



**PLANO DE NEGÓCIO:
Cafeteria Café Cultura**

**BELO HORIZONTE
2016**

**AMANDA DANIELA MOURA LOURENÇO
ISMAEL CARLOS SANTOS
WERICK JHONATAS DA CUNHA SODRÉ**

**PLANO DE NEGÓCIO:
Cafeteria Café Cultura**

Trabalho apresentado à disciplina de Elaboração de Projetos (TCC) do Curso de Administração da FAMIG – Faculdade Minas Gerais como requisito parcial para obtenção de nota e conclusão do curso de Administração.

Orientador (a): Maximiliano Oliveira

**BELO HORIZONTE
2016**

SUMÁRIO

1- SUMÁRIO EXECUTIVO	5
1.1– Principais pontos do Negócio	5
1.2– Empreendedores, experiência profissional e atribuições.....	6
1.3- Dados do empreendimento	8
1.4– Missão.....	8
1.5– Visão	8
1.6– Forma jurídica.....	8
1.7– Enquadramento tributário	8
1.8– Capital social	9
1.9- Fonte de Recursos	9
2 – ANÁLISE DE MERCADO.....	10
2.1– Clientes.....	10
2.2– Concorrentes	11
2.3– Fornecedores.....	12
3– PLANO DE MARKETING.....	13
3.1- Produtos e Serviços	13
3.2– Preço.....	13
3.3– Divulgação e promoção	15
3.5– Localização	16
4– PLANO ESTRATÉGICO	17
4.1– Análise de SWOT	17
4.2 – BSC.....	19
5– PLANO OPERACIONAL.....	21
5.1– <i>Layout</i>	21
5.4– Plano de pessoal.....	23
6– PLANO FINANCEIRO	28
6.1– Investimento inicial	28
6.2 – Gastos com pessoal.....	31
6.3– Remuneração dos sócios	32
6.4 – Projeção de despesas.....	33
6.5– Previsão de vendas	33
6.6– Impostos sobre faturamento	34
6.7– Projeções financeiras	34
6.8- Análise do investimento.....	35
REFERÊNCIAS	37

APÊNDICES.....	40
----------------	----

1- SUMÁRIO EXECUTIVO

O plano apresentado refere-se a uma cafeteria de nome fantasia Café Cultura localizada no bairro Prado em Belo Horizonte - MG. A escolha do local trata-se de um ponto estratégico próximo as faculdades FAMIG, Estácio de Sá e Estação de metrô Carlos Prates, abrangendo ainda várias empresas e comércios, tais como: Hospital Felício Rocho, Hospital Materdei, Fórum e escritórios de advocacia. Buscando atender públicos das classes A e B, pois o empreendimento oferece produtos com alto padrão de qualidade, visto que existem muitas outras cafeterias e lanchonetes que podem servir qualquer tipo de café. A Cafeteria Café Cultura preza por um ambiente tranquilo e agradável, onde executivos, médicos, jovens estudantes, advogados e demais pessoas possam desfrutar de um ambiente aconchegante para apreciar um bom café e fazer reuniões.

1.1– Principais pontos do Negócio

Em 2015 cerca de 51% das indústrias de café apresentaram crescimento mesmo em um cenário de crise econômica (ABIC, 2015). As pesquisas revelam ainda que 73% das indústrias mantiveram seu quadro de funcionários. A ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café) estima que o consumo de café volte a crescer moderadamente em 2016, alcançando os 21 milhões de sacas no ano. Por isso, a finalidade de aplicação no ramo de atividade foi apontada e aprovada pelos sócios. A abertura de uma cafeteria com foco em público alvo das classes A e B. Visando atendê-los com presteza e cordialidade para fidelização dos clientes, aproveitando a oportunidade de que o café apresenta um alto nível de consumo entre os brasileiros.

Com os olhos voltados para um atendimento diferenciado e cultural na região de abertura, a Cafeteria Café Cultura busca atrair e fidelizar a maior parte dos jovens estudantes, médicos, advogados e executivos que residem e atuam nesta localidade. O ambiente interno oferece além dos alimentos servidos pelo garçom, música ao vivo em uma parte da noite e bandas sem custo para a cafeteria, ou seja, os artistas receberão apenas o couvert pago pelos clientes. Um espaço para estudo contendo livros e computadores onde os clientes poderão utilizar para consultas e

outros. Os livros expostos no interior da cafeteria serão doados pelos próprios clientes e os mesmos poderão ser levados também.

Com um ambiente inovador e design atrativo, o empreendimento terá ainda um espaço reservado para estudo com isolamento acústico, contendo computadores conectados à internet, livros disponíveis para consulta e *wi-fi* livre. Com uma área contendo 15 mesas, 10 *pufs* além de um palco para shows, com estilos musicais, tais como, MPB, *Pop rock*, clássicos e *Reggae*. Servindo os mais diversificados tipos de cafés. A Cafeteria Café Cultura ainda disponibiliza de espaço onde os executivos poderão realizar reuniões de trabalhos.

Será investido no empreendimento o valor total de R\$ 145.519,00 incluindo todos os equipamentos, máquinas, utensílios e matéria-prima necessários para a abertura do mesmo. Com este valor, espera-se uma lucratividade em média de 23% durante o período de 5 anos no mercado de Cafeterias. A organização terá um prazo de retorno do investimento de 1 ano e 2 meses, ou seja, com esse tempo de empresa os sócios já esperam ter pago todo o investimento com as vendas. A Cafeteria Café Cultura terá custos e despesas fixos no total mensal de R\$ 20.135,21 e uma margem de contribuição de 50,24%. Os custos e despesas fixos divididos pela margem de contribuição gera um valor de R\$ 40.078,05, considerado como o ponto de equilíbrio.

1.2– Empreendedores, experiência profissional e atribuições

Ismael Carlos Santos, Av. Contorno, 10.185 – bairro Barro Preto – BH/MG.

Telefone: (31)-975070629 / (31)-987694833

E-mail: ismael.carlos.stos@gmail.com

Encontra-se ativo hoje no mercado como profissional da área administrativa, atuando no hospital Felício Rocho, com experiências na área de vendas. Cursando ensino superior na FAMIG (Faculdade Minas Gerais).

Amanda Daniela Moura Lourenço, Av. Contorno, 10.185 – bairro Barro Preto – BH/MG.

Telefone: (31)-994089894

E-mail: amanda-daniely1@hotmail.com

Encontra-se ativa no mercado como profissional da área financeira, atuando no hospital Felício Rocho. Cursando ensino superior na FAMIG (Faculdade Minas Gerais).

Werick Jhonatas da Cunha Sodré, Av. Contorno, 10.185 – bairro Barro Preto – BH/MG.

Telefone: (31)-987942138

E-mail: werickturmasq110@gmail.com

Encontra-se ativo no mercado como profissional da área de supervisão administrativa, atuando no hospital Felício Rocho, com carreira construída dentro do mesmo. Cursando ensino superior na FAMIG (Faculdade Minas Gerais).

Os sócios são responsáveis pela direção dos setores da empresa, de acordo com sua capacitação e atuação na área. O sócio Werick como gerente de RH, com a gestão integral do setor responsável pela gestão de pessoas, contratação, recrutamento e seleção, treinamentos de capacitação e reciclagem dos candidatos e colaboradores.

O sócio Ismael controla financeiramente a empresa, responsável por todas as atividades e toda a movimentação financeira da organização, bem como, pagamentos, controle dos caixas (entradas e saídas), contratos e pagamentos de fornecedores.

A sócia Amanda, gestora de produção e relacionamento com cliente, além de definir e planejar as estratégias de marketing e atendimento ao cliente, coordenação da logística operacional e produtiva. Atua diretamente no desenvolvimento do bom atendimento, trabalhando a equipe para encantar o cliente.

1.3- Dados do empreendimento

Razão social: Cafeteria Café Cultura Ltda.

Nome fantasia: Café Cultura.

Endereço: Praça clemente de faria nº 32, bairro Barro Preto, Belo Horizonte, Minas Gerais. Esquina com Avenida do Contorno.

1.4– Missão

Atender nossos clientes em ambiente agradável e que promova bem-estar, servindo-lhes cafés da mais alta qualidade e de formas variadas, além de produtos alimentícios para lanches. Tudo isso acompanhando uma excelente programação cultural diária.

1.5– Visão

Ser a marca mais lembrada no segmento de cafeteria cultural em Belo Horizonte, fidelizando nossos clientes pela qualidade de atendimento, nos próximos 5 anos.

1.6– Forma jurídica

A Cafeteria Café Cultura terá como forma jurídica a sociedade limitada, pois entre as formas de sociedade essa garante aos sócios a segurança de seus bens particulares não serem comprometidos.

1.7– Enquadramento tributário

A organização optará pelo Simples Nacional tendo em vista a facilidade e simplicidade desse regime. Entre as vantagens estão facilitação do processo de contabilidade, arrecadação única de oito tributos por meio de uma só alíquota e o participante do regime tem dispensa de contribuição de 20% do INSS Patronal na folha de pagamento, gerando redução de custos trabalhistas.

1.8- Capital social

O capital social da empresa será composto pelo capital dos próprios sócios. O investimento será de R\$ 145.519,00 subdivido em partes diferentes de cada sócio. Conforme representado no Quadro 1:

Quadro 1- Sócios

Sócios	Valores	%
Amanda Daniela Moura	R\$ 72.759,50	50
Ismael Carlos Santos	R\$ 36.379,75	25
Werick Jhonatas	R\$ 36.379,75	25
Total	R\$ 145.519,00	100

Fonte: Elaborado pelos autores

1.9- Fonte de Recursos

Os sócios serão os únicos investidores da empresa, visto que não é um empreendimento de alto valor monetário. Conforme Quadro 2:

Quadro 2- Recursos

Origem	%	Valor em R\$
Capital Próprio	100	145.519,00
Capital de Terceiro	0	0,00
Total	100	145.519,00

Fonte: Elaborado pelos autores

2 – ANÁLISE DE MERCADO

2.1– Clientes

Para iniciar uma pesquisa de mercado, é necessário que se tenham bem definidos seus objetivos, visto sua múltipla funcionalidade.

A pesquisa de mercado pode ser efetuada como um projeto feito para uma única vez, destinado a satisfazer uma necessidade específica – por exemplo, entrar ou não em um novo mercado – e isto é chamado de pesquisa ad hoc, ou específica, ou pode envolver um acompanhamento contínuo ou regular – por exemplo, como monitorar a participação de mercado mantida por um produto ou marca. (HAGUE; JACKSON, 1997, p.17)

Para Kotler e Armstrong (2003, p. 475) “Atrair e reter clientes pode ser uma tarefa difícil. Hoje, os clientes têm à sua disposição uma grande variedade de escolha de produtos e marcas, preços e fornecedores”. Pensando nisso, a Cafeteria terá seu foco voltado para a consolidação de um público diversificado, com faixa de renda A e B. Pessoas que atuam em escritórios de advocacia e consultórios médicos e profissionais da área da saúde, como médicos, enfermeiros e colaboradores do Hospital Felício Rocho, Hospital Materdei e Hospital Vera Cruz. Oferecendo uma diversificação de produtos e serviços de alta qualidade, agregado a ambiente e conforto.

O público de classe A e B são frequentadores e trabalhadores da região, pessoas que geralmente passam grande parte do dia fora de casa e estão sempre com pouco tempo para se alimentarem. Dessa forma, os mesmos buscam um estabelecimento que ofereça uma alimentação saborosa e de qualidade. Esse tipo de cliente muitas vezes substitui alimentações que são importantes como almoço e jantar, por lanches rápidos na rua.

Os advogados de escritórios da região são um dos alvos da cafeteria, isso porque a procura por esse tipo de ambiente e atendimento é maior, devido a reuniões externas com escritórios associados, atendimento a clientes e outros. Geralmente, profissionais dessa área que possuem salas pouco espaçosas e sem algumas comodidades, preferem marcar seus encontros profissionais em ambientes com o da Cafeteria Café Cultura, pois, podem conciliar um café com a negociação.

Profissionais da saúde, como médicos, enfermeiros e gestores hospitalares, quase sempre estão sem tempo de fazer refeições completas e demoradas, por isso, são alvo da Cafeteria. A qualidade elevada do produto e a variedade de opções de café e alimentos são pontos estrategicamente atraentes para esse tipo de cliente. Isso porque, são pessoas com poder aquisitivo mais elevado, que procuram novidade e são capazes de realizar refeições diárias com preços um pouco mais elevados, justificando a qualidade e ambiente favorável.

2.2– Concorrentes

Analisando a viabilidade do negócio, considerando que a região tem público para atender as estimativas do empreendimento. Chega-se também a um resultado não tanto satisfatório, quando se trata da concorrência. A região traz uma extensa lista de estabelecimentos que oferecem produtos e serviços semelhantes aos que a Cafeteria Café Cultura. Como padarias, lanchonetes e outros. Portanto, a empresa trabalha no desenvolvimento do marketing da Cafeteria com base na concorrência. Os serviços e produtos oferecidos na Cafeteria Café Cultura são de qualidade superior ao da concorrência, dessa forma o público mais seletivo e exigente não hesitará em optar por um bom atendimento e alimentos de qualidade.

A cafeteria Sabor de Mel localizada na Avenida do Contorno, na mesma região da Cafeteria Café Cultura é a principal concorrente do negócio, ambiente e atendimento semelhantes e produtos oferecidos com qualidade semelhantes aos alimentos servidos na Café Cultura. Os preços são elevados, comparado aos demais concorrentes, isso pode gerar no cliente a sensação de que são produtos com mais qualidade.

A empresa Barbateco localizada na também Avenida do Contorno tem produtos e serviços parecidos aos servidos na Cafeteria Café Cultura. Porém, não tem diferencial no seu atendimento, atende pessoas de classe C e D, que optam por alimentos com menores preços e consomem mais quantidade.

A cafeteria Verbo Café localizada na mesma região da Cafeteria Café Cultura, oferece ambiente semelhante ao projeto da Cafeteria Café Cultura. A empresa

oferece produtos de qualidade média, com preço um pouco inferior com relação aos preços ofertados pela Cafeteria Café Cultura.

Outro concorrente direto da Cafeteria Café Cultura o qual se pode identificar são as lanchonetes localizadas dentro dos hospitais. Apesar de oferecerem produtos com preços elevados, tem o diferencial de estarem próximas dos clientes, uma vez que os acompanhantes dos pacientes preferem os locais mais próximos para não se ausentarem por muito tempo.

2.3– Fornecedores

A Cafeteria Café Cultura contará com uma lista dos principais fornecedores, prezando sempre pelo relacionamento construtivo da parceria entre as organizações, tendo como objetivo desfrutar de vantagens oferecidas pelos parceiros, como cartões fidelidade, descontos em compras por atacado, entre outros.

O quadro abaixo expõe os principais fornecedores da Cafeteria Café Cultura, assim como os produtos a serem fornecidos por cada um, os valores, formas de pagamento e prazos de entrega. Vale ressaltar que, os fornecedores podem ser alterados de acordo com as promoções e preços no mercado e demais produtos de preços irrisórios poderão ser adquiridos de variadas empresas fora desta listagem.

Vale ressaltar que alguns produtos como copos descartáveis e produtos perecíveis de rápida deterioração serão adquiridos em supermercados e até no CEASA. Segue Quadro 3:

Quadro 3– Lista de Fornecedores

Fornecedor	Produto	Quantidade Mínima	Valor	Forma de Pagamento	Prazo de Entrega
Torre Eiffel	Salgados	Caixa com 50 unidades	De acordo com o tipo	Boleto bancário	12 horas
Uai Distribuidora	Bebidas	01 unidade	De acordo com o tipo	Boleto bancário	06 horas
Decisão Atacarejo	Diversos	01 unidade	De acordo com o tipo	Boleto bancário	08 horas

Fonte: Elaborada pelos autores.

3– PLANO DE MARKETING

3.1- Produtos e Serviços

Além do ambiente onde serão prestados os serviços da cafeteria, servindo lanches e bebidas, com músicas ao vivo em uma parte da noite e bandas sem custo para a empresa, ou seja, os artistas receberão apenas o *couvert* pago pelos clientes. Os lanches serão produtos como salgados. As bebidas serão sucos, refrigerantes, cafés e demais. A cafeteria disponibilizará computadores com acesso à internet e *wi-fi* livre para os clientes. E uma pequena biblioteca com livros disponíveis para pesquisas, estudos e poderão ser disponibilizados para os clientes que consumirem na cafeteria. O foco principal é o atendimento ao cliente. Sabe-se que o cliente é o ponto chave do negócio. Os atendentes deverão prestar um serviço de qualidade aos clientes, com cordialidade e presteza.

As principais bebidas servidas na cafeteria são cafés, chás, sucos naturais, entre outros. Os produtos como salgados, pão de queijo, sanduíches naturais, pão na chapa e outros serão os principais acompanhamentos dos cafés servidos aos clientes. Além das bebidas servidas na cozinha, a cafeteria terá em seu cardápio produtos como refrigerantes e sucos de lata que não são produzidos na cozinha, estarão disponíveis no freezer para serem servidos pelo garçom ao serem solicitados pelos clientes.

3.2– Preço

Com um mercado de empreendimentos tão competitivo e as dificuldades enfrentadas por tantos comerciantes em relação a concorrentes, as empresas precisam buscar estratégias que deem bons resultados no relacionamento onde se dão as trocas, a entrega de valores e satisfação das necessidades e desejos.

Segundo Oliveira (2012) o preço se estabelece a partir da determinação da percepção de valor para o produto e seu benefício ao consumidor. Segundo os estudiosos sobre o assunto William G. Nickels e Marian Burk Wood, citado no texto

do Oliveira (2012), “O Preço pode ser definido como a quantidade de dinheiro ou algo mais de valor que a empresa pede em troca de um produto”.

O objetivo da organização é oferecer preços acessíveis, porém priorizar a qualidade do produto e atendimento. Dessa forma é previsto que os preços não atinjam a média de mercado da região, por se tratar de um produto diferenciado, onde visa à qualidade e a satisfação do cliente na prestação do serviço. A tabela ilustra uma demonstração dos preços e produtos a serem comercializados na Cafeteria Café Cultura.

Tabela 1- Produtos e preços

Produtos	Custo Unitário
Empada	R\$ 4,10
Coxinha	R\$ 4,10
Pastel Assado	R\$ 4,50
Pão de queijo	R\$ 3,25
Pão com manteiga	R\$ 1,75
Omelete	R\$ 8,20
Bolo (pedaço)	R\$ 5,00
Misto quente	R\$ 5,20
Mini pizza	R\$ 4,50
Achocolatado	R\$ 3,00
Café com leite	R\$ 2,60
Café expresso	R\$ 6,50
Café	R\$ 1,70
Capuccino	R\$ 2,75
Suco de caixinha	R\$ 3,30
Sucos Naturais 300 ml.	R\$ 3,50
Refrigerante 200 ml	R\$ 2,20
Refrigerante lata 350 ml	R\$ 4,00
Vitamina 300 ml	R\$ 4,20
Chocolate quente	R\$ 2,60
Água mineral	R\$ 2,50
Chás	R\$ 2,25
Torta salgada	R\$ 4,25
café latte	R\$ 6,50
pão de queijo recheado	R\$ 5,20
Sanduíche natural	R\$ 6,50
Cerveja lata	R\$ 5,00

Fonte: Elaborado pelos autores

As formas de pagamento dos produtos serão em dinheiro, cartões de créditos ou débito. Por ser uma empresa comercial e de produtos de baixo custo, as vendas serão à vista ou 30 dias no cartão de crédito.

3.3– Divulgação e promoção

O *marketing* tem como função atender as necessidades e desejos das pessoas, onde gera a satisfação dos clientes. A Cafeteria Café Cultura irá criar, comunicar e entregar produtos e serviços que tenham valor e trazem benefícios para as pessoas. Os sócios pesquisaram o local de abertura do empreendimento e as necessidades do público alvo ou pelo menos da maior parte da região. Os clientes querem ter conveniência e não abrem mão de pagar um preço justo pelo bem ou serviço, onde se busca atender a essas demandas e para finalizar uma boa comunicação e divulgação do negócio, usando a publicidade de forma a atingir e atrair o público para o negócio.

A Cafeteria usará meios de comunicação como internet em redes sociais, divulgando os serviços e produtos prestados, prezando pela imagem da empresa, pois se sabe que este meio é o que mais pode alcançar pessoas tanto positivamente como negativamente. Por ser uma empresa de pequeno porte inicialmente estes cartões ficarão com os clientes, onde apresentarão dados das últimas compras e valores determinados para que os mesmos possam receber benefícios ao se tornarem clientes fiéis da empresa. Benefícios como lanches em um valor determinado de compras no mês. Também haverá descontos que serão realizados por meio de combos de produtos da loja, que serão divulgados em um quadro ou cartaz dentro da organização informando.

Visando aproveitar as oportunidades que o mercado da região oferece, a cafeteria desenvolverá uma relação de promoções destinadas à validação para cada dia da semana. Ou seja, todo dia da semana terá uma determinada escala de produtos que estarão com preços diferenciados. Desta forma, a empresa mantém o fluxo de clientes e a média de vendas.

Devido à grande variedade de comércios e escritórios na região que demandam esse tipo de produto, a concorrência será crescente e a diversificação de comercialização de alimentos será grande. Pensando nisso, a empresa estará sempre procurando conhecer e acompanhar o que seus concorrentes estão oferecendo aos clientes (produtos, serviços prestados, e outros diferenciais). Dessa

forma, a organização garante domínio sobre o atual mercado e suas ameaças.

3.4– Distribuição e vendas

A comercialização será realizada somente na loja física para clientes diversos, em vendas a varejo. Com visão de crescimento para atender escritórios de advocacias servindo *coffee breaks* e conhecimento da origem do produto que está sendo oferecido para o seu cliente. Dessa forma, terá a participação em eventos e feiras de exposição e comercialização de café e outros produtos que serão o carro chefe da empresa, garantindo assim a qualidade.

3.5– Localização

Com os olhos voltados para uma localidade onde transitam bastantes pessoas com o perfil traçado para os clientes da Cafeteria Café Cultura, os sócios optaram por abrir a loja na Praça clemente de faria nº 32, bairro Barro Preto - Belo Horizonte, Minas Gerais, esquina com Avenida do Contorno no bairro Prado, estrategicamente nesta região e proximidade os possíveis clientes residem e atuam como profissionais. Buscando promover a comodidade e fácil acesso para os mesmos.

4- PLANO ESTRATÉGICO

4.1- Análise de SWOT

Para Rodrigues (2005),

“a análise SWOT estuda a competitividade de uma organização segundo quatro variáveis: Forças (*Strengths*), fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e ameaças (*Threats*). Através destas quatro variáveis, poderá fazer a inventariação das forças e fraquezas da empresa, das oportunidades e ameaças do meio em que a empresa atua. Quando os pontos fortes de uma organização estão alinhados com os fatores críticos de sucesso para satisfazer as oportunidades de mercado, a empresa será por certo, competitiva no longo prazo (RODRIGUES, et al., 2005).”

De acordo com Rodrigues (2005), “As potencialidades e fragilidades referem-se à companhia e aos seus produtos, ao passo que as oportunidades e ameaças comumente são tomadas como fatores externos sobre os quais a companhia não exerce controle”.

Em relação às oportunidades, existem alguns fatores importantes a serem pontuados como, explorar público-alvo, aumentar parcerias com empresas e fornecedores no ramo de café, crescimento, falta de cafeterias na região, promoções. Já se tratando das forças, pode-se citar a localização, espaço interno, ambiente inovador, público-alvo, atendimento ao cliente, criar/alterar produtos, mix de produtos, reconhecimento da marca, diferencial cultural.

Pode-se ressaltar que os fatores que apresentam ameaças são a não continuidade dos projetos, aumento da concorrência, crise econômica. Algumas ações a serem desenvolvidas serão; a criação e acompanhamento de indicadores estratégicos, com o intuito de controlar a continuidade e eficiência dos projetos existentes no negócio, trabalhos de inteligência de marketing para desenvolverem diferenciais competitivos e orientar para segurança nas tomadas de decisões.

Visando minimizar o impacto da crise econômica, a Cafeteira Café Cultura adotará uma postura de redução de custos operacionais, sem redução no quadro de pessoal. Como meio de implantar essas ações serão realizados trabalhos de conscientização sobre o desperdício de materiais de produção (alimentos), redução

no consumo de energia elétrica (desligar os aparelhos eletrodomésticos e eletrônicos), além de intensificar os treinamentos junto aos colaboradores, incentivando-os a prestar um atendimento de qualidade para fidelização e consolidação dos clientes. Desta forma, a crise econômica afetará pouco a quantidade demandada.

Com relação às fraquezas, podem-se citar alguns elementos apontados como preço, alta rotatividade de colaboradores, falta de plano de carreira. Devido à alta qualidade do produto, os preços de venda serão pouco elevados em relação aos demais estabelecimentos da região. Portanto, serão desenvolvidas promoções e combos para atrair e garantir a preferência do consumidor. Visando fidelizar o cliente interno, a empresa terá o foco em treinamento de motivação e integração dos colaboradores. Desta forma, a rotatividade de funcionários será reduzida pela qualidade de vida no trabalho proporcionada pela organização.

Com a análise da matriz SWOT da Cafeteria Café Cultura elaborada, os sócios deverão usar as suas forças e oportunidades para sobressair diante das fraquezas e ameaças criando estratégias de modo que essas não impactam no crescimento e criação da marca da mesma.

O quadro a seguir demonstra as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades identificadas na organização:

Quadro 4- Análise SWOT

Forças	S	Oportunidades	W
Localização Espaço interno Diferencial Cultural		Qualidade dos serviços oferecidos Explorar público-alvo Aumentar parcerias com fornecedores	
Fraquezas	O	Ameaças	T
Poucas oportunidades de crescimento para os colaboradores Preço elevado		Aumento da concorrência	

Fonte- Elaborado pelos autores

4.2 – BSC

O *Balanced Scorecard* desempenha sua principal inovação, quando utiliza indicadores que precisam fazer parte de um sistema de comunicação, informação e aprendizado dos colaboradores em todos os níveis hierárquicos da organização, realizando a conexão entre a formulação e a implementação das estratégias já existentes na organização, permitindo assim o equilíbrio, estabelecimento e divulgação de seus objetivos estratégicos no planejamento e controle empresarial (MACDONALD, 2003).

Na visão de Kaplan e Norton (1997), o BSC é um instrumento que integra as medidas derivadas da estratégia. Sem menosprezar as medidas financeiras do desempenho passado, ele incorpora os vetores do desempenho financeiro futuro. As medidas financeiras de desempenho indicam se a estratégia de uma empresa, sua implementação e execução estão contribuindo para a melhoria dos resultados financeiros.

A Cafeteria Café Cultura formulará estratégias para se alocar no mercado de ramo alimentício, de modo que os clientes fidelizarão. Um dos objetivos será o cartão fidelidade da cafeteria, sendo um dos processos utilizados pelos gestores para atrair mais clientes. Esse processo de estratégias para clientes externos começará primeiro pelos clientes internos, pois por meio deles que os clientes passarão a frequentar o estabelecimento.

A Cafeteria Café Cultura tem como prioridade oferecer um produto de qualidade e espaço agradável para conquistar e fidelizar clientes, buscando sempre atualizar suas informações e aprimorar seus conceitos culturais. Pensando nisso, a cafeteria terá seu foco voltado para a inovação e agregação de cultura à organização.

As ações apontadas acima resultarão como consequência maior estabilidade à organização no mercado, agregando valor ao produto e a marca e consequentemente aumentando suas vendas e receita. Conforme demonstrado no Quadro 5 abaixo:

Quadro 5 - Estratégias de BSC

OBJETIVOS	ESTRATÉGIAS	META	INDICADOR	COMO
Alavancar as vendas	Diminuir preços	Aumentar a receita em até 15% em 2 anos	Divulgar promoções	A realização de cardápios especiais em dias promocionais. Casar alguns produtos e diminuir preços
Diminuir custos de produção	Corte de gastos no processo produtivo	Diminuir em até 5% todos os anos	Conscientizar os colaboradores e incentivar a prática	Será realizado treinamentos para os colaboradores orientando quanto a importância de cortar gastos dispensáveis no processo produtivo

Fonte- Elaborado pelos autores

5– PLANO OPERACIONAL

5.1– Layout

Segundo Petrônio (2006), *layout* é um esboço que visa alocar os equipamentos de forma organizada na estrutura física de um empreendimento. A empresa será um espaço contendo 15 mesas com 4 cadeiras, um balcão para atendimento aos clientes, ainda com espaço reservado para leitura e conectividade aos 5 computadores disponíveis para uso dos clientes. Planta da empresa encontra-se no Apêndice B.

5.2 – Capacidade produtiva

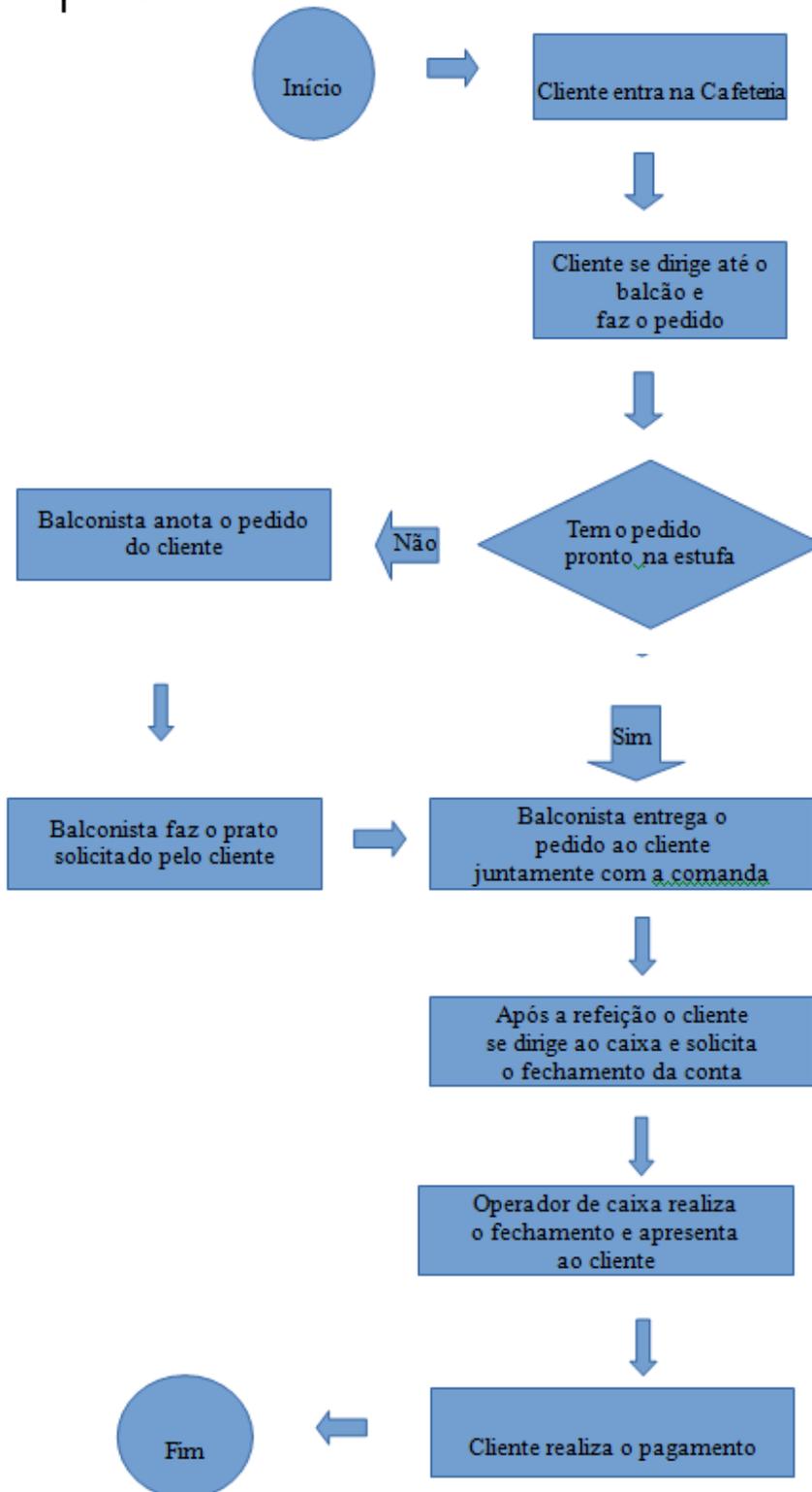
A Cafeteria Café Cultura contará com produtos já pré-fabricados como a maioria deles, o único a ser preparado será a omelete que o próprio balconista será capacitado a realizar. Para atender a capacidade demandada e receita para cumprir com todos os compromissos da empresa gerando lucratividade que é o foco principal de toda organização com fins lucrativos, a mesma terá que vender/produzir uma média de 64949 produtos/dia com uma receita diária de R\$ 2.410,92.

5.3– Processos operacionais

Após o recebimento dos produtos pré-fabricados, os produtos serão utilizados de acordo com a produção diária, seguindo a ordem de demanda, que por sua vez, será pautada no consumo médio diário, levando ainda em conta, a sazonalidade da demanda. Finalizado o processo, o produto será colocado à disposição dos clientes para a venda e consumo.

Para tal integração a cafeteria fará a aquisição de um sistema de gerenciamento de todo o processo, denominado Planejamento dos Recursos Empresariais (ERP). Este sistema visa à integração interna da cadeia logística e a otimização do processo de integração com os fornecedores denominados integração externa ou *supply chain management*.

Figura 1 – Fluxograma processo de Atendimento ao Cliente



Fonte- Elaborado pelos autores

A Cafeteria disponibilizará de dois atendentes de balcão em cada turno. Os mesmos ficarão responsáveis pela entrega e atendimento dos clientes, ou no balcão ou nas

mesas como de preferência da clientela. Os atendentes abordarão os clientes assim que entrarem na loja, com cordialidade e presteza, buscando sempre atender as necessidades dos mesmos, assim que solicitado qualquer tipo de serviço ou produto receberão uma comanda onde constam os mesmos e serão marcados de acordo com o que consumido na empresa.

As cobranças em caixa e limpeza da organização serão realizadas por um operador de caixa e um auxiliar de limpeza. O operador de caixa cumprirá o horário de 06 às 14h e outro horário será cumprido por um sócio da empresa nessa fase inicial como redução de custos.

5.4– Plano de pessoal

5.4.1- Cargos, salários e benefícios

Plano de cargos e salários é um instrumento exclusivo de cada organização onde ela determina a faixa salarial de cada cargo, conforme as funções e responsabilidades de cada profissional.

Cargo para Lacombe (2004) é um conjunto de atribuições de natureza e requisitos semelhantes e que têm responsabilidades específicas a serem praticadas pelo seu ocupante (do cargo).

Para Chiavenato (1999) é a composição de todas as atividades desempenhadas por uma pessoa e que figura em certa posição formal do organograma da empresa. Cargos são intencionalmente desenhados, projetados, delineados, definidos e estabelecidos dentro de uma racionalidade: a busca da eficiência da organização.

O estudo de cargos e salários é, segundo Qualitas (2005, apud ARAUJO, 2006, p. 46).

[...] um instrumento que permitirá à empresa a administração de seus recursos humanos na contratação, movimentações horizontais (méritos) e verticais (promoções) de seus profissionais e retenção de talentos da empresa. A definição de cargos e salários estabelecerá uma política salarial eficaz que permitirá a ascensão profissional dos colaboradores de acordo com suas aptidões e desempenhos; assim como subsidiará o desenvolvimento do plano de carreiras.

Um plano de cargos e salários passa pela elaboração de 5 etapas: análise de cargo, avaliação de cargo, pesquisa salarial, montagem da tabela salarial e definição da política salarial.

E por fim para elaboração do plano de cargos e salários é a montagem da tabela salarial, onde representa os valores dos salários a serem pagos aos trabalhadores de acordo com o seu enquadramento nos respectivos níveis e classes salariais. A Cafeteria Café Cultura definiu que a tabela salarial terá 7 níveis e 5 classes (uma classe para cada grupo ocupacional). Definiu-se também que o salário inicial de cada classe da cafeteria café Cultura será com base no piso salarial de cada categoria. Em relação à amplitude (distância entre o menor e o maior salário da faixa), definiu-se que ela será de 70%.

Para definir o percentual de reajuste (ou fator multiplicador) a ser acrescentado do salário inicial à medida que avançamos na tabela salarial, será utilizada a seguinte fórmula:

$$Q = \sqrt[n-1]{\frac{an}{a1}} \text{ em que:}$$

Q = razão

n = número de níveis

$$\frac{an}{a1} = 1 + \textit{amplitude}$$

No caso da Cafeteria Café Cultura,

n = 7

$$\frac{an}{a1} = 1 + 0,70 = 1,70$$

$$Q = \sqrt[n-1]{\frac{an}{a1}} = Q = \sqrt[7-1]{1,70} = Q = \sqrt[6]{1,70} = 1,09246 \text{ ou } 9,24\%$$

Achamos a raiz 6ª de 1,70 = 1,09246. Para encontrar os valores acima da média (fatores acima de 4), pega-se o salário médio e multiplicamos pelo fator.

A elaboração do Plano de Benefícios da Cafeteria Café Cultura divide-se em duas etapas: pesquisa salarial e determinação dos benefícios a serem concedidos.

Para elaboração do Plano de Benefícios, foram consultadas 5 empresas que possuem os mesmos cargos da Cafeteria Café cultura, pesquisou-se os benefícios legais e espontâneos que tais empresas concedem a seus funcionários. Os resultados auferidos nesta pesquisa estão elencados no Quadro 6:

Quadro 6 – Pesquisa Salarial e Benefícios

Grupo ocupacional	Pesquisa salarial				
	Benefícios				
	Café com Letras	Café do Palácio	Cafeteria da Fazenda	Califórnia Coffee	Villa Café
Gerencial	Participação nos lucros -Plano de saúde (pagamento integral) - Seguro de vida	- Plano de saúde -Plano odontológico - Seguro de vida	- Plano de saúde (pagamento integral) - Seguro de vida	-Plano de saúde - Seguro de vida	- Plano de saúde (pagamento parcial) - Seguro de vida
Profissionais de Nível Superior	- Plano de saúde (pagamento integral) - Seguro de vida - Vale transporte	- Plano de saúde - Plano odontológico - Seguro de vida	- Plano de saúde (pagamento integral) - Seguro de vida - Vale transporte	- Plano de saúde - Plano odontológico - Seguro de vida	- Plano de saúde (pagamento parcial) - Seguro de vida - Vale transporte
Administrativo	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (Pagamento Integral)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (metade pago pelo profissional)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (metade pago pelo profissional)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (Pagamento Integral)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (metade pago pelo profissional)
Profissionais de nível Técnico	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (metade pago pelo profissional)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (Pagamento Integral)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (metade pago pelo profissional)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (Pagamento Integral)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (metade pago pelo profissional)

Profissionais de nível Operacional	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (metade pago pelo profissional)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (Pagamento Integral)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (metade pago pelo profissional)	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde	- Vale transporte - Vale refeição - Plano de saúde (metade pago pelo profissional)
------------------------------------	--	---	--	--	--

Fonte- Elaborado pelos autores

Considerando o equilíbrio externo e a capacidade de pagamento da Cafeteria Café Cultura a organização optou por oferecer a seus empregados os seguintes benefícios anuais, conforme Quadro 7:

Quadro 7– Benefícios

Grupo ocupacional	Benefício a ser concedido	Custo anual para a organização (considerando todos os favorecidos)
Gerencial	- Vale Transporte	R\$ 0,00
Profissionais de Nível Superior	- Vale Transporte	R\$ 0,00
Operacional	- Vale transporte	R\$ 9.842,40

Fonte- Elaborada pelos autores

5.4.2- Análise de cargo

A análise de cargo é um processo onde são avaliadas as funções desempenhadas por cada cargo e as especificações requeridas para tal. Quando for feita a realização da análise deve-se alinhar todos os cargos existentes na empresa, os grupos ocupacionais e suas respectivas áreas de atuação. A Cafeteria contará com os três sócios que contribuirão para a parte gerencial da empresa, cada qual com a sua melhor habilidade e os demais cargos serão de níveis operacionais, que serão compostos por 1 operador de caixa, 1 auxiliar de limpeza e 4 atendentes de balcão. Os sócios serão remunerados de acordo com a lucratividade da empresa, prezando sempre pelo patrimônio líquido, que serão reservados para investimentos na mesma.

A Cafeteria Café Cultura possuirá os seguintes cargos e quantidades, conforme Quadro 8:

Quadro 8 – Cargos

Cargo	Área de atuação	Quantidade
Gerente Financeiro	Departamento Geral	1
Gerente de RH	Departamento de Recursos Humanos	1
Gerente de Produção	Departamento financeiro	1
Operador de Caixa	Departamento financeiro	1
Atendente de balcão	Departamento Operacional	4
Auxiliar de limpeza	Departamento Operacional	1

Fonte- Elaborada pelos autores

6– PLANO FINANCEIRO

6.1– Investimento inicial

Para Ross (1998, p.82), o “planejamento financeiro formaliza a maneira pelo qual os objetivos financeiros podem ser alcançados. Em visão mais sintetizada, um plano financeiro significa uma declaração do que a empresa deve realizar no futuro”. O planejamento dá a empresa bases sólidas do que ela deve fazer caso haja imprevistos. Por meio desse planejamento é estabelecida a maneira para alcançar os alvos financeiros da instituição. Para ter um bom desempenho, a organização deve planejar com inteligência suas finanças, a fim de se preparar para o previsto e o inesperado, pois o setor financeiro é muito instável.

Na visão de Machado (2008, p. 13), a finalidade do planejamento financeiro pode ser entendida como:

Assessorar o cliente na tomada de decisão e propiciar uma gestão mais eficaz. Consiste na análise do desenvolvimento financeiro de projetos e empresas, concluindo o detalhamento da estrutura de receitas, custos e despesas. Compreende desenvolvimento de ferramentas de apoio tais como: planos orçamentários e modelo de precificação.

O valor total do investimento será de R\$ 145.519,00 incluindo todos os custos e despesas com investimentos, despesas pré-operacionais e documentos necessários para abertura da empresa.

6.1.1– Investimentos fixos

A Cafeteria Café Cultura realizou um levantamento de todos os investimentos necessários para abertura da mesma. Projetados por meio de pesquisas de valores para o investimento necessário com infraestrutura de espaço físico e equipamentos que serão utilizados. Como materiais para preparação dos produtos e adereços para complementação da empresa.

Foi realizado o levantamento de quais equipamentos e quantidades seriam necessários, ainda com valores unitários e totais, calculando todo o investimento que se precisa, conforme quadro 9:

Quadro 9- Investimentos fixos

Item	Descrição	Quantid.	Valor unitário	Total
1	Liquidificador industrial	2	R\$ 323,00	R\$ 646,00
2	Freezer	2	R\$ 1.600,00	R\$ 3.200,00
3	Geladeira	1	R\$ 1.900,00	R\$ 1.900,00
4	Fogão	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
5	Cafeteira (Consig.)	2	R\$ 0,00	R\$ 0,00
6	Forno Elétrico	1	R\$ 1.851,00	R\$ 1.851,00
7	Chapa de ferro	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
8	Fatiador de frios	1	R\$ 799,00	R\$ 799,00
9	Mesas com 4 cadeiras	15	R\$ 629,90	R\$ 9.448,50
10	Armários	2	R\$ 359,00	R\$ 718,00
11	Estufa	1	R\$ 1.619,91	R\$ 1.619,91
12	Computadores	7	R\$ 950,00	R\$ 6.650,00
13	Caixa	1	R\$ 99,00	R\$ 99,00
14	Micro-ondas	1	R\$ 235,00	R\$ 235,00
15	Prateleiras	2	R\$ 157,00	R\$ 314,00
16	Mesas de computadores	5	R\$ 99,00	R\$ 495,00
17	Mesa de escritório	1	R\$ 209,00	R\$ 209,00
18	Cadeira de escritório	1	R\$ 99,90	R\$ 99,90
19	Arquivo de aço	1	R\$ 836,10	R\$ 836,10
20	Ar condicionado	1	R\$ 1.013,00	R\$ 1.013,00
21	Equipamento de som	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
22	<i>puffs</i>	10	R\$ 55,00	R\$ 550,00
23	Impressora fiscal	1	R\$ 1.550,00	R\$ 1.550,00
24	Jogo de talheres	2	R\$ 134,91	R\$ 269,82
25	Jogo de copos	7	R\$ 26,31	R\$ 184,17
26	Jogo de Prato	7	R\$ 35,91	R\$ 251,37
27	Jogos de xícaras	7	R\$ 47,61	R\$ 333,27
28	Garrafa térmica	4	R\$ 70,00	R\$ 280,00
29	Jogo de formas	2	R\$ 65,95	R\$ 131,90
30	Toalhas de mesa	30	R\$ 10,91	R\$ 327,30
31	Aparelho de telefone	1	R\$ 68,00	R\$ 68,00
32	Porta guardanapo	15	R\$ 12,00	R\$ 180,00
33	Espátulas 10 cm.	6	R\$ 7,90	R\$ 47,40
34	Lâmpadas eletrônicas	12	R\$ 16,68	R\$ 200,16
35	Botijão de gás vazio	2	R\$ 110,00	R\$ 220,00
TOTAL		156		R\$ 41.926,80

Fonte: Elaborada pelos autores.

6.1.2 – Investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré-operacionais são aqueles nos quais estão ligados a materiais de reforma do local, matéria-prima necessária para inicialização das vendas e pagamento de documentação para abertura legal da empresa. Por meio de pesquisas na internet para documentação e um levantamento por 'alto' de quanto

seria necessário para reforma do estabelecimento, sabendo que esse valor pode variar para mais ou menos. Levantou-se também uma previsão do capital de giro no qual seria necessário para cobrir todos os custos fixos da empresa, obteve-se os seguintes valores, conforme Quadro 10:

Quadro 10 - Investimentos pré-operacionais.

Item	Descrição	Valor
1	Reforma (material e M.O)	R\$ 47.346,50
3	Documentação	R\$ 1.100,00
4	Capital de giro	R\$ 30.000,00
Total		R\$ 78.446,50

Fonte- Elaborada pelos autores

6.1.3 – Estoques iniciais

Desenvolvendo o levantamento dos produtos a serem comercializados na Cafeteria Café Cultura, foi projetado a receita e custos no período de um mês, calculando-se a relação das vendas que serão necessárias para cobertura das despesas e custos fixos da empresa, gerando assim a lucratividade esperada para expansão da organização. A maioria dos produtos serão comprados pré-fabricados, então somente com a parte final para organização, que seria no caso o aquecimento de alguns dos mesmos. Conforme quadro a seguir segue a quantidade, receitas e custos:

Quadro 11- Estoques iniciais

Ítem	Descrição	Quantidade	VI. unit	vl total
1	Empada	1.000	R\$ 1,75	R\$ 1.750,00
2	Coxinha	1.000	R\$ 1,43	R\$ 1.430,00
3	Pastel Assado	650	R\$ 0,95	R\$ 617,50
4	Pão de queijo	1.200	R\$ 0,90	R\$ 1.080,00
5	Pão com manteiga	1.000	R\$ 0,68	R\$ 680,00
6	Omelete	550	R\$ 1,30	R\$ 715,00
7	Bolo (pedaço)	610	R\$ 1,25	R\$ 762,50
8	Misto quente	550	R\$ 0,75	R\$ 412,50
9	Mini pizza	550	R\$ 1,29	R\$ 709,50
10	Achocolatado	750	R\$ 1,45	R\$ 1.087,50
11	Café com leite	650	R\$ 1,20	R\$ 780,00
12	Café expresso	650	R\$ 2,56	R\$ 1.664,00
13	Café	1.500	R\$ 0,48	R\$ 720,00
14	Capuccino	800	R\$ 1,36	R\$ 1.088,00
15	Suco de caixinha	500	R\$ 1,20	R\$ 600,00
16	Sucos Naturais 300 ml.	510	R\$ 1,10	R\$ 561,00
17	Refrigerante 200 ml	500	R\$ 1,30	R\$ 650,00

18	Refrigerante lata 350 ml	510	R\$ 1,96	R\$ 999,60
19	Vitamina 300 ml	500	R\$ 1,55	R\$ 775,00
20	Chocolate quente	650	R\$ 1,30	R\$ 845,00
21	Água mineral	400	R\$ 0,69	R\$ 276,00
22	Chás	550	R\$ 0,68	R\$ 374,00
23	Torta salgada	500	R\$ 1,50	R\$ 750,00
24	café latte	620	R\$ 2,26	R\$ 1.401,20
25	pão de queijo recheado	520	R\$ 2,11	R\$ 1.097,20
26	Sanduíche natural	620	R\$ 2,71	R\$ 1.680,20
27	Cerveja lata	800	R\$ 2,05	R\$ 1.640,00
TOTAL		18.640		R\$ 25.145,70

Fonte: Elaborada pelos autores

6.1.4 – Investimento total e fontes de recursos

A Cafeteria Café Cultura disponibilizará de investimentos fixos, onde estão inclusos os investimentos em infraestrutura, espaço físico, máquinas e equipamentos. Investimentos pré-operacionais resumido em matéria-prima, reforma do local e documentação para abertura do empreendimento. Conforme quadro a seguir:

Quadro 12-Resumo dos investimentos

Item	Descrição	Valor
1	Investimentos fixos	R\$ 41.926,80
2	Investimentos pré-operacionais	R\$ 41.100,00
3	Estoques iniciais	R\$ 78.446,50
Total		R\$ 145.519,00

Fonte: Elaborada pelos autores.

Por ser uma empresa de pequeno porte e com três sócios investidores, os recursos necessários para o investimento da Cafeteria Café Cultura serão de investimento de capital próprio, dividido em partes para os mesmos, segue quadro:

Quadro 13-Fonte de recursos

Item	Fontes de recursos	Total	%
1	Recursos próprios	R\$145.519,00	100
2	Recursos de terceiros	0	0
Total		R\$ 145.519,00	100

Fonte: Elaborada pelos autores.

6.2 – Gastos com pessoal

A organização disponibilizará do quadro de colaboradores da seguinte forma: 1 auxiliar de limpeza que cumprirá o horário comercial de 08h às 18h para uma

limpeza geral, 1 operador de caixa trabalhando no horário de 06h às 14h, o segundo turno será cumprido por um sócio e 4 atendentes de balcão no qual 2 estarão no horário de 06h às 14h e outros 2 no horário de 14h às 22h, os produtos da loja serão pré-fabricados facilitando a entrega do produto. Todas as funções terão suporte dos três sócios. Sabe-se que o investimento tem tempo de retorno à médio e longo prazo, visando assim um crescimento da empresa para os próximos anos, conforme proporção, segue quadro com remuneração dos colaboradores:

Quadro 14-Gastos com pessoal

Item	Função	Nº de Empregados	Salário	Total
1	Auxiliar de limpeza	1	R\$ 880,00	R\$ 880,00
2	Operador de Caixa	1	R\$ 938,00	R\$ 938,00
3	Atendente de balcão	4	R\$ 938,00	R\$ 3.752,00
Total		6	R\$ 2.756,00	R\$ 5.570,00

Fonte: Elaborada pelos autores.

O Quadro 15 no Apêndice C representa os custos totais de pessoal com a somatória mensal a ser paga pela organização, inclusos encargos sociais como FGTS, décimo terceiro salário que é pago uma vez por ano, provisão de férias de cada colaborador anual e ainda gastos com transporte considerando 2 passagens por dia de cada colaborador.

6.3– Remuneração dos sócios

Calculando-se todos os custos da empresa, definiu-se o pró-labore a ser pago pelos sócios que executam um cargo dentro da Cafeteria, sendo assim um custo. Os sócios serão remunerados na forma de pró-labore conforme Quadro 16 representando o valor do pró-labore e imposto conforme teto de contribuição. Segue cálculo anual dos custos no quadro 16:

Quadro 16- Remuneração dos sócios

Item	Sócio	INSS 11%	Valor
1	Gerente de RH	R\$ 1.161,60	R\$ 10.560,00
2	Financeiro	R\$ 1.161,60	R\$ 10.560,00
3	Produção e relacionamento com o cliente	R\$ 1.161,60	R\$ 10.560,00
Total		R\$ 3.484,80	R\$ 31.680,00

Fonte: Elaborada pelos autores

6.4 – Projeção de despesas

Realizaram-se também os custos e despesas fixos / variáveis que estão ou não ligados direta ou indiretamente à produção dos produtos, inclusos gastos como aluguel, água, energia elétrica, entre outros conforme demonstram do Quadro 17 no apêndice D, com demonstração anual de todos os gastos e cálculos dos incidentes sobre as vendas, como taxa de máquinas de cartões de débito e crédito que correspondem 60% das vendas da Cafeteria, com cálculo de 3,5% sobre o total desses.

6.5– Previsão de vendas

Considerando-se um grande fluxo de pessoas que transitam todos os dias pela região do bairro Barro Preto, foi realizado o levantamento de faturamento mensal da Cafeteria Café Cultura, foi projetado também uma sazonalidade de 20% a menos nas vendas nos meses de julho, dezembro e janeiro, pois são meses de férias e as vendas diminuiriam por conta da diminuição do fluxo de pessoas nessa região. Conforme pesquisas realizadas na internet o consumo de café vem aumentando consideravelmente e então se considera um crescimento de 5% nos dois primeiros anos e 10% no terceiro ano e ainda mais 5% no quarto e quinto ano.

O Quadro 18 representa as vendas mensais da empresa:

Quadro 18- Projeção de vendas

Produtos	Unidades	Preço Unitário	Receita
Empada	650	R\$ 4,10	R\$ 2.665,00
Coxinha	800	R\$ 4,10	R\$ 3.280,00
Pastel Assado	400	R\$ 4,50	R\$ 1.800,00
Pão de queijo	1.200	R\$ 3,25	R\$ 3.900,00
Pão com manteiga	1.000	R\$ 1,75	R\$ 1.750,00
Omelete	200	R\$ 8,20	R\$ 1.640,00
Bolo (pedaço)	610	R\$ 5,00	R\$ 3.050,00
Misto quente	550	R\$ 5,20	R\$ 2.860,00
Mini pizza	350	R\$ 4,50	R\$ 1.575,00
Achocolatado	750	R\$ 3,00	R\$ 2.250,00
Café com leite	650	R\$ 2,60	R\$ 1.690,00
Café expresso	650	R\$ 6,50	R\$ 4.225,00
Café	1.500	R\$ 1,70	R\$ 2.550,00
Capuccino	800	R\$ 2,75	R\$ 2.200,00
Suco de caixinha	500	R\$ 3,30	R\$ 1.650,00

Sucos Naturais 300 ml.	450	R\$ 3,50	R\$ 1.575,00
Refrigerante 200 ml	500	R\$ 2,20	R\$ 1.100,00
Refrigerante lata 350 ml	510	R\$ 4,00	R\$ 2.040,00
Vitamina 300 ml	500	R\$ 4,20	R\$ 2.100,00
Chocolate quente	650	R\$ 2,60	R\$ 1.690,00
Água mineral	400	R\$ 2,50	R\$ 1.000,00
Chás	550	R\$ 2,25	R\$ 1.237,50
Torta salgada	450	R\$ 4,25	R\$ 1.912,50
café latte	500	R\$ 6,50	R\$ 3.250,00
pão de queijo recheado	320	R\$ 5,20	R\$ 1.664,00
Sanduíche natural	620	R\$ 6,50	R\$ 4.030,00
Cerveja lata	800	R\$ 5,00	R\$ 4.000,00
TOTAL	16.860		R\$ 62.684,00

Fonte- Elaborado pelos autores

6.6– Impostos sobre faturamento

A organização optará pelo Simples Nacional tendo em vista a facilidade e simplicidade desse regime. Entre as vantagens estão facilitação do processo de contabilidade, arrecadação única de oito tributos por meio de uma só alíquota e o participante do regime tem dispensa de contribuição de 20% do INSS Patronal na folha de pagamento, gerando redução de custos trabalhistas. Conforme Quadro abaixo:

Quadro 19- Impostos sobre faturamento

Período	Faturamento	Alíquota	Imposto a pagar
Ano 1	R\$ 714.598,00	7,54%	53.880,69
Ano 2	R\$ 750.328,00	7,60%	57.024,93
Ano 3	R\$ 825.360,00	7,60%	62.727,36
Ano 4	R\$ 866.628,00	7,60%	65.863,73
Ano 5	R\$ 909.960,00	8,28%	75.344,69
Total	R\$ 4.066.874,00		314.841,39

Fonte-Elaborada pelos autores

6.7– Projeções financeiras

A Cafeteria Café Cultura terá um faturamento no primeiro ano de R\$ 714.598,00, com projeção de crescimento de 5% no segundo, quarto e quinto ano e no terceiro ano um crescimento de 10%. Sabe-se que há uma sazonalidade de 20% de queda nas vendas nos períodos de férias como: janeiro, julho e dezembro.

6.7.1– Fluxo de caixa

O Quadro 20 representa o fluxo de caixa da Cafeteria Café Cultura, onde demonstra as entradas e saídas. Detalhando as receitas, custos, despesas, impostos, necessidade de capital de giro e o resultado operacional da empresa. Apresentado no Apêndice E.

6.7.2– Projeção de resultados

Analisando os resultados da Cafeteria Café Cultura conforme Quadro 21 no Apêndice F, a empresa representa uma lucratividade média de 23% e uma rentabilidade média de 129,40% no período de 5 anos.

6.8- Análise do investimento

Diante da análise do Quadro 22, conclui-se que o projeto é viável do ponto de vista econômico, pois com um investimento inicial de R\$ 145.519,00 logo após o primeiro ano apresenta um valor presente líquido de R\$ 76.773,00 e no quinto ano esse valor totaliza um montante de R\$ 363.870,00, ao custo de oportunidade de 13,58% a.a.

O *payback* simples do projeto é de aproximadamente 1 ano, já o *payback* descontado de aproximadamente 1 ano e 2 meses.

A TIR do projeto apresenta uma taxa de 107,39% a.a, se comparado com o custo de oportunidade de 13,58% anual, calculado sobre a taxa selic e o juro sobre a poupança, evidencia-se a viabilidade apresentada.

Quadro 22– Payback simples e descontado

Período	Entrada	Entrada acumulada	Fator	Entrada descontada	Entrada desc. Acumulada
0	-R\$ 145.519,00	-R\$ 145.519,00	1	-R\$ 145.519,00	-R\$ 145.519,00
1	R\$ 148.174,00	R\$ 2.655,00	0,82176021	R\$ 121.763,00	-R\$ 23.756,00
2	R\$ 148.867,00	R\$ 151.522,00	0,675289843	R\$ 100.528,00	R\$ 76.773,00
3	R\$ 198.263,00	R\$ 349.785,00	0,554926324	R\$ 110.021,00	R\$ 186.794,00
4	R\$ 220.124,00	R\$ 569.909,00	0,456016373	R\$ 100.380,00	R\$ 287.174,00
5	R\$ 204.666,00	R\$ 774.575,00	0,37473611	R\$ 76.696,00	R\$ 363.870,00

Fonte – Elaborada pelos autores

Para Braga (1995),

“o ponto de equilíbrio de uma empresa ocorrerá quando a soma das margens de contribuição totalizar o montante suficiente para liquidar todos os custos e despesas fixas, que basicamente se iguala ao ponto de equilíbrio contábil, então para que o verdadeiro lucro da atividade só ocorra quando contabilmente o resultado for maior ao resultado esperado.”

O Segue Quadro 23 representa o ponto de equilíbrio da Cafeteria Café Cultura:

Quadro 23– Ponto de equilíbrio

Ponto de equilíbrio contábil		
	TOTAL	%
Receitas	R\$ 62.684,00	100%
Custos e despesas variáveis	R\$ 31.188,44	49,76%
Margem de contribuição	R\$ 31.495,56	50,24%
Custos e despesas fixos	R\$ 20.135,21	32,12%
Resultado operacional líquido	R\$ 11.360,35	18,12%
Ponto de equilíbrio	R\$ 40.078,05	

Fonte – Elaborado pelos autores

REFERÊNCIAS

FERREIRA, Carine. **OIC estima demanda mundial de café firme e vê déficit de oferta em 2013/14** Iberoamerican Journal of Industrial Engineering, Florianópolis, SC, Brasil, v. 4, n. 7, p. 32-47, 2012.

FREITAS H., BALLAZ B. E TRAHAND J. **Sistema de informações em marketing e apoio à decisão**. São Paulo – SP: Revista de Administração da USP, v.28, n. 2, Abril-Junho 1993, p. 33-49.

GITMAN, L. J. **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Habra, 1997. _____. **Princípios de administração financeira**. 7. ed. São Paulo: Harbra, 2002. Acesso em 14-11-2015 às 14h36min.

GONÇALVES, Vinícius. **Como Montar uma Cafeteria**. Disponível em: <http://www.novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/montar-cafeteria/> Acesso 15-05-2016 às 15:56hrs.

HAGUE; JACKSON, 1997, p.17 **Faça sua própria pesquisa de Mercado**. Limeira, SP.

<http://onegociodovarejo.com.br/cafeterias-projetam-expansao-acima-de-15/> acesso em 15-11-2015 às 14h22min.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle.2ed.**, São Paulo. Atlas, 1991.

KOTLER, P. ; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 9 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

MARTINS, Débora. **Como criar um Plano Motivacional**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/como-criar-um-plano-motivacional/23233/> Acesso em 02 de maio de 2015, às 18:49hrs.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos Analise e gestão 2 ed.** São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2007. Acesso 15-11-2015 às 13h28min.

MORAES, Aline. **Mercado de cafeterias cresce e conquista consumidores.** Disponível em: <http://www.revistamercado.com.br/revista/negocios/mercado-de-cafeterias-cresce-e-conquista-consumidores/> Acesso em 07 de abril 2016, às 14:55hrs.

MORICOCCHI, Luiz. **Como a elasticidade afeta o mercado de café.** Disponível em: <http://www.revistacafeicultura.com.br/index.php?tipo=ler&mat=27861> Acesso em 15 de maio de 2015, às 14:00hrs.

O'BRIEN, J. **Sistemas de informações e as decisões gerenciais na era da Internet.** São Paulo: Saraiva, 2004.

OLIVEIRA, Raquel. **Benefícios especiais geram de vida na empresa.** Disponível em: <http://www.coladaweb.com/administracao/beneficios-especiais-geram-qualidade-de-vida-na-empresa> Acesso em 25 de maio 2015, às 20:42hrs.

OLIVEIRA, Rafael. **Mix de Preços.** Disponível em: <http://www.cursomarketing.com.br/marketing/mix-de-precos/> Acesso 18-05-2016 às 20:45hrs.

PERIARD, Gustavo. **Tudo sobre as teorias X e Y de Douglas McGregor** Disponível em: <http://www.sobreadministracao.com/tudo-sobre-as-teorias-x-e-y-de-douglas-mcgregor/> Acesso em 09 de maio de 2015 às 20:25hrs.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, B. D. **Princípios de administração financeira.** Tradução Antônio Zoratto Sanvicente. Acesso em 14-11-2015 às 14h36min.

SEBRAE. **Mercado de cafeterias.** Disponível em: http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae/Sebrae%202014/Boletins/2014_06_26_BO_Maio_Turismo_Cafeteria_.pdf.pdf Acesso em 16 de maio 2015, às 21:15hrs.

Site: <http://www.soluzionecontabil.com.br/simples-nacional/> 20:48hrs 13-11-2015.

ZDANOWICZ, Jose Eduardo. **Fluxo de caixa**. 10 ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004. Disponível em: <http://www.uninova.edu.br/Uni/Revista/artigos/artigo02.pdf> acesso em 22-11-2012 às 22h18min.

ZDANOWICZ, Jose Eduardo. **Manual de finanças para cooperativas e demais sociedades** - Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007. Disponível em: <http://www.uninova.edu.br/Uni/Revista/artigos/artigo02.pdf> acesso em 22-11-2012 às 22h23min.

APÊNDICES

Apêndice A:

CONTRATO SOCIAL

Seção I

Do Contrato Social

Art. 997. A sociedade constitui-se mediante contrato escrito, particular ou público, que, além de cláusulas estipuladas pelas partes, mencionará:

I - nome, nacionalidade, estado civil, profissão e residência dos sócios, se pessoas naturais, e a firma ou a denominação, nacionalidade e sede dos sócios, se jurídicas;

II - denominação, objeto, sede e prazo da sociedade;

III - capital da sociedade, expresso em moeda corrente, podendo compreender qualquer espécie de bens, suscetíveis de avaliação pecuniária;

IV - a quota de cada sócio no capital social, e o modo de realizá-la;

V - as prestações a que se obriga o sócio, cuja contribuição consista em serviços;

VI - as pessoas naturais incumbidas da administração da sociedade, e seus poderes e atribuições;

VII - a participação de cada sócio nos lucros e nas perdas;

VIII - se os sócios respondem, ou não, subsidiariamente, pelas obrigações sociais.

Parágrafo único. É ineficaz em relação a terceiros qualquer pacto separado, contrário ao disposto no instrumento do contrato.

Art. 998. Nos trinta dias subsequentes à sua constituição, a sociedade deverá requerer a inscrição do contrato social no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede.

§ 1º-O pedido de inscrição será acompanhado do instrumento autenticado do contrato, e, se algum sócio nele houver sido representado por procurador, o da respectiva procuração, bem como, se for o caso, da prova de autorização da autoridade competente.

§ 2º-Com todas as indicações enumeradas no artigo antecedente, será a inscrição tomada por termo no livro de registro próprio, e obedecerá a número de ordem contínua para todas as sociedades inscritas.

Art. 999. As modificações do contrato social, que tenham por objeto matéria indicada no art. 997, dependem do consentimento de todos os sócios; as demais podem ser decididas por maioria absoluta de votos, se o contrato não determinar a necessidade de deliberação unânime.

Parágrafo único. Qualquer modificação do contrato social será averbada, cumprindo-se as formalidades previstas no artigo antecedente.

Art. 1.000. A sociedade simples que instituir sucursal, filial ou agência na circunscrição de outro Registro Civil das Pessoas Jurídicas, neste deverá também inscrevê-la, com a prova da inscrição originária.

Parágrafo único. Em qualquer caso, a constituição da sucursal, filial ou agência deverá ser averbada no Registro Civil da respectiva sede.

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE (CAFETERIA CAFÉ CULTURA)

ISMAEL CARLOS SANTOS, Brasileiro, Solteiro, nascido em 16/01/1991, Administrador, CPF 110.641.036-00, MG 17549-002, órgão expedidor SSP MG, emitido em 12/01/2009, domicílio Rua Osmário Soares, 310, bairro Dom Bosco, CEP 30.730-500 Belo Horizonte – MG.

AMANDA DANIELA MOURA LOURENÇO, Brasileira, Casada, nascida em 04/06/1991, Administradora, CPF 099.952.536-07, MG 16.600-413, Órgão expedidor SSP MG, emitido em 10/06/2006, domicílio Rua Magela Gonçalves, 24, Bairro Maria Goretti, CEP 31.920-730 Belo Horizonte – MG.

WERICK JHONATAS DA CUNHA SODRÉ, Brasileiro, Solteiro, nascido em 03/02/1992, Administrador, CPF 120.184.746-00, MG 16.020-414, Órgão expedidor SSP MG, emitido em 08/10/2005, domicílio Rua Caldas da Rainha, 655, Bairro São Francisco, CEP 31255-180 Belo Horizonte – MG.

Cláusula Primeira- A sociedade adota o nome empresarial CAFETERIA CAFÉ CULTURA LTDA. e tem sede e domicilio na Praça clemente de faria nº , bairro barro preto- Belo Horizonte, Minas Gerais. Esquina com avenida do contorno.

Cláusula Segunda- A sociedade tem por objeto a COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS.

Cláusula Terceira - A sociedade iniciará suas atividades em 16-01-2017 e seu prazo de duração é indeterminado.

Cláusula Quarta - O capital social é R\$ (145.519,00) dividido em (100) quotas de valor nominal R\$ (1.455,19), integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País, pelos sócios:

NOME	NÚMERO DE QUOTAS	VALOR
Amanda Daniela Moura Lourenço	50	R\$ 72.759,50
Ismael Carlos Santos	25	R\$ 36.379,75
Werick Jhonatas da Cunha Sodré	25	R\$ 36.379,75

Cláusula Quinta- As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do(s) outro(s) sócio(s), a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda.

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

Cláusula Sétima - A administração da sociedade caberá a **ISMAEL CARLOS SANTOS** com todos os poderes e atribuições necessários à administração e representação da sociedade, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, fazê-lo em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do(s) outro(s) sócio(s).

Cláusula Oitava - Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o(s) administrador (ES) prestará (rão) contas justificadas de sua (s) administração (ões), procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

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

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

Cláusula Décima Primeira - Os sócios poderão de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore" para o(s) sócio(s) administrador (es), observadas as disposições regulamentares pertinentes.

Cláusula Décima Segunda - A sociedade não se dissolverá com o falecimento de qualquer dos sócios, mas prosseguirá como os remanescentes, pagando a sociedade ou os sócios remanescentes, aos herdeiros do falecido, sua quota de capital e sua parte nos lucros líquidos apurados até a data do falecimento, pela seguinte forma: 20% (vinte por cento) no prazo de três meses, 30% (trinta por cento) no prazo de seis meses e 50% (cinquenta por cento) no prazo de doze meses, tudo a contar da data do falecimento.

Parágrafo Primeiro: - No caso do falecimento ou interdição de um dos sócios, seu(s) herdeiro(s) ou representante(s) legal (is) não poderá (ão) participar da sociedade sem a anuência expressa de todos os sócios.

Parágrafo Segundo: - O pagamento dos valores estabelecidos no caput do presente artigo entende-se como sendo o patrimonial real, ou seja, decorrem da avaliação dos ativos e preço de mercado, sempre deduzidas as dívidas da sociedade.

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

Cláusula Décima Terceira - Fica expressamente prevista a hipótese de exclusão extrajudicial de sócio(s) minoritário(s), na forma do artigo 1085 do Código Civil, quando a maioria simples do capital social entender que o(s) citado(s) sócio(s) está (ao) pondo em risco a continuidade da empresa, em virtude de atos de inegável gravidade.

Parágrafo primeiro: - Sem prejuízo de outras condutas, será considerado ato de inegável gravidade:

- a) Conduta incompatível.
- b) Faltas sucessivas (acima de 3 – três) às reuniões de sócios e/ou Conselho Fiscal.
- c) Disputas judiciais e/ou extrajudiciais com terceiros, capazes de afetar, ainda que futuramente, o normal desenvolvimento das atividades da empresa.
- d) Manifesto desinteresse pelas atividades da empresa.

Parágrafo segundo: - A exclusão somente será válida se determinada em reunião de sócios especialmente convocados para este objetivo, comunicando-se o sócio (cuja exclusão se pretende) via notificação extrajudicial, com antecedência mínima de 10 (dez) dias, sendo-lhe permitido comparecer e apresentar defesas e impugnações que entenderem cabíveis.”

Cláusula Décima Quarta - Na hipótese de exclusão extrajudicial de sócio, eventuais haveres serão calculados mediante Balanço de Determinação, que será iniciado em até 30 (trinta) da data em que ocorrer a exclusão (podendo o sócio excluído acompanhá-lo) e deverá encerrar em no máximo 90 (noventa) dias, contados do início da elaboração do Balanço.

Parágrafo único - Eventuais haveres do sócio excluído serão pagos em 12 (doze) parcelas, mensais e sucessivas, corrigidas pelos índices da caderneta de poupança vigente à época do vencimento, a contar da data do encerramento do balanço, vencendo a primeira prestação em 30 (trinta) dias, a contar da data do encerramento do balanço. Poderão os sócios remanescentes, todavia, optar pelo pagamento em bens, conforme melhor aprover à continuidade da empresa. Neste caso, serão contratadas, à custa da sociedade, 3 (três) empresas idôneas e com “expertise” em avaliações de ativos, para fazer avaliação dos bens, ficando desde já ajustado que valerá o preço médio de avaliação.”

Cláusula Décima Quinta - O(s) Administrador (es) declara(m), sob as penas da lei, que não está (ão) impedido(s) de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar (em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

Cláusula Décima Quarta- Fica eleito o foro de Belo Horizonte, no Estado Minas Gerais para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

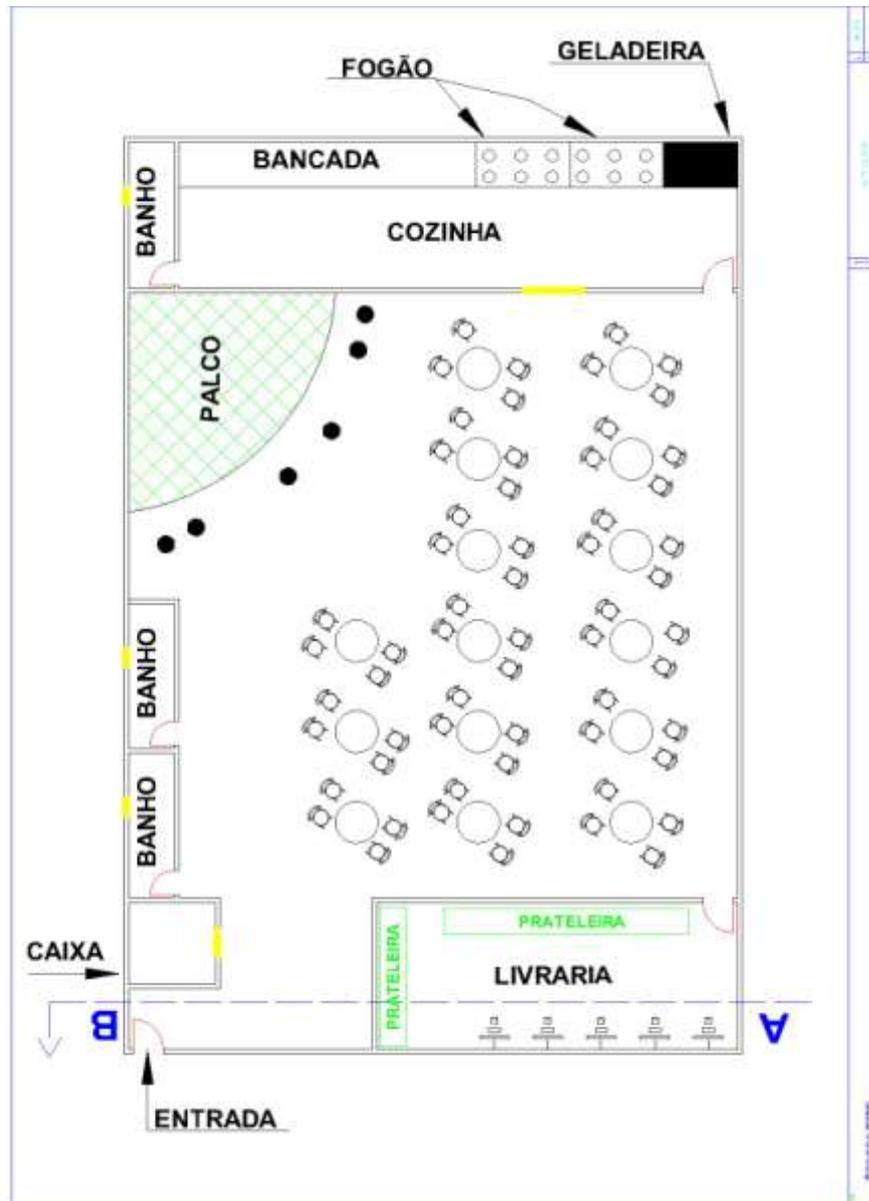
E, por estarem assim justos e contratados, assinam este instrumento em 2 via(s).
Belo Horizonte, MG, 14 de Novembro de 2016.

Amanda Daniel Moura Lourenço

Ismael Carlos Santos

Werick Jhonatas da Cunha Sodré

Apêndice B: Planta baixa



Apêndice C:

Quadro 15- Remuneração e encargos sociais

Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6
Salário	R\$ 8.210,00					
Encargos sociais	R\$ 422,40					
Provisão de 13°	R\$ 0,00					
Provisão de Férias	R\$ 0,00					
Subtotal	R\$8.632,40	R\$8.632,40	R\$8.632,40	R\$8.632,40	R\$8.632,40	R\$8.632,40
Desp. Transporte	R\$ 820,20					
Total	R\$9.452,60	R\$9.452,60	R\$9.452,60	R\$9.452,60	R\$9.452,60	R\$9.452,60

Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
R\$ 8.210,00	R\$ 8.210,00	R\$ 98.520,00				
R\$ 422,40	R\$ 422,40	R\$ 5.068,80				
R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 2.785,00	R\$ 2.785,00	R\$ 5.570,00
R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00				
R\$8.632,40	R\$8.632,40	R\$8.632,40	R\$8.632,40	R\$11.417,40	R\$11.417,40	R\$109.158,80
R\$ 820,20	R\$ 820,20	R\$ 9.842,40				
R\$9.452,60	R\$9.452,60	R\$9.452,60	R\$9.452,60	R\$12.237,60	R\$12.237,60	R\$119.001,20

Fonte- Elaborada pelos autores

Apêndice D:

Quadro 16- Custos/despesas fixos / variáveis

ítem	Gastos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1	Aluguel	R\$ 66.000,00				
2	Gás	R\$ 2.640,00				
3	Água	R\$ 1.800,00				
4	Energia Elétrica	R\$ 16.275,00				
5	Honorário contábil	R\$ 10.560,00				
6	técnico de TI	R\$ 8.400,00				
7	telefone e internet	R\$ 4.200,00				
8	taxa de 3,5% banc(60% cartão)	R\$ 15.006,56	R\$ 15.756,89	R\$ 17.332,56	R\$ 18.199,19	R\$ 19.109,16
9	taxa de máquinas de cartao	R\$ 2.640,00				
10	material de escritorio	R\$ 720,00				
11	material de limpeza	R\$ 1.680,00				
Total		R\$ 129.921,56	R\$ 130.671,89	R\$ 132.247,56	R\$ 133.114,19	R\$ 134.024,16

Fonte: Elaborada pelos autores.

Apêndice E:

Quadro 20– Fluxo de caixa

Custo produção	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receitas		R\$ 714.598,00	R\$ 750.328,00	R\$ 825.360,00	R\$ 866.628,00	R\$ 909.960,00
Custo produção		-R\$ 301.748,00	-R\$ 317.000,00	-R\$ 333.000,00	-R\$ 350.000,00	-R\$ 367.000,00
Despesas	-R\$ 30.000,00	-R\$ 146.000,00	-R\$ 147.000,00	-R\$ 149.000,00	-R\$ 150.000,00	-R\$ 152.000,00
Simples Nacional		-R\$ 53.880,69	-R\$ 57.024,93	-R\$ 62.727,36	-R\$ 65.863,73	-R\$ 75.344,69
Mão de obra/pró-labore		-R\$ 79.284,96				
Lucro líquido	-R\$ 30.000,00	R\$ 133.684,35	R\$ 150.018,11	R\$ 201.347,68	R\$ 221.479,31	R\$ 236.330,35
Capital de Giro						
Estoque inicial	R\$ 0,00	R\$ 12.572,83	R\$ 12.572,83	R\$ 13.208,33	R\$ 13.875,00	R\$ 14.583,33
Estoque final	-R\$ 12.572,83	-R\$ 12.572,83	-R\$ 13.208,33	-R\$ 13.875,00	-R\$ 14.583,33	-R\$ 15.291,67
Cts/Rcb - inicial	R\$ 0,00	R\$ 25.073,60	R\$ 35.729,90	R\$ 37.516,40	R\$ 41.268,00	R\$ 43.331,40
Cts/Rcb - final	-R\$ 25.073,60	-R\$ 35.729,90	-R\$ 37.516,40	-R\$ 41.268,00	-R\$ 43.331,40	-R\$ 45.498,00
Cts/Pgr - inicial	R\$ 0,00	R\$ 0,00	-R\$ 25.145,67	-R\$ 26.416,67	-R\$ 27.750,00	-R\$ 29.166,67
Cts/Pgr - final		R\$ 25.145,67	R\$ 26.416,67	R\$ 27.750,00	R\$ 29.166,67	R\$ 30.583,33
Varição do CG	-R\$ 37.646,43	R\$ 14.489,36	-R\$ 1.151,00	-R\$ 3.084,93	-R\$ 1.355,07	-R\$ 1.458,27
Retorno do CG						-R\$ 30.206,33
Investimentos	-R\$ 77.872,50					
FC Final	-R\$ 145.518,93	R\$ 148.173,71	R\$ 148.867,11	R\$ 198.262,75	R\$ 220.124,25	R\$ 204.665,75

Fonte-Elaborada pelos autores

Apêndice F:

Quadro 21– Projeção de resultados

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Vendas Brutas	R\$ 714.598,00	R\$ 750.328,00	R\$ 825.360,00	R\$ 866.628,00	R\$ 909.960,00
(-) Deduções e abatimentos	R\$ 53.880,69	R\$ 57.024,93	R\$ 62.727,36	R\$ 65.863,73	R\$ 75.344,69
(=) Vendas líquidas	R\$ 660.717,31	R\$ 693.303,07	R\$ 762.632,64	R\$ 800.764,27	R\$ 834.615,31
(-) CMV	R\$ 301.748,00	R\$ 317.000,00	R\$ 333.000,00	R\$ 350.000,00	R\$ 367.000,00
(=) Lucro bruto operacional	R\$ 358.969,31	R\$ 376.303,07	R\$ 429.632,64	R\$ 450.764,27	R\$ 467.615,31
(-) Despesas adm.	R\$ 225.284,96	R\$ 226.284,96	R\$ 228.284,96	R\$ 229.284,96	R\$ 231.284,96
(=) Lucro líquido oper.	R\$ 133.684,35	R\$ 150.018,11	R\$ 201.347,68	R\$ 221.479,31	R\$ 236.330,35
Lucratividade (%)	19%	20%	24%	26%	26%
Rentabilidade (%)	92%	103%	138%	152%	162%

Fonte- Elaborada pelos autores