

MARCIA FERNANDA BARONI SILVEIRA

IMPLANTAÇÃO DE UMA NOVA OPÇÃO DE ENTRETENIMENTO
EM CURITIBA: "CAFÉ & CULTURA"

CURITIBA

1999

MARCIA FERNANDA BARONI SILVEIRA

IMPLANTAÇÃO DE UMA NOVA OPÇÃO DE ENTRETENIMENTO
EM CURITIBA: "CAFÉ & CULTURA"

Projeto apresentado à disciplina
Orientação de Projeto em
Alimentos e Bebidas, Curso de
Turismo, Setor de Ciências
Humanas, Letras e Artes,
Universidade Federal do Paraná.
Prof. Maria Henriqueta Gimenes.

CURITIBA

1999

SUMÁRIO

1. IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO	1
1.1. TÍTULO	1
1.2. AUTOR	1
1.3. FINALIDADE	1
1.4. INSTITUIÇÃO	1
1.5. LOCALIDADE	1
1.6. DATA	1
2. APRESENTAÇÃO	2
3. INTRODUÇÃO	3
4. OBJETIVOS	4
4.1. GERAL	4
4.2. ESPECÍFICOS	4
5. JUSTIFICATIVA	5
5.1. CONHECIMENTOS REFERENTES AO PROJETO	5
5.2. CONTRIBUIÇÕES POTENCIAIS DO PROJETO EM NÍVEL TEÓRICO	6
5.3. CONTRIBUIÇÕES POTENCIAIS DO PROJETO EM TERMOS PRÁTICOS	6
5.4. RELEVÂNCIA SOCIAL DO PROJETO	6
6. METODOLOGIA	8
6.1. TIPO DE PESQUISA	8
6.2. VARIÁVEIS INVESTIGADAS	8
6.3. PLANO DE AMOSTRAGEM	8
6.4. TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS	9
6.5. PROCEDIMENTOS PARA TABULAÇÃO DE DADOS	9
6.6. PROCEDIMENTOS PARA ANÁLISE	9
6.7. FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	9
7. DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO	10
7.1. DESCRIÇÃO DO PRODUTO	10
7.2. PROPOSTAS PARA O DESENVOLVIMENTO	15
8. ESTIMATIVA DE CUSTOS E FONTES DE RECURSOS	17
8.1. INVESTIMENTO FIXO	17
8.2. MÃO DE OBRA DIRETA	18
8.3. CUSTOS COM DIVULGAÇÃO	19
8.4. CUSTOS FIXOS	19
8.5. AQUISIÇÃO DE MERCADORIAS	19
8.6. INVESTIMENTO INICIAL	19
8.7. FONTES DE RECURSOS	20
9. CONCLUSÃO	21
10. ANEXOS	22
ANEXO I: MODELO DO QUESTIONÁRIO APLICADO	23
ANEXO II: GRÁFICOS REFERENTES AOS DADOS DOS QUESTIONÁRIOS	24
ANEXO III: CROQUI	32
ANEXO IV: MARCA E NOME	34
ANEXO V: PROJETO DE PESQUISA	35
11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
12. BIBLIOGRAFIA	44

1. Identificação do Projeto

1.1. Título

Implantação de uma nova opção de entretenimento em Curitiba: "Café e Cultura".

1.2. Autor

Marcia Fernanda Baroni Silveira

1.3. Finalidade

O presente projeto tem a finalidade de conclusão do curso de Turismo e obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

1.4. Instituição

Universidade Federal do Paraná

1.5. Localidade

Curitiba - Paraná

1.6. Data

19/11/99

2. Apresentação

Este trabalho faz parte da disciplina de Projeto em Turismo - Ênfase em Alimentos e Bebidas - e visa, através dos conhecimentos obtidos durante o curso e em especial neste último ano de faculdade, obter graduação de Bacharel em Turismo apresentando o tema "Café & Cultura".

3. Introdução

Durante o desenvolvimento deste projeto na área de Alimentos e Bebidas será definido o produto Café & Cultura, suas características, público alvo e seus serviços oferecidos ao cliente.

A pesquisa teve início com o "Projeto de Pesquisa", elaborado com o objetivo principal de conferir a viabilidade de abertura de um café cultural como opção de entretenimento na cidade de Curitiba, verificando o interesse do público alvo e os principais motivos que o atraíam para o estabelecimento.

Com este projeto de pesquisa diversas informações foram obtidas e tiveram fundamental importância na elaboração deste projeto em turismo.

Os principais tópicos apresentados neste projeto são os objetivos (geral e específicos), a justificativa, as contribuições potenciais do projeto, a metodologia utilizada, o desenvolvimento do produto em si e a estimativa de custos; que serão oportunamente definidos e desenvolvidos.

Em relação à área de Alimentos e Bebidas, o Café & Cultura será importante para a complementação da oferta turística da cidade de Curitiba, já que não é suficiente para atrair turistas por si só e por não ser diretamente direcionado a eles.

4. Objetivos

4.1. Geral

- Apresentar a proposta de uma nova opção de entretenimento em Curitiba para público universitário.

4.2. Específicos

- Aliar gastronomia e entretenimento cultural (música, TV, computador e revistas).
- Criar um ambiente alternativo para estudar e relaxar.

5. Justificativa

O tema café cultural como opção de entretenimento em Curitiba surgiu a partir da observação de que em Curitiba não existe outro estabelecimento com as mesmas características imaginadas para este café. Também a vontade de possuir um negócio próprio, aliada à necessidade de elaborar um projeto para a conclusão do curso me impulsionaram para a criação do Café & Cultura.

Com a vida agitada que a sociedade enfrenta na atualidade, às vezes é difícil encontrar tempo e local adequados para estudar ou relaxar. Este café cultural aqui proposto oferecerá espaços apropriados para essas duas atividades: terá mesas para a leitura de jornais e revistas, computador com impressora e acesso à Internet e sala de TV.

5.1. Conhecimentos referentes ao projeto

A partir da distribuição de questionários e posterior análise, reforcei a minha idéia de que em Curitiba não existe outro estabelecimento de Alimentos e Bebidas com características similares, nem direcionado para o mesmo público. Este conhecimento me estimulou para a elaboração deste projeto.

Além disso, com a leitura de livros, tanto sobre restaurantes em geral como mais especificamente sobre cafeterias, obtive diversos conhecimentos: noções de administração, dicas de decoração, localização (ponto) e cardápio. Esses conhecimentos também tiveram participação na minha escolha por um projeto como este.

No entanto, mesmo sendo livros de alcance nacional, não encontrei registro de outro estabelecimento como o que é proposto aqui, o que me deu mais ânimo pois, de certa forma, reforçou a originalidade deste projeto.

5.2. Contribuições potenciais do projeto em nível teórico

Este projeto, por ser de cunho essencialmente acadêmico poderá servir de modelo para futuros graduandos em Turismo, desta ou de outras universidades, na elaboração de projetos similares a este.

Além disso, por estar à disposição na Coordenação do Curso de Turismo, poderá servir de base para novos empreendimentos, sendo útil a futuros empreendedores que desejem implantar algo parecido com o que é proposto neste projeto.

5.3. Contribuições potenciais do projeto em termos práticos

No caso de sua implantação o Café & Cultura será uma nova e diferente opção de entretenimento cultural em Curitiba. Principalmente os universitários serão beneficiados pois terão, num mesmo espaço, mas adequadamente instalados e servidos, música, TV, computador e alimentação.

5.4. Relevância social do projeto

Mesmo que em pequena escala, uma das principais contribuições deste projeto é a geração de empregos. Apesar de estarem previstos apenas dois turnos com três funcionários em cada, é relevante a possibilidade de oferecer empregos.

Além disso é também importante a complementação da oferta turística de Curitiba, pois os estabelecimentos de Alimentos e Bebidas estão sempre incluídos em qualquer programação turística. Um estabelecimento como o Café & Cultura não será capaz de atrair turistas por si só, mas em conjunto com outros estabelecimentos, será importante para a oferta de Curitiba. Futuramente, dependendo de seu sucesso, poderá se tornar um atrativo a mais para a cidade. Mas ainda assim, individualmente não será

capaz de aumentar o fluxo turístico da cidade, principalmente por não ser específica e diretamente direcionado a turistas.

Indiretamente, mas igualmente importante, são os benefícios gerados à comunidade através do prestígio a fornecedores locais.

6. Metodologia

6.1. Tipo de pesquisa

Num primeiro momento foi realizada pesquisa exploratória através da visita a dois estabelecimentos semelhantes, pois são revistarias com venda de café. Em seguida foi feita pesquisa bibliográfica, com a leitura de livros e revistas do ramo. Com essas leituras, obtive diversas informações sobre como, efetivamente, montar um negócio, passando por tópicos como a sociedade, a empresa em si, o projeto arquitetônico, a ambientação, a administração, o funcionamento de um estabelecimento de alimentos e bebidas. Além dessas informações, obtive outras mais técnicas, como calcular o investimento fixo, os custos, o investimento inicial e também idéias para o croqui.

Num último momento foi feita uma pesquisa de mercado qualitativa através da distribuição de questionários com enfoque na demanda potencial. Um modelo deste questionário e sua análise estão em anexo (Anexos I e II).

6.2. Variáveis investigadas

Foram consideradas as seguintes variáveis, através dos questionários distribuídos:

- Verificação da aceitação do público universitário pelo Café & Cultura.
- Determinação das principais características do Café & Cultura.

6.3. Plano de amostragem

Para a distribuição dos questionários, foi escolhido um determinado grupo de universitários e recém-formados. A princípio, distribuí os questionários entre os amigos mais próximos e pedi a eles que distribuíssem entre seus amigos, de forma que consegui resposta para 25 questionários.

6.4. Técnicas de coleta de dados

A coleta de dados foi feita através da distribuição de questionários e da leitura de livros e revistas especializados. Foram distribuídos 50 questionários entre estudantes e recém-formados, dos quais 25 foram respondidos.

6.5. Procedimentos para tabulação de dados

Através da aplicação de métodos de porcentagem foram criados gráficos, a partir dos quais foi feita uma simples leitura dos dados constantes.

6.6. Procedimentos para análise

A análise dos dados foi de caráter qualitativo utilizando métodos estatísticos (gráficos e porcentagem) e descritivos.

6.7. Forma de apresentação dos resultados

Os resultados obtidos com a aplicação dos questionários são apresentados em forma de gráficos e texto dissertativo de análise em anexo neste projeto (Anexo II).

7. Desenvolvimento do Produto

7.1. Descrição do produto

- Nome

Café & Cultura

- Local

Região central da cidade, próximo à Reitoria da Universidade Federal do Paraná.

- Definição

Local para venda de alimentos, tendo como carro chefe o café e que reúne espaços para a alimentação e entretenimento.

- Público alvo

Universitários

- Horário de funcionamento:

Das 09h00 às 21h00 de Segunda a Sexta e das 09h00 às 15h00 aos Sábados. Não haverá expediente aos Domingos.

- Equipamentos e serviços à disposição do cliente:

- Computador com Internet: este computador será equipado com impressora e Internet. Sua utilização será permitida mediante pagamento da taxa de R\$5,00 por hora. Caso o cliente deseje utilizar a impressora, deverá trazer suas próprias folhas, ou será cobrado a parte pelas folhas fornecidas pelo Café. Este

computador poderá ser utilizado para trabalhos, jogos, Internet e impressão e a taxa será a mesma para qualquer uma destas funções.

- Sala de TV: não haverá cobrança de taxa para assistir à TV por assinatura. O cliente poderá se sentir bem à vontade quanto à escolha do canal e do programa a ser assistido e também poderá fazer seu lanche nesta sala, tendo como custo adicional apenas 10% da taxa de serviço. Nesta sala haverá um sofá, mesa para lanche e almofadas no chão, para criar um ambiente descontraído e informal.
- Revistas e Jornais: Estarão à disposição dos clientes somente no salão inferior para leitura revistas e jornais do dia/semana. No entanto, e justamente por serem sempre atuais, os periódicos só poderão ser lidos no local e não serão emprestados em hipótese alguma. O empréstimo de uma revista semanal, por exemplo, não daria chance de leitura a outros clientes durante alguns dias e quando da sua devolução já haveria outra revista mais nova à disposição. Nesse caso não há como ter um controle rígido sobre esses periódicos para evitar pequenos furtos. Portanto, as revistas serão apenas "vigiadas" pelo caixa, que deverá estar atento sem, no entanto, constranger os clientes.
- Quadro de avisos: ficará no salão inferior e será dividido em duas partes. Uma será utilizada para a colocação de cartazes e avisos sobre shows, espetáculos e outras atrações que acontecerão na cidade. A outra será para que os frequentadores divulguem seus trabalhos como digitações, traduções e cursos oferecidos.

- **Decoração:**

Toda a decoração será simples, sem muito requinte, como convém ao público alvo. Mas será de bom gosto, com tons claros de amarelo e marrom, combinando com as

cores da marca (anexo III). Nas mesas não haverá toalhas e os lanches serão servidos em jogos americanos personalizados. O mesmo ocorrerá na mesa da sala de TV. Também as almofadas da sala de TV serão estampadas nas cores do café, ousando um pouco mais e acrescentando também a cor vermelha.

- **Cardápio:**

Será pequeno, porém bem elaborado. Aos poucos serão introduzidas novidades por tempo limitado, que tornar-se-ão parte do cardápio fixo de acordo com a aceitação dos clientes. No início o cardápio será basicamente composto de cafezinho e outras bebidas a base de café (inclusive com adição de bebidas alcoólicas, como o Irish Coffee), chás diversos, chocolate quente e frio, sucos e vitaminas, água (com e sem gás), refrigerantes e cerveja entre as bebidas. Entre as comidas estarão o pão de queijo, croissant, tortas doces e salgadas, batata frita, sanduíches naturais e pipoca.

Além destes itens constantes do cardápio também serão vendidos doces como chocolates, balas e chicletes e salgadinhos de pacote. Não serão vendidos cigarros.

Haverá um custo adicional de 10% para os lanches servidos na sala de TV.

- **Música ambiente:**

Para isto haverá, sob responsabilidade do caixa, um rádio com CD e toca-fitas que tocará preferencialmente rock, pop e MPB, estilos preferidos pelo público alvo como será visto nos gráficos em anexo. Não haverá espaço para música ao vivo.

- **Recursos físicos**

A área do Café & Cultura será dividida em dois andares. No térreo terá a copa/cozinha, uma despensa/almojarifado, um banheiro masculino e um feminino e o

salão. Não haverá espaço reservado especialmente para fumantes. Este terá seis mesas para quatro pessoas cada, balcão frigorífico para doces e salgados, caixa, espaço reservado para o computador e cesta para as revistas e jornais. Do salão sairá uma escada em caracol para o segundo piso onde será a sala de TV e o escritório. Na sala de TV haverá um sofá forrado com tecido impermeável e almofadas no chão (para que o cliente possa se sentir a vontade) e uma estante com uma televisão 29 polegadas com TV por assinatura, onde o cliente poderá escolher o canal e o programa que mais lhe agradam. Haverá ainda uma mesa no centro desta sala e uma no canto do sofá para que os lanches possam ser servidos com comodidade. Nesta sala, por ser um ambiente fechado, não será permitido fumar. No escritório haverá uma mesa com duas cadeiras, computador com impressora e arquivo.

- Recursos materiais

"O maquinário necessário para um negócio de pequeno ou médio porte não é muito, mas deve ser de qualidade e ter garantia de assistência técnica eficiente. (...) Além disso, as máquinas devem ter uma capacidade de produção adequada às necessidades iniciais da empresa, mas sempre com uma folga, que possibilite uma expansão futura, sem necessidade de novos investimentos".¹

A lista dos recursos materiais foi dividida em setores:

SALÃO INFERIOR: máquina de café expresso, máquina registradora, aparelho de som, mesas e cadeiras, mesa para computador, computador com impressora, balcão de confeitaria, cesta para revistas, lixeira, quadro de recados.

SALÃO SUPERIOR (MEZZANINO): sofá, mesa de centro, estante para TV, almofadas, aparelho de TV 29", lixeira.

1. AZEVEDO, João Humberto de. Como abrir seu próprio negócio: Cafeteria. Brasília: Ed. Sebrae, 1996. Pág.27

COZINHA: espremedor de frutas industrial, liquidificador industrial, freezer, geladeira, fogão industrial com 4 bocas, forno microondas, forno elétrico, exaustor, fatiador de frios, balança para 5kg, armários para louça e utensílios, lixeiras, pia, louça (incluindo panela necessário), talheres, utensílios, batedeira.

DESPENSA: armários para alimentos e armários para produtos de limpeza.

ESCRITÓRIO: arquivo, mesa, cadeiras, computador com impressora, fone/fax, lixeira.

- Recursos humanos

De Segunda a Sexta estão previstos dois turnos de sete horas cada, já que os funcionários deverão estar presentes antes da casa abrir e ficar até depois que ela feche. Aos sábados haverá apenas um turno de sete horas. Para cada turno estão previstos três funcionários: um cozinheiro/confeiteiro, um atendente/garçom e um caixa. Nos sábados haverá alternância de turnos. Por exemplo, os funcionários do turno da manhã trabalharão no primeiro Sábado do mês, os do turno da tarde no segundo e assim por diante. Quanto à gerência os sócios proprietários se revezarão na administração, já que não é necessário que todos estejam presentes durante todo o dia. Entre eles as tarefas serão divididas de acordo com suas habilidades: recursos humanos, administração, compras e outros.

Para a segurança do estabelecimento, está prevista a adoção de um sistema de segurança, com pontos de alarme e um controle remoto acionado em caso de necessidade, após o qual serão encaminhados, o mais rápido possível, seguranças treinados para controlar a situação.

7.2. Propostas para o desenvolvimento

- Estratégias de viabilidade

O custo total para abertura do Café, como será visto mais adiante no item 8, poderá ser reduzido caso sejam feitas parcerias ou sejam conseguidos colaboradores. A empresa mais indicada para isto é o Café Damasco, por ser uma empresa local, produtora de café e de prestígio na cidade. No entanto outras empresas fornecedoras também poderão se tornar parceiras ou patrocinadoras do negócio na forma de fornecimento de relógios de parede, louças e jogo americano por exemplo. Essas outras empresas poderão ser de bebidas, de doces, de salgadinhos. O que não puder ser rateado através de parcerias e patrocínios, obviamente será dividido entre os sócios.

- Divulgação

Para a divulgação do Café & Cultura serão feitos cartazes para afixação nas universidades e folhetos para distribuição entre os estudantes. Nos cartazes e folhetos constará o nome e a localização, a data de inauguração, as promoções de abertura, os principais serviços e equipamentos do café. Esta divulgação será, a princípio, apenas para a inauguração.

- Comercialização

No mês de inauguração haverá uma promoção especial. Aqueles que utilizarem a sala de TV terão o primeiro pacote de pipocas de graça. Isso induzirá o consumo de bebidas. E para os usuários do computador os seis primeiros minutos não serão cobrados, havendo portanto um desconto de aproximadamente 10% (R\$0,50).

Com o tempo, serão também introduzidos dois tipos de cartão de fidelidade. Um deles será para o consumo de alimentos. A partir do consumo de um determinado valor,

numa mesma compra, o cliente receberá pontos no seu cartão. Quando atingir um determinado número de pontos, terá direito a um prêmio (poderá ser um café, um sanduíche ou algo assim). O outro cartão será para os usuários do computador. Seguindo o mesmo critério do outro cartão, a cada período determinado de utilização do equipamento de uma mesma vez (por exemplo, a cada 3 horas seguidas) terá direito a pontos em seu cartão e posterior premiação com horas grátis no computador.

8. Estimativa de custos e fontes de recursos

8.1. Investimento fixo

PRODUTO	QTDE.	VALOR UNITÁRIO (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)
---------	-------	----------------------	-------------------

COZINHA			
Espremedor de frutas industrial	1	55,00	55,00
Liquídificador industrial	1	40,00	40,00
Freezer 429 litros	1	900,00	900,00
Geladeira	1	650,00	650,00
Fogão industrial com 4 bocas	1	200,00	200,00
Forno microondas	1	250,00	250,00
Forno elétrico	1	150,00	150,00
Exaustor	1	1.150,00	1.150,00
Fatiador de frios	1	290,00	290,00
Balança para 5kg	1	280,00	280,00
Armário	1	200,00	200,00
Utensílios em geral (louça, talheres, panelheiro, bandejas, assadeiras, etc.)		1000,00	1000,00
Lixeiras	2	20,00	40,00
Pia em inox	1	150,00	150,00
Batedeira	1	55,00	55,00
Quadro de avisos p/ funcionários	1	15,00	15,00
Relógio de parede	1	15,00	15,00
SOMA 3			5.425,00

DESPENSA			
Armário para alimentos		210,00	210,00
Armário para produtos de limpeza		100,00	100,00
Guarda volumes para funcionários (6 portas)		150,00	150,00
SOMA 4			460,00

SALÃO INFERIOR			
Máquina de café expresso	1	5.000,00	5.000,00
Máquina registradora	1	1.300,00	1.300,00
Aparelho de som (3 CD's)	1	520,00	520,00
Mesas	6	32,00	192,00
Cadeiras	30	15,00	450,00
Mesa para computador	1	60,00	60,00
Computador com impressora	1	2.300,00	2.300,00
Balcão de confeitaria	1	1.200,00	1.200,00
Cesta para periódicos	1	20,00	20,00
Lixeira	2	15,00	30,00
Quadro de recados	1	15,00	15,00
Jogo americano personalizado	30	2,50	75,00
Relógio de parede	1	15,00	15,00
SOMA 1			11.177,00

SALA DE TV			
TV 29 polegadas	1	900,00	900,00
Sofá 6 lugares	1	800,00	800,00
Estante para TV	1	65,00	65,00
Lixeira	1	15,00	15,00
Mesa de centro	1	30,00	30,00
Almofadas	6	8,00	48,00
Relógio de parede	1	15,00	15,00
SOMA 2			1.873,00

ESCRITÓRIO			
Arquivo de aço	1	130,00	130,00
Computador com impressora	1	2.300,00	2.300,00
Mesa	1	125,00	125,00
Cadeira	3	50,00	150,00
Fax/telefone	1	400,00	400,00
Lixeira	1	15,00	15,00
SOMA 5			3.120,00

BANHEIROS			
Pia	2	130,00	260,00
Vaso sanitário	2	50,00	100,00
Lixeira	2	8,00	16,00
Porta papel higiênico	2	8,00	16,00
Porta toalha	2	12,00	24,00
Espelho	2	20,00	40,00
SOMA 6			456,00

SUBTOTAL	22.526,00
-----------------	------------------

RESERVA TÉCNICA (10%)	2.252,00
-----------------------	----------

TOTAL	24.778,00
--------------	------------------

8.2. Mão de obra direta

FUNÇÃO	QTDE.	VALOR UNITÁRIO (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)
Garçom	2	400,00	800,00
Confeiteiro	2	300,00	600,00
Caixa	2	250,00	500,00
SOMA			1.900,00
Encargos sociais	75%	1.425,00	1.425,00

8.3. Custos com divulgação

PRODUTO	QTDE.	VALOR UNITÁRIO (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)
Cartazes	50	-	80,00
Folhetos	1000	-	130,00
		TOTAL	210,00

8.4. Custos fixos

DISCRIMINAÇÃO	QTDE.	VALOR UNITÁRIO (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)
Aluguel e taxas	-	-	1.000,00
Água	-	-	60,00
Luz	-	-	170,00
Telefone	-	-	70,00
Material de escritório	-	-	150,00
Material de limpeza	-	-	120,00
Depreciações	-	-	70,00
Salários e encargos	-	-	3.325,00
Mensalidade da Internet	-	-	30,00
Mensalidade da TV a cabo	-	-	65,00
Alimentação para empregados	-	-	240,00
Segurança eletrônica	-	-	150,00
Outras despesas	-	-	200,00
		TOTAL	5.650,00

8.5. Aquisição de mercadorias

Estoque inicial aproximado: **R\$2.700,00**

8.6. Investimento inicial

DISCRIMINAÇÃO	VALOR (R\$)
Investimento fixo	24.778,00
Capital de giro (estoque inicial + mão-de-obra direta + custo fixo)	8.975,00
Custos com divulgação	210,00
SUBTOTAL	33.963,00
Reserva técnica (10%)	3.396,00
TOTAL GERAL	37.359,00

8.7. Fontes de recursos

A principal fonte de recursos será a venda de alimentos e bebidas, tendo como âncora o café e coquetéis elaborados com ele. Além dos alimentos que constam do cardápio, haverá ainda a venda de doces (chicletes, balas...) e salgadinhos de pacote (batata-frita, amendoim...) que contribuirão para a arrecadação de recursos.

Além disso, a taxa única cobrada para a utilização do computador e da impressora será também importante como fonte de recursos.

Por último, e responsável por uma grande parte dos recursos necessários para a manutenção do Café, são os recursos provenientes dos patrocinadores, parceiros e colaboradores, já citados no item 7.2 (estratégias de viabilidade).

9. Conclusão

Através de toda a pesquisa realizada para a elaboração deste projeto, concluí que sua implantação pode ser viável. Há vários indicadores para isso. Entre eles os principais são a aceitação e o interesse do público alvo demonstrados e verificados nos questionários; as contribuições potenciais do projeto, principalmente em termos práticos; sua relevância social; suas características diferenciadas; a possibilidade de parcerias e colaborações.

A realização deste projeto propicia algumas contribuições tanto nos níveis teórico e prático como para a sociedade. A sua principal relevância é a geração de empregos, mesmo que em pequena escala, já que se trata de uma "pequena empresa".

Enfim, o projeto Café & Cultura foi encarado não apenas como trabalho acadêmico, mas como a possibilidade de um empreendimento futuro.

10. Anexos

ANEXO I: Modelo do questionário aplicado

ANEXO II: Gráficos referentes aos dados dos questionários

ANEXO III: Croqui

ANEXO IV: Marca e nome

ANEXO V: Projeto de pesquisa

ANEXO I
QUESTIONÁRIO

Nome (opcional):

Idade:

sexo:

Profissão:

(se for estudante, indique o curso)

Data:

1. Você acessa a Internet?

Sim. Quantas vezes por semana?

Não.

2. Você assiste TV por assinatura?

Sim. Quais são seus canais preferidos?

Não.

3. Você lê revistas ou jornais de interesse geral (ex.: Veja, Isto É, Gazeta do Povo...)

Sim. Quais?

Não.

4. Quais são seus cantores ou grupos preferidos?

5. Você ouve rádio?

Sim. Quais?

Não.

6. Você freqüentaria um local agradável que reunisse computador com Internet, TV por assinatura, revistas e jornais atualizados, música jovem e um cardápio diferenciado?

Sim.

Não.

7. Por quê? (marque quantas opções desejar)

Todas as atrações são interessantes.

Algumas atrações me chamam a atenção.

Não me interessa por uma das atrações.

Não me interessa por mais de uma das atrações.

Não gosto de sair.

Falta um lugar assim em Curitiba.

O local é agradável para reunir os amigos.

Outro: _____

8. Para você, qual seria a principal atração e o que seria menos atraente?

Positivo:

Negativo:

Computador com Internet

Computador com Internet

TV por assinatura

TV por assinatura

Revistas e jornais

Revista e Jornais

Música jovem

Música jovem

Cardápio diferenciado

Cardápio diferenciado.

Outro: _____

Outro: _____

9. Tem alguma crítica, sugestão ou idéia (localização, decoração, atrações, música...)? Este espaço é seu!

ANEXO II

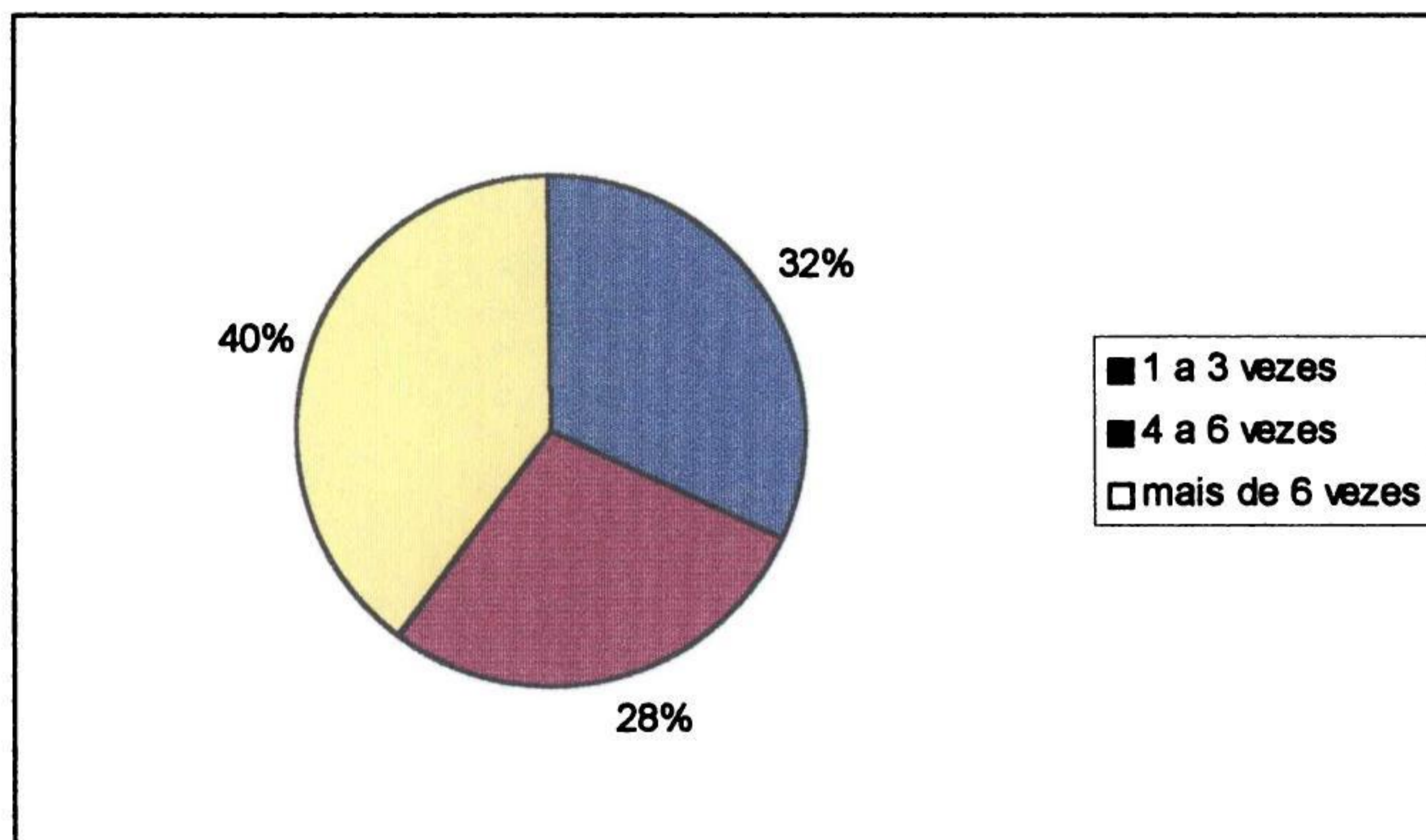
GRÁFICOS RELATIVOS AOS QUESTIONÁRIOS

DADOS PESSOAIS

Entre os entrevistados, 60% é do sexo feminino. Entre elas, 80% tem entre 21 e 25 anos e apenas 20% tem menos de 21 anos. Quanto à profissão, 80% é estudante e 20% é recém-formada.

O 40% restante é formado por pessoas do sexo masculino, sendo que destes, 50% tem entre 18 e 20 anos, 40% tem entre 21 e 25 anos e apenas 4% tem mais de 25 anos. Quanto à profissão, a maioria (70%) é estudante e o 30% restante é de recém-formados.

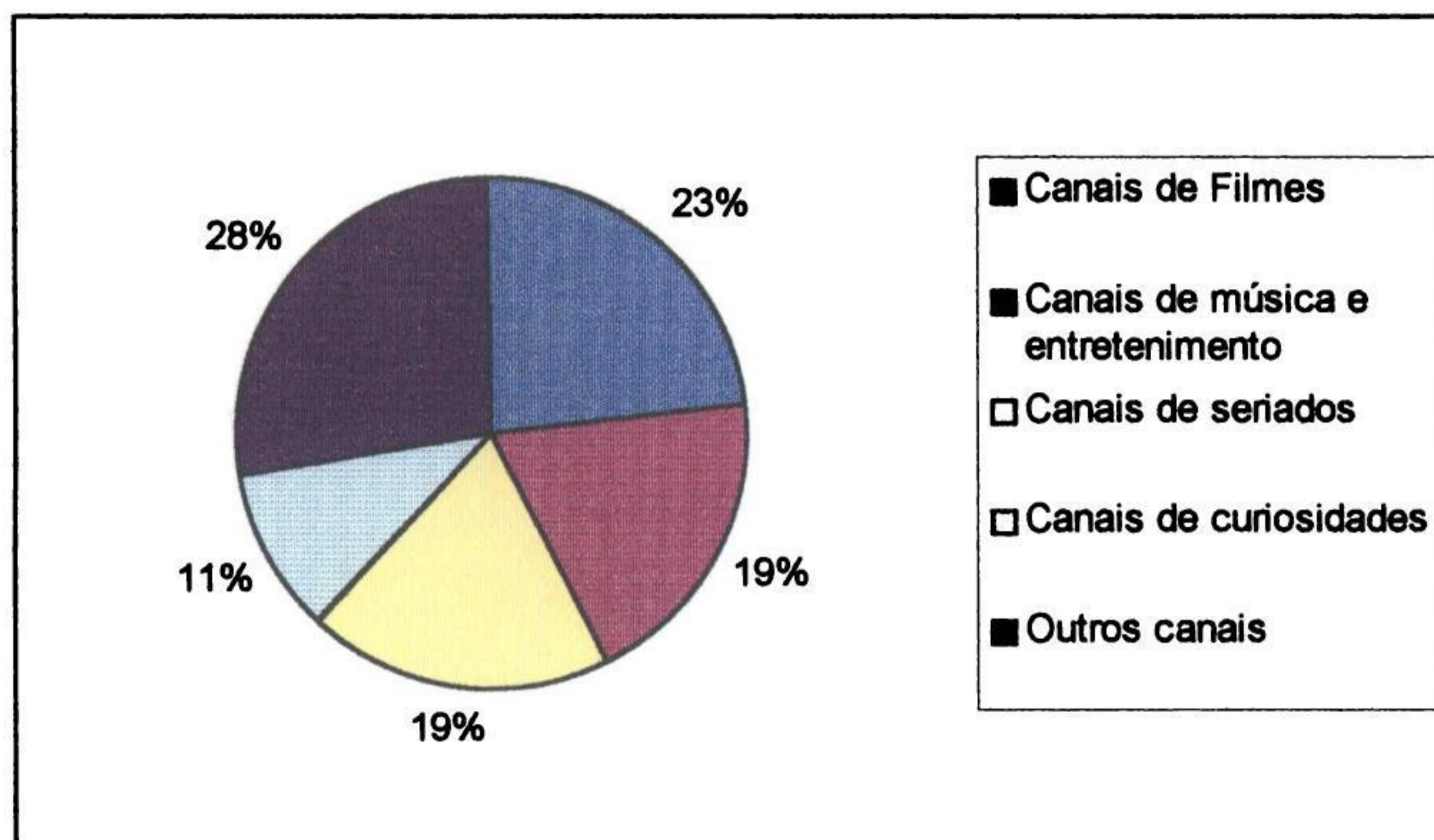
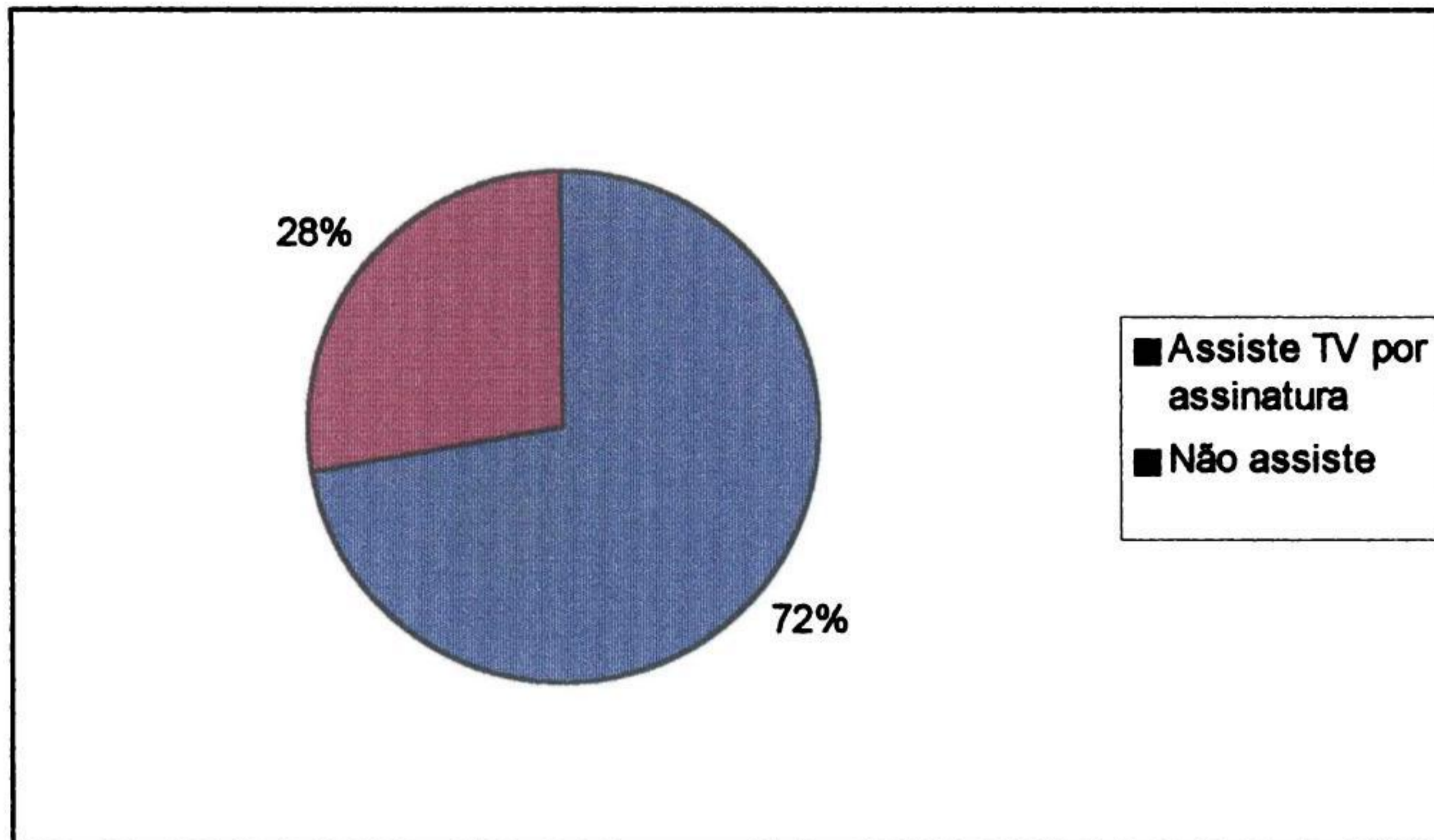
PERGUNTA 1



Número de vezes que a internet é acessada por semana:

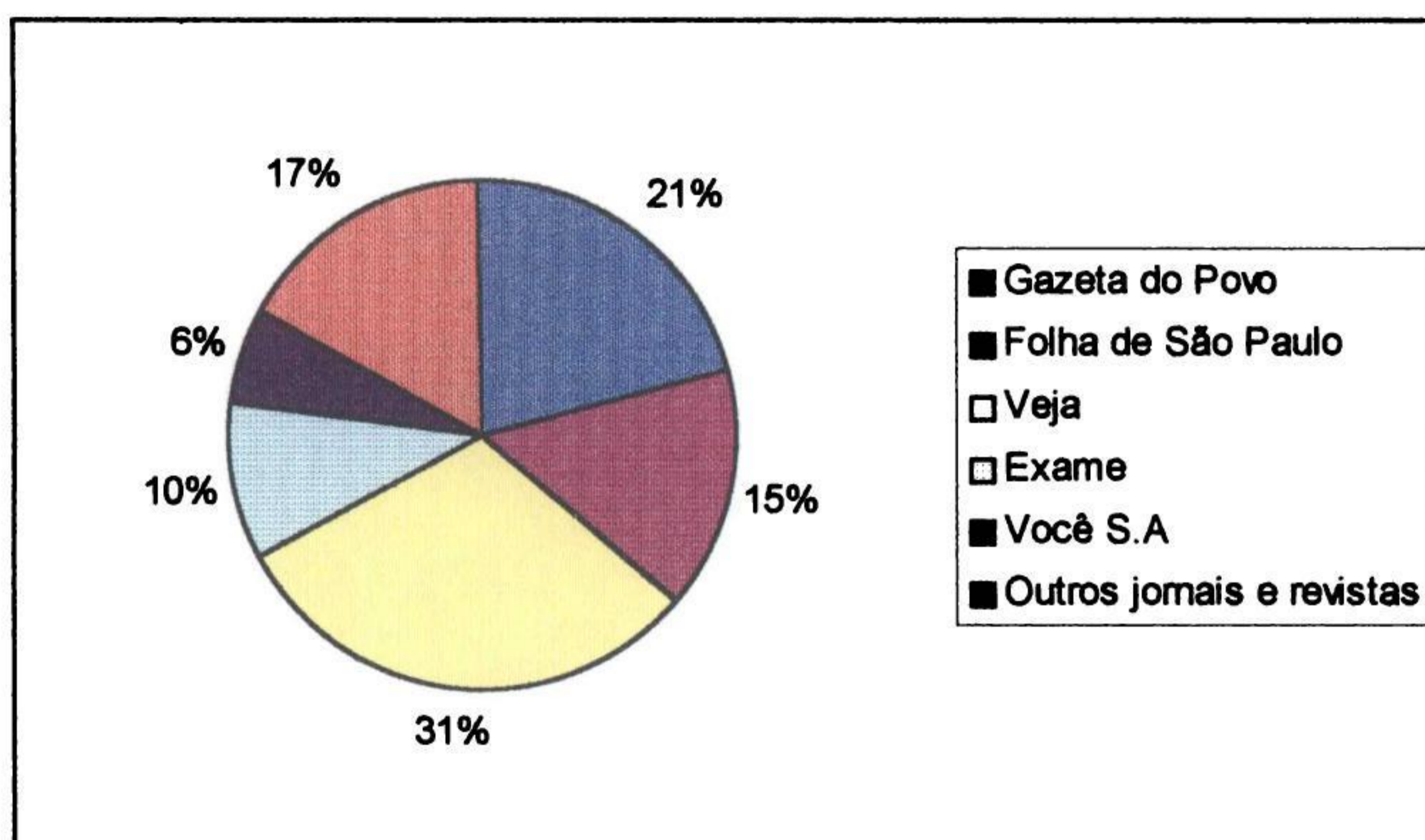
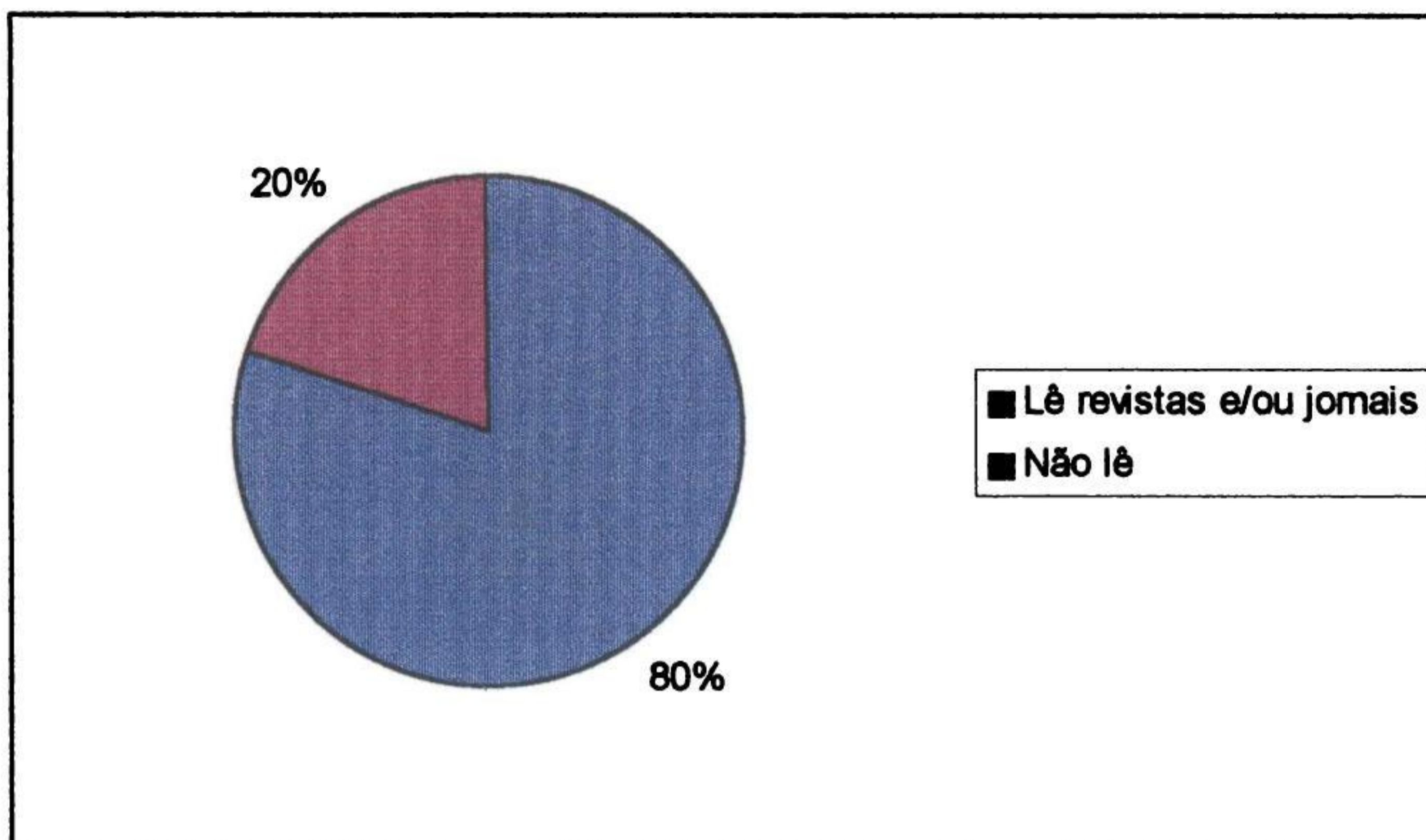
A totalidade dos entrevistados acessa a internet, sendo que a maioria o faz mais de 7 vezes por semana.

PERGUNTA 2



Os 72% que assistem TV por assinatura preferem os canais representados no gráfico acima. Pode-se observar que os mais assistidos são de filmes, de música e entretenimento e de seriados. Em geral esses canais têm programas de longa duração e isso favorece a permanência do cliente no Café e em consequência, o seu consumo.

PERGUNTA 3



Entre os 80% leitores de revistas e/ou jornais, os que estão representados no gráfico acima são os mais lidos. Percebe-se facilmente que os preferidos são a revista Veja e o jornal Gazeta do Povo. Estes com certeza farão parte do acervo do Café & Cultura.

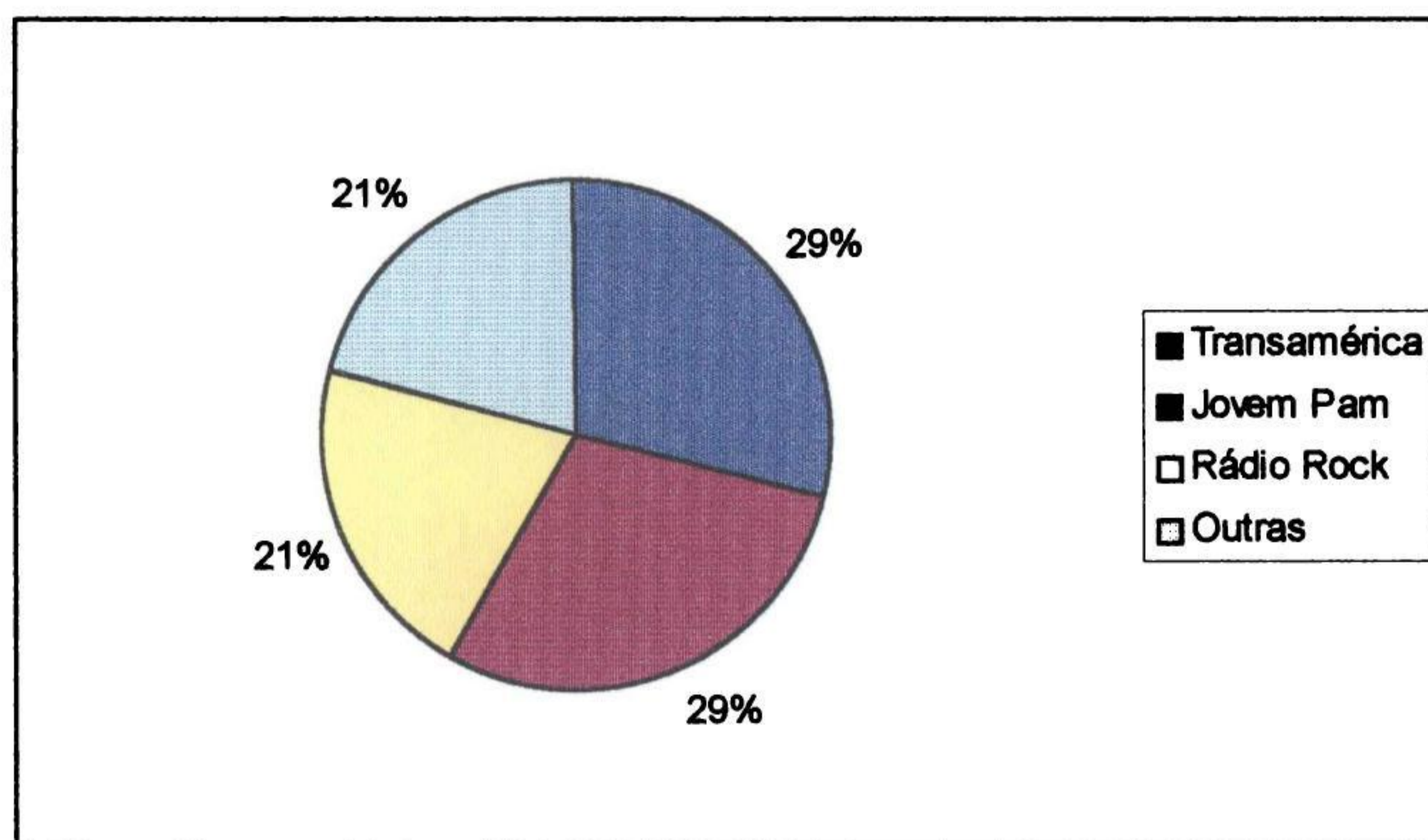
PERGUNTA 4

Não houve resposta para esta pergunta em 24% dos questionários. Entre os 70% que responderam, houveram mais de 35 respostas diferentes, sendo que poucos grupos/cantores foram citados mais de uma vez. Entre os poucos que apareceram em mais de uma resposta estão a cantora Marisa Monte e os grupos Legião Urbana e o internacional U2.

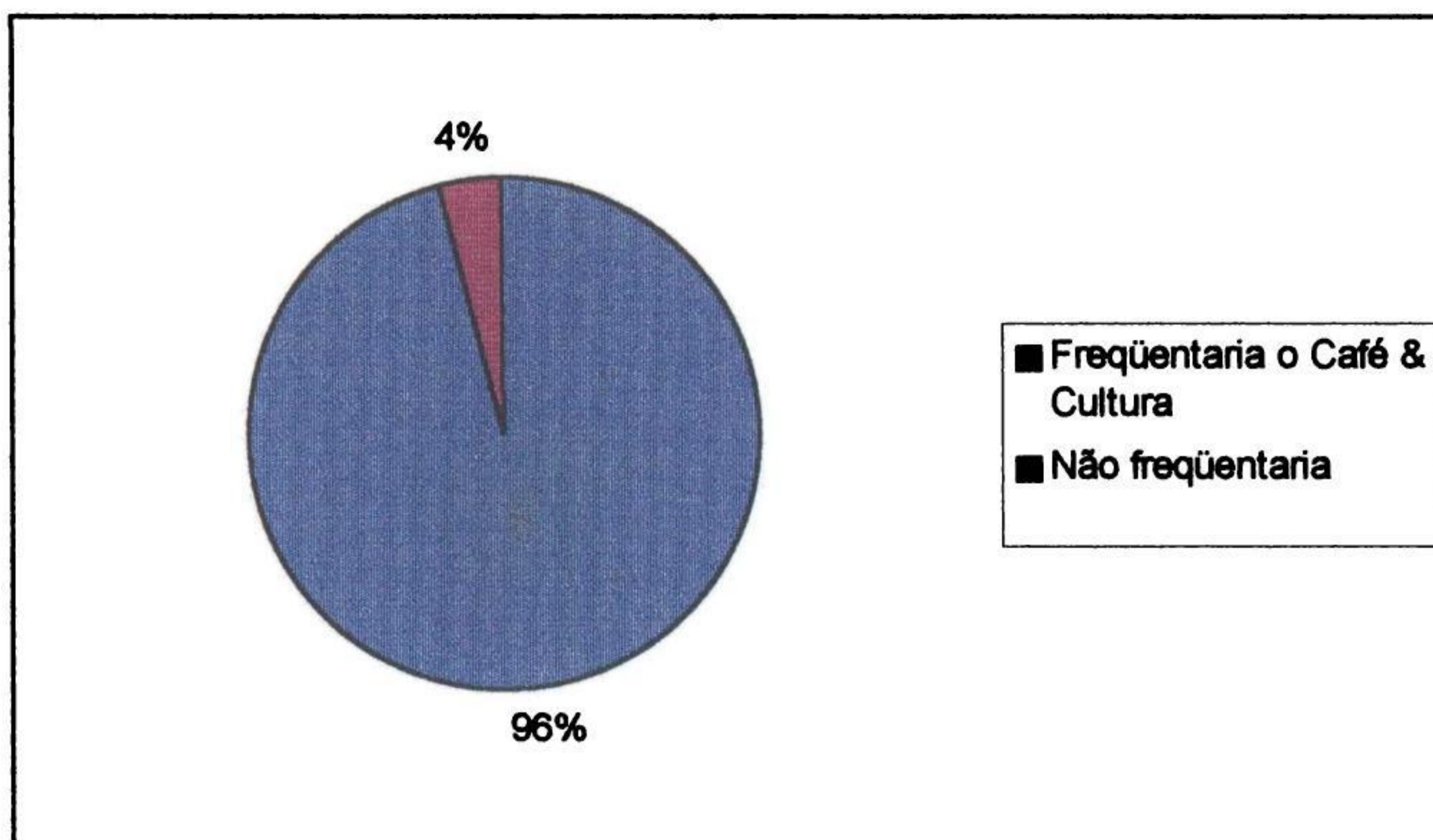
Apesar da diversidade de respostas, as preferências musicais concentram-se entre MPB, rock e pop.

PERGUNTA 5

As emissoras mais ouvidas pelos 88% dos entrevistados que costumam ouvir rádio estão representadas no gráfico abaixo:



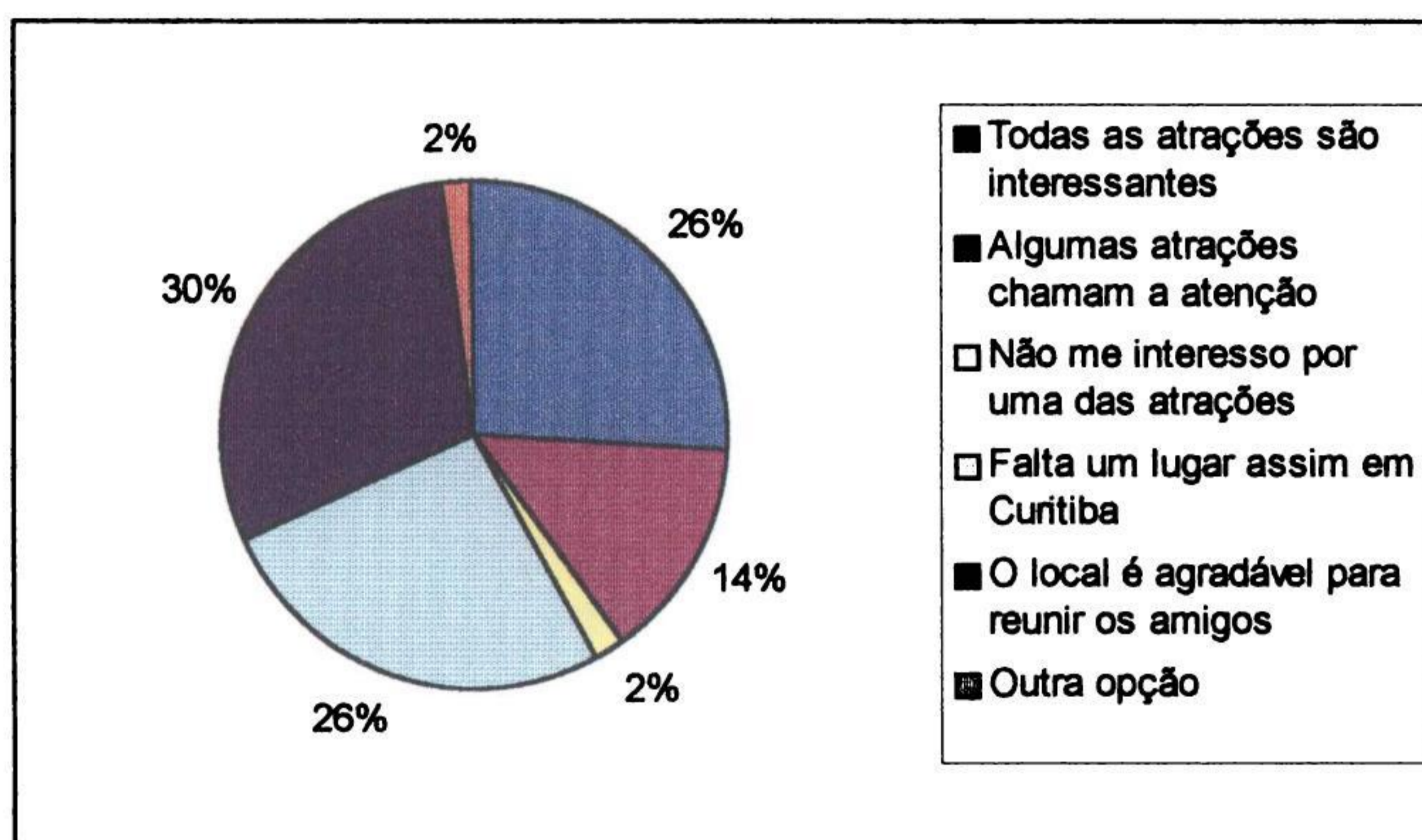
PERGUNTA 6



Como 96% dos entrevistados declarou ter interesse em frequentar o local proposto, pode-se ter otimismo quanto ao seu sucesso, no caso de sua implantação. É claro que esse sucesso depende, e muito, de outros fatores combinados (local, decoração, qualidade...), mas é um indício bastante forte saber que o público alvo tem interesse no estabelecimento.

PERGUNTA 7

Para esta pergunta era possível mais de uma resposta por questionário. Portanto houveram 50 respostas em relação ao motivo que levaria as pessoas a frequentarem ou não o local proposto. As respostas estão representadas no gráfico abaixo:



As três opções mais escolhidas são de extrema importância para a análise do Café & Cultura. Sendo que 98% das respostas são positivas é possível pensar mais uma vez com otimismo. A constatação de que falta um lugar assim em Curitiba aliada à informação de que 26% dos entrevistados considera todas as atrações interessantes é importante para a colocação do café no mercado.

PERGUNTA 8

Para uma melhor visualização, esta pergunta foi dividida em dois gráficos:

Gráfico dos pontos positivos:

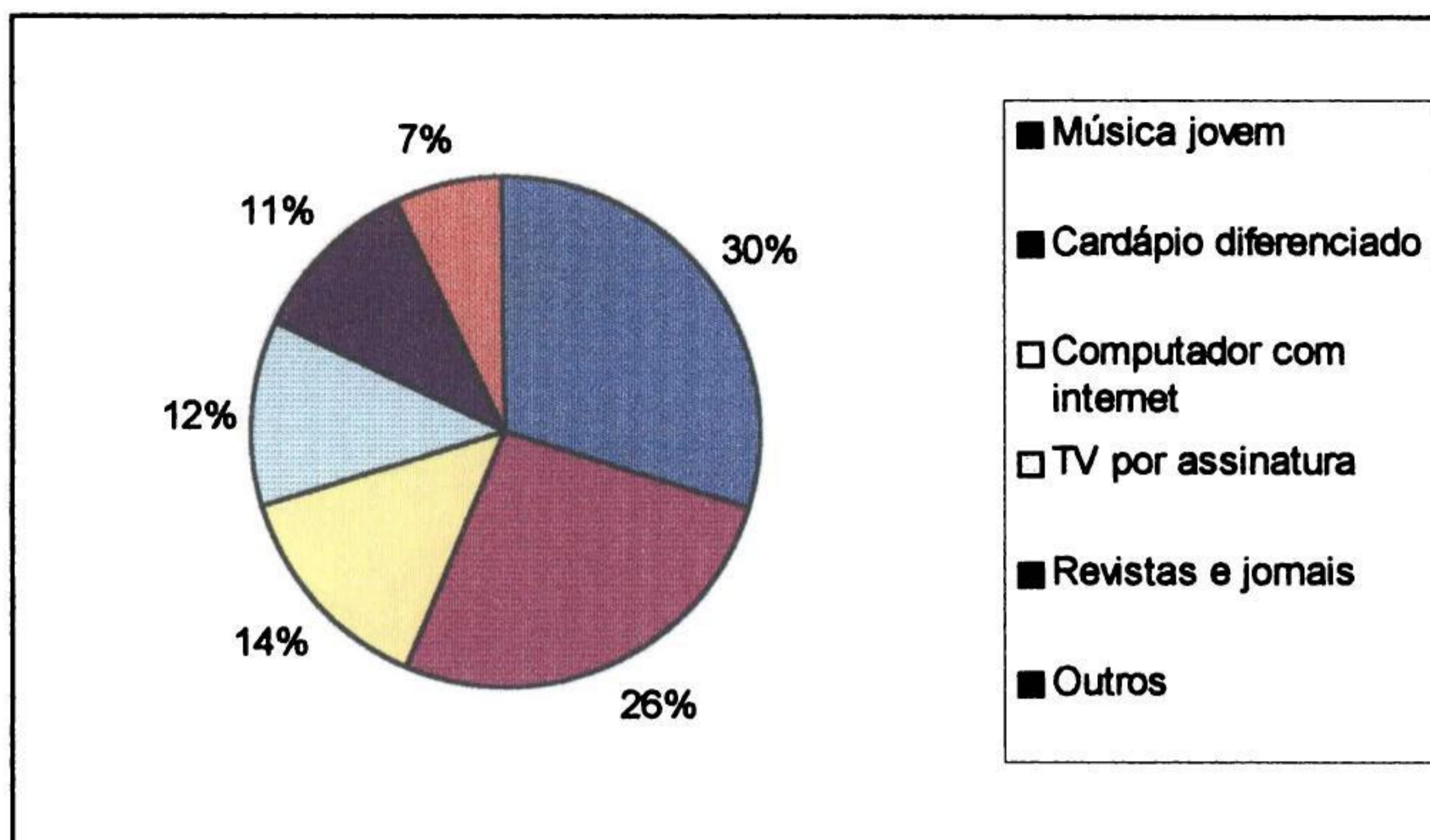
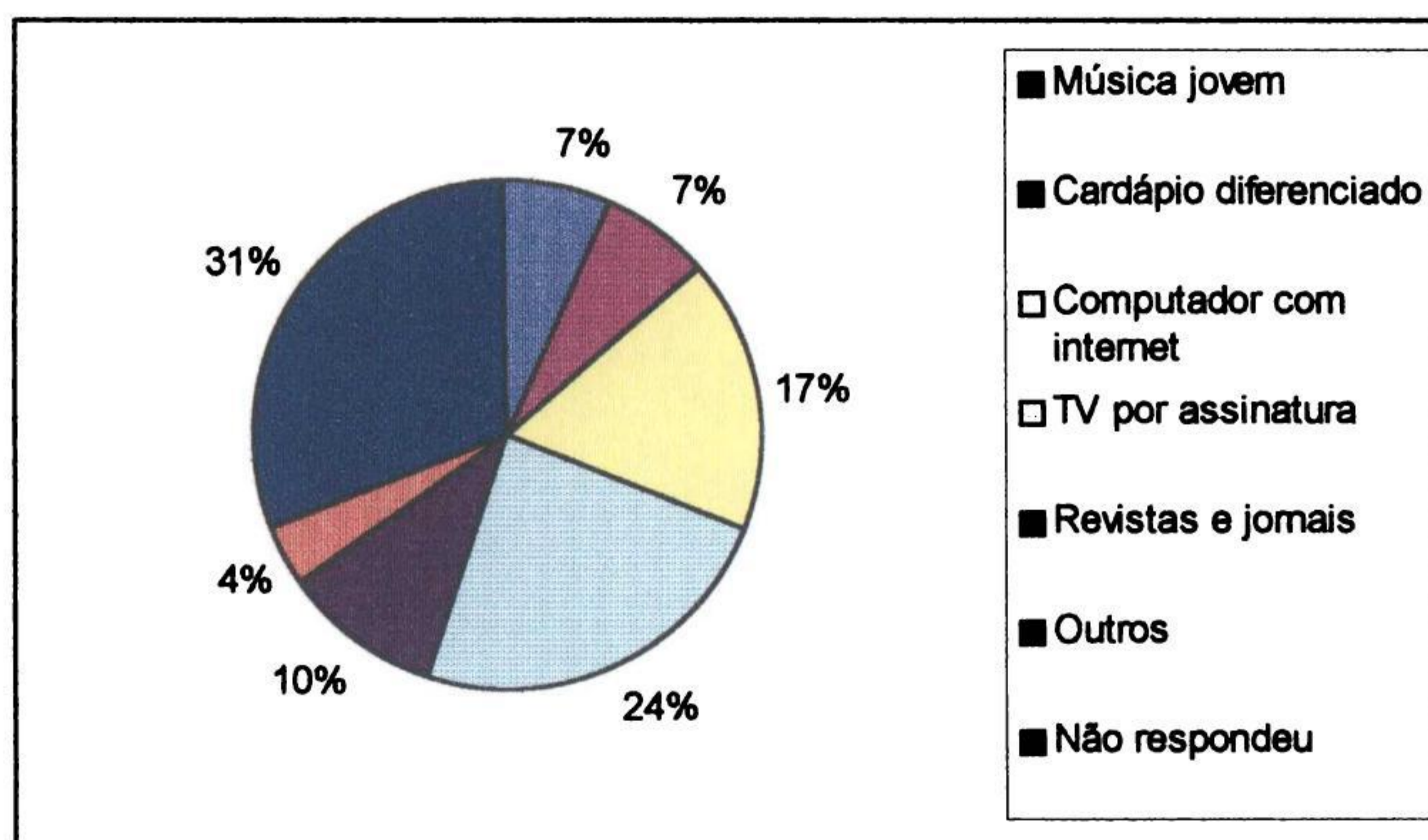


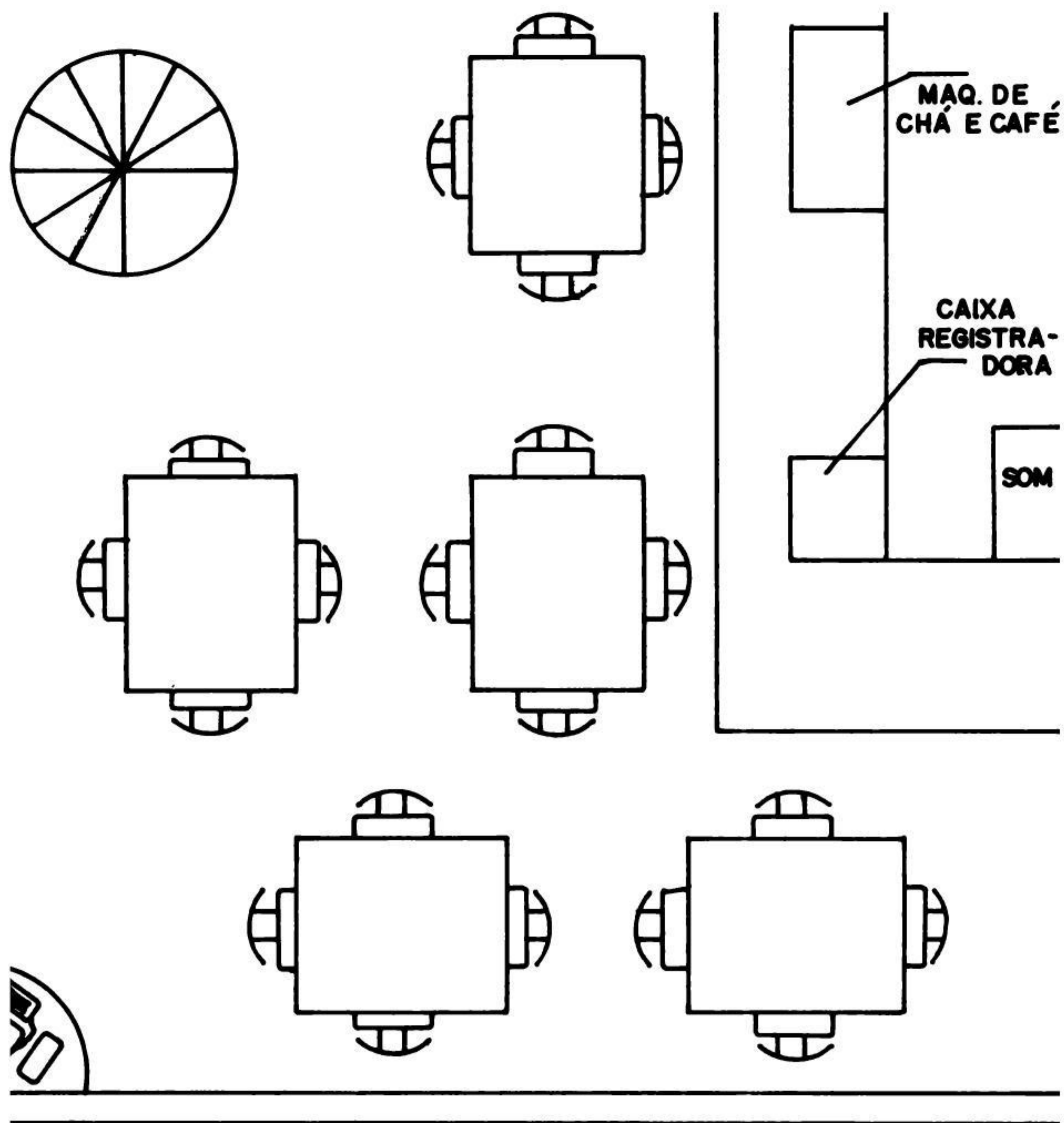
Gráfico dos pontos negativos:



Os atrativos preferidos pelo público alvo foram a música jovem e o cardápio diferenciado. Como itens negativos, estão a TV por assinatura e o computador, pois segundo os entrevistados, eles "isolam" as pessoas das outras. Mesmo assim, este último gráfico apresenta um ponto positivo, que é o fato de 31% das pessoas não terem escolhido nenhum ponto negativo, ou seja, para elas, só há atrativos positivos.

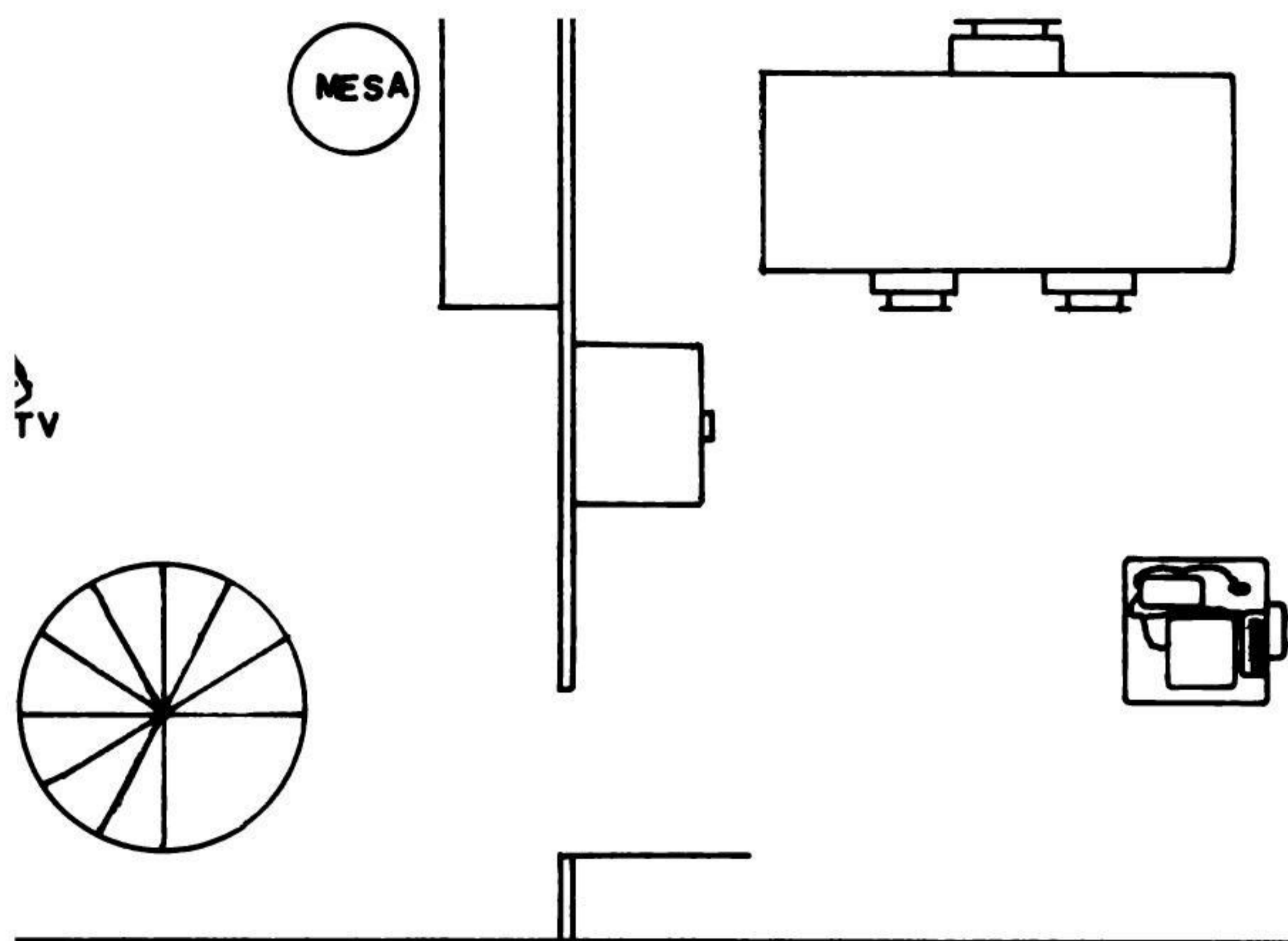
PERGUNTA 9

Neste espaço aberto para críticas, sugestões e idéias, a observação mais freqüente foi sobre a localização do café, que deve ser central, próximo a universidades ou no bairro Batel.



PAVIMENTO

INFERIOR



MEZZANINO

ANEXO IV



ANEXO V

MARCIA FERNANDA BARONI SILVEIRA

PROJETO DE PESQUISA

Trabalho apresentado à disciplina
Orientação de Projeto em
Alimentos e Bebidas, Curso de
Turismo, Setor de Ciências
Humanas, Letras e Artes,
Universidade Federal do Paraná.
Prof. Maria Henriqueta Gimenes.

CURITIBA

1999

SUMÁRIO

1)	INTRODUÇÃO.....	37
2)	JUSTIFICATIVA	38
3)	OBJETIVOS.....	39
4)	PROCESSOS DE INVESTIGAÇÃO	40
5)	FASES DO TRABALHO	42

1) INTRODUÇÃO

Este projeto de pesquisa é a fase inicial do projeto final em Alimentos e Bebidas. Tendo como tema um café como opção de entretenimento em Curitiba, este projeto objetiva verificar a viabilidade de abertura de um café cultural na cidade.

É neste projeto de pesquisa que são definidos os objetivos (geral e específicos), os processos de investigação e as fases do trabalho, que servirão de guia até a conclusão do projeto final.

Através de visitas a lugares semelhantes ao local proposto neste projeto e da distribuição de questionários ao público alvo, procurei saber quais as principais vantagens, desvantagens e características de um local como o café aqui proposto.

TEMA: Café como opção de entretenimento cultural.

2) JUSTIFICATIVA

O tema de café cultural como opção de entretenimento em Curitiba surgiu a partir da observação de que em Curitiba não existe outro estabelecimento com as mesmas características imaginadas para este café. Em sala de aula, com auxílio da professora, foi definido o problema, que concerne a viabilidade da abertura do estabelecimento. Desta forma é necessário um estudo que verifique a viabilidade de abertura de um café com as características que serão apresentadas oportunamente.

Com a vida agitada que a sociedade enfrenta na atualidade, às vezes é difícil encontrar tempo e local adequados para estudar ou relaxar. Este café cultural aqui proposto oferecerá espaços adequados para essas duas atividades.

Como, apenas para efeitos de estudos, o café teria sua ~~instalação~~ em Curitiba, toda a pesquisa será realizada nesta cidade, não importando, a ~~princípio~~, opiniões advindas de outros locais que tenham realidades diferentes.

PROBLEMA: É viável a abertura de um café cultural como opção de entretenimento em Curitiba?

HIPÓTESE: Se café cultural direcionado para público formado por universitários e recém-formados, então viável.

- Café cultural: estabelecimento de funcionamento diurno que reunirá mesas para leitura de jornais e revistas de interesse geral, local reservado para computador com acesso à Internet e local aconchegante com TV por assinatura, além de cardápio diferenciado.
- Viável: Que pode ter bom resultado, realizável, passível de bom êxito¹. É atrair bom fluxo de clientes com retorno financeiro.

1. Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa – Enciclopédia Britânica do Brasil. Volume 3, pg. 1815

3) OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Conferir a viabilidade da abertura de um café cultural como opção de entretenimento em Curitiba.

Objetivos Específicos:

- Verificar se um público universitário tem interesse em frequentar um café cultural.
- Verificar o que atrai o público alvo para um café cultural.

4) PROCESSOS DE INVESTIGAÇÃO

- Pesquisa exploratória/Coleta de informações: a pesquisa foi feita através da leitura de revistas do ramo e de visitas em duas revistarias que possuem venda de café (Revistaria Café com Texto – R. Manoel Eufrásio, 1354 - e Revistaria Ghignone – R. XV de Novembro, 423.)
- Definição dos métodos de pesquisa: estudos estatísticos sem rigidez científica.
- Definição do universo: cidade de Curitiba
- Definição da amostra: jovens de Curitiba, universitários e recém-formados.
- Definição do método de coleta de dados: observação através de visita às revistarias acima citadas e entrevistas por questionário.
- Definição de instrumentos de coleta de dados: questionários (conforme segue) com o objetivo de identificar o interesse e as preferências do público alvo e visitas às revistarias acima citadas, procurando identificar o público alvo destes locais e as suas propostas enquanto estabelecimentos que unem alimentação e entretenimento (através da venda de revistas, jornais e café).
- Relatório: Foram distribuídos 50 questionários, sendo que apenas a metade teve retorno até o momento. Com base nesses 25 que foram respondidos, cheguei a algumas conclusões e informações que seguem:
 - 64% dos entrevistados tem idade entre 21 e 25 anos, 32% tem idade entre 18 e 20 anos e apenas 4% tem mais de 25 anos.
 - 76% são estudantes
 - 40% são do sexo masculino e 60% do sexo feminino
 - 100% dos entrevistados acessam a Internet, sendo que a maioria (40%) o faz mais de 7 vezes por semana. Por outro lado, 32% acessa apenas de 1 a 3 vezes no mesmo período.
 - Entre os entrevistados, 72% assiste TV por assinatura. Entre estes, os canais mais assistidos são (na ordem) os de filmes (HBO, Telecine, Fox), de seriados (Sony), de música e entretenimento (MTV, Multishow) e de curiosidades (Discovery). Estes canais estão seguidos, em menor audiência, por canais de esportes, de viagens e cultura, de notícias, internacionais e de desenhos animados.
 - 80% dos entrevistados lê revistas e/ou jornais de interesse geral. Entre eles os mais citados foram os jornais Gazeta do Povo e Folha de São Paulo e as Revistas Veja, Exame e Você S.A.

- Em resposta à pergunta sobre cantores preferidos, foram citados inúmeros. Porém alguns como Marisa Monte, Legião Urbana e U2 apareceram com maior frequência nas respostas. Do total, concluí que os gêneros de música preferidos são MPB, pop e rock, entre outros.
- 88% dos entrevistados ouve rádio, sendo que as mais ouvidas são Transamérica, Jovem Pam e Rádio Rock.
- Entre os entrevistados, 96% freqüentaria o café proposto. Entre as diversas razões para isso, as mais votadas foram: “O local é agradável para reunir os amigos” (30%), “Todas as atrações são interessantes” (26%) e “Falta um lugar assim e m Curitiba” (26%). (Nesta pergunta do questionário era possível mais de uma resposta por entrevistado.)
- Entre as principais atrações, as mais votadas foram a música jovem e o cardápio diferenciado. Entre as atrações consideradas negativas as mais freqüentes foram o computador com Internet e a TV por assinatura, sendo que 36% dos entrevistados não votaram neste item da atração negativa, o que passa a ser um ponto a favor do café.
- No espaço aberto para críticas, sugestões e idéias, a observação mais freqüente foi quanto à localização do café, que deveria ser central ou próximo a universidades ou no Batel. Vale dizer que apenas 28% respondeu a essa pergunta.
- Com a análise de todas essas respostas, percebi também que muitos dos entrevistados tiveram uma idéia errada do café, pensando tratar-se de um bar de funcionamento noturno. Essa idéia ficou ainda mais clara entre as pessoas que apenas trabalham e não são mais estudantes. Isso pode distorcer um pouco as interpretações. Por exemplo, talvez alguém que achou negativo revistas e jornais num bar, poderia achar interessante num café diurno.

5) FASES DO TRABALHO

AGOSTO: Pesquisa exploratória

SETEMBRO: Pesquisa exploratória (continuação)

Distribuição de questionários

Análise dos dados dos questionários

Obtenção de informações técnicas

OUTUBRO: Pesquisa de preços (local, móveis, eletroeletrônicos...)

Formatação do produto

11. Referências bibliográficas

AZEVEDO, João Humberto de. Como abrir seu próprio negócio: Cafeteria. Brasília:

SEBRAE, 1996

BELLUCCI, Renato. Guia Prático - Como montar uma casa de chá e café expresso. São

Paulo: SEBRAE-SP, 1995

MARICATO, Percival. Como Montar e Administrar Bares e Restaurantes. São Paulo:

TQC, 1997

12. Bibliografia

AGUIRRE, Loreta Beatriz Lorca. Projeto em Turismo: Plano de desenvolvimento ecoturístico da Ilha do Mel. Curitiba, 1996

AZEVEDO, João Humberto de. Como abrir seu próprio negócio: Cafeteria. Brasília: SEBRAE, 1996

BELLUCCI, Renato. Guia Prático - Como montar uma casa de chá e café expresso. São Paulo: SEBRAE-SP, 1995

GARCIA, Ana C., OGIBÓSKI JR., Nilton R., PALUMBO, Sandra P. Projeto em Turismo: Festival de harmônica de Curitiba. Curitiba, 1997

MARICATO, Percival. Como Montar e Administrar Bares e Restaurantes. São Paulo: TQC, 1997

PERFIL DO NEGÓCIO: CAFÉ EXPRESSO. Fortaleza: SEBRAE, 1996

VEJA CURITIBA - O MELHOR DA CIDADE. Curitiba, nº 34, 1999