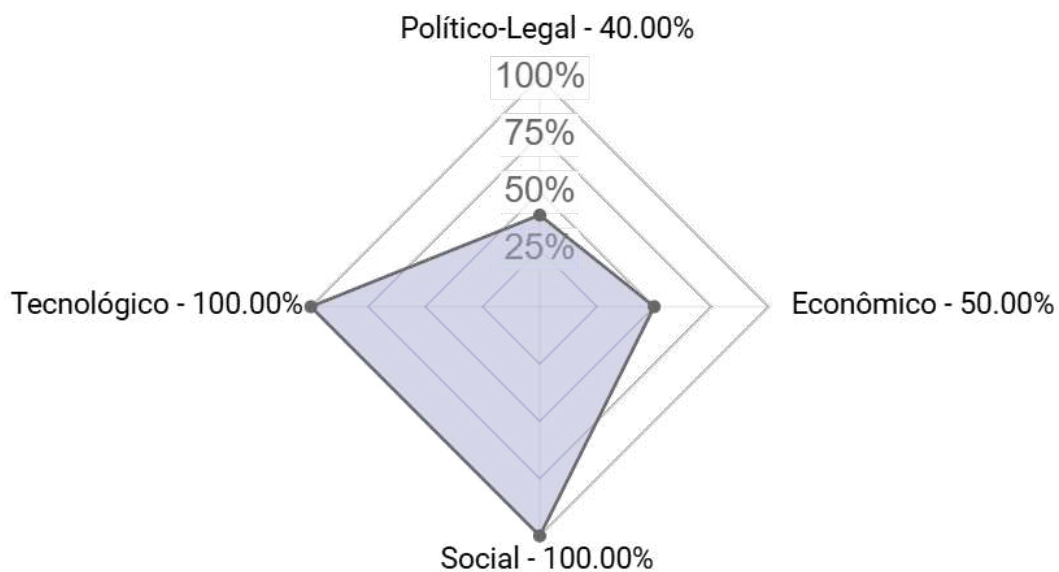
Oportunidade

Alto Impacto

Público aberto a experiências diferentes, como o conceito pet-friendly.

Análise de Ambiente Interno

Dimensões



Matriz

13 Oportunidades de Alto Impacto	3 Ameaças de Alto Impacto
0 Oportunidades de Baixo Impacto	1 Ameaças de Baixo Impacto

Oportunidades de alto impacto (13)

Leis de proteção do consumidor

Leis ambientais

Renda dos consumidores

Crédito disponível

Busca por qualidade de vida

Hábitos de consumo

Diversidade e inclusão

Preocupação com saúde

Pressões ambientais

Mudanças na internet

Mudanças na tecnologia móvel

Mudanças nas formas de comunicação

Pessoas dispostas a adotar inovações

Oportunidades de baixo impacto (0)

Ameaças de alto impacto (3)

Leis de proteção de dados

Fiscalização e regulação

Inflação

Ameaças de baixo impacto (1)

Sazonalidade

Análise Swot

Principais Fatores Positivos – Ajudam a alcançar os objetivos

Forças – Fatores Internos

Liderança visionária

Qualificação da equipe

Clima de trabalho

Reputação e imagem

Presença digital

Localização

Canais de venda

Serviços ao cliente

Estabilidade financeira

Controles financeiros

Capital de giro disponível

Instalações e equipamentos

Capacidade de atendimento

Controle de qualidade

Investimento em tecnologia

Oportunidades – Fatores Externos

Leis de proteção do consumidor

Leis ambientais

Renda dos consumidores

Crédito disponível

Busca por qualidade de vida

Hábitos de consumo

Diversidade e inclusão

Preocupação com saúde

Pressões ambientais

Mudanças na internet

Mudanças na tecnologia móvel

Mudanças nas formas de comunicação

Pessoas dispostas a adotar inovações

Principais Fatores Negativos – Atrapalham a alcançar os objetivos

Fraquezas – Fatores Internos

Ameaças – Fatores Externos

Leis de proteção de dados

Fiscalização e regulação

Inflação

Tipos de Estratégia

Situação do negócio

Desenvolvimento



Estratégia de Desenvolvimento

Diagnóstico:

Há mais oportunidades e pontos fortes. Esse quadrante traz o cenário, mais positivo possível para uma estratégia de aprimoramento e expansão.

Medidas possíveis:

Nessa situação a empresa não deve “relaxar”, pelo contrário, deve planejar-se para aproveitar ao máximo as oportunidades e continuar desenvolvendo suas forças. Algumas alternativas são buscar novos mercados, clientes e tecnologias; diversificar as linhas de produtos e serviços e desenvolver parcerias para garantir a liderança do mercado.

Ações Estratégicas

Principais Fatores Positivos – Ajudam a alcançar os objetivos

Forças Priorizadas – Fatores Internos

Qualificação da equipe	
Nível de habilidades e experiências do time para executar atividades e enfrentar desafios com competência.	
Classificação	
Força	Alto Impacto
A capacitação é essencial para lidar com o público (inclusive PCDs), gatos e gastronomia inclusiva.	
Como potencializar o item	
Promover treinamentos contínuos em atendimento, acessibilidade, bem-estar animal e segurança alimentar.	

Clima de trabalho	
Ambiente psicológico, emocional e social onde há relações saudáveis, respeito mútuo e sensação de bem-estar.	
Classificação	
Força	Alto Impacto
Ambiente acolhedor, empático e alinhado ao bem-estar dos colaboradores.	
Como potencializar o item	
Realizar reuniões periódicas, feedbacks e ações de valorização para manter um ambiente acolhedor e motivador.	

Serviços ao cliente

Benefícios adicionais oferecidos para melhorar a experiência do cliente como garantias e suporte pós-venda.

Classificação

Força

Alto Impacto

Atendimento personalizado e experiência acolhedora são pontos-chave do negócio.

Como potencializar o item

Implantar suporte pós-visita, programa de fidelidade e canais diretos de atendimento para dúvidas e sugestões.

Oportunidades Priorizadas – Fatores Externos

Leis ambientais	
Regulamentações que estabelecem diretrizes para proteger o meio ambiente e o uso sustentável dos recursos naturais.	
Classificação	
Oportunidade	Alto Impacto
Alinha-se à proposta sustentável da empresa e pode gerar valor de marca.	
Como aproveitar o item	
Adotar práticas sustentáveis, como reciclagem, uso de materiais biodegradáveis e parcerias com fornecedores ecológicos.	

Busca por qualidade de vida	
Desejo das pessoas por um estilo de vida que traga bem-estar, saúde e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal.	
Classificação	
Oportunidade	Alto Impacto
O negócio promove bem-estar com foco terapêutico e acolhedor.	
Como aproveitar o item	
Adotar práticas sustentáveis, como reciclagem, uso de materiais biodegradáveis e parcerias com fornecedores ecológicos.	

Diversidade e inclusão	
Representatividade de diferentes grupos étnicos, culturais, de gênero, orientação sexual e habilidades.	
Classificação	
Oportunidade	Alto Impacto

Valoriza a marca e se alinha à cultura organizacional da empresa.

Como aproveitar o item

Implementar políticas inclusivas de contratação, acessibilidade e comunicação visual representativa.

Principais Fatores Negativos - Atrapalham a alcançar os objetivos

Fraquezas Priorizadas - Fatores Internos

Ameaças Priorizadas – Fatores Externos

Leis de proteção de dados	
Regulamentações que definem regras para coletar, armazenar e usar informações pessoais do cliente.	
Classificação	
Ameaça	Alto Impacto
Exige cuidados no uso de dados dos clientes; falhas podem gerar multas.	
Como neutralizar o item	
Garantir políticas claras de privacidade, treinamento da equipe e uso de sistemas seguros para cadastro de clientes.	

Fiscalização e regulação	
Supervisão do governo para o cumprimento de regulamentações específicas que afetam o negócio.	
Classificação	
Ameaça	Alto Impacto
Exige conformidade rigorosa; falhas podem levar a penalidades.	
Como neutralizar o item	
Manter controle de documentos e procedimentos legais com auditorias internas e consultoria especializada.	

Inflação	
Aumento generalizado e contínuo dos preços de bens e serviços ao longo do tempo.	
Classificação	
Ameaça	Alto Impacto

Reduz poder de compra e eleva custos operacionais.

Como neutralizar o item

Revisar fornecedores, ajustar o cardápio conforme custos e criar combos promocionais para manter competitividade.

Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Balcão de atendimento	1	3.000,00	3.000,00	12.21
Bebedouro tipo fonte	3	34,00	102,00	0.41
Cadeiras	20	150,00	3.000,00	12.21
Cafeteira profissional	1	510,00	510,00	2.08
Caixas de areia fechadas	4	32,99	131,96	0.54
Comedores	6	28,45	170,70	0.69
Estantes para exposição	3	800,00	2.400,00	9.77
Forno	1	2.000,00	2.000,00	8.14
Freezer vertical	1	1.000,00	1.000,00	4.07
Kit de enriquecimento ambiental	3	100,00	300,00	1.22
Kit de primeiros socorros veterinários	1	300,00	300,00	1.22
Liquidificador industrial	2	210,00	420,00	1.71
Mesas	10	300,00	3.000,00	12.21
Moedor de café	1	900,00	900,00	3.66
Pias e bancadas	2	1.200,00	2.400,00	9.77
Prateleiras	5	300,00	1.500,00	6.10
Sinalização interna e externa	1	500,00	500,00	2.03
Sistema de ventilação e ar condicionado	2	1.471,00	2.942,00	11.97
Total			24.576,66	100.00

Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	300,00	2.19
Gastos de legalização e Taxas	3.000,00	21.90
Marketing para inauguração	500,00	3.65
Protocolo Veterinário	500,00	3.65
Reformas e obras	7.000,00	51.09
Softwares de gestão	800,00	5.84
Treinamento da equipe	1.000,00	7.30
Uniformes e crachás	600,00	4.38
Total	13.700,00	100.00

Estoque Inicial

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Açúcares, Chantilly, Chocolate em Pó, etc.	1	262,00	262,00	4.06
Areia higiênica (saco 10kg)	3	35,00	105,00	1.63
Bolo do Dia (Torta c/ 10 fatias)	12	35,00	420,00	6.51
Brownie da Casa (Cx c/ 20un)	6	80,00	480,00	7.44
Café em grão (kg)	10	40,00	400,00	6.20
Chás (Kits de sachês/ervas)	1	166,00	166,00	2.57
Cookies Artesanais (Cx c/ 30un)	6	60,00	360,00	5.58
Guardanapos, copos, mexedores	5	100,00	500,00	7.75
Leite Integral (cx 60L)	5	65,00	325,00	5.04
Leite Vegetal (cx 6L)	5	90,00	450,00	6.98
Mini Torta Salgada (Cx c/ 10un)	15	25,00	375,00	5.82
Pão de Queijo (Saco 5kg / 150un)	5	45,00	225,00	3.49
Petiscos para Gatos	30	15,00	450,00	6.98
Produtos de limpeza	4	100,00	400,00	6.20
Ração para gatos (saco 10kg)	2	120,00	240,00	3.72
Sanduíche Natural (Pão, Frios, Recheios)	1	200,00	200,00	3.10
Sucos Naturais (Frutas em polpa/in natura)	1	250,00	250,00	3.88
Torta do Mês (Torta c/ 10 fatias)	24	35,00	840,00	13.03
Total			6.448,00	100.00

Capital de Giro

Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	70.00
15 dias	3	20.00
30 dias	3	10.00
Total	6	100.00

Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	10.00
60 dias	27	45.00
90 dias	40.5	45.00
Total	67.5	100.00

Resultados

Ciclo Financeiro	-46.5 dia
Prazo Médio de Estoque	15 dias
Prazo Médio de Recebimento	6 dias
Prazo Médio de Pagamento	67.5 dias

Giro de Caixa Anual	-7.74 dia
----------------------------	------------------

Necessidade de Capital de Giro	-R\$ 5.022,69
Desembolso Anual	R\$ 503.401,45
Reserva Financeira	R\$ 60.000,00

Investimento Total

Aplicação de Recursos

Fontes de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Gustavo Henrique de Lima Silva	7.940,39	20.00 %
Ana Carolina da Silva Rafael	7.940,39	20.00 %
Felipe Kenji Miyazaki	7.940,39	20.00 %
Jhuan Cláudio Santada	7.940,39	20.00 %
Júlia Vompean Tavares da Silva	7.940,39	20.00 %
Total	39.701,95	100.00

Total dos investimentos

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	24.576,66	61.90
Investimentos pré-operacionais	13.700,00	34.51
Estoque inicial	6.448,00	16.24
Capital de giro	-5.022,688	-12.65
Total	39.701,972	100.00

Total das fontes de recursos

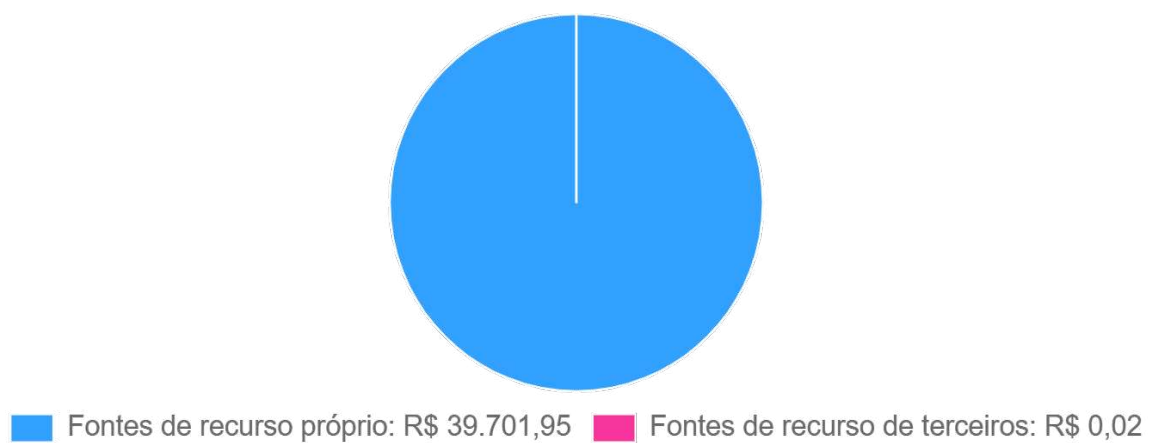
Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	39.701,95	100.00
Fontes de recurso de terceiros	0,022	0.00
Total	39.701,972	100.00

Gráficos

Aplicação de Recursos



Fontes de Recursos



Produtos e Serviços

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Bolo do Dia (Fatia)	Revenda	14,00
Brinquedo "Catnip dos Sonhos"	Revenda	18,00
Brownie da Casa (Trad./Vegano)	Revenda	20,00
Café Expresso/Coado	Fabricação Própria	11,00
Caminha "Paz e Pêlo"	Revenda	120,00
Caneca "Ronronar"	Revenda	45,00
Caneca térmica "Aromas"	Revenda	65,00
Cappuccino Aromas (Tradicional)	Fabricação Própria	18,00
Cappuccino com Leite Vegetal	Fabricação Própria	20,00
Chás Naturais (Seleção Aromas)	Fabricação Própria	12,00
Chaveiro "Patinha Feliz"	Revenda	15,00
Coleira "Aromas"	Revenda	28,00
Combo Fofura (Acesso 30min + Café Expresso + Pão de Queijo)	Serviço	30,00
Combo Ronronar (Acesso 1h + Cappuccino + Torta do Mês)	Serviço	40,00
Combo Vegano (Acesso 30min + Cappuccino Vegetal + Brownie Vegano)	Serviço	45,00
Comedouro Ecológico	Revenda	85,00
Cookies Artesanais (Variados)	Revenda	10,00
Difusor de Essências "Calma & Café"	Revenda	55,00
Golden Milk	Fabricação Própria	19,00
Kit Autocuidado (vela + chá + spray)	Revenda	60,00
Kit Pet Aromas (catnip + petisco + brinquedo)	Revenda	49,00
Latte ou Macchiato	Fabricação Própria	13,00
Mini Torta Salgada (Variada)	Revenda	14,00
Pão de Queijo (Tradicional)	Revenda	8,00
Petiscos para Gatos	Serviço	11,00
Plaquinha de Identificação Personalizada	Revenda	25,00

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Quadro Decorativo "GatoZen"	Revenda	30,00
Sanduíche Natural	Fabricação Própria	18,00
Spray Aromático "Aromas Zen"	Revenda	45,00
Suco Natural do Dia	Fabricação Própria	21,00
Taxa de Acesso (1 hora)	Serviço	30,00
Taxa de Acesso (30 minutos)	Serviço	18,00
Torta do Mês (Fatia)	Revenda	21,00
Velas Aromáticas Terapêuticas	Revenda	38,00

Receita

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Bolo do Dia (Fatia)	Produto de revenda	240	14,00	3.360,00	4.95
Brinquedo "Catnip dos Sonhos"	Produto de revenda	60	18,00	1.080,00	1.59
Brownie da Casa (Trad./Vegano)	Produto de revenda	120	20,00	2.400,00	3.54
Café Expresso/Coado	Produto de fabricação própria	150	11,00	1.650,00	2.43
Caminha "Paz e Pêlo"	Produto de revenda	10	120,00	1.200,00	1.77
Caneca "Ronronar"	Produto de revenda	40	45,00	1.800,00	2.65
Caneca térmica "Aromas"	Produto de revenda	25	65,00	1.625,00	2.40
Cappuccino Aromas (Tradicional)	Produto de fabricação própria	180	18,00	3.240,00	4.78
Cappuccino com Leite Vegetal	Produto de fabricação própria	50	20,00	1.000,00	1.47
Chás Naturais (Seleção Aromas)	Produto de fabricação própria	50	12,00	600,00	0.88
Chaveiro "Patinha Feliz"	Produto de revenda	70	15,00	1.050,00	1.55
Coleira "Aromas"	Produto de revenda	30	28,00	840,00	1.24
Combo Fofura (Acesso 30min + Café Expresso + Pão de Queijo)	Serviço	150	30,00	4.500,00	6.63
Combo Ronronar (Acesso 1h + Cappuccino + Torta do Mês)	Serviço	100	40,00	4.000,00	5.90
Combo Vegano (Acesso 30min + Cappuccino Vegetal + Brownie Vegano)	Serviço	50	45,00	2.250,00	3.32
Comedouro Ecológico	Produto de revenda	15	85,00	1.275,00	1.88
Cookies Artesanais (Variados)	Produto de revenda	160	10,00	1.600,00	2.36
Difusor de Essências "Calma & Café"	Produto de revenda	25	55,00	1.375,00	2.03
Golden Milk	Produto de fabricação própria	50	19,00	950,00	1.40
Kit Autocuidado (vela + chá + spray)	Produto de revenda	30	60,00	1.800,00	2.65

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Kit Pet Aromas (catnip + petisco + brinquedo)	Produto de revenda	25	49,00	1.225,00	1.81
Latte ou Macchiato	Produto de fabricação própria	100	13,00	1.300,00	1.92
Mini Torta Salgada (Variada)	Produto de revenda	140	14,00	1.960,00	2.89
Pão de Queijo (Tradicional)	Produto de revenda	90	8,00	720,00	1.06
Petiscos para Gatos	Serviço	250	11,00	2.750,00	4.05
Plaquinha de Identificação Personalizada	Produto de revenda	35	25,00	875,00	1.29
Quadro Decorativo "GatoZen"	Produto de revenda	30	30,00	900,00	1.33
Sanduíche Natural	Produto de fabricação própria	60	18,00	1.080,00	1.59
Spray Aromático "Aromas Zen"	Produto de revenda	40	45,00	1.800,00	2.65
Suco Natural do Dia	Produto de fabricação própria	50	21,00	1.050,00	1.55
Taxa de Acesso (1 hora)	Serviço	200	30,00	6.000,00	8.84
Taxa de Acesso (30 minutos)	Serviço	400	18,00	7.200,00	10.61
Torta do Mês (Fatia)	Produto de revenda	80	21,00	1.680,00	2.48
Velas Aromáticas Terapêuticas	Produto de revenda	45	38,00	1.710,00	2.52
Total			-	67.845,00	100.00

Projeção da Receita

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 5%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	67.845,00
Mês 2	71.237,25
Mês 3	74.799,113
Mês 4	78.539,068
Mês 5	82.466,022
Mês 6	86.589,323

Descrição	Valor (R\$)
Mês 7	90.918,789
Mês 8	95.464,728
Mês 9	100.237,965
Mês 10	105.249,863
Mês 11	110.512,356
Mês 12	116.037,974

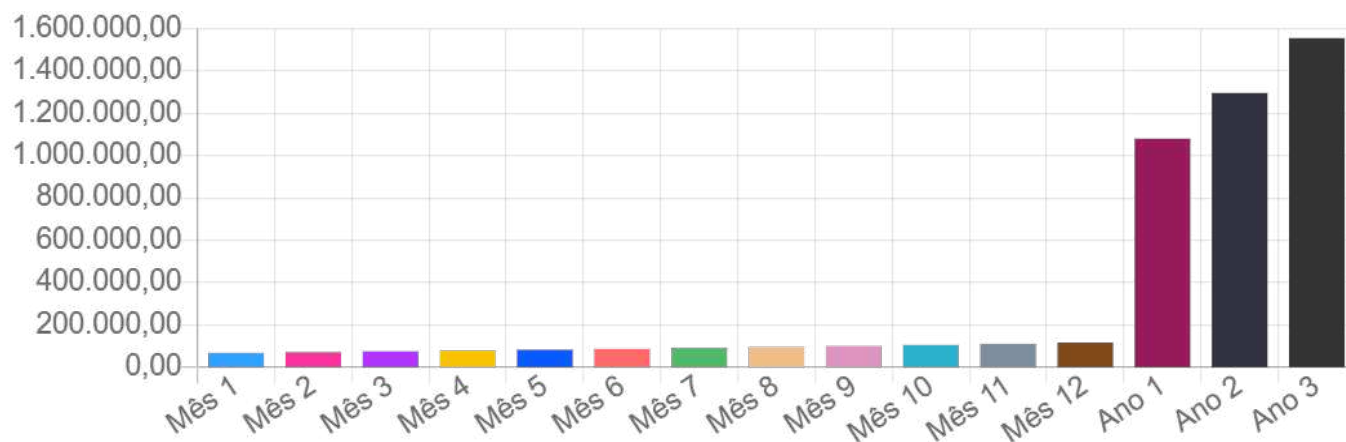
Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 20%

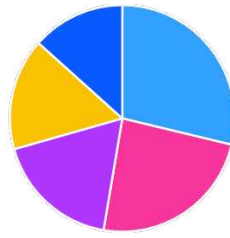
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	1.079.897,448
Segundo Ano	1.295.876,938
Terceiro Ano	1.555.052,325

Gráficos

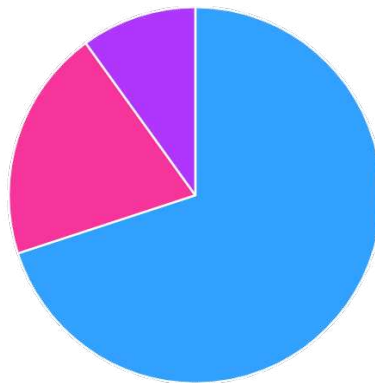
Evolução da receita



Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



Receita de acordo com parcelamento



Custos dos Produtos e Serviços

Produtos de Revenda

Descrição	Valor de aquisição (R\$)	Preço de venda (R\$)
Bolo do Dia (Fatia)	3,50	14,00
Brinquedo "Catnip dos Sonhos"	8,00	18,00
Brownie da Casa (Trad./Vegano)	8,00	20,00
Caminha "Paz e Pêlo"	70,00	120,00
Caneca "Ronronar"	22,00	45,00
Caneca térmica "Aromas"	38,00	65,00
Chaveiro "Patinha Feliz"	6,00	15,00
Coleira "Aromas"	12,00	28,00
Comedouro Ecológico	48,00	85,00
Cookies Artesanais (Variados)	5,00	10,00
Difusor de Essências "Calma & Café"	25,00	55,00
Kit Autocuidado (vela + chá + spray)	30,00	60,00
Kit Pet Aromas (catnip + petisco + brinquedo)	25,00	49,00
Mini Torta Salgada (Variada)	6,25	14,00
Pão de Queijo (Tradicional)	0,45	8,00
Plaquinha de Identificação Personalizada	10,00	25,00
Quadro Decorativo "GatoZen"	14,00	30,00
Spray Aromático "Aromas Zen"	20,00	45,00
Torta do Mês (Fatia)	4,50	21,00
Velas Aromáticas Terapêuticas	18,00	38,00

Produtos de Fabricação Própria

Café Expresso/Coado					Preço de venda: R\$ 11,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
café em grão	1	10 g	2,50	100,00	2,50	
Total				100	2,50	

Cappuccino Aromas (Tradicional)					Preço de venda: R\$ 18,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
dose de café	1		2,50	69.44	2.50
Leite Integral	1	150ml	0,75	20.83	0.75
Cacau/Açúcar	1		0,35	9.72	0.35
Total				100	3,60

Cappuccino com Leite Vegetal					Preço de venda: R\$ 20,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
dose de café	1		2,50	57.47	2.50
Leite Vegetal	1	150 ml	1,50	34.48	1.50
Cacau/Açúcar	1		0,35	8.05	0.35
Total				100	4,35

Chás Naturais (Seleção Aromas)					Preço de venda: R\$ 12,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
sachê/porção de ervas	1		2,00	100.00	2.00
Total				100	2,00

Golden Milk					Preço de venda: R\$ 19,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Leite Integral	1	200 ml	1,00	31.25	1.00
Mix de Cúrcuma/Especiarias	1		2,00	62.50	2.00
Mel/Açúcar	1		0,20	6.25	0.20
Total				100	3,20

Latte ou Macchiato					Preço de venda: R\$ 13,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
dose de café	1		2,50	71.43	2.50
Leite Integral	1	200 ml	1,00	28.57	1.00
Total				100	3,50

Sanduíche Natural					Preço de venda: R\$ 18,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
fatias de pão	2		1,00	42.55	2.00	
Frios/Queijo/Tofu	1	50g	2,00	42.55	2.00	
Maionese/Base	1		0,50	10.64	0.50	
Vegetais	1		0,20	4.25	0.20	
Total				100	4,70	

Suco Natural do Dia					Preço de venda: R\$ 21,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
polpa/fruta in natura	1	100g	2,00	95.24	2.00	
Açúcar	1		0,10	4.76	0.10	
Total				100	2,10	

Serviços

Combo Fofura (Acesso 30min + Café Expresso + Pão de Queijo)					Preço de venda: R\$ 30,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
café	1		3,00	60.00	R\$3.00	
Pão de Queijo	1		2,00	40.00	R\$2.00	
Total				100	5,00	

Combo Ronronar (Acesso 1h + Cappuccino + Torta do Mês)					Preço de venda: R\$ 40,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Cappuccino	1		4,10	45.05	R\$4.10	
Torta do Mês	1		5,00	54.95	R\$5.00	
Total				100	9,10	

Combo Vegano (Acesso 30min + Cappuccino Vegetal + Brownie Vegano)					Preço de venda: R\$ 45,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Cappuccino Vegetal	1		4,10	47.67	R\$4.10	

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Brownie Vegano	1		4,50	52.33	R\$4.50
Total				100	8,60

Petiscos para Gatos					Preço de venda: R\$ 11,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
petiscos	1		3,00	100.00	R\$3.00
Total				100	3,00

Taxa de Acesso (1 hora)					Preço de venda: R\$ 30,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00

Taxa de Acesso (30 minutos)					Preço de venda: R\$ 18,00
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Total					0,00

Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos

Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
-----------	-----------------	--------	-------------------	---

Projeção do Custo de Mercadoria Vendida

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 3%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	17.993,00
Mês 2	18.532,79
Mês 3	19.088,77
Mês 4	19.661,44
Mês 5	20.251,28
Mês 6	20.858,82
Mês 7	21.484,58
Mês 8	22.129,12
Mês 9	22.792,99
Mês 10	23.476,78
Mês 11	24.181,09
Mês 12	24.906,52

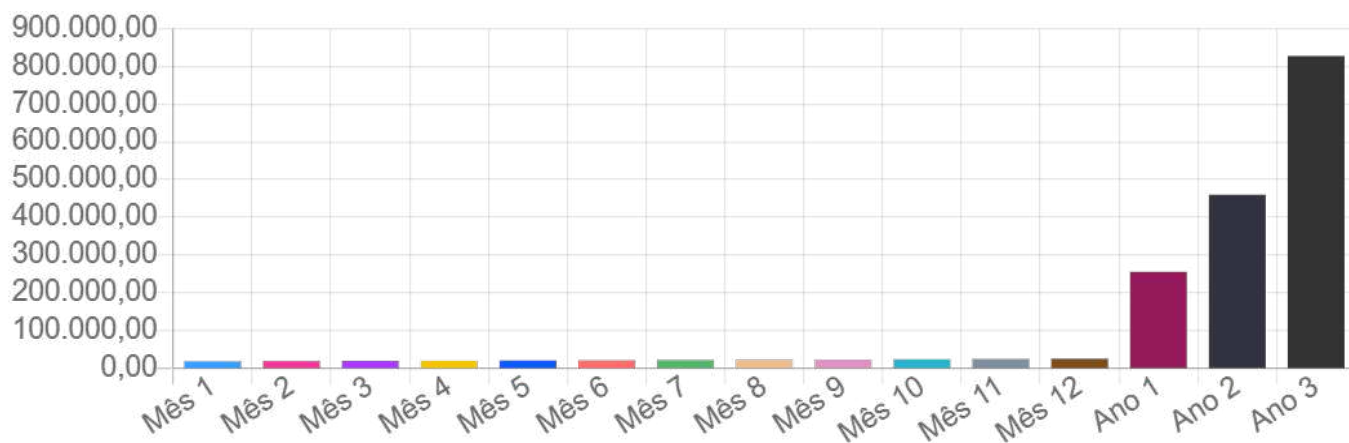
Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 80%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	255.357,18
Segundo Ano	459.642,938
Terceiro Ano	827.357,289

Gráfico

Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



Custos Variáveis

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Custo da Mercadoria Vendida (CMV):	67.845,00	3.00	2.035,35
Previsão de inadimplência	67.845,00	0.30	203,535
Propaganda	67.845,00	1.00	678,45
Taxas de cartões	67.845,00	2.00	1.356,90
Total			4.274,235

Impostos

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Simples	67.845,00	4.00	2.713,80
Total			2.713,80

Projeção dos Custos Variáveis

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 2%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	6.988,035
Mês 2	7.127,796
Mês 3	7.270,352
Mês 4	7.415,759
Mês 5	7.564,074
Mês 6	7.715,355
Mês 7	7.869,662
Mês 8	8.027,056
Mês 9	8.187,597
Mês 10	8.351,349
Mês 11	8.518,376
Mês 12	8.688,743

Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 12%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	93.724,152
Segundo Ano	104.971,05
Terceiro Ano	117.567,576

Depreciação

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Balcão de atendimento	10 anos	300,00	3.000,00	270,00	22,50
Bebedouro tipo fonte	10 anos	45,00	102,00	40,50	3,375
Cadeiras	10 anos	450,00	3.000,00	405,00	33,75
Cafeteira profissional	10 anos	1.100,00	510,00	43,00	3,583
Caixas de areia fechadas	10 anos	100,00	131,96	46,00	3,833
Comedores	10 anos	100,00	170,70	7,07	0,589
Estantes para exposição	10 anos	240,00	2.400,00	216,00	18,00
Forno	10 anos	300,00	2.000,00	270,00	22,50
Freezer vertical	10 anos	280,00	1.000,00	152,00	12,667
Kit de enriquecimento ambiental	10 anos	120,00	300,00	11,67	0,973
Kit de primeiros socorros veterinários	10 anos	30,00	300,00	27,00	2,25
Liquidificador industrial	10 anos	250,00	420,00	225,00	18,75
Mesas	10 anos	450,00	3.000,00	405,00	33,75
Moedor de café	10 anos	90,00	900,00	81,00	6,75
Pias e bancadas	10 anos	240,00	2.400,00	216,00	18,00
Prateleiras	10 anos	150,00	1.500,00	135,00	11,25
Sinalização interna e externa	10 anos	150,00	500,00	135,00	11,25
Sistema de ventilação e ar condicionado	10 anos	800,00	2.942,00	302,86	25,238
Total				2.988,10	249,008

Custos com Pessoal

Cargo	Nº Emprega-dos	Salário Mensal (R\$)	Custo com Salários (R\$)	Encargo Social (%)	Custo com Encargos (R\$)	Benefícios (R\$)	Custo Total (R\$)
Baristas e Atendentes (balcão)	3	1.650,00	4.950,00	38,00	1.881,00	250,00	7.581,00
Total							7.581,00

Custos Fixos

Descrição	Valor total	Porcentagem
Água	250,00	1.94
Aluguéis, condomínio e IPTU	2.000,00	15.55
Depreciação	249,01	1.94
Encargos sociais sobre salários	1.881,00	14.63
Honorários contábeis	300,00	2.33
Luz	600,00	4.67
Manutenção	300,00	2.33
Materiais de limpeza	250,00	1.94
Material de escritório	200,00	1.55
Salários e Benefícios	5.700,00	44.32
Seguros	200,00	1.55
Serviços de terceiros	300,00	2.33
Tarifas bancárias	100,00	0.78
Tarifas de operadoras de cartão	400,00	3.11
Telefone e internet	130,00	1.01
Total	12.860,01	100.00

Projeção dos Custos Fixos

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	12.860,01
Mês 2	12.860,01
Mês 3	12.860,01
Mês 4	12.860,01
Mês 5	12.860,01
Mês 6	12.860,01
Mês 7	12.860,01
Mês 8	12.860,01

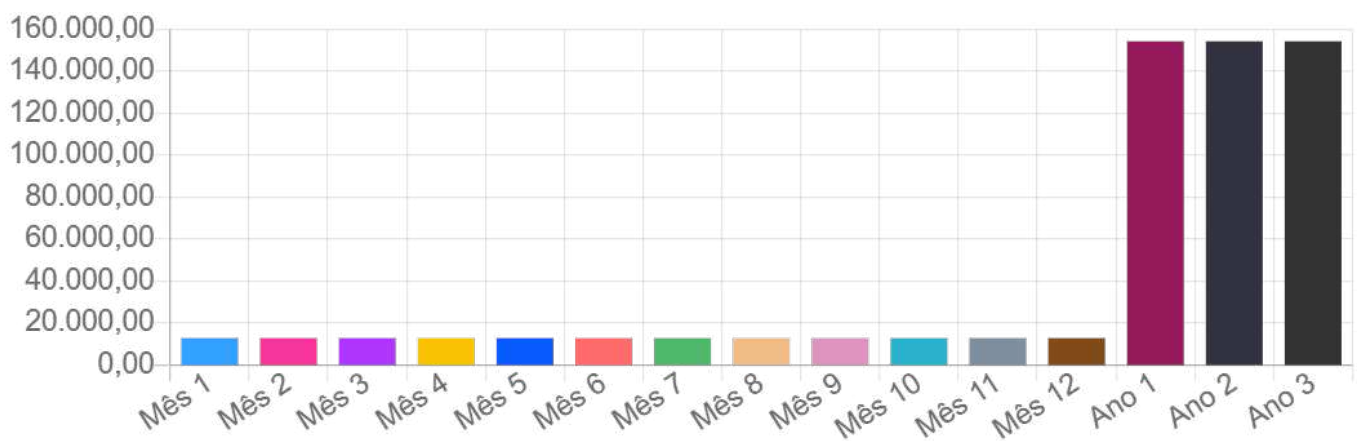
Descrição	Valor (R\$)
Mês 9	12.860,01
Mês 10	12.860,01
Mês 11	12.860,01
Mês 12	12.860,01

Totais anuais

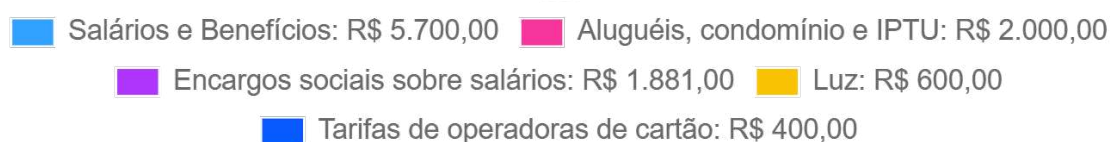
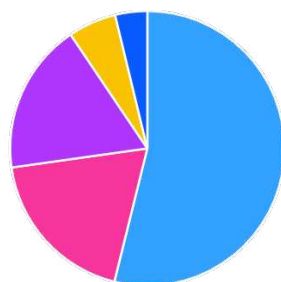
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	154.320,12
Segundo Ano	154.320,12
Terceiro Ano	154.320,12

Gráficos

Evolução dos Custos Fixos



Top 5 Custos Fixos



DRE

1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	47.491,50	70.00
Vendas à Prazo	20.353,50	30.00
Total	67.845,00	100.00

2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	2.237,50	3.30
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	12.915,50	19.04
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	2.840,00	4.19
Impostos Federais	2.713,80	4.00
Taxas de cartões	1.356,90	2.00
Propaganda	678,45	1.00
Previsão de inadimplência	203,535	0.30
Custo da Mercadoria Vendida (CMV):	2.035,35	3.00
Total	24.981,035	36.82

3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
Total	42.863,965	63.18

4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Salários e Benefícios	5.700,00	8.40
Encargos sociais sobre salários	1.881,00	2.77
Aluguéis, condomínio e IPTU	2.000,00	2.95
Água	250,00	0.37
Luz	600,00	0.88

Descrição	Valor (R\$)	%
Telefone e internet	130,00	0.19
Seguros	200,00	0.29
Manutenção	300,00	0.44
Depreciação	249,01	0.37
Honorários contábeis	300,00	0.44
Serviços de terceiros	300,00	0.44
Tarifas bancárias	100,00	0.15
Tarifas de operadoras de cartão	400,00	0.59
Material de escritório	200,00	0.29
Materiais de limpeza	250,00	0.37
Total	12.860,01	18.95

5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
Total	30.003,955	44.22

Projeção da DRE

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

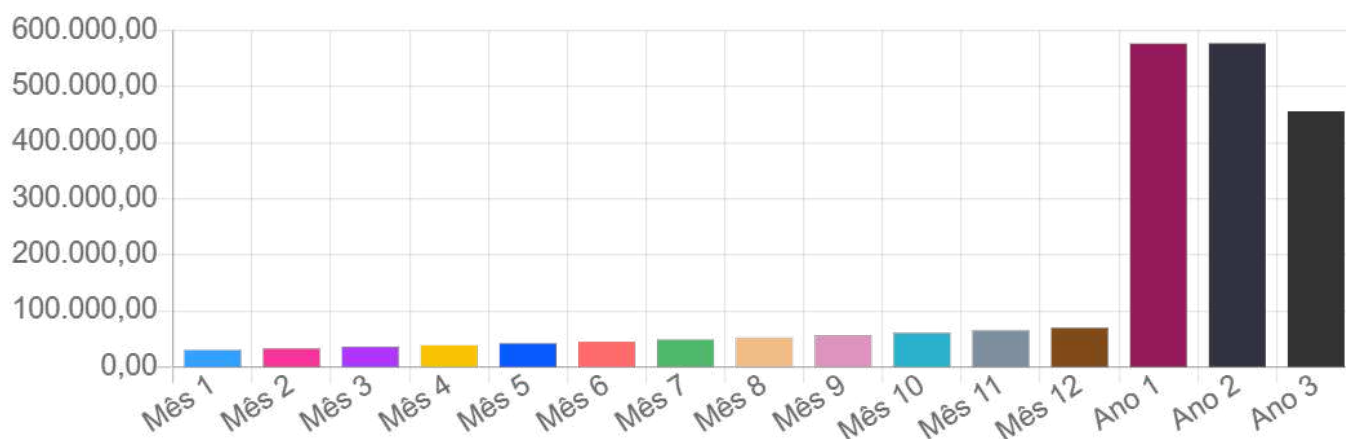
Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	30.003,955
Mês 2	32.716,654
Mês 3	35.579,981
Mês 4	38.601,86
Mês 5	41.790,658
Mês 6	45.155,137
Mês 7	48.704,536
Mês 8	52.448,543
Mês 9	56.397,368
Mês 10	60.561,724
Mês 11	64.952,88
Mês 12	69.582,70

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	576.495,996
Segundo Ano	576.942,829
Terceiro Ano	455.807,34

Gráficos

Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



Indicadores Financeiros

Resumo Financeiro

Descrição	
Receita Anual	R\$ 1.079.897,45
Custos Variáveis	-R\$ 349.081,33
Margem de Contribuição	R\$ 730.816,12
Custos Fixos	-R\$ 154.320,12
Resultado	R\$ 576.496,00
Lucratividade Anual	53.38 %

Outros Indicadores

Descrição	
Payback Simples	2 meses
Rentabilidade Anual	1452.06 %

Pontos de Equilíbrio

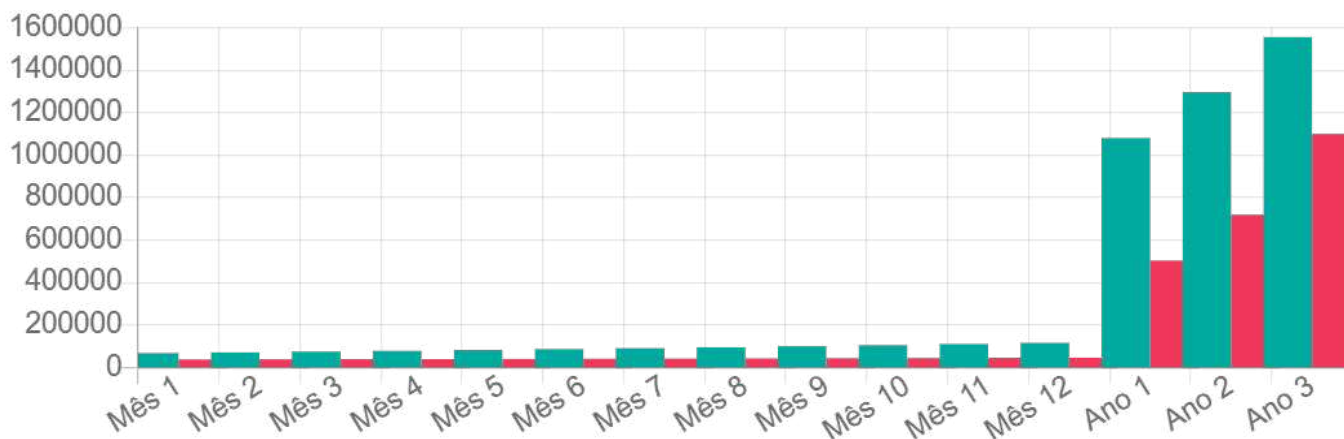
Lucro Desejado: R\$ 120.000,00

Descrição	
PE Contabil	R\$ 228.014,36
PE Financeiro	R\$ 223.599,32
PE Econômico	R\$ 405.319,33

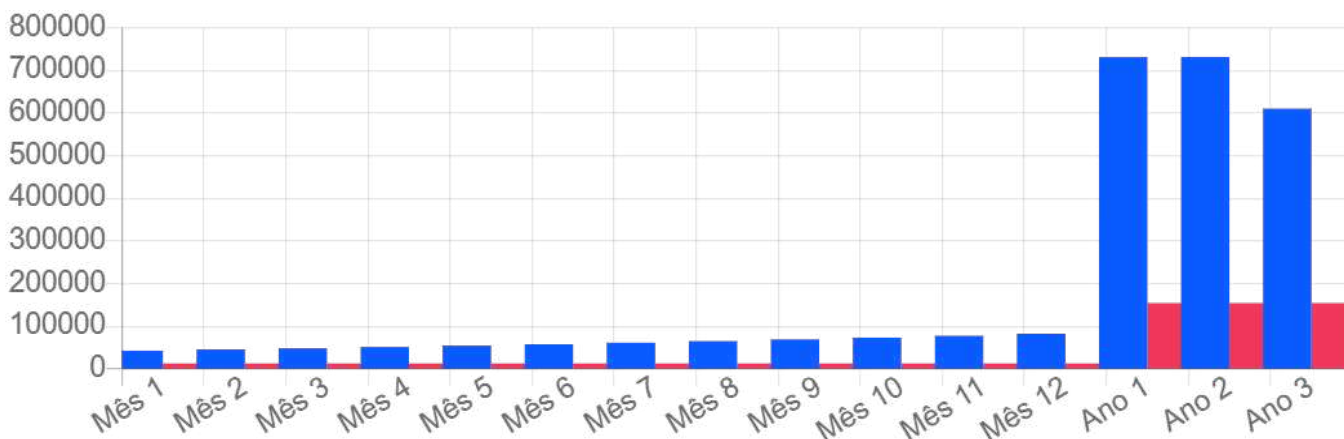
Indicador de Lucratividade



Receitas x Custos



Margem de Contribuição x Custos Fixos



Canais de Aquisição

Avaliação de Canais

Canal de Aquisição	Atratividade	Alcance Esperado	Cliente	Relacionamento	Viabilidade	Média Geral
Publicidade em Redes Sociais	10	9	9	8	10	9
Comunidade	8	6	7	10	9	8
Marketing Viral	10	10	7	6	9	8
Marketing de Conteúdo	8	7	8	8	9	8
Eventos	9	8	8	10	7	8
Publicidade Tradicional	7	6	7	5	8	7

Canais de Tração

Publicidade em Redes Sociais, Comunidade, Marketing Viral

Experimentos

Publicidade em Redes Sociais Ticket Médio: R\$ 50,00 Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 2,00

Como testar?

Criar 4 anúncios (Instagram + Facebook) com criativos: 1 vídeo curto mostrando combo “Combo Ronronar”, 1 carrossel de fotos do espaço instagramável, 1 oferta de inauguração (desconto 20% no combo) e 1 anúncio com depoimento de cliente. Segmentação: Ribeirão Pires e cidades vizinhas, 16–35 anos, interesses: pets, cafés, bem-estar. Teste A/B com duas chamadas.

Com quem testar?



Heloísa Oliveira Pezza

Período de teste

Início: 28/10/2025

Término: 27/11/2025

Investimento
R\$ 100,00

Clientes obtidos
50

Receita gerada
R\$ 2.500,00

Aprendizado

Os anúncios no Instagram e Facebook geraram boa visibilidade e retorno. A persona Heloísa interagiu bem com vídeos curtos. Investir em criativos visuais aumenta o engajamento e atrai novos clientes.

Comunidade

Ticket Médio: R\$ 50,00

Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 5,00

Como testar?

Fechar 2 parcerias com ONGs locais: workshop gratuito sobre adoção + café com desconto para apoiadores; criar grupo no WhatsApp/Telegram para fãs locais com oferta exclusiva semanal; promover atendimento "traz um amigo" via parcerias com pet shops. Mensagens focadas em adoção responsável e bem-estar.

Com quem testar?



Beatriz Caldeira Masuchette

Período de teste

Início: 27/10/2025

Término: 27/11/2025

Investimento

R\$ 100,00

Clientes obtidos

20

Receita gerada

R\$ 1.000,00

Aprendizado

As parcerias fortaleceram a imagem social da marca e atraíram clientes engajados. Ações presenciais geram confiança e divulgação boca a boca. Parcerias contínuas são estratégicas.

Marketing Viral

Ticket Médio: R\$ 50,00

Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 5,00

Como testar?

Criar um desafio TikTok: #RonronarChallenge — clientes fazem vídeo interagindo com gatos e marcam o café; contratar 2 micro-influencers (5–20k) para gravar experiência + cupom exclusivo. Incentivar UGC (user generated content) com prêmio mensal (kit pet). Medir alcance e cupom usado.

Com quem testar?



Erik Fabricio de Souza

Período de teste

Início: 27/10/2025

Término: 28/11/2025

Investimento

R\$ 300,00

Clientes obtidos

60

Receita gerada

R\$ 3.000,00

Aprendizado

O desafio teve alto alcance orgânico e trouxe novos seguidores. Vídeos autênticos com gatos aumentam o interesse. Criadores locais ajudam a gerar prova social com baixo custo.

Simulador de Resultados

Percentuais Aplicados

Cenário Otimista

Receita maior em: 15%

Custo menor em: 10%

Investimento menor em: 5%

Cenário Pessimista

Receita menor em: 20%

Custo maior em: 10%

Investimento maior em: 5%

Resumo

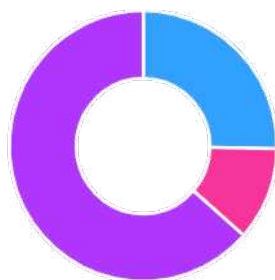
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Receita Anual	R\$ 1.079.897,45	R\$ 1.241.882,07	R\$ 863.917,96
Custos Variáveis	-R\$ 349.081,33	-R\$ 314.173,20	-R\$ 383.989,46
Margem de Contribuição	R\$ 730.816,12	R\$ 927.708,87	R\$ 479.928,50
Custos Fixos	-R\$ 154.320,12	-R\$ 138.888,11	-R\$ 169.752,13
Resultado	R\$ 576.496,00	R\$ 788.820,76	R\$ 310.176,37

Indicadores Financeiros

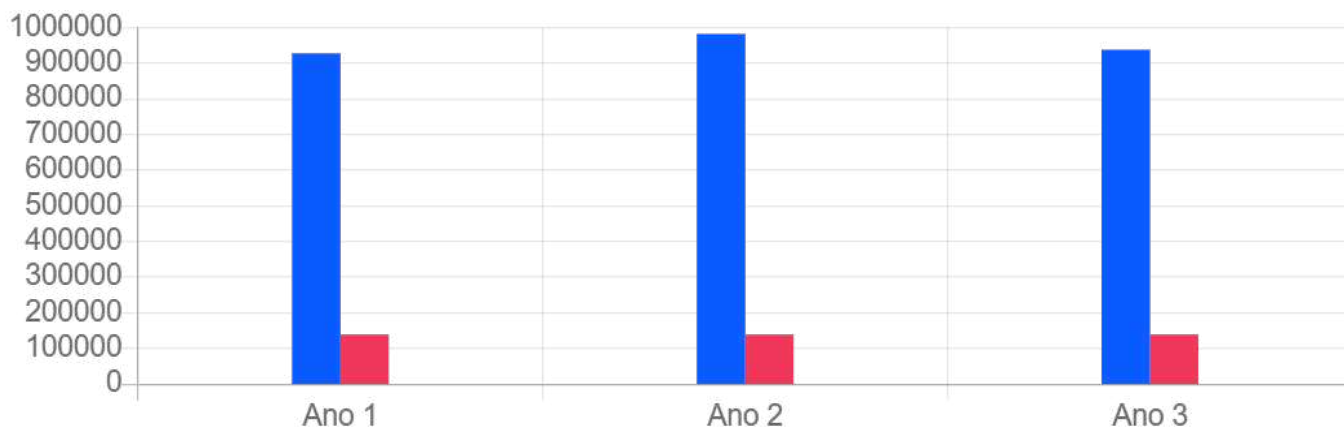
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Lucratividade Anual	53.38 %	63.52 %	35.90 %
Payback Simples	2 meses	2 meses	2 meses
Rentabilidade Anual	1452.06 %	2091.43 %	744.06 %
PE Contábil	R\$ 228.014,36	R\$ 185.922,88	R\$ 305.567,89
PE Financeiro	R\$ 223.599,32	R\$ 181.922,85	R\$ 300.189,07
PE Econômico	R\$ 405.319,33	R\$ 346.561,15	R\$ 521.577,83

Gráficos Cenário Otimista

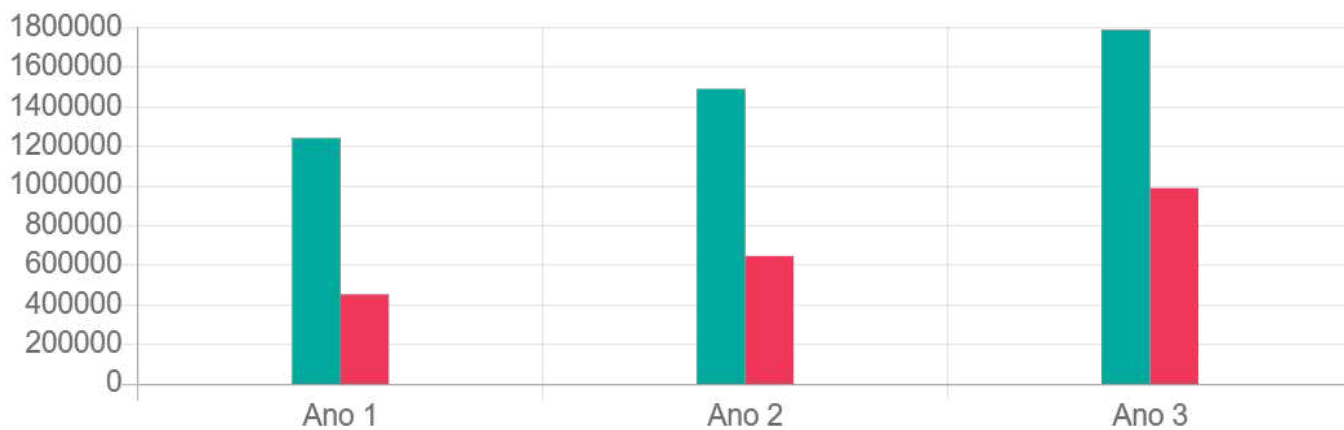
Avaliação das Pontuações



Margem de Contribuição x Custos Fixos

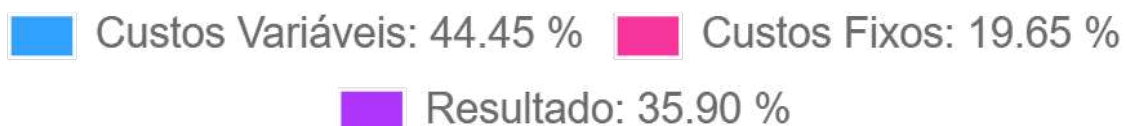
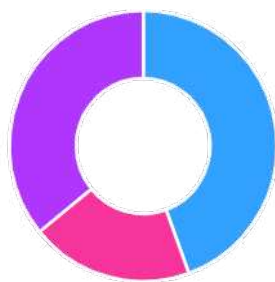


Receitas x Custos

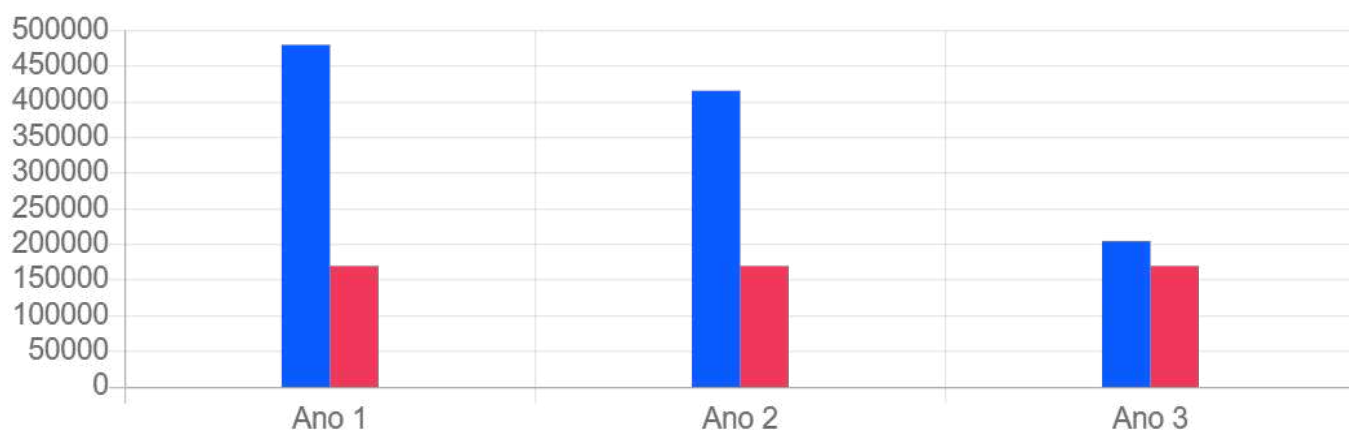


Gráficos Cenário Pessimista

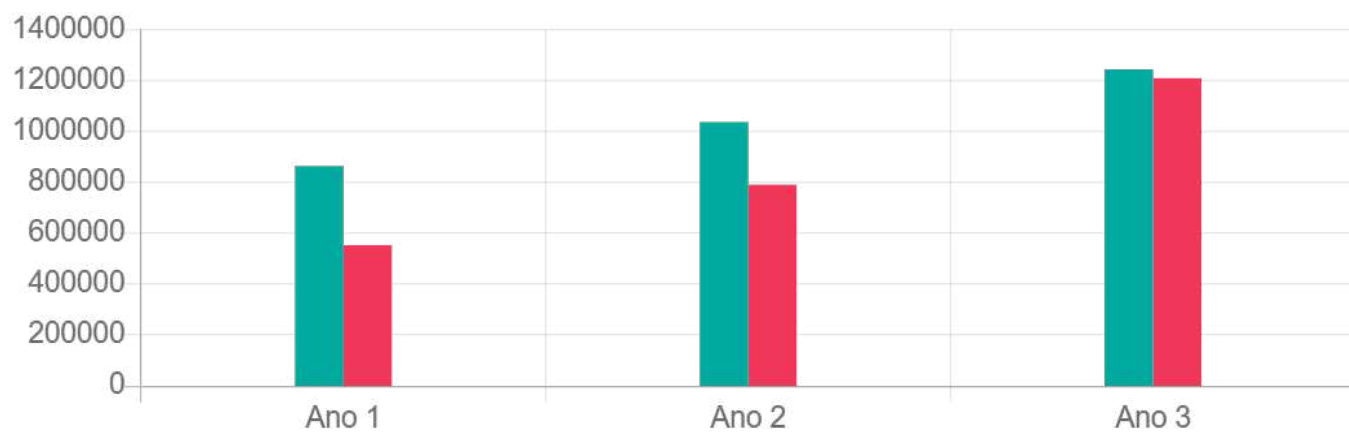
Avaliação das Pontuações



Margem de Contribuição x Custos Fixos



Receitas x Custos



Quadro de Experimentação



(Ana) acreditamos que tendo áreas "instagramáveis" podemos aumentar 25% a interação e a divulgação nas redes, a partir dos clientes que nos marcarem

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Validado	Baixo	Muito Alto	Cliente

Experimento

Como testar?

planejamos ter diferentes áreas "instagramáveis", com diferentes propostas de design

Com quem testar?



Beatriz Caldeira Masuchette

Critérios de Validação

será validado se alcançarmos o aumento em 25% de divulgação do nosso perfil

Aprendizado

as redes sociais são necessárias para crescer a divulgação de uma empresa



(Gustavo) Acreditamos que podemos nos tornar referencias em adoção de gatos em toda a cidade.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Validado	Alto	Alto	Vantagem Competitiva

Experimento

Como testar?

Perguntamos a clientes o quão satisfeitos eles estão sobre as adoções e como eles veem o estabelecimento neste quesito.

Com quem testar?



Adriano (Gustavo H.)

Critérios de Validação

Comentários de clientes

Aprendizado

É valido a nossa hipótese pois nos podemos nos tornar um ponto de adoção conhecido tendo em visto a fama do local e sua boa reputação.



Acreditamos que clientes com ansiedade e estresse procuram ambientes acolhedores que combinem gastronomia e bem-estar emocional.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Validado	Baixo	Muito Alto	Problema

Experimento

Como testar?

(julia e jhuan)vamos testar diferentes musicas que possam trazer um ar acolhedor

Com quem testar?



Ana Beatriz(Júlia)

Critérios de Validação

vamos identificar a reação das diferentes pessoas presentes no ambiente

Aprendizado

aprendemos que musicas podem sim afetar a experiência do cliente



Acreditamos que possuir um cardápio com acessibilidade para as pessoas veganas aumentará o público em 20%

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Validado	Baixo	Muito Alto	Cliente

Experimento

Como testar?

Trazar algumas opções veganas do cardápio e apresentar para a pessoa

Com quem testar?



Beatriz Caldeira Masuchette

Critérios de Validação

A Persona aprovar o sabor do alimento e aprovar todos ou algumas das nossas opções do cardápio

Aprendizado

A Persona aprovou o sabor dos alimentos do nossos cardápio e que devemos continuar inovando em alimentos novos



Acreditamos que divulgar nossos conteúdos no Instagram aumentará em 20% o engajamento dos clientes em até 2 semanas.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Não testada	Baixo	Alto	Canais



Acreditamos que o custo mensal com produtos veganos e sem lactose representará menos de 25% do total gasto com insumos.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Não testada	Baixo	Alto	Custos

Funil de Vendas

Topo do Funil

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Reels no Instagram e TikTok com gatos		1200	800		0.67
gerar visibilidade e despertar curiosida		1200	900		0.75
Alcançar pessoas que não conhecem a marc	120,00	1500	800	0.15	0.53
Consolidado	120,00	3900	2500	0.05	0.64

Gatilhos de passagem

Reels no Instagram e TikTok com gatos
1. Curtidas
2. Comentários
3. Cliques no perfil
gerar visibilidade e despertar curiosida
1. Reels no Instagram/TikTok mostrando gatos e cafés
2. curtidas, compartilhamentos, cliques no perfil.
Alcançar pessoas que não conhecem a marc
1. Acesso via QR code
2. Seguidores novos

Meio do Funil

Chegaram da etapa anterior: 2500 pessoas

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Post de bastidores enquetes no Instagram		800	500		0.63
gerar interesse e desejo.		800	600		0.75
Gerar interesse		900	500		0.56
Consolidado		2500	1600		0.64

Gatilhos de passagem

Post de bastidores enquetes no Instagram
1. Respostas das enquetes
2. Mensagens no direct
3. Salvamento dos posts
gerar interesse e desejo.
1. mensagens no direct, pedidos de informações, cadas
Gerar interesse
1. Mensagens no direct
2. Pedidos de informações
3. Cadastro em Lista

Fundo do Funil

Chegaram da etapa anterior: 1600 pessoas

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Converter em primeira compra	50,00	500	300	0.17	0.60
Manter cliente ativo	50,00	500	400	0.13	0.80
Convertem em cliente fiel	50,00	600	400	0.13	0.67
Consolidado	150,00	1600	1100	0.14	0.69

Gatilhos de passagem

Converter em primeira compra
1. Resgate de cupom
Manter cliente ativo
1. Resgate de cupom
Convertem em cliente fiel
1. Programa fidelidade

Análise

Efetivaram/realizaram a compra:

1100 pessoas

Custo Total de Aquisicao de Pessoas:

R\$ 0,25

Taxa Total de Conversão:

0.69 %

Percentual de Pessoas que fizeram a Conversão

De 3900 pessoas que estão no Topo do Funil, 2500 (64.1%) pessoas passam para o Meio do Funil



De 2500 pessoas que estão no Meio do Funil, 1600 (64.0%) pessoas passam para o Fundo do Funil



De 1600 pessoas que estão no Fundo do Funil, 1100 (68.8%) pessoas efetivam a compra



Percentual de Pessoas que passaram pelas Etapas do Funil

3900 pessoas interagem com seu negócio



De 3900 pessoas que estão conhecendo seu produto ou serviço, 2500 pessoas (64.1%) buscam mais informações sobre sua solução



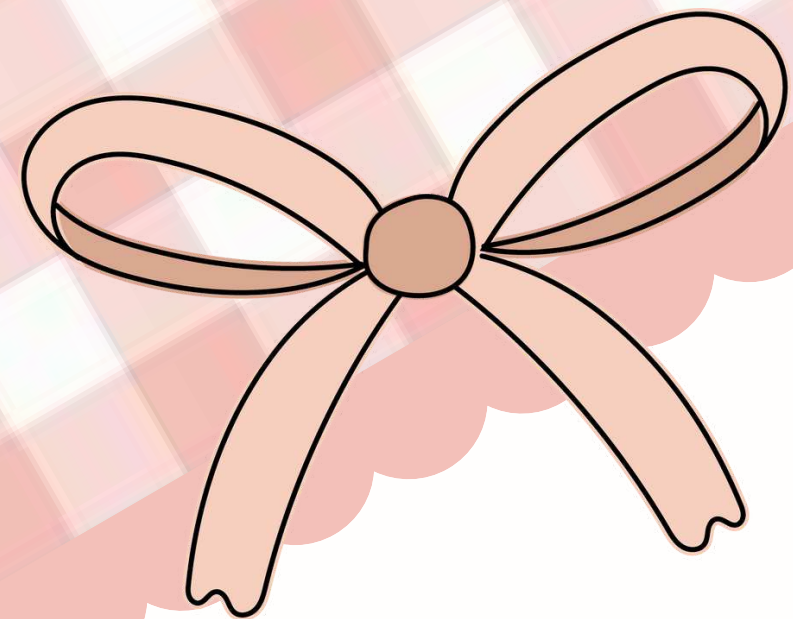
De 2500 interessadas no seu produto ou serviço, 1600 pessoas (41.0%) estão dispostas a comprar de você



De 1600 pessoas que são potenciais clientes, 1100 pessoas (28.2%) realizaram a compra



■ Chegaram ao Funil ■ Topo do Funil ■ Meio do Funil ■ Fundo do funil



AROMAS

E

PATINHAS



INTEGRANTES



Ana Carolina

CEO



Gustavo Henrique

Gerente operacional



Felipe Miyazaki

Gerente Financeiro



Julia Vompean

Gerente de Marketing



Jhuan Santana

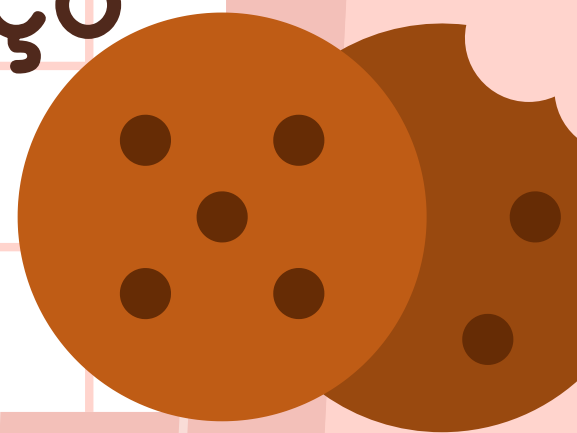
Gerente de experiencia do cliente

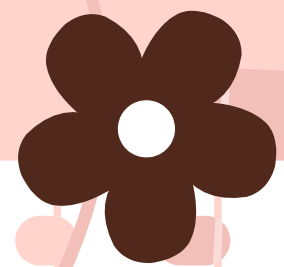


QUEM SOMOS

Somos a Aromas e Patinhas, uma cafeteria pet-friendly que une bem-estar, gastronomia e adoção responsável de gatos.

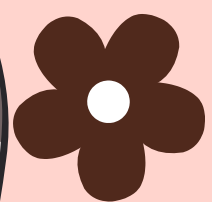
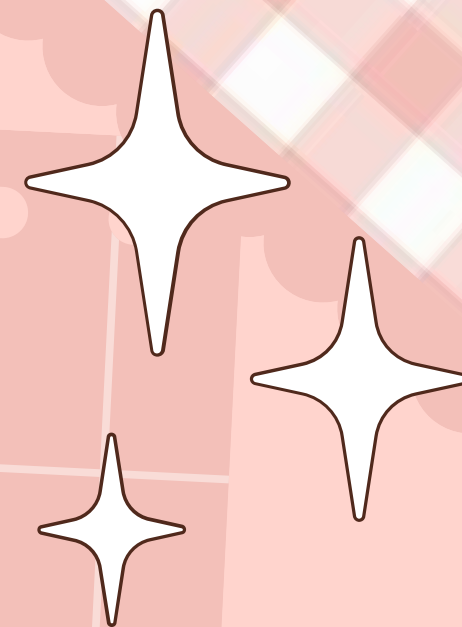
O projeto surgiu do grupo PetsDream, que sempre buscou promover tranquilidade e conforto emocional, agora, evoluímos a ideia para um espaço físico acolhedor e inclusivo.





QUEM FOMOS

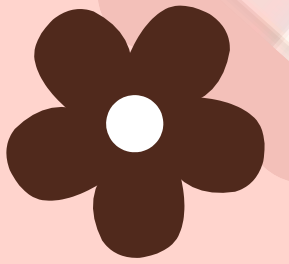
A PetsDream era um projeto de bem-estar que produzia pelúcias terapêuticas e essências calmantes para ajudar no alívio de ansiedade, estresse e outros transtornos, oferecendo conforto sensorial e apoio emocional.





QUEM FOMOS

Um dos testes do antigo projeto foi com a Ceci, que na época tinha 6 anos, ela é uma criança com TEA com nível de suporte I

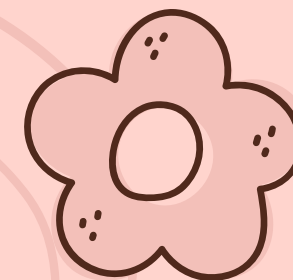
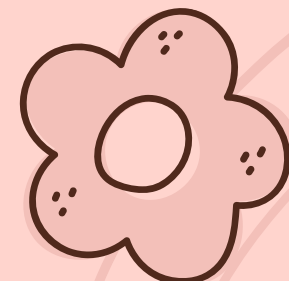


PROBLEMA

Como podemos criar ambientes acolhedores que integrem a gastronomia, promoção da saúde mental e cuidado animal, diante da escassez desses espaços?

HIPÓTESE


Uma cafeteria terapêutica, que oferece interação com gatos resgatados e um cardápio consciente/inclusivo, promove o bem-estar emocional e social de seus clientes.






JUSTIFICATIVA

Um espaço terapêutico que une bem-estar emocional, responsabilidade social e inclusão. Além de ajudar no controle da ansiedade e da depressão?

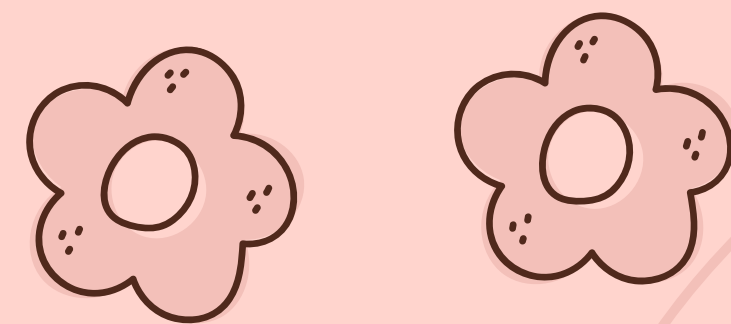
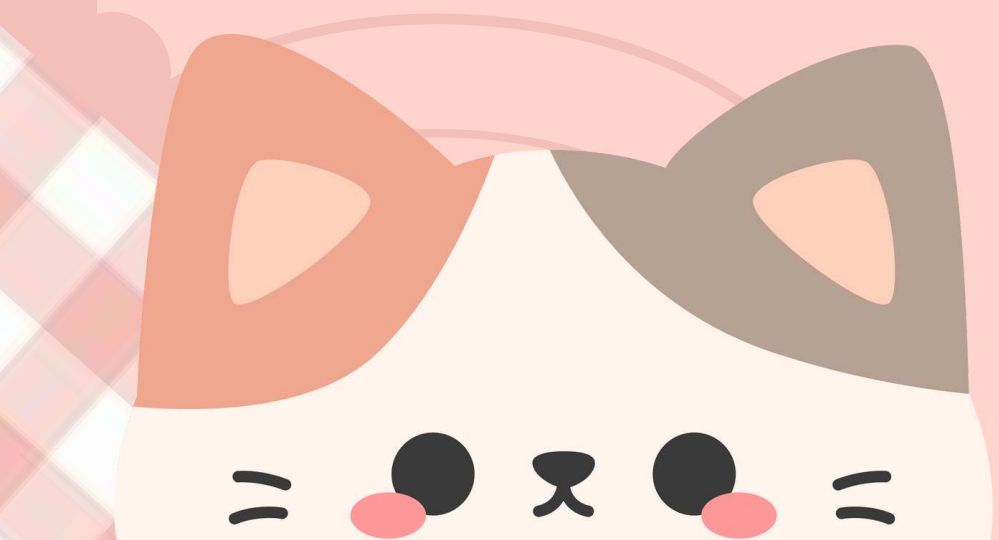
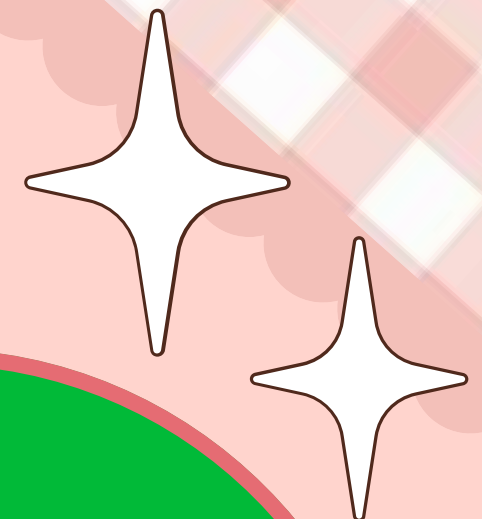
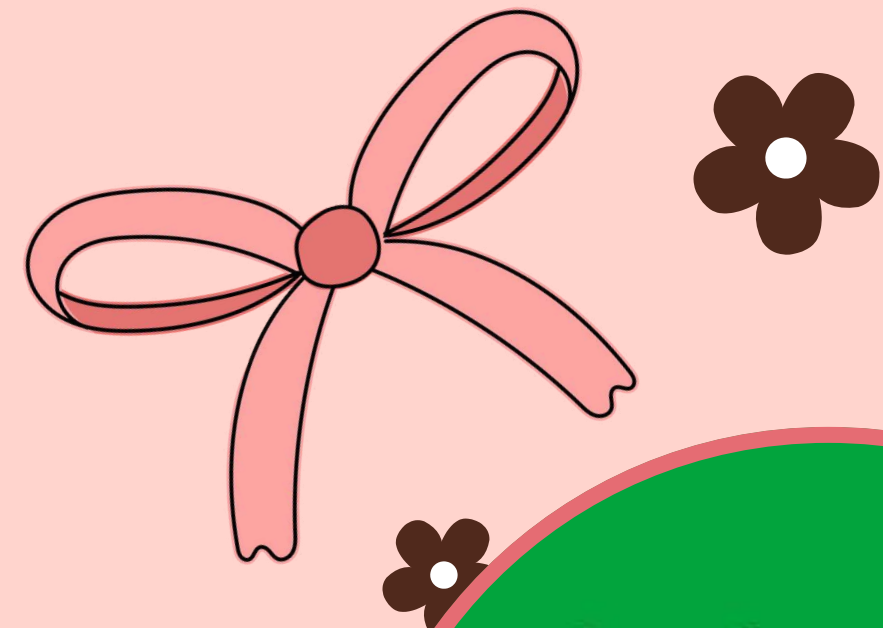




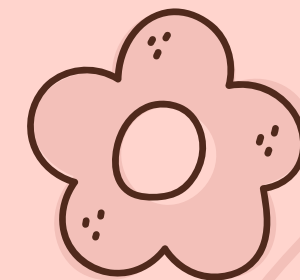
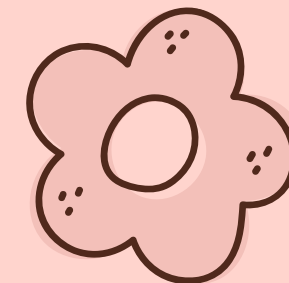
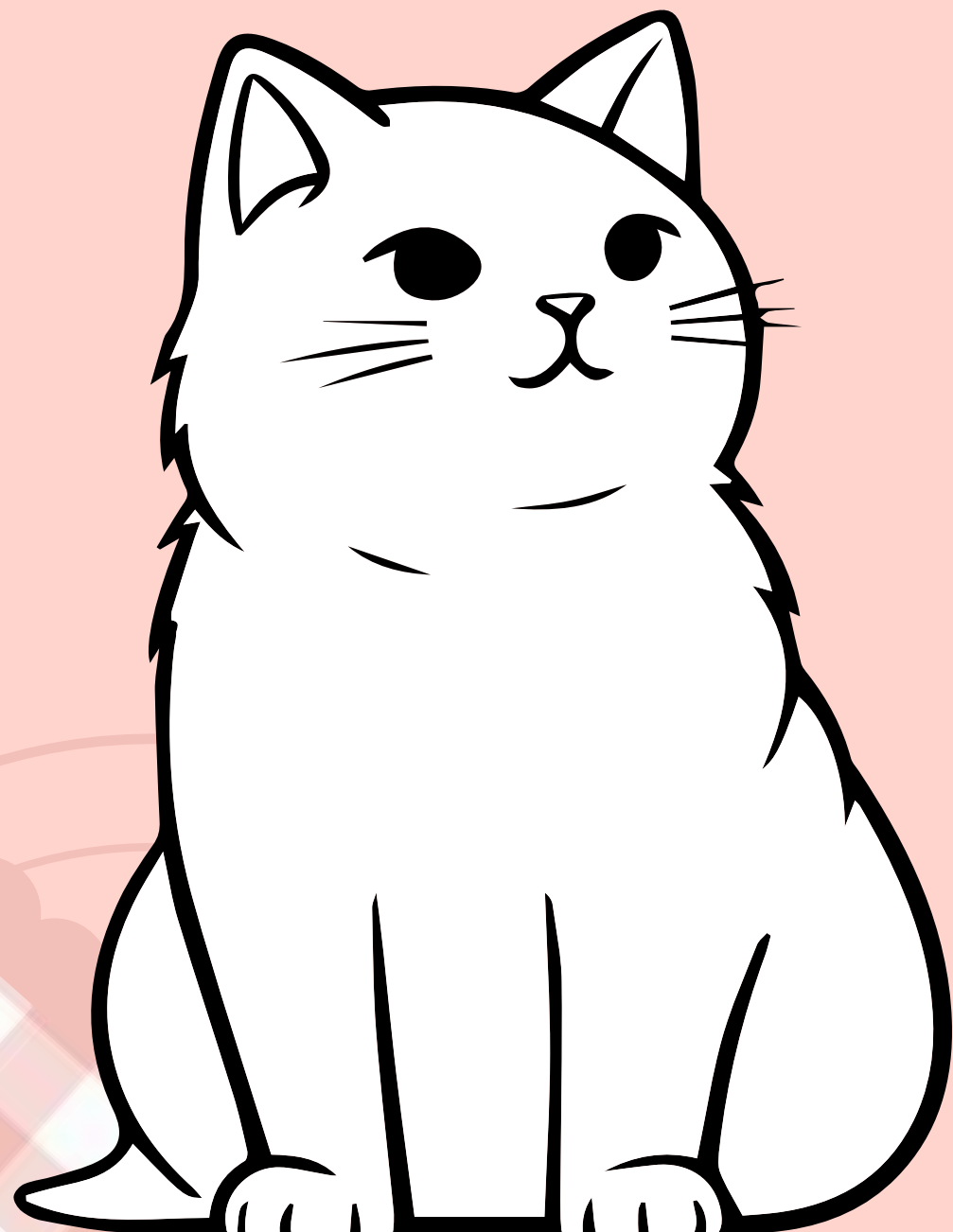
OBJETIVOS

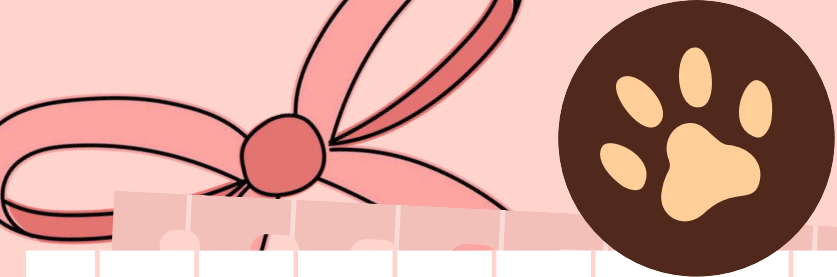
- Criar um ambiente acolhedor que favoreça o equilíbrio emocional.
 - Incentivar a adoção consciente de gatos resgatados, em parceria com ONGs.
 - Oferecer gastronomia inclusiva, respeitando restrições alimentares.
 - Atuar com responsabilidade ambiental, minimizando desperdícios.
- 

ODS



Cultura Organizacional





VALORES

Bem-estar, sustentabilidade, inclusão, respeito aos animais e excelência nos serviços.



MISSÃO

Oferecer um ambiente acolhedor e terapêutico que promove o bem-estar dos clientes e incentiva a adoção de gatos resgatados.

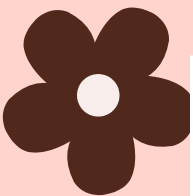


VISÃO

Ser referência em experiências gastronômicas inclusivas e bem-estar animal, expandindo o conceito para outras regiões.



LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO

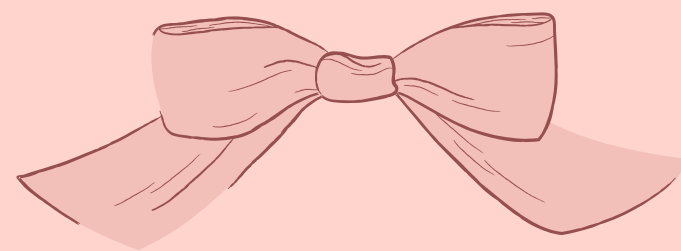


Humanizada, acolhedora e engajada com causas sociais. Utiliza redes sociais para interação, storytelling de adoções e divulgação de eventos.



VESTUÁRIO

Uniformes que refletem acolhimento e bem-estar, com cores suaves e profissionalismo no atendimento.



REFERÊNCIAS DO ESPAÇO



IDENTIDADE VISUAL



Design leve e afetivo, com elementos que remetem à tranquilidade, carinho e conexão com os pets. Uso de cores suaves e ícones que reforçam o conceito terapêutico e inclusivo.



CARDÁPIO

doces

R\$10,00

Bolo do Dia
Rotativo: cenoura com chocolate, banana com aveia ou fubá



R\$ 9,00

Cookies Artesanais
Tradicional, vegano ou sem glúten



salgados

R\$ 7,00

Pão de Queijo
Tradicional



R\$ 14,00

Sanduíche Natural
Tradicional ou vegano (húmus e tofu) pão s/ glúten sob pedido



bebidas

R\$ 7,00

Café expresso/Coado




R\$ 8,00

Chás Naturais
camomila, hortelã, hibisco e chá verde



R\$ 14,00

Golden Milk



R\$ 15,00

Brownie da Casa
Tradicional ou vegano



R\$ 17,00

Torta do Mês
Sabores sazonais: maçã c/ canela, limão c/ merengue e opção vegana



R\$ 11,00

Mini Torta Salgada
frango, palmito, berinjela c/ tomate e opção vegana c/ grão de bico



R\$ 14,00

Cappuccino Aromas
Com leite tradicional ou vegetal



R\$ 10,00.

Latte ou Macchiato



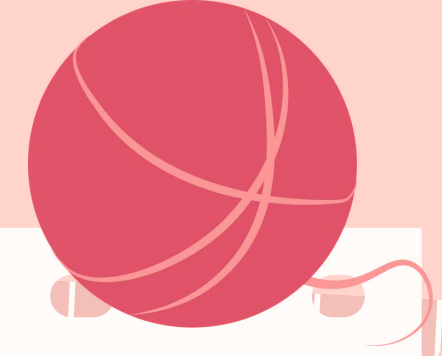
R\$ 9,00

Suco Natural do Dia
goiaba, maracujá, abacaxi c/ hortelã, limão e laranja



R\$ 11,00

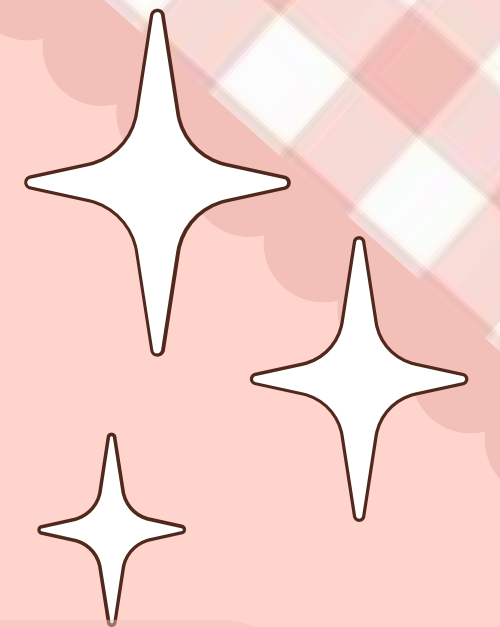
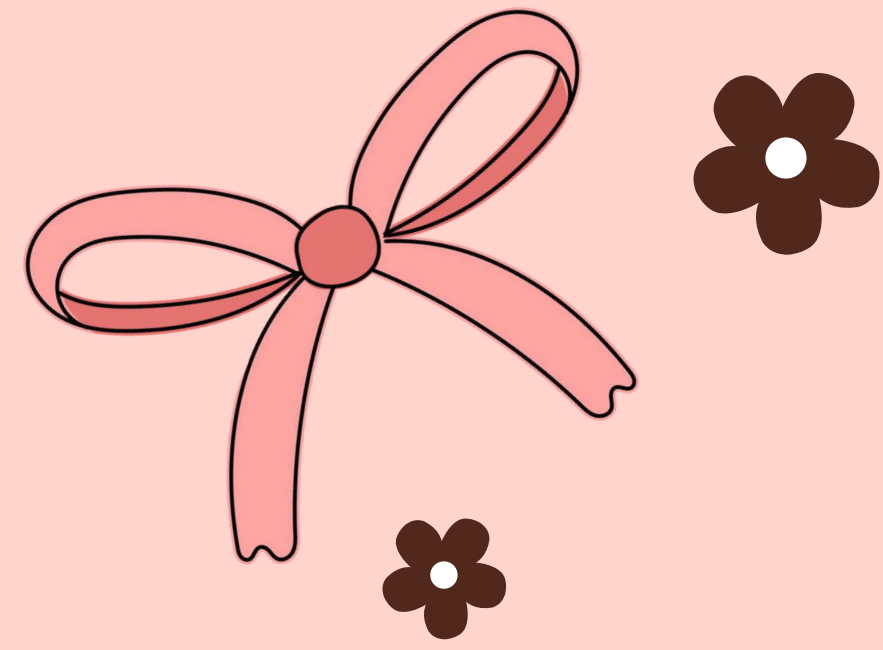
Vitamina
banana, abacate, goiaba, maçã e banana e morango

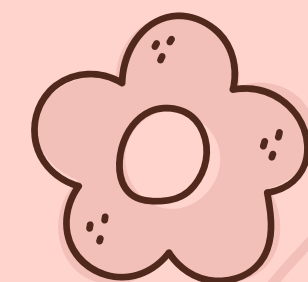
CARDÁPIO

O cardápio foi criado para ser acolhedor, sensorial e inclusivo. Ele possui opções para pessoas intolerantes a lactose, alérgicas a glúten e para pessoas veganas





Ferramentas de Gestão



PRINCIPAIS PARCEIROS

- ONGs de Proteção Animal (Principal parceiro, fornecendo os gatos).
- Fornecedores de Ingredientes (foco em sustentabilidade).
- Clínicas Veterinárias.

ATIVIDADES CHAVE

- Gestão do Bem-Estar e Higiene dos Gatos.
- Produção de alimentos e bebidas.
- Gestão de Parcerias e do ciclo de adoção.

RECURSOS CHAVES

- Localização Estratégica.
- Cardápio Exclusivo.
- Infraestrutura Pet-Friendly e adaptada.

PROPOSTAS DE VALOR

- Experiência Terapêutica: Ambiente que une gastronomia e bem-estar para redução de estresse e ansiedade.
- Interação com Gatos Resgatados: Convivência e incentivo à adoção responsável.
- Gastronomia Inclusiva: Cardápio com foco em opções veganas e sem lactose.

RELAÇÃO COM O CLIENTE

- Experiência de Comunidade (Cat Lovers).
- Atendimento acolhedor e focado no bem-estar.
- Marketing de Conteúdo sobre saúde mental e animal.

Canais

- Loja Física (Cafeteria em Ribeirão Pires, SP).
- Mídias Sociais (Instagram, TikTok).
- Parcerias com ONGs (canal para processo de adoção).

SEGMENTO DE CLIENTES

- Pessoas que buscam bem-estar emocional e terapias contra o estresse.
- Amantes e tutores de gatos (público pet-friendly).
- Consumidores de gastronomia especializada (veganos/intolerantes à lactose).
- Comunidade local de Ribeirão Pires.

ESTRUTURA DE CUSTOS

- Custos Fixos: Salários e benefícios, aluguel/IPTU e encargos sociais (maiores custos).
- Custos Variáveis: CMV (Custo da Mercadoria Vendida), Impostos (Simples Nacional) e Taxas de Cartão.
- Investimento Inicial: R\$ 39.701,97.
- Viabilidade: Payback de 2 meses.

FLUXO DE RECEITAS

- Taxas de Acesso: Venda de tempo de permanência na área de interação (principal fonte de receita).
- Venda de Gastronomia: Alimentos, bebidas e combos temáticos (Ex: Combo Ronronar).
- Venda de Produtos Terapêuticos: Pelúcias e kits de bem-estar.

PROPOSTAS DE VALOR

- **Experiência Terapêutica:**
Ambiente que une gastronomia e bem-estar para redução de estresse e ansiedade.
- **Interação com Gatos Resgatados:** Convivência e incentivo à adoção responsável.
- **Gastronomia Inclusiva:** Cardápio com foco em opções veganas e sem lactose.

RECURSOS CHAVE

- **Localização Estratégica.**
- **Cardápio Exclusivo.**
- **Infraestrutura Pet-Friendly e adaptada.**

ATIVIDADES CHAVES

- **Gestão do Bem-Estar e Higiene dos Gatos.**
- **Produção de alimentos e bebidas.**
- **Gestão de Parcerias e do ciclo de adoção.**

PARCEIROS CHAVE

- **ONGs de Proteção Animal (Principal parceiro, fornecendo os gatos).**
- **Fornecedores de Ingredientes (foco em sustentabilidade).**
- **Clínicas Veterinárias.**

RELAÇÃO COM O CLIENTE

- **Atendimento humanizado**
- **Confiança**
- **Eventos temáticos**
- **Segurança dos produtos**

SEGMENTO DE CLIENTES

- **Pessoas que buscam bem-estar emocional e terapias contra o estresse.**
- **Amantes e tutores de gatos (público pet-friendly).**
- **Consumidores de gastronomia especializada (veganos/intolerantes à lactose).**
- **Comunidade local de Ribeirão Pires.**

CANAIS

- **Loja Física (Cafeteria em Ribeirão Pires, SP).**
- **Mídias Sociais (Instagram, TikTok).**
- **Parcerias com ONGs (canal para processo de adoção).**

ESTRUTURA DE CUSTO

- **Pessoas que buscam bem-estar emocional e terapias contra o estresse.**
- **Amantes e tutores de gatos (público pet-friendly).**
- **Consumidores de gastronomia especializada (veganos/intolerantes à lactose).**
- **Comunidade local de Ribeirão Pires.**

FLUXO DE RECEITAS

- **Taxas de Acesso: Venda de tempo de permanência na área de interação (principal fonte de receita).**
- **Venda de Gastronomia: Alimentos, bebidas e combos temáticos (Ex: Combo Ronronar).**
- **Venda de Produtos Terapêuticos: Pelúcias e kits de bem-estar.**

SWOT

F forças

- Proposta de Valor Inovadora (Terapia + Gastronomia Inclusiva + Adoção).
- Alta Lucratividade (53,38%).
- Rápido Retorno do Investimento (Payback em 2 meses).

O Oportunidades

- Crescimento da Demanda por Bem-Estar e Saúde Mental.
- Expansão do Mercado Pet-Friendly no Brasil.
- Baixa Concorrência Direta na Região de Ribeirão Pires.

Fraquezas

- Alto Custo Fixo com Pessoal (Salários e Encargos).
- Necessidade de Rigor Sanitário e de Bem-Estar Animal Constante.
- Dependência das Parcerias com ONGs.

Ameaças

- Risco de Regulamentação mais Rígida (Vigilância Sanitária).
- Volatilidade Econômica e Aumento do Preço de Insumos.
- Possibilidade de Concorrência Futura.

Forças

- Proposta de Valor Inovadora (Terapia + Gastronomia Inclusiva + Adoção).
- Alta Lucratividade (53,38%).
- Rápido Retorno do Investimento (Payback em 2 meses).

fraquezas

- Alto Custo Fixo com Pessoal (Salários e Encargos).
- Necessidade de Rigor Sanitário e de Bem-Estar Animal Constante.
- Dependência das Parcerias com ONGs.

Ameaças

- Risco de Regulamentação mais Rígida (Vigilância Sanitária).
- Volatilidade Econômica e Aumento do Preço de Insumos.
- Possibilidade de Concorrência Futura.

Oportunidades

- Crescimento da Demanda por Bem-Estar e Saúde Mental.
- Expansão do Mercado Pet-Friendly no Brasil.
- Baixa Concorrência Direta na Região de Ribeirão Pires.

ANÁLISE PEST

FATORES POLITICOS

- **Regulamentação e Conformidade:** Normas de saúde (ANVISA) e Leis de Proteção Animal.
- **Exige investimento em adequação estrutural e sanitária.**

FATORES ECONOMICOS

- **Volatilidade de Custos:** Variação de preços de insumos e matérias-primas.
- **Controlado pela alta lucratividade projetada (53,38%).**

P

E

S

T

FATORES SOCIAIS

- **Comportamento e Tendências:** Crescimento da busca por bem-estar e do movimento pet-friendly.
- **Principal Oportunidade:** Alinhamento direto com a proposta de valor terapêutica.

FATORES TECNOLOGICOS

- **Sistemas e Divulgação:** Uso de PDV e Gestão (eficiência) e Mídias Sociais (marketing).
- **Essencial para a eficiência operacional e o alcance do público-alvo.**

Fatores Políticos

- **Regulamentação e Conformidade: Normas de saúde (ANVISA) e Leis de Proteção Animal.**
- **Exige investimento em adequação estrutural e sanitária.**

Fatores Sociais

- **Comportamento e Tendências: Crescimento da busca por bem-estar e do movimento pet-friendly.**
- **Principal Oportunidade: Alinhamento direto com a proposta de valor terapêutica.**

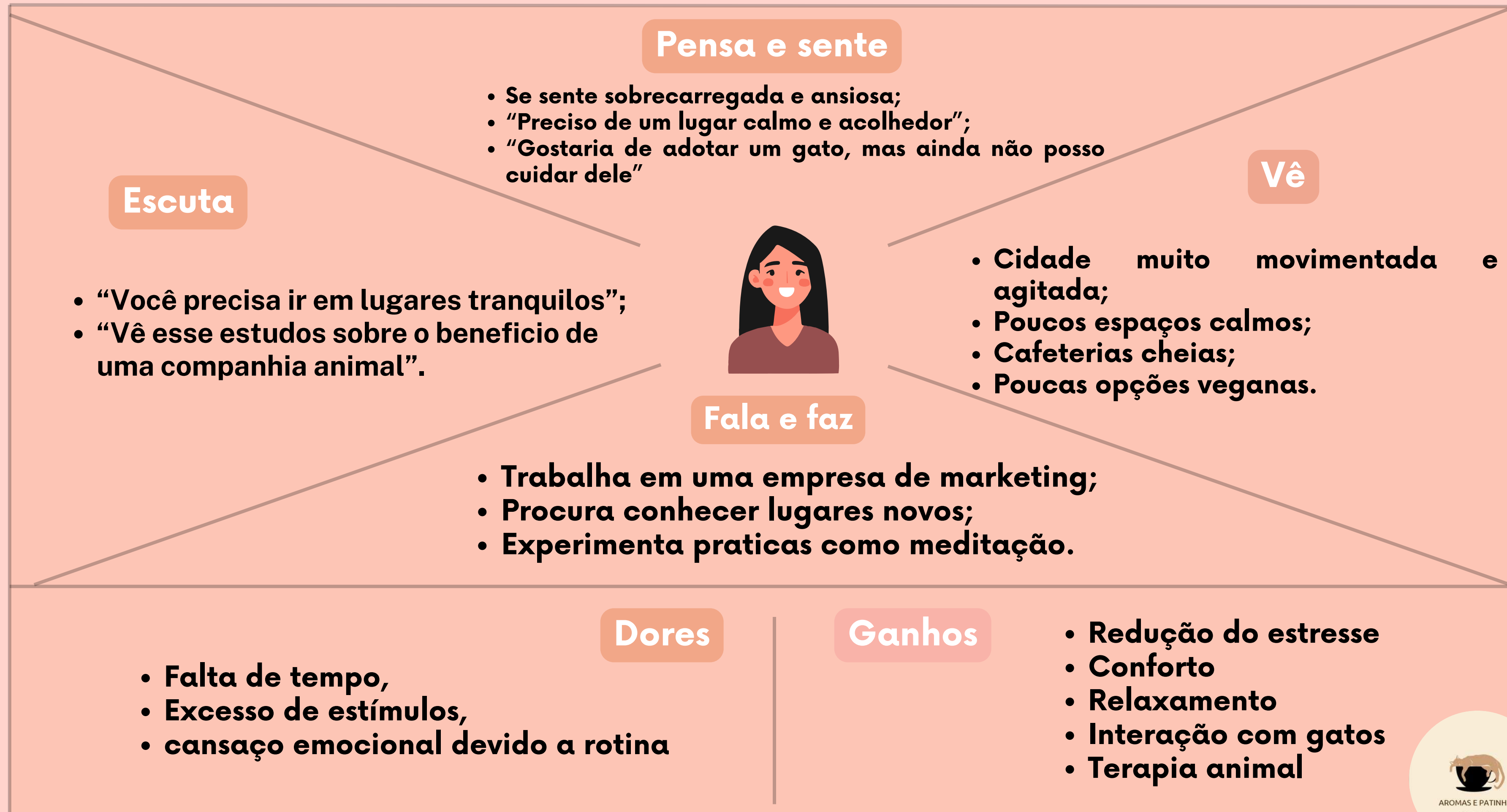
Fatores Econômicos

- **Volatilidade de Custos:**
Variação de preços de insumos e matérias-primas.
- **Controlado pela alta lucratividade projetada (53,38%).**

Fatores Tecnológicos

- **Sistemas e Divulgação: Uso de PDV e Gestão (eficiência) e Mídias Sociais (marketing).**
- **Essencial para a eficiência operacional e o alcance do público-alvo.**

MAPA DE EMPATIA: JULIANA, 25 ANOS



MAPA DE EMPATIA: JULIANA, 25 ANOS

Escuta

- Se sente sobrecarregada e ansiosa;
- "Preciso de um lugar calmo e acolhedor";
- "Gostaria de adotar um gato, mas ainda não posso cuidar dele"



Fala e Faz

- Trabalha em uma empresa de marketing;
- Procura conhecer lugares novos;
- Experimenta praticas como meditação.

MAPA DE EMPATIA: JULIANA, 25 ANOS

Pensa e sente

- **“Você precisa ir em lugares tranquilos”;**
- **“Vê esse estudos sobre o beneficio de uma companhia animal”.**



Vê

- **Cidade muito movimentada e agitada;**
- **Poucos espaços calmos;**
- **Cafeterias cheias;**
- **Poucas opções veganas.**

MAPA DE EMPATIA: JULIANA, 25 ANOS

Dores

- **Falta de tempo,**
- **Excesso de estímulos,**
- **cansaço emocional devido a rotina**



Ganhos

- **Redução do estresse**
- **Conforto**
- **Relaxamento**
- **Interação com gatos**
- **Terapia animal**

FINANCEIRO

Valor total: R\$ 39.701,97

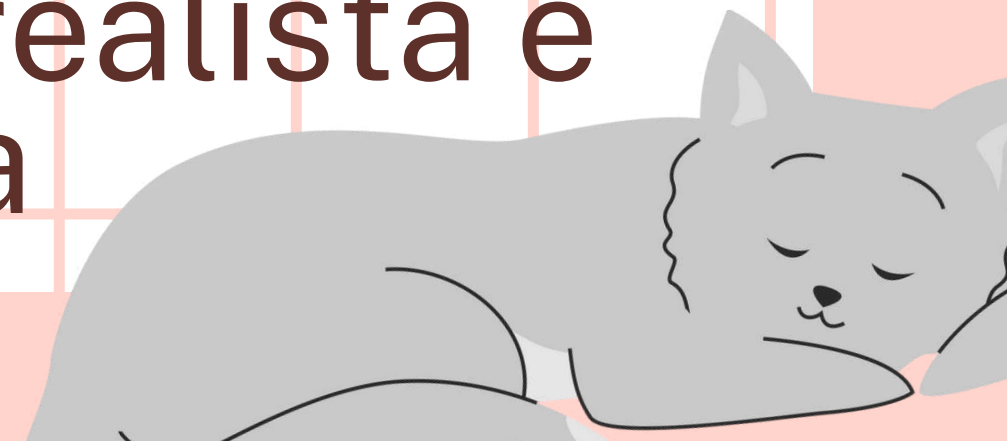
Financiamento: Integralmente pelos sócios

Destinação principal:

- Investimentos fixos (equipamentos, móveis e utensílios)
- Reformas pré-operacionais

Objetivo: Criar um espaço inclusivo e pet-friendly

Critério de cálculo: Pesquisa de preços de mercado, garantindo que o valor seja realista e adequado para a abertura da cafeteria



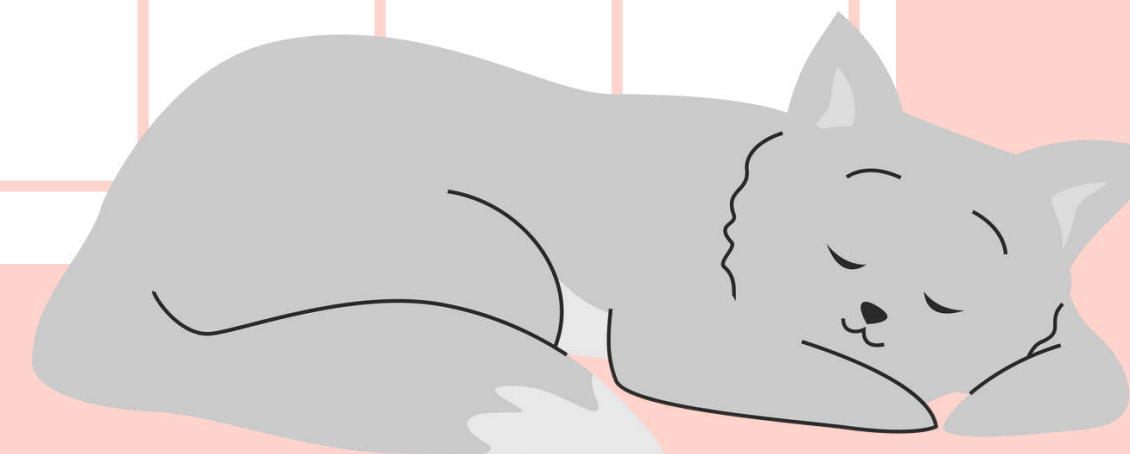
FINANCEIRO

Receita Bruta estimada (1º ano): R\$ 1.079.897,45
Potencial de mercado: Alto, validado pela atratividade do conceito

Principais fontes de receita:

- Gastronomia (cafeteria e produtos)
- Taxas de Acesso (30 min e 1h)
- Combos que integram consumo e experiência

Diferencial competitivo: Venda da experiência terapêutica pet-friendly, além da oferta gastronômica tradicional



Lucro Anual projetado: Superior a R\$ 500.000
Lucratividade Anual: 53,38%

Prazo de Retorno Simples (Payback): Apenas 2 meses para recuperar o investimento inicial

Demonstração de solidez:

- Modelo de negócio altamente eficiente
- Margem de contribuição elevada
- Forte atratividade e sustentabilidade financeira

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Aromas e Patinhas promove empatia, responsabilidade social e saúde mental, transformando o simples ato de tomar um café em uma experiência afetiva e transformadora – tanto para pessoas quanto para os gatos. É mais que uma cafeteria, é um espaço de amor e acolhimento.

Aromas que acolhem, patinhas que envolvem





OBRIGADO

PELA

ATENÇÃO

