

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ANA JULIA CORRÊA HIPOLITO
JENNIFFER AMANDA DOS SANTOS
MATHEUS HATTORI

PLANO DE NEGÓCIOS: CAFETERIA EXPRESSO CAIÇARA

MATINHOS

2025

ANA JULIA CORRÊA HIPOLITO
JENNIFER AMANDA DOS SANTOS
MATHEUS HATTORI

PLANO DE NEGÓCIOS: CAFETERIA EXPRESSO CAIÇARA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial de aprovação do Curso de Gestão e Empreendedorismo do Setor Litoral, da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Cinthia Maria De Sena Abrahão

Coorientador: Prof. Thiago Goes

MATINHOS
2025

A todos os professores que nos orientaram, e aos três
amigos que com muita luta e compreensão se ajudaram
para que isso fosse possível.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, primeiramente, à Deus, que nos deu força de vontade e coragem, para superar todos os desafios.

A professora Elsi Alano, pelo carinho, compreensão e amizade.

Aos demais professores do curso, por cada ensinamento que contribuiu para nossa formação acadêmica e pessoal, e também aos colegas, com quem dividimos aprendizados, trocas e momentos inesquecíveis.

Ao Professor Thiago Henrique Moreira Goes, nosso coorientador, por seu conhecimento compartilhado com nós, e apoio para finalizar esse trabalho.

E, com gratidão especial, à Professora Cinthia Maria De Sena Abrahão, nossa orientadora, pela sua paciência, incentivo e dedicação ao longo do processo.

Eu, Ana Julia Corrêa Hipolito, agradeço à minha família, que sempre foi minha base. À minha mãe, Maria Izabel, pelo amor e dedicação em cada etapa da minha vida. Ao meu pai, Moacir, pelo exemplo de trabalho e dignidade, e por todo cuidado diário, especialmente por me buscar no ponto de ônibus todos os dias, mesmo cansado. Aos meus irmãos e sobrinhos, por cada gesto de carinho e incentivo. A minha querida avó, Venina (*in memoriam*), que me viu entrar na universidade, que acreditou em mim mais do que eu mesma e que, mesmo ausente fisicamente, permanece viva em cada conquista minha. À Camila Bratti, por caminhar ao meu lado em toda essa jornada e não soltar minha mão quando tudo parecia desabar. Agradeço também aos meus amigos, Matheus e Jenniffer, por compartilharem comigo não apenas este trabalho, mas também os sonhos, os desafios e as risadas. Sozinhos podemos até ir mais rápido, mas juntos fomos muito mais longe, e isso vale mais do que qualquer linha escrita neste TCC.

Eu, Jenniffer Amanda dos Santos, agradeço a minha mãe, Tereza Aparecida, que mesmo sem escolaridade me ensinou a ter caráter e nunca desistir dos meus estudos. Sou grata pelo meu Esposo, Dijian Alves, sem você eu teria enlouquecido, obrigada por sempre me apoiar e estar ao meu lado nos momentos felizes e tristes. A minha avó, Rose, que mesmo não estando mais aqui, sempre sonhou comigo me formando e agora espero dar esse orgulho pra ela aonde quer que esteja. Aos meus colegas de faculdade, que só a Universidade pode

me proporcionar conhecer pessoas de outros cursos e não só ao meu. E , por fim, agradeço aos meus amigos, Ana e Matheus, por me convidarem a participar dessa jornada com eles, que tiveram paciência com minhas ausências, por acreditarem em mim e por todos os nossos momentos juntos, não tem nada que possa apagar isso da memória.

Eu, Matheus Hattori, agradeço primeiramente à minha mãe, que foi fundamental para mim, tanto na minha entrada quanto na continuidade dos meus estudos, fazendo parte da realização de um sonho familiar. Também agradeço à minha companheira, que me motivou a me dedicar e estudar, estando sempre ao meu lado. Quero agradecer a todos os servidores, sejam técnicos, secretários ou docentes, da Universidade Federal do Paraná, e em especial ao professor Renato Bochicchio e à técnica Paula Ramalho, minha supervisora de estágio, por todo o aprendizado prático e pela amizade. Ressalto ainda a importância de todos os meus colegas e amigos, especialmente Ana e Jenniffer, agradeço pela amizade, construção do conhecimento e parceria em todos os anos letivos do nosso curso, nos quais mantivemos firmeza e, juntos, conseguimos conquistar este diploma. Por fim, agradeço especialmente a todos os docentes que nos ensinaram tanto e contribuíram para a construção do nosso conhecimento, em especial à nossa orientadora Cinthia, por toda a paciência, colaboração e pelo aprendizado transmitido a nós.

“Grandes ideias começam com uma xícara de
café. E grandes negócios, com planejamento.”

— Anônimo

RESUMO

Este trabalho apresenta a elaboração de um plano de negócios para a abertura da cafeteria Expresso Caiçara, localizada no município de Pontal do Paraná. A proposta tem como objetivo oferecer uma cafeteria moderna, inspirada na cultura e nos ingredientes do litoral paranaense, buscando atender tanto à demanda turística, em períodos sazonais, quanto ao público local, em um ambiente acolhedor e confortável. O estudo adota uma abordagem metodológica mista (qualitativa e quantitativa), integrando revisão bibliográfica, análise de dados secundários, observação de campo, entrevistas com empreendedores locais e aplicação de pesquisa *survey*. Os dados da pesquisa de *survey* revelam um público local, predominantemente jovem, embora diversificado, consumidor de café, com limitações de renda e pouca oferta de cafeterias especializadas no município. O plano contempla estratégias de *marketing*, operação, estrutura organizacional e projeções financeiras em diferentes cenários, além de apresentar uma proposta de negócio que busca conectar os consumidores aos sabores e tradições do litoral paranaense. O plano financeiro adotou uma abordagem conservadora, considerando parte da atuação de outros estabelecimentos, como panificadoras, enquanto concorrência e incluindo diferentes cenários. A análise *SWOT* evidenciou oportunidades de diferenciação e expansão, e a análise de viabilidade financeira indicou retorno positivo sobre o investimento, especialmente nos cenários com maior participação de mercado.

Palavras-chaves: plano de negócios; cafeteria; litoral paranaense; metodologia mista; viabilidade financeira.

ABSTRACT

This study presents the development of a business plan for the opening of the Espresso Caiçara coffee shop, located in the municipality of Pontal do Paraná. The proposal aims to offer a modern coffee shop inspired by the culture and ingredients of the Paraná coast, seeking to serve both the seasonal tourist demand and the local population in a welcoming and comfortable environment. The study adopts a mixed methodological approach (qualitative and quantitative), integrating literature review, secondary data analysis, field observation, interviews with local entrepreneurs, and a survey. The survey data reveal a young but diverse local audience, with high coffee consumption, despite income limitations and a limited offer of specialized coffee shops in the municipality. The plan includes marketing strategies, operations, organizational structure, and financial projections in different scenarios, as well as presenting a business proposal that seeks to connect consumers to the flavors and traditions of the Paraná coast. The financial plan adopts a conservative approach, considering part of the activities of other establishments, such as bakeries, as competition and including different scenarios. The SWOT analysis highlighted opportunities for differentiation and expansion, and the financial viability analysis indicated a positive return on investment, especially in scenarios with greater market-share.

Keywords: business plan; coffee shop; Paraná coast; mixed methodology; financial viability.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – PERGUNTAS QUE UM PLANO DE NEGÓCIO DEVE RESPONDER.....	27
FIGURA 2 – EXEMPLO DE ESTRUTURA SUGERIDA PARA PEQUENAS EMPRESAS EM GERAL.....	30
FIGURA 3 - ESTRUTURA SEBRAE (2013).....	32
QUADRO 1 - SWOT COM OS EMPREENDEDORES; PONTOS FORTES E FRACOS....	40
QUADRO 2 - ANÁLISE DA PESQUISA DE OBSERVAÇÃO.....	50
QUADRO 3 - TRIANGULAÇÃO DE DADOS DA PESQUISA DE MERCADO.....	65
QUADRO 4 - ESTRUTURA LEGAL DO EMPREENDIMENTO.....	71
FIGURA 5 - CARDÁPIO.....	75
FIGURA 6 - LOCALIZAÇÃO REFERENCIADA.....	80
FIGURA 7 - LOCALIZAÇÃO DA FRENTE DO IMÓVEL DO EMPREENDIMENTO....	81
FIGURA 8 - POSTAGENS RECORRENTES.....	82
FIGURA 9 - AÇÕES INTERATIVAS.....	83
FIGURA 10 - CARTÃO FIDELIDADE FRENTE E VERSO.....	84
FIGURA 11 - APLICAÇÃO DO ADESIVO NA EMBALAGEM.....	85
FIGURA 12 - COPO BIODEGRADÁVEL PERSONALIZADO.....	85
QUADRO 5 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: ATENDIMENTO AO CLIENTE.....	88
QUADRO 6 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: PREPARAÇÃO DO CAFÉ.....	89
QUADRO 7 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: MANUSEIO DE SALGADOS.....	91
QUADRO 8 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: PREPARAÇÃO DOS BOLOS.....	93
QUADRO 9 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: ESTOQUE.....	96
QUADRO 10 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: DE RESÍDUOS SÓLIDOS.....	97
FIGURA 13 - PLANTA BAIXA DA CAFETERIA EXPRESSO CAIÇARA.....	99
FIGURA 14 - COZINHA - VERSÃO 3D.....	100
FIGURA 15 - DEPÓSITO - VERSÃO 3D.....	101
FIGURA 16 - BANHEIRO E PIA EXTERNA - VERSÃO 3D.....	101
FIGURA 17 - REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO INSTAGRAMÁVEL.....	102
FIGURA 18 - ÁREA INTERNA COM DISPOSIÇÃO DAS MESAS.....	104
FIGURA 19 - ESPAÇO INTERNO DO SALÃO PRINCIPAL COM DISPOSIÇÃO DAS MESAS - VERSÃO 3D.....	105

FIGURA 20 - FRENTE E ESPAÇO INTERNO - VERSÃO 3D.....	105
FIGURA 21 - ESTACIONAMENTO 3D DO NEGÓCIO.....	106
FIGURA 22 - FACHADA.....	107
FIGURA 23 - FRITADEIRA ELÉTRICA PROFISSIONAL 5L DA EXPRESSO CAIÇARA.....	109
FIGURA 24 - MICRO-ONDAS ELECTROLUX 20L DA EXPRESSO CAIÇARA.....	109
FIGURA 25 - CAFETEIRA PROFISSIONAL TANYA, ORAZIO.....	110
FIGURA 26 - ORGANOGRAMA DA EMPRESA.....	110
QUADRO 11 - CARGOS DA CAFETERIA.....	114
FIGURA 27 - FÓRMULA DO VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL).....	144

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO.....	37
TABELA 2 - NÚMERO DE DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES, SEGUNDO USO.....	38
TABELA 3 - TRABALHO E RENDIMENTO.....	39
TABELA 4 - ECONOMIA DO MUNICÍPIO.....	40
TABELA 5 - DEFINIÇÃO DA AMOSTRAGEM.....	46
TABELA 6 - PERCENTUAL DE GÊNERO DOS RESPONDENTES E FREQUÊNCIA EM CAFETERIAS.....	54
TABELA 7 - DISTRIBUIÇÃO DOS RESPONDENTES POR GERAÇÃO.....	54
TABELA 8 - PERCENTUAL DOS PARTICIPANTES; FREQUENTADORES DE CAFETERIA - NÃO FREQUENTADORES.....	55
TABELA 9 - RENDA SALARIAL DOS RESPONDENTES (EM SMS).....	56
TABELA 10 - IDADE DOS PARTICIPANTES E RENDA SALARIAL (EM SMS).....	56
TABELA 11 – MOTIVADORES PARA FREQUENTAR CAFETERIAS (PERCENTUAL ABSOLUTO).....	58
TABELA 12 – MOTIVOS APONTADOS PARA NÃO FREQUENTAR CAFETERIAS.....	59
TABELA 13 – RELEVÂNCIA DE FATORES PARA FREQUENTAR UMA CAFETERIA.....	60
TABELA 14 – AVALIAÇÃO DA RELEVÂNCIA DOS ITENS DO CARDÁPIO (PERCENTUAL ABSOLUTO).....	61
TABELA 15 - PERCENTUAL DOS RESPONDENTES QUE COMPRARIAM VIA DELIVERY MANTENDO A QUALIDADE DO PRODUTO.....	62
TABELA 16 - FREQUÊNCIA QUE OS PARTICIPANTES IRIAM À CAFETERIA QUE ATENDESSE SUAS EXPECTATIVAS.....	63
TABELA 17 - MARKET-SHARE.....	117
TABELA 18- INVESTIMENTO INICIAL.....	119
TABELA 19 - PROPORÇÃO DE CAPITAL INVESTIDO.....	119
TABELA 20 - ÍNDICE DE PROPENSÃO A CONSUMIR POR IDADE E GÊNERO.....	121
TABELA 21 - ÍNDICE DE PROPENSÃO A CONSUMIR POR RENDA.....	121
TABELA 22 - PROJEÇÃO DE RECEITAS MENSAL E ANUAL - CENÁRIO PESSIMISTA.....	124
TABELA 23 - PROJEÇÃO DE RECEITAS MENSAL E ANUAL - CENÁRIO REALISTA... 125	
TABELA 24 - PROJEÇÃO DE RECEITAS MENSAL E ANUAL - CENÁRIO OTIMISTA.. 126	
TABELA 25 - CUSTO DIRETO - CENÁRIO PESSIMISTA.....	128
TABELA 26 - CUSTO DIRETO - CENÁRIO REALISTA.....	128
TABELA 27 - CUSTO DIRETO - CENÁRIO OTIMISTA.....	129

TABELA 28 - CUSTO INDIRETO - CENÁRIO PESSIMISTA.....	131
TABELA 29 - CUSTO INDIRETO - CENÁRIO REALISTA.....	132
TABELA 30 - CUSTO INDIRETO - CENÁRIO OTIMISTA.....	133
TABELA 31 - DESPESAS - TOTAL ANUAL.....	135
TABELA 32 - DRE - CENÁRIO PESSIMISTA.....	137
TABELA 33 - DRE - CENÁRIO REALISTA.....	138
TABELA 34 - DRE - CENÁRIO OTIMISTA.....	139
TABELA 35 - TAXA INTERNA DE RETORNO - CENÁRIO PESSIMISTA.....	141
TABELA 36 - TAXA INTERNA DE RETORNO - CENÁRIO REALISTA.....	141
TABELA 37 - TAXA INTERNA DE RETORNO - CENÁRIO OTIMISTA.....	142
TABELA 38 - PAYBACK CENÁRIO PESSIMISTA.....	145
TABELA 39 - PAYBACK CENÁRIO REALISTA.....	146
TABELA 40 - PAYBACK CENÁRIO OTIMISTA.....	146

LISTA DE ABREVIATURAS

4 P's - Preço, Produto, Praça e Promoção

ABIC – Associação Brasileira da Indústria do Café

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

BFB - Boas Práticas de Fabricação

CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

EPIs - Equipamento de Proteção Individual

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal

INPRO – Incubadora de Projetos

IPARDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social

MEMP – Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte

MEI – Microempreendedor Individual

MPE – Micro e Pequenas Empresas

ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

PIB – Produto Interno Bruto

PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

PRONAMP – Programa Nacional de Apoio ao Médio Produtor Rural

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

UFPR – Universidade Federal do Paraná

IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo

DRE - Demonstrativo de Resultados Exercício

TIR - Taxa Interna de Retorno

ABECS - Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1 OBJETIVOS.....	15
1.1.1 Objetivo geral.....	15
1.1.2 Objetivos específicos.....	15
1.2 JUSTIFICATIVA.....	15
1.3 METODOLOGIA.....	17
1.3.1 Tipo de pesquisa.....	17
1.3.2 Estratégia Geral.....	17
1.3.3 Ferramentas e Técnicas.....	19
1.3.4 Validação.....	20
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	21
2.1 EMPREENDEDORISMO.....	21
2.2 PLANO DE NEGÓCIOS.....	26
2.2.1 Estrutura do Plano de Negócios.....	30
3. PESQUISA DE MERCADO.....	36
3.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO E DOS EMPREENDEDORES.....	37
3.1.1 Dados do município.....	37
3.1.1.1 Potencial turístico do município.....	40
3.1.2 Análise SWOT com os empreendedores.....	42
3.2 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	44
3.2.1 Análise de Concorrência.....	44
3.2.1 Procedimentos de pesquisa.....	45
3.2.1.1 Coleta dos dados secundários.....	45
3.2.1.2 Pesquisa de Observação de campo.....	45
3.2.1.2.1 Procedimentos de observação.....	46
3.2.1.3 Entrevista.....	47
3.2.1.4 Pesquisa Survey.....	47
3.2.1.4.1 Classificação da pesquisa.....	48
3.2.1.4.2 População e amostragem.....	48
3.2.1.4.3 Instrumentos de coleta.....	49
4. RESULTADOS.....	50
4.1 ANÁLISE DOS DADOS SECUNDÁRIOS.....	50
4.2 ANÁLISE DA PESQUISA DE OBSERVAÇÃO DE CAMPO.....	51
4.3 ANÁLISE DA ENTREVISTA.....	53
4.4 ANÁLISE DA PESQUISA SURVEY.....	55
4.4.1 Perfil dos respondentes.....	55
4.4.2 Análise dos dados da pesquisa.....	59
4.5 CONCLUSÃO DA PESQUISA DE MERCADO.....	65
4.5.1 Triangulação de Dados.....	67

5. PLANO DE NEGÓCIOS.....	70
5.1 CAPA.....	70
5.2 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	71
5.3 APRESENTAÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	72
5.3.1 Missão.....	73
5.4 PLANO DE MARKETING.....	74
5.4.1 Descrição dos produtos.....	75
5.4.2 Diferenciação e vantagens competitivas.....	77
5.4.3 Público alvo.....	79
5.4.5 Preço.....	79
5.4.6 Distribuição.....	81
5.5 PLANO OPERACIONAL.....	88
5.5.1 Descrição dos processos produtivos.....	88
5.5.1.1 Atendimento ao cliente.....	88
5.5.1.2 Preparação do café.....	90
5.5.1.3 Manuseio dos salgados.....	92
5.5.1.4 Preparação dos bolos.....	93
5.5.1.5 Processo de gestão de estoque.....	97
5.5.1.6 Processo de resíduos sólidos.....	98
5.5.2 Arranjo físico.....	100
5.5.2.1 Balcão de Atendimento e Preparo.....	101
5.5.2.2 Cozinha, depósito e banheiro.....	102
5.5.2.3 Espaço Instagramável.....	104
5.5.2.4 Maquinário e equipamentos.....	104
5.5.2.5 Decoração - Versão 3D.....	105
5.5.2.6 Planta baixa do espaço interno - versão 3D.....	106
5.5.2.7 Estacionamento e fachada.....	108
5.5.3 Capacidade de produção e atendimento.....	109
5.5.4 Estrutura organizacional.....	112
5.5.4.1 Descrição de Atividades.....	113
5.5.4.2 Sócios.....	113
5.5.4.3 Equipe.....	115
5.5.5 Pessoas e qualificações necessárias.....	115
5.5.6 Aspectos e impactos ambientais.....	117
5.6 PLANO FINANCEIRO.....	118
5.6.1 Investimentos iniciais.....	120

5.6.1.1 Proporção de capital investido.....	121
5.6.2 Previsão de receitas.....	122
5.6.2.1 Indicador de propensão a consumir.....	122
5.6.2.2 Segmentação Demográfica e Socioeconômica.....	123
5.6.2.3 Cálculo dos indicadores potenciais.....	124
5.6.2.4 Ticket Médio.....	125
5.6.2.5 Previsão das receitas e definição de participação de mercado.....	125
5.6.2.5.1 Previsão das receitas e definição de participação de mercado: projeção mensal do cenário pessimista.....	126
5.6.2.5.2 Previsão das receitas e definição de participação de mercado: projeção mensal do cenário realista.....	127
5.6.2.5.3 Previsão das receitas e definição de participação de mercado: projeção mensal do cenário otimista.....	128
5.6.3 Cálculos de custos e despesas.....	129
5.6.3.1 Custo direto.....	129
5.6.3.2 Custo Indireto.....	132
5.6.3.3 Despesas.....	135
5.6.4 Demonstrativo de resultados do exercício (DRE).....	137
5.6.4.1 Cenário pessimista.....	138
5.6.4.2 Cenário realista.....	139
5.6.4.3 Cenário otimista.....	140
5.6.4.4 Análise dos cenários.....	141
5.6.5 Taxa Interna de Retorno (TIR).....	142
5.6.6 Custo Médio Ponderado de Capital (WACC).....	144
5.6.7 Valor Presente Líquido (VPL).....	145
5.6.8 Payback.....	146
5.6.8.1 Análise de Cenários: Payback.....	149
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	151
REFERÊNCIAS.....	153
APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE MERCADO.....	159
APÊNDICE 2 - ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO DE CAMPO.....	165
APÊNDICE 3 - ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	167
APÊNDICE 4 - TERMO DE CONSENTIMENTO.....	169
APÊNDICE 5 - AVALIAÇÕES DAS CAFETERIAS DE PARANAGUÁ.....	170
APÊNDICE 6 - DESPESAS; DADOS MENSIS.....	173
APÊNDICE 7 - CUSTO INDIRETO CENÁRIO PESSIMISTA - MARKET-SHARE 0,03.....	175

APÊNDICE 8 - CUSTO INDIRETO CENÁRIO REALISTA - MARKET-SHARE 0,05....176

1. INTRODUÇÃO

Segundo Martins (2012), o café tem uma longa história, originando-se na Etiópia, onde, segundo a tradição, foi descoberto no século IX. Sua popularidade começou a crescer quando chegou ao Oriente Médio, no século XV, especialmente no Iêmen, onde a bebida passou a ser consumida regularmente. As primeiras cafeterias, conhecidas como “*kaveh kanes*”, surgiram na Península Arábica e logo se tornaram espaços de encontro para discussões intelectuais e sociais.

No século *XVII*, o café chegou à Europa, ganhando popularidade em cidades como Veneza, Londres e Paris, e tornando as cafeterias pontos de encontro para escritores, artistas e comerciantes. O impacto cultural dessas cafeterias foi profundo, contribuindo para a disseminação de ideias durante períodos como o Iluminismo. Hoje, as cafeterias permanecem como centros de socialização e consumo, desempenhando um papel importante nas dinâmicas urbanas ao redor do mundo (MARTINS, 2012).

A importância histórica e social do café ao redor do mundo também está presente no Brasil, onde a bebida se consolidou como um dos pilares da cultura nacional. Atualmente, o café é uma das bebidas mais apreciadas no país e no mundo. Reconhecido como a segunda bebida mais consumida globalmente, seu mercado tem demonstrado um crescimento notável, com perspectivas promissoras tanto no âmbito nacional quanto regional. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), o Brasil lidera o cenário global, sendo o maior produtor e exportador de café. O aumento do consumo reflete essa tendência, com os Indicadores da Indústria de Café apontando um crescimento expressivo de 7,47% no consumo per capita em 2023, em comparação ao ano anterior (ABIC, 2023).

Entretanto, o mercado cafeeiro também enfrenta desafios, mudanças no clima como chuvas intensas e temperaturas elevadas podem comprometer a qualidade dos grãos, reduzindo a produtividade das lavouras. Esse aumento nos custos de produção acaba sendo repassado ao consumidor final, contribuindo para a elevação dos preços no mercado interno e externo. Segundo a ABIC (2024), os desafios climáticos, somados a fatores como demanda crescente e instabilidade cambial, têm pressionado os preços do café, tornando-o um produto

cada vez mais valorizado. Assim, a sustentabilidade na produção e estratégias para minimizar os impactos da crise climática tornam-se essenciais para o futuro do setor.

Nos últimos anos, o empreendedorismo tem se destacado como um fator-chave na economia brasileira, especialmente no setor de alimentos e bebidas. Segundo SEBRAE (2022), a criação de novos negócios tem aumentado significativamente, impulsionada pela demanda por serviços diferenciados e pela busca por inovação. No contexto das cafeterias, o empreendedorismo assume um papel essencial, pois o mercado consumidor está cada vez mais exigente, valorizando estabelecimentos que ofereçam não apenas produtos de qualidade, mas também experiências únicas.

Essa expansão do mercado cafeeiro destaca a relevância de compreender as dinâmicas locais, incluindo municípios como Pontal do Paraná, situado no litoral paranaense, que, além de ser um município em desenvolvimento, possui potencial turístico. De acordo com o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES), o turismo e os setores de comércio e serviços são os principais motores econômicos do município, impulsionados pela grande afluência de turistas durante a alta temporada (IPARDES, 2022). No entanto, apesar do crescente fluxo de visitantes, Pontal do Paraná ainda carece de estabelecimentos especializados, como cafeterias, capazes de atender à demanda de um público cada vez mais diversificado e exigente.

O planejamento estratégico, por meio de ferramentas como o plano de negócios, é fundamental para garantir a viabilidade e o sucesso de novos empreendimentos, minimizando riscos e maximizando as oportunidades (DORNELAS, 2018). Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo apresentar um plano de negócios estruturado para a abertura da cafeteria Expresso Caiçara, localizada em Pontal do Paraná, com foco na análise do mercado local, identificação de oportunidades e desafios do setor, análise *SWOT* e definição de estratégias que incluem pesquisa de mercado, plano de *marketing*, plano organizacional, plano financeiro. Esse conjunto de ferramentas visa oferecer um embasamento sólido para o desenvolvimento do empreendimento.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Elaborar um plano de negócios para abertura de uma cafeteria que valorize a cultura regional no município de Pontal do Paraná, visando atender às demandas locais e turísticas da região, oferecendo produtos artesanais de alta qualidade, experiências de consumo e um ambiente aconchegante.

1.1.2 Objetivos específicos

- Realizar pesquisa exploratória sobre o mercado de café e cafeterias no Brasil, identificando tendências e oportunidades de crescimento.
- Elaborar revisão bibliográfica, com base em estudos e autores relevantes sobre planos de negócios e o setor de cafeterias.
- Realizar pesquisa de mercado, utilizando métodos como coleta de dados secundários (análise de comentários de consumidores), observação de campo e aplicação de pesquisa *survey* para identificar hábitos e preferências de consumo de café da população local e turistas.
- Elaborar plano de *marketing*, com estratégias de posicionamento, comunicação e diferenciação da cafeteria, bem como a aplicação da análise *SWOT* para identificação de forças, fraquezas, oportunidades e novidades ao negócio.
- Desenvolver plano organizacional, definindo a estrutura interna, processos operacionais e recursos humanos necessários.
- Estruturar plano financeiro, com análise de custos, receitas, projeções de lucro e retorno sobre o investimento.
- Analisar a viabilidade do empreendimento.

1.2 JUSTIFICATIVA

A elaboração de um plano de negócios para a abertura de uma cafeteria em Pontal do Paraná justifica-se pelo potencial de crescimento populacional e econômico do município, pela escassez de estabelecimentos especializados no setor e pelo cenário favorável do mercado de café no Brasil. Uma análise de dados populacionais recentes demonstra que Pontal do Paraná é um município jovem e em expansão. De acordo com o último Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), o município apresentou um crescimento populacional significativo de 45,43% em comparação com o Censo anterior.

No âmbito econômico, o Produto Interno Bruto (PIB) de Pontal do Paraná foi de R\$1,3 Bilhões em 2020, com destaque para os setores de comércio e serviços, que representaram cerca de 70% da economia local (IPARDES, 2022). Além disso, a renda média domiciliar per capita no município é de R\$1.281,91, segundo dados do IBGE (2020). Esse valor está abaixo da média nacional, que em 2020 era de R\$1.380,00, e da média estadual do Paraná, de R\$1.508,00 no mesmo período. Essa disparidade indica que, embora haja um potencial mercado consumidor, o poder de compra da população local é relativamente menor do que a média estadual e nacional. Esse fator deve ser levado em consideração, ainda assim, o turismo sazonal tende a compensar essa limitação, trazendo um fluxo adicional de consumidores com diferentes perfis socioeconômicos.

Esse panorama reforça como o crescimento econômico e populacional de Pontal do Paraná está alinhado ao contexto nacional do mercado de café. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), o Brasil, além de ser o maior produtor e exportador mundial de café, é também um dos maiores consumidores da bebida, com um consumo anual de 21 milhões de sacas no ano de 2023. Esse número reflete um aumento no interesse dos brasileiros não apenas pelo café convencional, mas especialmente por cafés especiais, que representaram aproximadamente 15% do consumo interno de café em 2023 (ABIC, 2023). O segmento de cafeterias tem se beneficiado dessa mudança de perfil, com uma busca cada vez maior por estabelecimentos que ofereçam não apenas qualidade no produto, mas também uma experiência de consumo diferenciada e ambientes acolhedores.

Além do café, que já é um hábito diário para a maioria dos brasileiros, as cafeterias estão se consolidando como espaços de convivência e socialização, com grande potencial

para atrair um público diverso, de jovens a famílias, profissionais e turistas. De acordo com a ABIC (2022), o número de cafeterias no Brasil cresceu cerca de 4,5% ao ano nos últimos cinco anos, refletindo a preferência crescente dos consumidores por locais que ofereçam ambientes aconchegantes e produtos artesanais. Nos municípios em desenvolvimento, como Pontal do Paraná, a instalação de uma cafeteria especializada poderia preencher uma lacuna no mercado local, atendendo à demanda por produtos de qualidade e criando um ponto de encontro para a comunidade.

1.3 METODOLOGIA

1.3.1 Tipo de pesquisa

- **Abordagem:** A pesquisa adotou uma abordagem mista, conjugando métodos quantitativos e qualitativos para integrar a análise estatística de dados com a interpretação crítica dos fenômenos investigados, possibilitando uma compreensão abrangente e multifacetada do problema.
- **Natureza:** Caracteriza-se como aplicada, com foco em gerar soluções práticas fundamentadas teoricamente para problemas reais no planejamento e gestão empresarial no setor de cafeterias.
- **Objetivo:** Configura-se como exploratória e descritiva, buscando mapear as especificidades do mercado local e propor estratégias de negócio embasadas em evidências empíricas e teorias contemporâneas.

1.3.2 Estratégia Geral

a. Levantamento Bibliográfico

- Realização de uma revisão bibliográfica da literatura acadêmica e profissional relevante sobre empreendedorismo, planejamento estratégico e o mercado de

cafeterias, com ênfase em estudos sobre inovação organizacional e integração tecnológica.

- Consulta a bases de dados referenciais, incluindo Data Sebrae e Biblioteca Virtual da UFPR
- Identificação de padrões de comportamento de mercado, avanços tecnológicos aplicados e estudos de caso relevantes para o setor.

b. Pesquisa de Campo

- Desenvolvimento e aplicação de um *survey* estruturado para identificar hábitos e preferências de consumo entre residentes e turistas em Pontal do Paraná.
- Determinação de uma amostra estatisticamente representativa da população local, utilizando métodos probabilísticos com base em dados demográficos e socioeconômicos fornecidos pelo IBGE.

c. Análise do Contexto

- Realização de uma Análise *SWOT* para sistematizar as Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças associadas ao empreendimento proposto, orientando a formulação estratégica.
- Investigação detalhada de características demográficas, socioeconômicas e culturais do público-alvo.
- Análise comparativa da concorrência local, identificando posicionamentos de mercado e de boas práticas.

d. Desenvolvimento do Plano de Negócios

Integração dos modelos analíticos de Dornelas (2021) e SEBRAE (2013), adaptados para atender à dinâmica de pequenos empreendimentos no setor alimentício.

Elaboração das seguintes seções:

- Plano de *Marketing*: Estratégias para otimização dos 4 Ps (Produto, Preço, Praça e Promoção), com ênfase na diferenciação por experiências de consumo e valor agregado.
- Plano Operacional: Detalhamento dos processos produtivos e logísticos, assegurando eficiência e conformidade com padrões de qualidade.
- Plano Financeiro: Modelagem de cenários financeiros abrangendo projeções de fluxo de caixa, análise de viabilidade econômica e indicadores como taxa interna de retorno (TIR) e valor presente líquido (VPL).
- Avaliação Estratégica: Construção de cenários prospectivos e proposição de planos de contingência para mitigar riscos.

e. Aspectos de Inovação

O diferencial competitivo reside na integração da cultura caiçara, presente em ingredientes regionais exclusivos, com processos inovadores que unem tecnologia, cultura e sustentabilidade, por meio da exploração de tecnologias emergentes como sistemas automatizados de gestão, aplicativos de experiência do cliente e estratégias de *marketing* digital orientadas a dados.

1.3.3 Ferramentas e Técnicas

- Coleta de Dados Primários:
 - Aplicação de questionários digitais e presenciais estruturados.
 - Condução de pesquisas locais, como fornecedores, e clientes potenciais.
- Coleta de Dados Secundários:
 - Análise de relatórios setoriais fornecidos pela ABIC e GEM.

- Utilização de dados econômicos e estatísticos de fontes como IPARDES e instituições acadêmicas.
- Coleta de dados da concorrência no *Google* Avaliações.
- Observação de campo
- Análise de Dados:
 - Processamento de dados quantitativos por meio de softwares especializados (SPSS ou *Excel*).
 - Interpretação de dados qualitativos utilizando técnicas de análise de conteúdo.

1.3.4 Validação

- Revisão das hipóteses e propostas por especialistas da área para assegurar a consistência teórica e prática do plano de negócios.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 EMPREENDEDORISMO

O conceito de empreendedorismo, embora tenha raízes antigas, passou a ter uma definição mais clara a partir do século XVII, quando o termo “empreendedor” começou a ser utilizado em francês. Derivado de “entre”, do latim *inter*, que sugere a ideia de "reciprocidade" ou "entre", e “*preneur*”, proveniente do latim *prehendere*, que significa "apreender" ou "tomar", o termo inicialmente descrevia alguém que assume riscos ao iniciar e gerenciar uma atividade comercial. Como enfatiza Joseph Schumpeter (1911), o empreendedor é o indivíduo responsável pela inovação e pela criação de novas transferências produtivas, desempenhando um papel central na transformação econômica ao "destruir a velha ordem" e gerar mudanças significativas no mercado, refletindo o espírito de risco e criatividade associada ao empreendedorismo.

Dornelas (2008) descreve essa evolução ao diferenciar o antigo modelo econômico da era da produção do novo modelo da era da inovação empreendedora. No modelo tradicional, os recursos escassos eram materiais físicos, enquanto no novo modelo, o principal recurso é o conhecimento e a capacidade de inovação. As barreiras de entrada no mercado, por sua vez, tornaram-se mais baixas, e os ativos intelectuais passaram a ser mais valorizados, tornando o conhecimento um diferencial estratégico. Nesse novo cenário, o empreendedorismo é considerado o motor da economia, com a inovação ocorrendo de maneira mais rápida e eficiente, proporcionando maiores retornos e garantindo a sustentabilidade dos negócios.

Em sua análise sobre o empreendedorismo, Dornelas (2018) faz uma releitura das contribuições de Schumpeter, destacando o papel do empreendedor como agente de transformação. O empreendedor é aquele que identifica e explora oportunidades de inovação, seja em produtos, processos produtivos ou métodos organizacionais, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social. Essa inovação pode se manifestar de várias maneiras: no desenvolvimento de novos produtos, no aperfeiçoamento de técnicas de produção, na abertura de novos mercados ou na introdução de novas formas de organização empresarial.

Ainda segundo Dornelas (2008, p. 22), o empreendedorismo envolve pessoas e processos que, juntos, transformam ideias em oportunidades. No entanto, ele ressalta que o empreendedorismo vai além de apenas ter uma boa ideia, trata-se de um processo dinâmico que exige mobilização de recursos, construção de equipes e a implementação de um plano de negócios eficaz. O sucesso de um empreendimento depende não só da ideia, mas de como ela é executada e convertida em um negócio real e funcional, com o suporte adequado para garantir sua sustentabilidade.

O conceito de empreendedorismo, tem se tornado cada vez mais dinâmico e relevante nas sociedades contemporâneas. No uso cotidiano, a palavra "empreendedorismo" frequentemente remete a um comportamento inovador, a uma capacidade de identificar oportunidades de negócios e a coragem de assumir riscos. No entanto, como destaca Dornelas (2008), o empreendedorismo vai além da criação de novos negócios; ele envolve a transformação de ideias em oportunidades, seja através da inovação de produtos, processos ou modelos de negócios. Isso implica em uma visão ampla que inclui o empreendedorismo não apenas como uma prática individual, mas também como um motor essencial para o desenvolvimento econômico e social.

No entanto, para se entender o impacto real do empreendedorismo, é necessário distinguir dois tipos principais: o empreendedorismo por necessidade e o empreendedorismo por oportunidade. O primeiro ocorre quando indivíduos iniciam um negócio como uma estratégia para superar a falta de alternativas de emprego ou por necessitar de uma fonte de renda. Já o empreendedorismo por oportunidade surge quando há uma identificação de uma lacuna no mercado ou uma inovação que pode ser explorada de maneira vantajosa. Essas classificações ajudam a entender o contexto em que o empreendedorismo se manifesta, especialmente em países em desenvolvimento como o Brasil, onde grande parte dos negócios surge como forma de subsistência, sem necessariamente ter uma visão de longo prazo ou inovação. De acordo com o relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2022), essa diferenciação é fundamental para compreender o perfil dos empreendedores brasileiros e orientar políticas públicas mais eficazes, voltadas ao estímulo de negócios sustentáveis e inovadores.

O panorama do empreendedorismo no Brasil é caracterizado por elevadas taxas de abertura de negócios, embora evidencie uma predominância do empreendedorismo por necessidade, conforme apontado pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2022). Segundo o referido estudo, aproximadamente 50% dos empreendedores iniciam suas atividades como alternativa à escassez de oportunidades no mercado de trabalho formal, o que implica enfrentar desafios estruturais significativos, como a dificuldade de acesso a crédito, a burocracia excessiva e a deficiência na capacitação profissional. Paralelamente, observa-se um crescimento expressivo de iniciativas voltadas para tecnologia e inovação, sinalizando a existência de um potencial competitivo que, contudo, é limitado por um ambiente de negócios ainda restritivo. Em síntese, os dados do GEM (2022) evidenciam a necessidade de políticas públicas que possam mitigar tais barreiras e promover o desenvolvimento sustentável do setor empreendedor no país.

2.1.1 Inovação e Novas Tecnologias no Empreendedorismo.

A inovação é, sem dúvida, um dos pilares essenciais do empreendedorismo contemporâneo. Para entender o impacto da inovação no cenário empresarial atual, é necessário considerar as tecnologias emergentes que têm transformado profundamente o panorama dos negócios. Tecnologias como inteligência artificial, *blockchain*, Internet das Coisas (IoT) e *big data*¹ têm alterado de maneira significativa as operações empresariais, criando novas oportunidades de mercado e promovendo a formação de novos modelos de negócios. Esses avanços não só facilitam a otimização dos processos empresariais, mas também abrem caminho para a criação de soluções inovadoras que redefinem as dinâmicas competitivas do mercado (Choi & Lee, 2020). A inovação, como discutido por Schumpeter (1934), continua a desempenhar uma função impulsionadora na economia, com as

¹ Tecnologias como a Inteligência Artificial (IA), o Blockchain, a Internet das Coisas (IoT) e o Big Data exercem papel central na inovação dos modelos de negócios, especialmente em pequenas e médias empresas (PMEs). De acordo com Choi e Lee (2020), essas tecnologias potencializam a criação de valor, a personalização de produtos e a eficiência operacional, impulsionando a transformação digital em PMEs. O SEBRAE (2023) destaca que a IA permite a automação inteligente e o suporte à tomada de decisão; o Blockchain oferece segurança e transparência nas transações; a IoT conecta dispositivos, promovendo controle e monitoramento remoto; e o Big Data viabiliza a análise de grandes volumes de dados para geração de insights estratégicos.

tecnologias emergentes permitindo aos empreendedores não apenas otimizar seus processos internos, mas também criar modelos de negócios disruptivos. O empreendedorismo 4.0, por exemplo, é caracterizado pela utilização intensiva de tecnologias digitais para aumentar a produtividade, melhorar a experiência do cliente e explorar mercados globais. Artigos acadêmicos, como o estudo do SEBRAE (2023) sobre Empreendedorismo 4.0, destacam como as novas tecnologias têm transformado a forma como os empreendedores concebem e executam seus negócios, trazendo desafios e oportunidades únicas para empresas de todos os tamanhos.

Além disso, os dados fornecidos por fontes como o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2022) e o Data Sebrae demonstram que o uso de tecnologias emergentes tem impulsionado a criação de novos modelos de negócios no Brasil e no mundo, principalmente, entre jovens empreendedores e aqueles que atuam no setor de tecnologia. A adoção dessas ferramentas exige que as empresas invistam em capacitação constante e desenvolvam uma mentalidade voltada para o digital. Dornelas (2021) reforça que o empreendedor atual precisa estar preparado para lidar com as transformações do mercado, integrando inovação, agilidade e atualização permanente como parte da rotina do negócio.

A inovação e o uso de tecnologias emergentes são cruciais para garantir a competitividade e a continuidade dos negócios na atualidade. Empreendedores que adotam essas novas ferramentas têm mais chances de identificar e explorar novas oportunidades de mercado com maior eficiência. Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2022), 45% dos empreendedores em economias avançadas destacam-se na adoção de tecnologias inovadoras para otimizar processos e oferecer produtos e serviços diferenciados. Além disso, a digitalização tem reduzido as barreiras de entrada, permitindo que pequenas empresas acessem mercados globais de maneira mais competitiva. Modelos de negócios como e-commerce, *marketing* digital e serviços tecnológicos se tornaram mais acessíveis, possibilitando que empreendedores com recursos limitados alcancem um público global. Esse fenômeno tem democratizado o empreendedorismo, permitindo que mais pessoas, de diferentes contextos, possam participar do mercado global.

De acordo com Dornelas (2020), ao contrário do modelo econômico tradicional, no qual a escala de produção e os ativos físicos eram fundamentais, o novo modelo valoriza o conhecimento, a inovação e a agilidade como diferenciais estratégicos. Além disso, o crescimento do empreendedorismo está sendo impulsionado pela crescente digitalização e integração de ferramentas baseadas em inteligência artificial e *big data*. Essas ferramentas oferecem não apenas a possibilidade de alcançar mercados globais, mas também de personalizar a experiência do cliente e otimizar a gestão dos negócios, independentemente do porte da empresa. O SEBRAE (2023) destaca que a transformação digital é um caminho sem volta para os pequenos negócios, ressaltando a importância da adoção de tecnologias para a sobrevivência e crescimento no mercado atual, proporcionando uma base mais sólida para os empreendedores se adaptarem rapidamente às mudanças do mercado e, assim, impulsionar sua competitividade.

2.1.2 O Papel do Ambiente Institucional no Empreendedorismo

Por fim, é fundamental ressaltar o papel do ambiente institucional no desenvolvimento do empreendedorismo. A criação de políticas públicas favoráveis ao empreendedorismo, como incentivos fiscais, capacitação profissional e acesso a crédito, é essencial para fortalecer a cultura empreendedora e apoiar a inovação. Em muitos casos, políticas públicas adequadas podem ser o fator diferencial para a criação e o crescimento de novos negócios, especialmente em economias emergentes como o Brasil.

Estudos recentes demonstram que o ambiente institucional tem impacto direto nas decisões empreendedoras. Segundo Santos et al. (2021), políticas públicas focadas no empreendedorismo têm se mostrado eficazes em criar ecossistemas mais dinâmicos, proporcionando uma base sólida para novos empreendimentos, especialmente em áreas de tecnologia e inovação. Além disso, a colaboração entre governos, universidades e empresas tem sido vista como uma estratégia eficaz para fomentar a inovação e o desenvolvimento econômico (Oliveira & Lima, 2022).

Além disso, a literatura recente, como o estudo de Silva (2011), discute o impacto das políticas públicas no fomento ao empreendedorismo em contextos urbanos e rurais. As ações do governo, como o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), têm se mostrado fundamentais para reduzir desigualdades e facilitar o acesso a recursos e mercados. Essas políticas não só promovem a inclusão de empreendedores rurais, como também criam um ambiente regulatório adequado, essencial para garantir a segurança jurídica dos negócios. Isso, por sua vez, aumenta a confiança e fomenta a continuidade das atividades empreendedoras, tanto em áreas urbanas quanto rurais.

Em países como o Brasil, onde fatores institucionais como a burocracia, a dificuldade de acesso a crédito e a ausência de políticas públicas efetivas ainda representam entraves à atividade empreendedora, medidas bem estruturadas podem ser o motor para reduzir as desigualdades econômicas e ampliar a inserção de indivíduos no mercado por meio do empreendedorismo. O papel do Estado na criação de um ambiente favorável é, portanto, essencial para que mais pessoas tenham a oportunidade de transformar suas ideias em negócios sustentáveis (Prata, 2019).

Nesse sentido, o governo brasileiro tem implementado uma série de ações estratégicas para fortalecer o ambiente institucional e apoiar o empreendedorismo. A criação do Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP) é um exemplo claro desse esforço. Este ministério tem buscado promover a inclusão de empreendedores e microempresas, com medidas como a redução da burocracia para a abertura de empresas, o Pronamp (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), além de ações voltadas para a internacionalização de MPEs e a digitalização de serviços (MEMP, 2023). Tais iniciativas são fundamentais para melhorar o acesso a novos mercados e garantir maior competitividade, especialmente em um cenário econômico desafiador.

2.2 PLANO DE NEGÓCIOS

Segundo Crabb (1986, p. 566), a palavra "plano" origina-se do latim "*planum*", que significa uma superfície lisa. No entanto, seu uso referia-se ao ato de desenhar em uma superfície lisa para ilustrar o que precisava ser realizado, uma prática comum no Império Romano. Já para a definição do Novo Aurélio (Ferreira, 1999, p. 1583), "um plano é um conjunto de métodos e medidas para a execução de um empreendimento".

Em relação à palavra "negócio", Nakagawa (2011, pp. 8 e 9) relata que "a palavra é utilizada em diversos contextos: 1. Comércio ou tráfico; 2. Relações comerciais, negociação, transação; 3. Empresa, ajuste, questão; 4. Caso, coisa, assunto, fato; 7". Todavia, para planos de negócio, a palavra é tratada basicamente para dois tipos: empresas e projetos de empresas (Nakagawa, 2011).

Plano de Negócio como ficou conhecido no Brasil, é denominado nos Estados Unidos como "*business plan*". Existem variações na concepção de sua estrutura, Nakagawa (2011) por exemplo, descreve como um documento que esclarece uma oportunidade de negócio, identifica o mercado a ser atendido e oferece informações sobre como a organização pretende aproveitá-la. Além disso, para que sua função principal seja cumprida, todas as suas partes devem responder a 10 questões básicas, como identificado na figura abaixo.

FIGURA 1 – PERGUNTAS QUE UM PLANO DE NEGÓCIO DEVE RESPONDER



Fonte: Nakagawa (2011, p. 49).

Entretanto, o desenvolvimento de um plano de negócio não se baseia apenas em ferramentas com perguntas e respostas, tendo em vista que, de acordo com Nakagawa (2011, p. 49), ele é a “representação de um sistema complexo, dinâmico e interdependente”. Indica-se, com isso, que todas as partes de um plano dependem uma das outras para a obtenção de seus objetivos reais.

Complementando a visão de Nakagawa, segundo o SEBRAE (2013, p. 13), o plano de negócios é:

Um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado (SEBRAE, 2013, p. 13).

Além disso, SEBRAE (2013, p. 17) explica que “um plano de negócio é uma trilha e não um trilho”. Nesse contexto, o conceito de que um plano de negócio é uma "trilha" em vez de um "trilho" se alinha à visão de Nakagawa (2011) sobre a natureza interdependente e dinâmica dos elementos que compõem o plano.

Ao encarar o plano de negócio como algo flexível e adaptável, a abordagem se fortalece para responder a mudanças econômicas, culturais e políticas que inevitavelmente surgem no decorrer da pesquisa e estruturação do plano. Considerar o plano de negócio como uma estrutura estática ou "trilho", limita a capacidade de adaptação e pode comprometer o sucesso do negócio. Assim, o plano deve ser visto como uma ferramenta dinâmica, refletindo a complexidade e as constantes mudanças de um mercado em evolução, favorecendo a resiliência e o alinhamento estratégico.

De acordo com Dornelas, o plano de negócios pode ser definido como:

Um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento e ainda permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios (Dornelas, 2015, p. 95).

No livro “*Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século XXI*”, publicado em 2014, Dornelas, Spinelli e Adams também sustentam que o plano de negócios está em constante evolução e transformação. Na atual era digital, marcada por dinamicidade e rápidas mudanças, uma empresa fundada há um ano pode apresentar diferenças significativas em relação ao que foi inicialmente planejado. Os autores destacam que o plano de negócios deve ser visto como um projeto em desenvolvimento, pois, mesmo quando considerado finalizado, pode ser influenciado por fatores externos relacionados ao macroambiente da área de mercado na qual a empresa atua, como a economia e o contexto político.

Um exemplo claro da dinamicidade, evolução e transformação mencionadas é a *Uber*. Inicialmente, a empresa foi criada como um serviço de transporte que conecta passageiros a motoristas particulares. Todavia, ao longo do tempo, expandiu seus serviços para incluir não apenas o transporte de passageiros, mas também entregas de alimentos através do *Uber Eats*, e mais recentemente, o transporte de mercadorias. Essa capacidade de adaptação e diversificação demonstra como a *Uber* transformou seu modelo de negócios em resposta às demandas do mercado e às oportunidades emergentes (UBER, 2024).

Essa flexibilidade é um aspecto importante a ser considerado ao estruturar um plano de negócios. Para Bizzotto (2008), o plano de negócios pode ser compreendido como um "documento vivo" que descreve os principais aspectos da empresa. Isso acontece porque o plano de negócios precisa ser continuamente revisado para acompanhar as transformações do ambiente em que a empresa atua. Além disso, Bizzotto (2008, p. 24) afirma que "a expressão documento vivo é utilizada porque o PN deve ser entendido como um processo e não como um produto, ou seja, mais como um caminho do que como ponto de chegada."

Em termos de estrutura, um bom plano de negócios deve conter algumas seções essenciais que garantam uma compreensão abrangente do empreendimento. Essas seções devem ser organizadas de maneira lógica, facilitando a compreensão do funcionamento da empresa, seus objetivos, produtos e serviços, mercado-alvo, estratégia de *marketing* e situação financeira. Dornelas (2021), também sugere que, ao elaborar o plano, é importante abordar cada seção de forma objetiva, sem deixar de lado os aspectos mais relevantes relacionados a cada uma delas.

2.2.1 Estrutura do Plano de Negócios

A estruturação de um plano de negócios pode seguir diferentes modelos, sendo fundamental para o planejamento e a organização de um empreendimento. Dornelas (2021, p. 106-107) apresenta uma abordagem voltada para pequenas empresas, enquanto o SEBRAE (2013, p. 108-109) propõe um modelo que auxilia empreendedores na definição de estratégias e na avaliação da viabilidade do negócio. A adoção de uma dessas metodologias permite a construção de um plano claro e objetivo, alinhado às necessidades específicas de cada empreendimento.

FIGURA 2 – EXEMPLO DE ESTRUTURA SUGERIDA PARA PEQUENAS EMPRESAS EM GERAL.

Estrutura 4

(Sugerida para pequenas empresas em geral)

1. **Capa**
2. **Sumário**
3. **Sumário executivo estendido**
 - 3.1. Declaração de visão
 - 3.2. Declaração de missão
 - 3.3. Propósitos gerais e específicos do negócio, objetivos e metas
 - 3.4. Estratégia de *marketing*
 - 3.5. Processo de produção
 - 3.6. Equipe gerencial
 - 3.7. Investimentos e retornos financeiros
4. **Produtos e serviços**
 - 4.1. Descrição dos produtos e serviços (características e benefícios)
 - 4.2. Previsão de lançamento de novos produtos e serviços
5. **Análise da indústria**
 - 5.1. Análise do setor
 - 5.2. Definição do nicho de mercado
 - 5.3. Análise da concorrência
 - 5.4. Diferenciais competitivos
6. **Plano de *marketing***
 - 6.1. Estratégia de *marketing* (preço, produto, praça, promoção)
 - 6.2. Canais de venda e distribuição
 - 6.3. Projeção de vendas
7. **Plano operacional**
 - 7.1. Análise das instalações
 - 7.2. Equipamentos e máquinas necessárias
 - 7.3. Funcionários e insumos necessários
 - 7.4. Processo de produção
 - 7.5. Terceirização
8. **Estrutura da empresa**
 - 8.1. Estrutura organizacional
 - 8.2. Assessorias externas (jurídica, contábil etc.)
 - 8.3. Equipe de gestão
9. **Plano financeiro**
 - 9.1. Balanço patrimonial
 - 9.2. Demonstrativo de resultados
 - 9.3. Fluxo de caixa
10. **Anexos**

Fonte: Dornelas (2021, p. 106, 107).

Nas seções que compõem a estrutura acima (Figura 2), cada parte contribui para uma compreensão abrangente do projeto, permitindo que se tenha uma visão clara dos objetivos e do potencial do negócio. Essas seções têm exigências e objetivos específicos, de acordo com Dornelas (2021), de forma resumida essas seções se definem da seguinte forma:

- Capa: Esta seção é a primeira parte a ser visualizada do plano, e deve conter todas as informações de forma clara e concisa.
- Sumário: Lista das seções e suas respectivas páginas com principais assuntos, facilitando a navegação do leitor.
- Sumário Executivo: É a última seção a ser inscrita, sendo fundamental para o documento pois resume as principais informações do plano, influenciando a decisão do leitor sobre continuar a leitura do documento.
- Produtos e Serviços: Esta seção descreve os produtos e serviços da empresa, incluindo recursos, produção, ciclo de vida, tecnologia, pesquisa e desenvolvimento, principais clientes e patentes, podendo abordar também a satisfação dos clientes.
- Análise da Indústria: Análise da indústria no plano de negócios deve incluir uma visão do setor, abrangendo seu tamanho, crescimento, ciclo de vida e tendências do mercado.
- Plano de *Marketing*: Nessa seção é onde se desenvolve as Estratégias de *Marketing* (4P's), devendo descrever como a empresa venderá seu produto ou serviço, como conquistará e manterá os clientes, incluindo também métodos de comercialização, diferenciais, política de preços, principais clientes, canais de distribuição, estratégias de promoção e projeções de vendas.
- Plano Operacional: A seção de plano operacional deve descrever as ações do sistema produtivo da empresa e seu impacto nos parâmetros de avaliação de produção. Devendo incluir informações sobre o “*lead time*”, percentual de entregas no prazo, rotatividade de inventário, índice de refugo e “*lead time*” de desenvolvimento, tanto atuais quanto previstos.
- Estrutura da Empresa: Nesta seção, é apresentada a estrutura organizacional da empresa, que abrange o organograma, a trajetória histórica, a localização, a forma jurídica, as parcerias estratégicas e as certificações obtidas.
- Plano Financeiro: Na seção financeira de um plano de negócios, deve-se detalhar todas as ações planejadas da empresa em números e comprovar seu sucesso futuro.

Incluindo projeções de fluxo de caixa por pelo menos três anos, balanço patrimonial, análise do ponto de equilíbrio, necessidades de investimento, demonstrativos de resultados e indicadores financeiros como faturamento previsto, margem, “*payback*” e taxa interna de retorno (TIR).

- Anexos: A seção de anexos deve incluir informações adicionais relevantes para o entendimento do plano de negócios, não possuindo limite de páginas. É essencial incluir os currículos dos sócios e dirigentes da empresa. Podem ser anexados também itens como plantas da localização, fotos de produtos, resultados de pesquisas de mercado, material de divulgação, catálogos, *folders*, estatutos, contrato social e planilhas financeiras detalhadas.

Na proposição divulgada por SEBRAE (2013), a estrutura do plano de negócio é composta por:

FIGURA 3 - ESTRUTURA SEBRAE (2013).

Estrutura do SEBRAE (2013).

- 1. Sumário Executivo**
- 2. Análise de Mercado**
- 3. Plano de *Marketing***
- 4. Plano Operacional**
- 5. Plano Financeiro**
- 6. Construção de Cenários (Após a finalização do plano de negócios).**
- 7. Avaliação Estratégica**
- 8. Avaliação do Plano de Negócio (Após a finalização do plano de negócios).**
- 9. Roteiro para coleta de informações consolidadas.**

Fonte: Figura elaborada pelos autores, com base em (SEBRAE, 2013).

Dentre as seções que diferem entre a estrutura proposta por Dornelas e o modelo do SEBRAE (2013) estão:

- **Análise de Mercado:** Essa seção é composta pelo estudo dos clientes através da identificação do público-alvo, estudo dos concorrentes através de comparação, visita, análise de pontos negativos e positivos. Por último o estudo dos fornecedores através da análise e estudo de equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios, matérias-primas, embalagens, mercadorias e serviços necessários para a operação do seu negócio, e fonte de pesquisa como catálogos telefônicos, feiras, sindicatos, e a internet.
- **Construção de Cenários:** Nesta seção após a criação do plano de negócios, será realizada a simulação de cenários pessimistas e otimistas, desenvolvendo ações para lidar com desafios e aproveitar as oportunidades, sempre com alternativas (plano B).
- **Avaliação Estratégica:** Composto apenas pela Matriz F.O.F.A (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças).

De acordo com o SEBRAE (2013), a Matriz F.O.F.A é um instrumento de análise simples, que possui como objetivo detectar pontos fortes e fracos, tornando a empresa mais eficiente, competitiva, e corrigindo suas deficiências. Ela é estruturada por 4 quadrantes, sendo adicionados os fatores positivos e negativos para a implantação do negócio. Através da Figura 4 é possível identificar as características de cada quadrante, e seus exemplos correspondentes.

FIGURA 4 - DEFINIÇÃO DAS PARTES QUE COMPÕEM A MATRIZ FOFA, PARA REALIZAÇÃO DA AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.

Forças Faça uso das forças São características internas da empresa ou de seus donos que representam vantagens competitivas sobre seus concorrentes ou uma facilidade para atingir os objetivos propostos. Exemplos: • Atendimento personalizado ao cliente • Preço de venda competitivo • Equipe treinada e motivada • Localização estratégica da empresa	Oportunidades Explore as oportunidades São situações positivas do ambiente externo que permitem à empresa alcançar seus objetivos ou melhorar sua posição no mercado. Exemplos: • Existência de linhas de financiamento • Poucos concorrentes na região • Aumento crescente da demanda • Disponibilidade de bons imóveis para locação
Fraquezas Elimine as fraquezas São fatores internos que colocam a empresa em situação de desvantagem frente à concorrência ou que prejudicam sua atuação no ramo escolhido. Exemplos: • Pouca qualificação dos funcionários • Indisponibilidade de recursos financeiros (capital) • Falta de experiência anterior no ramo • Custos de manutenção elevados	Ameaças Evite as ameaças São situações externas nas quais se têm pouco controle e que colocam a empresa diante de dificuldades, ocasionando a perda de mercado ou a redução de sua lucratividade. Exemplos: • Impostos elevados e exigências legais rigorosas • Existência de poucos fornecedores • Escassez de mão de obra qualificada • Insegurança e violência na região

Fonte: SEBRAE (2013, p. 109).

- Avaliação do Plano de Negócio: O plano pode ser seu mapa de percurso da empresa, consultando e acompanhando constantemente. Tendo em vista que ao longo do tempo o mercado pode ter mudanças.
- Roteiro para coleta de informações consolidado: Cronogramas para coleta de informações das seções do Sumário Executivo, Análise de Mercado, Plano de Marketing, Plano Operacional, e Plano Financeiro.

Por fim, a criação de um plano de negócio é essencial para a abertura de uma nova cafeteria, pois oferece uma visão clara e estruturada de todos os aspectos do empreendimento. Contemplando todas as seções do plano de negócio, por exemplo, o plano vai auxiliar a definir os objetivos do negócio, identificar o público-alvo, desenvolver estratégias eficazes de *marketing*, entre outros aspectos. Por meio do planejamento realizado no PN, é possível definir claramente o negócio, antecipando os problemas e enxergando oportunidades e falhas possíveis no futuro empreendimento (Santos e Pinheiro, 2017).

Através de um plano bem elaborado, os empreendedores podem minimizar os riscos de falência, prever desafios futuros, e aumentar as chances de sucesso. Nakagawa relata que:

A importância do plano de negócio começa a crescer a partir do momento em que o empresário de primeira viagem se conscientiza de que sua empresa nascente pode ter um impacto muito negativo na sua vida e na dos seus sócios se falir (Nakagawa, 2011, p. 100).

Além disso, Santos e Pinheiro (2017, p. 14), descrevem que “[...] o simples fato de planejar pode aumentar significativamente a capacidade do negócio responder às demandas locais. Ademais, reduz as incertezas diante de mudanças no mercado, contribui para elevar o nível de competitividade e torna o negócio sustentável”.

Dessa forma, ao reconhecer que o planejamento é uma ferramenta estratégica essencial para aumentar a competitividade e reduzir incertezas (Santos e Pinheiro, 2017), este trabalho opta por adotar uma estrutura de plano de negócios que mescla elementos das abordagens propostas por Dornelas (2021) e SEBRAE (2013). Essa escolha se justifica pela robustez e flexibilidade dos modelos, que se complementam e se adaptam à realidade de pequenos empreendimentos, como uma cafeteria em Pontal do Paraná. Embora nem todas as seções propostas por cada autor sejam aplicadas de forma literal, ambas as estruturas são utilizadas como referência, respeitando seus objetivos centrais e garantindo a coerência metodológica deste trabalho. Essa adaptação é possível, pois as estruturas e metodologias apresentadas são de livre utilização e podem ser copiadas, editadas e reproduzidas, desde que citada a fonte, e referência da estrutura do Plano de Negócios

3. PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado constitui uma etapa indispensável no processo de elaboração de um plano de negócios, pois permite compreender o ambiente externo, identificar o perfil dos consumidores e avaliar as condições do mercado em que o empreendimento será inserido. Segundo Kotler e Keller (2012), a pesquisa de mercado é definida como um conjunto de técnicas e métodos que possibilitam a coleta, análise e interpretação de dados, sendo essencial para a tomada de decisões estratégicas. Este capítulo apresenta os procedimentos metodológicos adotados e os resultados obtidos a partir de diferentes estratégias de pesquisa, com o objetivo de fornecer informações para a construção de um modelo de negócio viável e adaptado à realidade de Pontal do Paraná.

Neste trabalho, a metodologia utilizada abrangeu abordagens quantitativas e qualitativas, combinando diferentes técnicas de coleta e análise de dados. Utilizou-se o método de questionários estruturados (*Survey*), frequentemente aplicado para coletar informações de uma amostra populacional de maneira padronizada, permitindo a obtenção de dados quantitativos representativos (GIL, 2008). Além disso, foram feitas observações de campo em cafeterias em uma cidade próxima, utilizando uma observação estruturada, abordagem que possibilita compreender aspectos comportamentais e operacionais dos estabelecimentos sem interferência direta do pesquisador (Marconi e Lakato, 2017).

A pesquisa também incluiu a análise de dados secundários coletados em plataformas de avaliação *online*, um método essencial para captar percepções dos consumidores sobre a qualidade do atendimento, ambiente e produtos oferecidos pelos concorrentes (MATTAR, 2007). Por fim, foi realizada uma entrevista com o proprietário de um estabelecimento do setor, técnica qualitativa que possibilita uma visão aprofundada sobre os desafios e estratégias aplicadas no negócio (YIN, 2016). A triangulação dos resultados dessas abordagens possibilitou uma compreensão mais ampla do mercado, das preferências dos consumidores e das características da concorrência local.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO E DOS EMPREENDEDORES

Pontal do Paraná é um município localizado no litoral do estado do Paraná. Desmembrado em 1995, é um município jovem com expressivo potencial de crescimento, tanto populacional quanto econômico. Sua localização estratégica, próxima da capital do estado, Curitiba, e com acesso facilitado por rodovias, o torna atrativo para moradores, turistas e investidores.

A economia local é fortemente influenciada pelo turismo sazonal, especialmente durante o verão, quando milhares de visitantes frequentam as praias do município. Essa sazonalidade movimenta principalmente os setores de comércio e serviços, que se consolidam como os principais motores da economia local (IBGE, 2022).

Além do turismo, o município conta com características socioeconômicas que favorecem o desenvolvimento de novos negócios, como sua crescente população e a busca por serviços de maior qualidade. A Tabela 1 apresenta uma síntese dos principais indicadores demográficos e territoriais do município.

TABELA 1 - CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO

Indicador	Descrição/valor
Ano de desmembramento	1995
Área territorial	200km ²
Densidade Demográfica	151,81 habitantes/km ²
População - 2022	30.425 habitantes
Estimativa da população - 2024	32.426 habitantes

Fonte: Elaborado pelos autores com base no IBGE, 2022.

3.1.1 Dados do município

Para compreender melhor o perfil socioeconômico e estrutural do município, apresentamos os dados complementares relacionados ao número de domicílios, trabalho, renda e economia de Pontal do Paraná.

A Tabela 2 detalha o número de domicílios particulares permanentes segundo sua ocupação, destacando a alta proporção de residências de uso ocasional. Dos 36.793 domicílios particulares permanentes no município, 22.606 (61,4%) são de uso ocasional, evidenciando a forte influência do turismo sazonal na região (IBGE, 2022). Esse fenômeno impacta diretamente a economia local, uma vez que grande parte da demanda por serviços e comércio ocorre em períodos específicos do ano, como feriados e a alta temporada de verão.

Dados do 1º Boletim INPRO (2020) mostram que Matinhos e Pontal do Paraná estão entre as cidades brasileiras com maior percentual de domicílios de uso ocasional. Esse cenário gera desafios e oportunidades para o desenvolvimento econômico, pois, enquanto há um aumento expressivo na circulação de pessoas durante certas épocas do ano, nos períodos de baixa temporada a atividade econômica pode sofrer uma desaceleração significativa.

TABELA 2 - NÚMERO DE DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES, SEGUNDO USO

Uso	2022
Domicílios Particulares Permanentes Ocupados	11.731
Domicílios Particulares Permanentes não Ocupados	25.062
Domicílios Particulares Permanentes não Ocupados, de uso Ocasional	22.606
Domicílios Particulares Permanentes não Ocupados, Vagos	2.456
TOTAL	36.793

Fonte: IBGE, 2022.

No âmbito do trabalho e rendimento (Tabela 3), observa-se que, embora o município possua um nível de renda formal, uma parcela significativa da população permanece fora do mercado de trabalho formal. Isso pode indicar uma dependência de atividades informais ou

sazonais, especialmente ligadas ao setor de serviços e comércio, áreas predominantemente na economia local. Uma característica marcante é o número expressivo de optantes pelo regime de Microempreendedor Individual (MEI), que corresponde a uma proporção significativa da população economicamente ativa. Com 4.719 MEIs registrados, o município demonstra uma tendência de formalização de pequenos negócios, que muitas vezes estão vinculados a atividades como gastronomia, turismo e prestação de serviços.

Conforme apontado no Boletim INPRO (2020), em 2018 Pontal do Paraná já se destacava como a segunda cidade do litoral com maior número de trabalhadores com carteira assinada. Contudo, a grande dependência da sazonalidade pode indicar que muitos desses empregos estão ligados ao turismo e podem ser temporários, impactando a estabilidade econômica local. Isso reforça a importância de políticas públicas e estratégias empresariais que estimulem a diversificação da economia e a sustentabilidade do emprego ao longo do ano.

TABELA 3 - TRABALHO E RENDIMENTO

Indicador	Valor
Salário médio mensal dos trabalhadores formais [2022]	2,1 salários mínimos
População ocupada [2022]	6.785
População optante pelo MEI [2024]	4.719

Fonte: Elaborada pelos autores com base no IPARDES e CNAE.

Do ponto de vista econômico, podemos observar na Tabela 4 que o município apresenta um PIB per capita que reflete um desempenho econômico mediano. O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), que em 2010 foi de 0,738, classifica o município na faixa de desenvolvimento humano considerado alto, conforme os critérios do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). O IDH varia de 0 a 1, sendo que valores entre 0,700 e 0,799 são classificados como alto, enquanto valores acima de 0,800 indicam um desenvolvimento humano muito alto.

TABELA 4 - ECONOMIA DO MUNICÍPIO

Indicador	Valor
PIB per capita [2021]	22.903,26
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) [2010]	0,738

Fonte: Elaborada pelos autores com base no IBGE, 2021.

A análise das características socioeconômicas e estruturais de Pontal do Paraná evidencia um cenário com potencial para o desenvolvimento de novos empreendimentos, especialmente em setores alinhados às demandas da população local e dos turistas sazonais. No entanto, compreender esse mercado em maior profundidade requer métodos de investigação que captem não apenas os dados demográficos e econômicos, mas também as preferências, hábitos de consumo e dinâmicas comportamentais do público-alvo.

3.1.1.1 Potencial turístico do município

A Pontal do Paraná apresenta elevado potencial turístico no litoral do estado, possuindo belezas naturais, cultura caiçara e tradição pesqueira. Segundo a *Pesquisa de Demanda Turística do Litoral do Paraná – 2025*, o município obteve 71,5% de intenção de retorno dos visitantes, índice que o coloca entre os três destinos mais desejados da região (SETU-PR, 2025). Entre os principais atrativos destacam-se a Praia de Leste, o Balneário Ipanema e a Praia de Pontal do Sul, além da proximidade da Ilha do Mel, patrimônio natural do Paraná.

O perfil dos turistas indica predominância de famílias (64,7%), viajando em carro próprio (77,0%), com permanência de 1 a 4 dias (42,3%), escolaridade elevada e renda entre 2 e 6 salários mínimos, o que configura um público com boa capacidade de consumo

(SETU-PR, 2025). As principais motivações de viagem são as praias e paisagens naturais (41,9%) e o relaxamento (33,2%), com divulgação do destino ocorrendo principalmente por recomendações de parentes e amigos (44,5%) e pelas redes sociais, sobretudo o Instagram (14,4%).

Além desse perfil consolidado, o município vem investindo no fortalecimento do setor por meio do Plano Municipal de Turismo, desenvolvido em parceria entre poder público, Sebrae/PR e empreendedores locais. O plano tem como objetivo a diversificação de experiências para tornar o turismo atrativo durante todo o ano, explorando segmentos como turismo náutico, gastronomia e cultura indígena. Em 2024, foram validados oito novos produtos de experiência após oficinas de capacitação com empresários locais. Outro destaque é o processo de obtenção de Indicações Geográficas (IGs) para a Cambira, prato típico caçara, e para o Couro de Peixe Marinho de Pontal do Paraná, produtos que representam a identidade cultural local e ampliam o leque de experiências oferecidas aos visitantes (Sebrae/PR, 2024).

No âmbito estadual, o projeto Verão Maior Paraná 2024/2025 reforça ainda mais a atratividade da região. Realizado entre dezembro a fevereiro, o programa integra ações de esporte, lazer e cultura, oferecendo aulas de ginástica, dança, caminhadas, recreação infantil, torneios, shows e atividades inclusivas, além de garantir infraestrutura, saúde e segurança aos veranistas e moradores. Na edição anterior, o programa alcançou mais de 1,7 milhão de atendimentos, um crescimento de 111% em relação ao ano anterior, consolidando-se como uma das maiores iniciativas de apoio ao turismo litorâneo (Governo do Paraná, 2024).

Dessa forma, observa-se que Pontal do Paraná combina público fiel nos meses de alta temporada, atrativos consolidados, políticas municipais inovadoras e apoio estadual, criando um ambiente altamente favorável para o desenvolvimento de novos empreendimentos nos setores de hospedagem, gastronomia, lazer e serviços turísticos.

3.1.2 Análise *SWOT* com os empreendedoresQUADRO 1 - *SWOT* COM OS EMPREENDEDORES; PONTOS FORTES E FRACOS

	CONTRIBUI PARA SUA EMPRESA	DIFICULTA A SUA EMPRESA
ASPECTOS INTERNOS	PONTOS FORTES • Empreendedores possuem conhecimento em gestão do negócio através de formação acadêmica. • Estudo aprofundado sobre o negócio, e <i>marketing</i> através do Plano de Negócios. • Capacidade de produção, sendo três empreendedores. • Proposta inovadora de cafeteria em Pontal do Paraná que valoriza a cultura caiçara • Possibilidade de aquisição de crédito, através do Banco da Mulher Paranaense, e BNDES Microcrédito. • Experiência na área gastronômica (Empreendedora Ana).	PONTOS FRACOS • Adaptação ao fluxo variável de clientes, especialmente em períodos de sazonalidade. • Custos operacionais e de produção elevados podem impactar na estabilidade do negócio. • Baixa capacidade de investimento inicial.
ASPECTOS EXTERNOS	OPORTUNIDADES • Crescimento populacional significativo nos últimos anos. • Possibilidade de investir em serviços de <i>delivery</i>, dado que 79,28% dos consumidores demonstraram interesse, desde que a qualidade seja mantida. • Interesse do público mais jovem (15 a 34 anos) por frequentar cafeterias. • Em 2023 houve um aumento de 7,47% do consumo de café especial (ABIC, 2023). • Aumento de público através do turismo na alta temporada.	AMEAÇAS • Através da Pesquisa Survey foi identificado que o público possui uma renda média baixa, entre 1 a 3 salários mínimos, e menos que 1 salário mínimo. • Concorrentes locais e possibilidade de novas cafeterias na região. • Dificuldade de fidelização de clientes que são do público do período sazonal. • Oscilação no custo dos insumos : O preço do café pode sofrer aumentos devido a fatores climáticos, alta do

	• Realizar parcerias estratégicas com empresas locais, como eventos, degustação... • 40,6% dos não frequentadores justificam a falta de cafeterias próximas como motivo para não frequentar cafeterias.	dólar e variações na exportação, impactando diretamente a precificação dos produtos e a competitividade da cafeteria. • Dos não frequentadores, 56,25% afirmaram que, caso suas expectativas não sejam atendidas, não irão à cafeteria, o que representa uma ameaça externa vinculada ao comportamento do cliente.
--	--	---

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

A partir do cruzamento dos pontos elencados no Quadro 1, percebemos que o sólido conhecimento em gestão e o estudo aprofundado do mercado, fruto da formação acadêmica dos empreendedores e do próprio Plano de Negócios, oferecem a base ideal para aproveitar o expressivo crescimento populacional de Pontal do Paraná e o interesse crescente dos jovens (15–34 anos) por experiências em cafeterias. Ao aliar essa expertise à possibilidade de crédito via Banco da Mulher Paranaense e BNDES Microcrédito, a Expresso Caiçara poderá direcionar investimentos estratégicos em infraestrutura e tecnologia como a implantação de sistemas de gestão automatizada que assegurem atendimento ágil, mesmo nos picos de alta temporada, convertendo a sazonalidade em oportunidade de fidelização.

Embora a capacidade de produção compartilhada pelos três sócios se mostra robusta, a adaptação ao fluxo variável de clientes e os custos operacionais elevados podem comprometer a estabilidade financeira. Para mitigar essas fragilidades, a gestão deve negociar parcerias com fornecedores locais de insumos regionais, reduzindo o impacto das oscilações de preço do café e fortalecendo o posicionamento cultural da marca. Além disso, o serviço de *delivery*, apontado como atraente por 79,28 % dos consumidores, pode funcionar como um amortecedor de receita nos meses de baixa, equilibrando fluxo e custos.

O uso desses canais de venda, combinado a campanhas de *marketing* digital orientadas a dados, permitirá também atingir o 40,6 % dos não frequentadores que justificam sua ausência pela falta de opções próximas. A experiência de marca, ancorada na valorização da cultura caiçara e em processos sustentáveis, deve ser promovida em parcerias com eventos locais e ações comunitárias para estender o vínculo com o público além do ambiente físico da cafeteria, reduzindo a ameaça de concorrência direta e aumentando o engajamento fora da alta temporada de turismo.

Por fim, a iniciativa de compostagem da borra e das cascas de frutas, além de reforçar o compromisso socioambiental, oferece um diferencial tangível que contrabalança o desafio de atração de clientes de renda mais baixa. Ao transformar resíduos em insumos para hortas locais e envolver a comunidade nesse ciclo, a Expresso Caiçara não só reduz custos de descarte como cria um elo emocional com seu público, transformando fraquezas em fortalezas e posicionando-se de maneira única no litoral paranaense.

3.2 METODOLOGIA DA PESQUISA

3.2.1 Análise de Concorrência

A concorrência em Pontal do Paraná caracteriza-se pela predominância de confeitarias e padarias tradicionais, com poucas cafeterias especializadas. As cafeterias avaliadas se destacam por ambientes acolhedores e “instagramáveis”, além da oferta de produtos de qualidade. Esses atributos representam os principais pontos fortes dos concorrentes, aliados ao atendimento humanizado, que recebeu destaque nas avaliações.

Por outro lado, observou-se fragilidade em aspectos operacionais, como demora no atendimento e preços considerados elevados, fatores que geraram críticas recorrentes dos consumidores em avaliações online. Ademais, a ausência de cafeterias próximas foi apontada por 40,6% dos não frequentadores como uma lacuna do mercado local, reforçando a oportunidade de inserção da Expresso Caiçara.

Em resumo, os concorrentes existentes possuem apelo no ambiente físico e na qualidade dos produtos, mas enfrentam limitações ligadas à acessibilidade, à agilidade no atendimento e à precificação. Esse cenário abre espaço para a Cafeteria Expresso Caiçara consolidar-se como uma alternativa diferenciada, unindo qualidade, ambiente culturalmente enraizado e preços compatíveis à realidade local.

3.2.1 Procedimentos de pesquisa

3.2.1.1 Coleta dos dados secundários

A coleta de dados secundários foi realizada por meio de análise de avaliações disponíveis na plataforma *Google Reviews*, com foco em cafeterias e confeitarias na cidade de Paranaguá, cidade vizinha ao município de Pontal do Paraná. O objetivo foi compreender como os consumidores percebem os estabelecimentos existentes e identificar características valorizadas no setor. Foram analisados 12 estabelecimentos, considerando os seguintes critérios:

- Média de Avaliações: Qualidade percebida com base nas notas atribuídas pelos consumidores.
- Quantidade de Comentários: Indicativo de engajamento dos clientes com os estabelecimentos.
- Principais Comentários: Aspectos positivos e negativos com referências de frequência, como qualidade dos produtos, atendimento e ambiente.

3.2.1.2 Pesquisa de Observação de campo

A pesquisa de observação é uma técnica amplamente utilizada para investigar especificidades em seu contexto natural, fornecendo uma compreensão específica dos comportamentos e interações sem intervenção direta do pesquisador. Segundo Gil (2008), uma observação estruturada permite ao pesquisador capturar informações e registrar

sistematicamente as variáveis de interesse, obtendo dados confiáveis ao comportamento real dos participantes em seu ambiente habitual. Esse método é especialmente importante no setor de serviços, onde fatores como ambiente, atendimento e interação com os produtos influenciam diretamente a experiência do cliente e a percepção de valor do estabelecimento.

Neste contexto, uma pesquisa de campo foi realizada para compreender as práticas e características que contribuem para o sucesso das cafeterias em uma cidade próxima a Pontal do Paraná. Paranaguá, como cidade vizinha, oferece um cenário semelhante em termos de dinâmica de mercado e perfil de consumidores, o que permite uma análise comparativa relevante para o desenvolvimento de um plano de negócios para uma nova cafeteria.

3.2.1.2.1 Procedimentos de observação

Após a coleta de análise de dados secundários, duas das doze cafeterias foram selecionadas para uma visita presencial, com base nos seguintes critérios:

- Comentários positivos sobre qualidade de produtos e atendimento;
- Ambiente agradável e acolhedor;
- Variedade no cardápio.

Os estabelecimentos escolhidos com base nestes critérios foram as cafeterias Casa Santo Antônio e Bosque Café com Flores. A escolha dessas duas empresas foi estratégica, pois ambas se destacaram pela qualidade percebida nas avaliações *online* e pela singularidade que cada uma traz ao ambiente de consumo.

Durante as visitas, foi empregada a técnica de observação estruturada não participante (Gil, 2008). Esse método permitiu uma análise mais profunda do contexto de funcionamento dos estabelecimentos, sem interferência no ambiente. Foram observados os seguintes aspectos: a disposição e a decoração do ambiente, a qualidade do atendimento oferecido, a agilidade na prestação dos serviços, a qualidade dos produtos consumidos e a diversidade da seleção de cardápio disponível.

3.2.1.3 Entrevista

A realização da entrevista teve como objetivo principal obter informações práticas e experiências do cotidiano de um empreendedor do setor de cafeterias, contribuindo para o desenvolvimento de estratégias mais assertivas para o plano de negócios proposto. A entrevista buscou explorar aspectos como desafios enfrentados na gestão, estratégias de *marketing*, atendimento ao cliente e diferenciais competitivos.

A seleção do entrevistado baseia-se na pesquisa de observação, foi selecionado o proprietário do Bosque Café com Flores², um empreendimento recente que combina a proposta de cafeteria com um ambiente temático botânico, caracterizado por sua decoração acolhedora e uso de elementos naturais, reconhecido pela combinação de qualidade dos produtos, atendimento humanizado e um ambiente com tema diferenciado.

O roteiro da entrevista foi elaborado com perguntas abertas, estruturadas em cinco eixos principais: visão geral do negócio; desafios; *marketing* e fornecedores; finanças; e conselhos para novos empreendedores.

3.2.1.4 Pesquisa *Survey*

Para identificar e compreender as necessidades, preferências e exigência dos potenciais consumidores do município de Pontal do Paraná, optamos pelo método de pesquisa *survey*, que foi realizado por meio de questionários quantitativos estruturados, aplicados de forma *online* aos moradores da região. A coleta de dados foi realizada em dois momentos distintos, inicialmente durante o módulo de pesquisa de mercado, e posteriormente no módulo Projeto 1, alcançando uma amostra maior da população local, permitindo uma análise mais aprofundada e atualizada das percepções e expectativas dos consumidores.

² *Bosque Café com Flores* é uma cafeteria localizada no município de Paranaguá (PR), com forte identidade visual botânica e foco em experiências sensoriais e atendimento humanizado. Mais informações disponíveis em: <https://www.instagram.com/bosquecafes>. Último acesso em: 24/04/2025.

3.2.1.4.1 Classificação da pesquisa

De acordo com a tipologia proposta por Malhotra (2012), a pesquisa pode ser classificada a partir de três critérios fundamentais: natureza, tipo e abordagem da pesquisa. Essa classificação auxilia na definição dos métodos e procedimentos mais adequados, além de orientar a condução da pesquisa e a interpretação dos resultados. Com base nesse referencial, a pesquisa realizada apresenta as seguintes características:

- a) Natureza da Pesquisa: A pesquisa é de natureza aplicada, com o objetivo de gerar informações práticas para a criação do plano de negócios.
- b) Tipo de Pesquisa: A pesquisa é exploratória, voltada para a identificação de tendências e hipóteses sobre o mercado local.
- c) Abordagem da Pesquisa: A abordagem adotada é quantitativa, focada na coleta e análise de dados numéricos.

3.2.1.4.2 População e amostragem

A população-alvo desta pesquisa foi composta pelos moradores do município de Pontal do Paraná, estimada em 30.425 pessoas. Para a seleção dos participantes, foi realizada amostragem não-probabilística, combinando as técnicas de conveniência e bola de neve. A seguir, a tabela 5 apresenta a definição da amostragem que foi executada.

TABELA 5 - DEFINIÇÃO DA AMOSTRAGEM

Universo a ser pesquisado	30.425
Nível de confiança	95%
Erro amostral	10%
<i>Slipt</i>	50/50
Amostra	143

Fonte: Adaptada de SEBRAE (2013).

- a. Amostragem por Conveniência:

Esse procedimento envolveu a seleção de participantes que estavam prontamente disponíveis e dispostos a responder ao questionário. A amostragem por conveniência foi útil devido à facilidade e rapidez de acesso aos respondentes, especialmente considerando o contexto de recursos e tempo limitados em que a pesquisa foi conduzida. Segundo Gil (2008), esse tipo de amostragem é comum em pesquisas exploratórias e quando o objetivo é obter informações iniciais de forma prática e econômica.

b. Amostragem Bola de Neve:

Esta técnica foi utilizada para alcançar um volume mais amplo de participantes. A amostragem bola de neve começa com um pequeno grupo inicial de respondentes que são solicitados a indicar outros potenciais participantes (Gil, 2008). Esse processo de indicação ajuda a expandir o alcance da pesquisa, envolvendo pessoas que podem não ser facilmente acessíveis de outra forma.

3.2.1.4.3 Instrumentos de coleta

O principal instrumento utilizado para a coleta de dados consistiu em um questionário autoaplicável, estruturado para captar informações relevantes sobre os hábitos de consumo e as preferências dos moradores de Pontal do Paraná em relação a cafeterias. Sua aplicação ocorreu por meio de plataformas digitais e redes sociais, com o objetivo de ampliar o alcance e estimular a participação da população local. O questionário é composto por perguntas fechadas e abertas, distribuídas em três seções:

- Dados Demográficos: Idade, gênero, renda salarial, tipo de residência (fixa ou temporária).
- Hábitos de consumo de Café: Frequência de consumo, com quem frequenta, preferência de produtos.
- Preferências por ambientes: Características valorizadas no ambiente de cafeterias.

4. RESULTADOS

4.1 ANÁLISE DOS DADOS SECUNDÁRIOS

A coleta de dados relativos aos empreendimentos instalados na cidade de Paranaguá, município vizinho de Pontal do Paraná, foi realizada por meio de avaliações públicas em plataformas online, como o Google Reviews, possibilitou identificar tendências importantes sobre a percepção dos consumidores em relação às cafeterias em Paranaguá. Foram observados os seguintes aspectos, organizados de forma resumida abaixo. O quadro completo com os dados analisados encontra-se disponível no Apêndice 5.

a) Pontos Positivos Mais Frequentes

- Ambiente Agradável: Seis dos estabelecimentos analisados receberam elogios pela decoração e pelo conforto oferecido. Destaque para o Café Casa Santo Antônio e o Cheirin Bão Paranaguá, que se destacam com arquitetura rústica e conforto.
- Comida de Qualidade: A qualidade dos produtos, como cafés, doces e refeições, foi amplamente elogiada, especialmente em estabelecimentos como Bosque Café com Flores e *Madeleine*.
- Atendimento: Alguns estabelecimentos, como o *Habeb's Cyber* Café e o Cheirin Bão Paranaguá, se destacam pelo excelente atendimento.

b) Pontos Negativos Mais Frequentes

- Demora no atendimento: Observada em quatro cafeterias, como a Confeitaria Vovó Virgínia e a *Sweet Dreams* Paranaguá.
- Preços elevados: Alguns consumidores relatam valores altos em cafeterias como o Eita Café Bistrô.
- Atendimento inconsistente: Apesar de elogiado em alguns casos, o atendimento foi criticado em estabelecimentos como a Doceria e Cafeteria *Carpe Diem*.

c) Destaques da Avaliação Geral

- O Café Casa Santo Antônio e o Bosque Café com Flores foram os mais bem avaliados, com notas de 4,9 e 5,0, respectivamente, destacando-se por seu ambiente diferenciado e qualidade nos produtos.
- A Confeitaria Vovó Virgínia, embora tenha recebido uma média alta (4,5) e grande volume de avaliações (1.590), houve críticas recorrentes sobre demora e atendimento.

4.2 ANÁLISE DA PESQUISA DE OBSERVAÇÃO DE CAMPO

A coleta de dados de campo foi realizada em dois empreendimentos localizados no município de Paranaguá, vizinho a Pontal do Paraná. As visitas ocorreram no dia 19 de outubro de 2024 (sábado), no período da tarde. Os principais aspectos observados foram sistematizados no Quadro 2. Com base nesses dados, verifica-se que os empreendimentos analisados revelam tendências relevantes para a compreensão do comportamento do mercado regional e contribuem para a definição de estratégias do negócio proposto.

A análise dos dados obtidos por meio da observação de campo permitiu identificar características significativas nos estabelecimentos visitados. Entre os pontos positivos, destacam-se o ambiente acolhedor e acessível, a boa apresentação dos produtos e o atendimento cordial, com destaque para o Bosque Café com Flores. Contudo, também foram observadas limitações, como restrições de acessibilidade em determinadas áreas internas e variações na eficiência do atendimento.

QUADRO 2 - ANÁLISE DA PESQUISA DE OBSERVAÇÃO

	Bosque café com flores	Café casa Santo Antônio
Ambiente e conforto	O ambiente apresenta uma temática excelente, com destaque para uma iluminação bem planejada que contribui para a experiência acolhedora. A cozinha é visivelmente organizada e o local mantém-se limpo. Contudo, foi observada a ausência de recursos de acessibilidade para Pessoas com Deficiência (PCDs).	Localizado em um imóvel tombado pelo patrimônio histórico, o ambiente apresenta uma atmosfera rústica, com móveis e iluminação quente que reforçam o caráter aconchegante. Entretanto, devido às restrições impostas por sua condição histórica, reformas estruturais só são possíveis com autorização da prefeitura, o que limita melhorias, como a inclusão de acessibilidade para Pessoas com Deficiência (PCDs). Alguns ambientes são pouco ventilados, e a cozinha não está visível aos clientes, embora o ambiente aparente ser limpo e organizado.
Eficiência e Atendimento	A recepção aos clientes foi destacada pela gentileza e agilidade dos atendentes, o que demonstra um alto nível de atenção e cordialidade no serviço prestado.	A recepção aos clientes foi destacada pela gentileza e agilidade dos atendentes, o que demonstra um alto nível de atenção e cordialidade no serviço prestado.
Qualidade e Apresentação dos Produtos	Os produtos apresentados possuem uma aparência bem elaborada, entretanto, os sabores não foram tão marcantes quanto o esperado. Além disso, o café servido encontrava-se em temperatura abaixo do ideal, o que pode impactar negativamente na experiência de consumo.	Os produtos servidos destacaram-se pela apresentação atraente e pelo sabor agradavelmente notável, refletindo a qualidade dos ingredientes utilizados na preparação.
Variedade no cardápio	O cardápio é diversificado, abrangendo opções como cafés quentes, cafés gelados, sucos, soda italiana, salgados, doces e bolos. Os preços foram avaliados como acessíveis	O cardápio oferece amplas opções, incluindo refeições, doces, tortas, porções, cafés quentes e gelados, além de outras bebidas, atendendo a diferentes preferências de consumo.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

4.3 ANÁLISE DA ENTREVISTA

A entrevista realizada com o proprietário do Bosque Café com Flores, revelou informações relevantes sobre o funcionamento e os desafios do setor de cafeterias em Paranaguá.

- Visão geral do negócio:

O entrevistado relatou uma trajetória empreendedora marcada por aprendizados e transições significativas. Sua experiência empreendendo inicialmente era no setor têxtil, a decisão de abrir uma cafeteria foi motivada por uma oportunidade percebida no mercado local, segundo Lavolski:

Há três anos, identifiquei uma oportunidade em Paranaguá, pois havia poucas cafeterias na cidade. Sempre gostei do universo do café e enxerguei isso como uma chance de unir algo que eu amava com uma oportunidade de mercado. (LAVOLSKI, 2024).

O conceito adotado pela cafeteria destaca-se por sua abordagem botânica e acolhedora, inspirada na vivência pessoal do proprietário. Segundo Lavolski (2024), “quis trazer essa atmosfera para o espaço da cafeteria: um local acolhedor, onde as pessoas possam se descomprimir, trocar boas energias e desfrutar de um ambiente leve e tranquilo”.

- Desafios e Gestão de equipe:

O entrevistado apontou desafios enfrentados desde o início do negócio, como a identificação do perfil do cliente, a gestão de perdas alimentares e a formação de uma equipe alinhada ao conceito da cafeteria (LAVOLSKI, 2024).

Sobre a equipe, Lavolski (2024) afirmou: “O maior desafio é garantir que todos compreendam a importância de atender bem o cliente, criando uma conexão real”. Essa preocupação reflete na estratégia de negócio de priorizar o atendimento diferenciado, elemento fundamental para a fidelização de clientes.

Além disso, a gestão de perdas de alimentos foi destacada como uma dificuldade peculiar do setor. Segundo o empresário, "no ramo têxtil, as perdas não eram uma preocupação, mas com alimentos, precisamos pensar em promoções e evitar desperdícios" (LAVOLSKI, 2024).

- *Marketing e Feedback* de clientes:

A divulgação do negócio baseia-se em estratégias orgânicas, utilizando principalmente o *Instagram*, *Facebook* e *WhatsApp*, além de aproveitar a rede de contatos do proprietário na cidade. Ele fez questão de “não investir em divulgação no início porque ajustar os processos antes de atrair mais clientes” (LAVOLSKI, 2024).

A valorização do *feedback* foi outro ponto enfatizado, com o proprietário destacando a importância de encarar críticas como oportunidades de melhoria. Ele exemplificou: “No segundo sábado de funcionamento, houve um fluxo inesperado de clientes, o que resultou em atrasos. Na segunda-feira, fizemos um treinamento com a equipe para corrigir os problemas” (LAVOLSKI, 2024).

- Aspectos financeiros:

O investimento inicial para uma cafeteria, de acordo com Lavolski (2024), varia conforme a necessidade de aquisição e aluguel de equipamentos, ele destaca que é possível abrir uma cafeteria básica com R\$30 mil, mas afirma que investiu cerca de R\$80 mil, considerando equipamentos e decoração.

Ele também ressalta a importância de *softwares* de gestão financeira para acompanhar o desempenho do negócio: “Um sistema facilita muito a gestão, ajudando a controlar a produção e despesas” (LAVOLSKI, 2024).

- Conselhos para novos empreendedores:

O entrevistado destacou dois pontos fundamentais para quem deseja abrir uma cafeteria: conhecer o público-alvo; obter conhecimento específico sobre gestão.

Ele reforçou: “Fiz um curso de gestão de restaurantes antes de abrir, o que foi essencial. Sem esse conhecimento, fica difícil gerenciar um negócio como esse” (LAVOLSKI, 2024). Além disso, se tivessem compreendido melhor o perfil do seu público e os itens do cardápio, poderiam ter ajustado a sua oferta mais assertiva logo no início.

4.4 ANÁLISE DA PESQUISA *SURVEY*

4.4.1 Perfil dos respondentes

O perfil dos respondentes desta pesquisa foi analisado com base em diferentes variáveis, como gênero, geração, renda salarial e frequência em lanchonetes. Essas características oferecem uma visão específica sobre o público local e ajudam a compreender suas preferências e comportamentos.

a. Gênero e frequência em cafeterias

Os dados apresentados na Tabela 6 revelam que, entre os respondentes que frequentam cafeterias, o público masculino representa uma parcela ligeiramente maior (82,05%) em comparação ao feminino (75,49%).

No grupo dos que não frequentam cafeterias, observa-se que 24,51% são mulheres e 17,95% são homens. Isso demonstra uma leve predominância feminina entre os que não têm o hábito de frequentar estes estabelecimentos, o que pode estar relacionado a fatores externos, como a ausência de cafeterias próximas, questões de segurança, acessibilidade ou preferências pessoais.

TABELA 6 - PERCENTUAL DE GÊNERO DOS RESPONDENTES E FREQUÊNCIA EM CAFETERIAS

Gênero	Frequenta	Não Frequenta
Masculino	82,05%	17,95%
Feminino	75,49%	24,51%
Outro	0%	0%

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

b. Distribuição por Geração

Uma análise por geração revela que 48,25% dos entrevistados pertencem à Geração Z (até 29 anos). A Geração Y (30 a 44 anos) também apresenta uma participação relevante, com 27,27%, enquanto as gerações mais velhas, X e *Baby Boomers*, somam 24,48% (Tabela 7).³

Esses dados sugerem que, embora o público jovem domine o mercado, existe uma oportunidade significativa em atrair consumidores mais maduros, que valorizam ambientes tranquilos e experiências personalizadas. Além disso, as cafeterias podem explorar o comportamento das gerações mais jovens, frequentemente associadas à busca por experiências diferenciadas e tendências gastronômicas.

TABELA 7 - DISTRIBUIÇÃO DOS RESPONDENTES POR GERAÇÃO

Geração Z - Até o início Y	Geração Y - Até o início da X	Geração X	<i>Baby Boomers</i>
48,25%	27,27%	14,69%	9,79%
Entre 15 a 29 anos	Entre 30 a 44 anos	Entre 45 a 59 anos	Mais de 60 anos

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

³ As gerações são classificadas conforme critérios demográficos. A Geração Z (até 29 anos) é marcada pela familiaridade com tecnologia digital. A Geração Y (30 a 44 anos) valoriza inovação e propósito no trabalho. A Geração X (45 a 59 anos) prioriza estabilidade profissional, enquanto os *Baby Boomers* (60 anos ou mais) destacam-se pelo foco na disciplina e trabalho.

c. Frequência em cafeterias

De acordo com dados da pesquisa, 77,62% dos entrevistados frequentam cafeterias, enquanto 22,38% afirmaram não frequentar. Esse dado destaca uma alta adesão ao consumo de café fora de casa (Tabela 8). Os 22,38% que não frequentam indicam uma demanda reprimida, possivelmente atribuída a fatores como ausência de estabelecimentos próximos ou falta de opções que atendam às suas necessidades específicas.

TABELA 8 - PERCENTUAL DOS PARTICIPANTES; FREQUENTADORES DE CAFETERIA - NÃO FREQUENTADORES

	Frequentadores	Não Frequentadores
Percentual	77,62%	22,38%

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

d. Perfil de Rendimento dos respondentes

A análise da renda dos respondentes frequentadores e não frequentadores, revela que a maior parte dos entrevistados (35%) possui rendimento entre 1 e 3 salários-mínimos, seguidos por aqueles que ganham menos de 1 salário-mínimo (29,37%). A proporção de entrevistados com rendimentos superiores a 5 salários-mínimos é menor, somando apenas 15,5% (Tabela 9).

Esses dados reforçam que o potencial público para uma cafeteria terá alta sensibilidade aos preços. No entanto, a presença de consumidores com rendas mais altas (mais de 5 meses mínimos) sugere uma oportunidade para a oferta de produtos *premium*, complementando um cardápio com um *mix* variado de produtos.

TABELA 9 - RENDA SALARIAL DOS RESPONDENTES (EM SMS)

	Qtd. Resposta	Percentual
Menos que 1 salário mínimo.	42	29,37%
Entre 1 e 3 salários mínimos.	50	35,00%
Entre 3 a 5 salários mínimos.	28	19,60%
Entre 5 a 10 salários mínimos.	17	12,00%
Mais que 10 salários mínimos.	5	3,50%

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

e. Idade e rendimento

Ao cruzar as faixas de idade e renda, observamos que os jovens de até 24 anos concentram-se nas rendas mais baixas, enquanto as faixas de renda superiores a 10 níveis mínimos são dominadas por pessoas acima de 60 anos (Tabela 10).

Esses padrões destacam a importância de segmentar a oferta, ajustando produtos e preços para atender às expectativas de diferentes faixas etárias e socioeconômicas. Estratégias específicas, como a criação de promoções para jovens ou a inclusão de produtos *premium* para o público mais maduro, maximizam o alcance da cafeteria.

TABELA 10 - IDADE DOS PARTICIPANTES E RENDA SALARIAL (EM SMS)

	Menos que 1	Entre 1 e 3	Entre 3 a 5	Entre 5 a 10	Mais que 10
Entre 15 a 19 anos	27,91%	16,00%	3,57%	0,00%	0,00%
Entre 20 a 24 anos	32,56%	38,00%	7,14%	0,00%	0,00%
Entre 25 a 29 anos	11,63%	10,00%	10,71%	0,00%	0,00%
Entre 30 a 34 anos	11,63%	10,00%	10,71%	17,65%	20,00%

TABELA 10 - IDADE DOS PARTICIPANTES E RENDA SALARIAL (EM SMS)

	Menos que 1	Entre 1 e 3	Entre 3 a 5	Entre 5 a 10	Mais que 10
Entre 35 a 39 anos	2,33%	6,00%	10,71%	17,65%	0,00%
Entre 40 a 44 anos	4,65%	4,00%	21,43%	11,76%	0,00%
Entre 45 a 49 anos	0,00%	2,00%	0,00%	17,65%	0,00%
Entre 50 a 54 anos	4,65%	0,00%	7,14%	5,88%	0,00%
Entre 55 a 59 anos	4,65%	8,00%	7,14%	17,65%	20,00%
Mais de 60 anos	0,00%	6,00%	21,43%	11,76%	60,00%
Total	100%	100%	100%	100%	100,00%

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.4.2 Análise dos dados da pesquisa

A pesquisa *Survey* buscou compreender os fatores determinantes para a escolha e a frequência de consumidores em cafeterias, bem como suas preferências de consumo e comportamento de compra. Os dados obtidos permitem uma avaliação aprofundada das motivações, expectativas e padrões de consumo desse público, fornecendo subsídios para a formulação de estratégias mercadológicas mais eficazes.

Os resultados apontam que a experiência do consumidor transcende a simples oferta de café, sendo influenciada por aspectos estruturais e sensoriais do ambiente. O conforto e a atmosfera agradável da cafeteria foram considerados altamente relevantes por uma parcela significativa dos respondentes (46,88%), evidenciando que a ambientação do espaço desempenha um papel central na decisão de frequentar. Esse dado reforça a importância da hospitalidade e do *design* de interiores na criação de um espaço convidativo, que pode ser um diferencial competitivo no setor (Tabela 11).

Além do ambiente, promoções e descontos (37,50%) também figuram entre os principais atrativos, demonstrando que políticas de precificação e incentivos financeiros podem estimular a visitação. Da mesma forma, a oferta de alimentos que harmonizam com o café (37,50%) aparece como fator relevante, indicando que a diversidade do cardápio pode contribuir para a fidelização do cliente.

Apesar dos aspectos positivos identificados, alguns fatores apresentaram desempenho menos expressivo, sinalizando áreas que requerem maior atenção. Eventos e atividades especiais receberam baixa valorização, com apenas 18,75% atribuindo nota máxima, o que sugere que essas iniciativas ainda não se mostram suficientemente atrativas ou estão desconectadas dos interesses do público-alvo.

Por outro lado, elementos como a localização da cafeteria (com 50,01% entre notas 4 e 5) e a qualidade do café (31,25% com nota máxima) também se destacaram como indicativos relevantes na escolha do consumidor.

TABELA 11 – MOTIVADORES PARA FREQUENTAR CAFETERIAS (PERCENTUAL ABSOLUTO)

Motivador	Nota 1	Nota 2	Nota 3	Nota 4	Nota 5
Ambiente mais confortável e agradável	6,25%	3,13%	12,50%	6,25%	46,88%
Conexão <i>Wi-Fi</i> gratuita e de qualidade	21,88%	3,13%	6,25%	3,13%	34,38%
Eventos e atividades especiais	21,88%	3,13%	12,50%	6,25%	18,75%
Localização conveniente	6,25%	0,00%	12,50%	21,88%	28,13%
Melhor qualidade do café	15,63%	0,00%	21,88%	6,25%	31,25%
Alimentos que combinam com café	12,50%	6,25%	12,50%	9,38%	37,50%
Promoções e descontos	15,63%	3,13%	15,63%	9,38%	37,50%
Recomendações de amigos ou familiares	6,25%	12,50%	12,50%	9,38%	21,88%

Nota 1 = Nada relevante | 5 = Extremamente relevante; Total de respondentes: 32.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

A Tabela 12, revela que a principal barreira para a frequência em cafeterias está relacionada à falta de opções. A maioria dos respondentes afirmou que “não tem uma cafeteria próxima” (40,6%) ou que há “ausência de cafeteria na cidade” (31,3%). Esses dados indicam que a localização dos estabelecimentos ainda é um fator limitante para parte da população.

Além disso, outras justificativas também chamam atenção, como “não gosto de café” e “os preços são altos”, ambos com 21,9% das respostas. Isso demonstra que, além da infraestrutura, as preferências pessoais e questões econômicas também influenciam esse comportamento.

TABELA 12 – MOTIVOS APONTADOS PARA NÃO FREQUENTAR CAFETERIAS

Motivo	Quantidade de Respostas	Percentual (%)
Não gosto de café	7	21,9%
Ausência de cafeteria na cidade	10	31,3%
Não gosto do ambiente de cafeteria	0	0,0%
Não tenho tempo	2	6,3%
Não tenho uma cafeteria próxima	13	40,6%
Os preços são altos	7	21,9%
Prefiro fazer café em casa	4	12,5%
Não conheci ainda	1	3,1%

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Ao analisar os fatores determinantes para a escolha de uma cafeteria (Tabela 13), observa-se que a qualidade do café é o aspecto mais valorizado pelos respondentes, com 71,6% atribuindo nota máxima. Esse dado reforça a centralidade do produto principal na

experiência do consumidor, indicando que a excelência na preparação e no sabor do café continua sendo um critério fundamental. Em seguida, o ambiente aconchegante e agradável obteve 68,2% de avaliações com nota 5, confirmando a importância dos aspectos sensoriais e estruturais do espaço na decisão de frequentar uma cafeteria. A variedade de bebidas e alimentos também se destacou (58,6%), sugerindo que a diversificação do cardápio é valorizada, principalmente quando atende a diferentes preferências e amplia a permanência do cliente no local.

Ainda que em menor proporção, fatores como a experiência gastronômica (54,2%) e a oferta de promoções e descontos (54,1%) revelam que elementos subjetivos e estratégias de precificação continuam a desempenhar papel relevante. A proximidade e conveniência da localização, com 45,4% de avaliações máximas, demonstram importância, mas não são, isoladamente, determinantes, o que sugere que muitos consumidores estão dispostos a se deslocar em busca de uma experiência mais qualificada. Já o local para socialização (43,9%) e o uso do espaço para trabalho ou estudo (31,8%) indicam que a cafeteria ainda é percebida, por parte do público, como um espaço de convivência e funcionalidade, embora esses não sejam os critérios predominantes.

Em contrapartida, alguns aspectos foram pouco valorizados pelos respondentes. Como eventos especiais, por exemplo, que receberam nota máxima de apenas 16,7%, com 34,2% atribuindo notas baixas (1 e 2), o que indica baixa atratividade dessas atividades, e pode ser entendido como falta de engajamento no negócio.

TABELA 13 – RELEVÂNCIA DE FATORES PARA FREQUENTAR UMA CAFETERIA

Elemento Avaliado	Nota 1	Nota 2	Nota 3	Nota 4	Nota 5
Ambiente aconchegante e agradável	2,7%	3,6%	12,7%	12,7%	68,2%
Eventos especiais ou atividades	12,0%	22,2%	37,0%	12,0%	16,7%
Experiência gastronômica	2,8%	7,5%	19,6%	15,9%	54,2%
Local para socialização	1,9%	11,2%	28,0%	15,0%	43,9%
Lugar para trabalhar ou estudar	15,9%	15,0%	22,4%	15,0%	31,8%
Promoções e descontos	2,8%	8,3%	22,0%	12,8%	54,1%
Proximidade/conveniência de localização	3,7%	7,4%	26,9%	16,7%	45,4%
Qualidade do café	2,8%	3,7%	13,8%	8,3%	71,6%

Variedade de bebidas e alimentos	0,9%	5,4%	14,4%	18,0%	58,6%
----------------------------------	------	------	-------	-------	-------

Nota 1 = Nada relevante | 5 = Extremamente relevante; Total de respondentes: 32.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

A Tabela 14 revela que a escolha de uma cafeteria pelos consumidores também está atrelada à oferta de acompanhamentos. Entre as opções avaliadas, os salgados e os bolos se destacaram como os itens mais relevantes, sendo considerados extremamente relevantes por 62,2% e 52,3% dos respondentes, respectivamente. As tortas também receberam destaque, com 50,5% das respostas na nota máxima. Indicando que os consumidores ainda priorizam os acompanhamentos tradicionais.

As refeições, embora tenham recebido um percentual expressivo de notas intermediárias (24,3% nota 3 e 12,6% nota 4), foram consideradas relevantes por apenas 18% dos participantes. Além disso, 11,7% que atribuíram nota 1 e 21,6% deram nota 2, sugerindo que uma parcela significativa do público não vê as refeições como prioridade em uma cafeteria, o que pode indicar uma resistência ao modelo híbrido entre cafeteria e restaurante.

Por fim, o item "outras opções" apresentou um cenário de baixa relevância para os consumidores, com apenas 31,5% de notas máximas e um total de 10,8% nas notas 1 e 2. Esse resultado indica que o público ainda não reconhece com clareza o valor de alternativas menos convencionais, o que pode ser interpretado como uma oportunidade para reposicionar ou divulgar melhor essas opções no cardápio.

TABELA 14 – AVALIAÇÃO DA RELEVÂNCIA DOS ITENS DO CARDÁPIO (PERCENTUAL ABSOLUTO).

Elemento Avaliado	Nota 1	Nota 2	Nota 3	Nota 4	Nota 5
Outras opções	3,6%	7,2%	18,9%	11,7%	31,5%
Tortas	0,9%	2,7%	13,5%	29,7%	50,5%
Salgados	0,9%	2,7%	10,8%	22,5%	62,2%
Refeições	11,7%	21,6%	24,3%	12,6%	18,0%
Doces	3,6%	8,1%	15,3%	21,6%	45,9%
Bolos	1,8%	9,0%	9,9%	25,2%	52,3%

Fonte: Dados da pesquisa elaborada pelos autores (2025).

A análise dos dados apresentados na Tabela 15 revela que há uma forte aceitação do serviço de *delivery* entre os consumidores, desde que a qualidade dos produtos seja mantida. Cerca de 79,28% dos respondentes afirmam que utilizariam o serviço de entrega, o que pode ser uma boa estratégia para atingir um número maior de clientes.

Apenas 3,60% dos entrevistados rejeitam completamente a ideia do *delivery*, o que indica que a resistência a esse tipo de serviço é mínima. Já 17,12% dos participantes demonstram certa hesitação, indicando que a decisão de utilizar o *delivery* dependeria de fatores como tempo de entrega, conservação do produto e custo adicional.

TABELA 15 - PERCENTUAL DOS RESPONDENTES QUE COMPRARIAM VIA *DELIVERY* MANTENDO A QUALIDADE DO PRODUTO.

Sim	79,28%
Não	3,60%
Talvez	17,12%

Fonte: Elaborado pelos autores

A Tabela 16 demonstra a frequência estimada de visitação dos respondentes a uma cafeteria que atendesse suas expectativas. A maior parte dos participantes (31,25%) indicou que frequentaria mensalmente, e 25% dos entrevistados afirmaram que iriam eventualmente, o que sugere que o consumo em cafeterias pode estar atrelado a ocasiões especiais ou momentos de lazer planejados, o hábito de frequentar cafeterias não é diário, mas sim esporádico e circunstancial.

Observa-se que apenas 6,25% dos participantes dizem que não sabem com que frequência frequentam cafeteria, já outros 34,38% dos respondentes declaram maior frequência em Diariamente e Semanalmente, demonstrando uma demanda potencial por um público fiel e recorrente, o que pode representar uma oportunidade para estratégias de fidelização.

TABELA 16 - FREQUÊNCIA QUE OS PARTICIPANTES IRIAM À CAFETERIA QUE ATENDESSE SUAS EXPECTATIVAS.

Diariamente	21,88%
Eventualmente	25%
Mensalmente	31,25%
Não sei	6,25%
Semanalmente	12,50%

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

4.5 CONCLUSÃO DA PESQUISA DE MERCADO

A etapa de conclusão da pesquisa de mercado tem como finalidade integrar e analisar de forma crítica os resultados obtidos pelos diferentes métodos aplicados, a fim de compreender com maior profundidade as características do setor e o comportamento do consumidor em Pontal do Paraná. Para isso, foram considerados quatro instrumentos principais: o *survey*, a análise de dados secundários, a observação direta e a entrevista semiestruturada. Cada um desses métodos contribuiu com perspectivas distintas e complementares, permitindo identificar tanto os pontos positivos quanto as limitações de cada abordagem.

O *survey* permitiu identificar hábitos de consumo e preferências de forma quantitativa, mostrando que 77,62% dos respondentes já frequentam cafeterias e valorizam aspectos como ambiente agradável, promoções e atendimento cordial. Também revelou interesse significativo por *delivery* (79,28%), o que reforça a necessidade de incluir esse canal no modelo de negócio. Entre os pontos positivos, destacam-se a clareza estatística, a objetividade e a possibilidade de segmentação por faixa etária, renda e frequência de consumo. Como limitações, o método apresentou menor profundidade na compreensão das motivações subjetivas dos clientes e indicou que, para atender plenamente às expectativas

levantadas, seria necessário oferecer uma estrutura de produtos e serviços diversificada, o que pode implicar custos operacionais mais elevados.

A análise de dados secundários, realizada a partir de avaliações *online*, evidenciou aspectos valorizados como qualidade do café, cordialidade no atendimento e ambientação diferenciada, mas também apontou críticas recorrentes à demora no serviço e ao preço elevado. O ponto positivo foi a possibilidade de captar percepções espontâneas de clientes em experiências reais, sem interferência do pesquisador. Como limitação, as informações coletadas revelam que há forte sensibilidade do público em relação ao preço, sugerindo que cafeterias que não equilibram custo e qualidade tendem a perder competitividade, o que se configura como um risco concreto para novos entrantes.

Na etapa de observação direta, em cafeterias locais e regionais, verificou-se a importância do ambiente diferenciado e do atendimento humanizado como fatores decisivos para a fidelização do cliente. Esse método contribuiu com *insights* práticos para a disposição do espaço e gestão do fluxo de clientes. Contudo, sua limitação está na amostra restrita de estabelecimentos e no recorte temporal, que pode não refletir toda a sazonalidade do setor.

A entrevista semiestruturada com gestor do segmento, por sua vez, forneceu informações aprofundadas sobre estratégias de diferenciação, evidenciando a relevância da identidade temática, da ambientação e da fidelização de clientes locais. Como ponto positivo, o método agregou experiência prática e visão de mercado. Sua limitação, entretanto, indica que a criação e manutenção de um espaço temático e diferenciado demandam investimentos elevados e contínuos, o que pode representar um desafio financeiro significativo para empreendimentos de pequeno porte.

Dessa forma, os resultados individuais de cada método permitem compreender o setor sob diferentes ângulos, oferecendo um panorama diversificado e consistente do mercado. A seguir, apresenta-se a análise integradora construída por meio da triangulação dos dados, que busca consolidar essas evidências em uma visão única sobre a viabilidade da Expresso Caiçara.

4.5.1 Triangulação de Dados

Para compreender de forma mais abrangente e confiável as dinâmicas de mercado que envolvem a abertura de uma cafeteria em Pontal do Paraná, adotou-se o método da triangulação de dados. Segundo Denzin (1978), a triangulação consiste na combinação de diferentes métodos de coleta de dados com o objetivo de aumentar a validade dos resultados, permitindo a confrontação e complementação das informações obtidas. Esse processo favorece uma visão mais integrada do fenômeno estudado, ao considerar diferentes perspectivas e fontes.

Neste trabalho, foram utilizados quatro procedimentos metodológicos distintos, a saber: pesquisa *survey*, análise de dados secundários, pesquisa de observação e entrevista semiestruturada com empreendedor do setor. O cruzamento dos resultados oriundos dessas abordagens possibilitou a identificação de padrões de comportamento, validação de tendências de consumo e compreensão aprofundada das preferências, desafios e oportunidades do mercado local.

O Quadro 3 a seguir apresenta uma síntese comparativa dos achados de cada metodologia, organizados de acordo com os objetivos específicos da pesquisa.

QUADRO 3 - TRIANGULAÇÃO DE DADOS DA PESQUISA DE MERCADO.

Objetivos	Pesquisa <i>Survey</i>	Análise de dados secundários	Pesquisa de observação	Entrevista
Identificar o perfil dos consumidores locais e sua propensão a frequentar cafeterias	77,62% dos respondentes frequentam cafeterias regularmente; Maioria do público tem entre 15 e 34 anos e recebe entre 1 e 3 salários mínimos, e menos que 1 salário mínimo.	Crescimento populacional de 45,43% entre 2010 e 2022 (IBGE, 2022); Forte influência do turismo sazonal.	O público predominante nas cafeterias analisadas eram jovens adultos e idosos, reforçando a tendência de segmentação por faixa etária.	O proprietário destacou que 98% dos clientes são moradores locais, com forte presença de pessoas da terceira idade.

QUADRO 3 - TRIANGULAÇÃO DE DADOS DA PESQUISA DE MERCADO.

Objetivos	Pesquisa <i>Survey</i>	Análise de dados secundários	Pesquisa de observação	Entrevista
Compreender os hábitos e preferências de consumo dos clientes	Caso atendesse a expectativa, 31,25% iriam à cafeteria mensalmente, 25% eventualmente e 21,88% diariamente. 79,28% utilizariam <i>delivery</i> se a qualidade do produto fosse mantida.	Avaliações do <i>Google Reviews</i> indicam que clientes valorizam atendimento, ambiente agradável e variedade de produtos, mas criticam preços elevados e tempo de espera.	Cafeterias com ambiente instagramável e acolhedor receberam melhores avaliações e apresentaram maior fluxo de clientes.	O entrevistado reforçou que o atendimento humanizado é um diferencial e que o público idoso busca um ambiente tranquilo.
Analisar a concorrência e identificar diferenciais competitivos	40,6% dos não frequentadores justificam a falta de cafeterias próximas como motivo para não consumir.	Poucas cafeterias especializadas em Pontal do Paraná; predominância de confeitarias tradicionais e padarias.	As cafeterias mais bem avaliadas apresentam ambientação única e produtos de alta qualidade.	O entrevistado destacou que sua cafeteria se diferencia pelo ambiente botânico e atendimento humanizado.
Identificar os desafios operacionais e estratégicos do empreendimento	Preço acessível é fator relevante na escolha da cafeteria, junto com qualidade dos produtos, atendimento, e infraestrutura aconchegante.	Custos operacionais elevados e sazonalidade da economia local podem impactar a estabilidade do negócio.	Algumas cafeterias analisadas apresentam dificuldades com atendimento e tempo de espera, resultando em avaliações negativas.	O entrevistado mencionou desafios na gestão de equipe e controle de estoque, além da adaptação ao fluxo de clientes.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

A partir do cruzamento das informações, é possível perceber que o público-alvo em Pontal do Paraná possui características específicas que precisam ser consideradas na proposta de valor do empreendimento. Predominam jovens adultos e pessoas da terceira idade, com renda média baixa, o que exige preços acessíveis e boa relação custo-benefício. A demanda reprimida, apontada por 40,6% dos não frequentadores devido à ausência de cafeterias próximas, revela uma oportunidade clara de ocupação de mercado.

Por outro lado, os dados também revelam desafios estruturais, como a sazonalidade da economia do turismo que é bastante relevante para o processo de geração de renda, a instabilidade no fluxo de clientes e o alto custo de insumos, especialmente em produtos como o café, que sofre com variações decorrentes de fatores climáticos e econômicos. A observação em campo e a entrevista com o empreendedor destacaram ainda a necessidade de qualificação da equipe e de investimentos em infraestrutura e padronização de atendimento.

Assim, a triangulação evidencia que o sucesso de uma nova cafeteria dependerá da criação de um ambiente diferenciado, atendimento de excelência, diversificação no cardápio e estratégias de fidelização, além de uma gestão financeira e operacional eficiente, preparada para lidar com a sazonalidade e custos variáveis.

5. PLANO DE NEGÓCIOS

5.1 CAPA

CAFETERIA EXPRESSO CAIÇARA



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.2 SUMÁRIO EXECUTIVO

A Expresso Caiçara é uma cafeteria de pequeno porte que será instalada no município de Pontal do Paraná, com o propósito de atender a uma demanda crescente por ambientes de consumo acolhedores, funcionais e que reflitam a identidade regional. Inspirada no estilo de vida litorâneo, a cafeteria unirá elementos contemporâneos e referências à cultura caiçara⁴ em seu espaço físico, ambientação e em algumas composições do cardápio.

O empreendimento oferecerá uma variedade de cafés tradicionais e especiais, bebidas geladas, salgados, bolos e doces, além de criações autorais com ingredientes locais, como o Expresso Cataia e o Expresso Caiçara. A cafeteria também contará com serviço de *delivery* e retirada, ampliando o alcance e a conveniência para os consumidores.

O público-alvo é composto principalmente por jovens e adultos a partir dos 25 anos, moradores da cidade e turistas, com destaque para a população economicamente ativa que busca um local confortável para trabalhar, estudar ou se reunir. A pesquisa de mercado revelou a valorização de cafeterias que oferecem conexão *Wi-Fi*, promoções, bom atendimento e ambientação diferenciada, além de apontar interesse por serviços de entrega (79,28% dos respondentes).

Em relação à concorrência, verificou-se uma baixa presença de cafeterias em Pontal do Paraná, sendo o mercado local dominado por confeitarias tradicionais e padarias. Essa lacuna representa uma oportunidade clara de inserção para um empreendimento com proposta inovadora e foco em experiência do consumidor.

O diferencial competitivo da Expresso Caiçara está fundamentado na valorização da cultura local, na oferta de produtos artesanais e autorais, na criação de um ambiente acolhedor e sensorial, além do atendimento personalizado, que visa promover experiências que vão além do consumo de café, fortalecendo o vínculo com os clientes.

⁴ O termo *caiçara* refere-se tradicionalmente aos povos que habitam o litoral sudeste e sul do Brasil, especialmente nas regiões costeiras dos estados de São Paulo, Paraná e sul do Rio de Janeiro. Sua cultura é marcada por práticas artesanais, pesca tradicional, culinária típica e forte relação com o meio ambiente e a vida comunitária (GODOI, 2004).

No que diz respeito à viabilidade financeira, o plano demonstra que o negócio é economicamente sustentável e apresenta resultados positivos já no primeiro ano no cenário realista, com potencial de crescimento ao longo dos anos. As projeções financeiras indicam um retorno atrativo sobre o investimento, equilíbrio entre custos e receitas e uma margem de lucratividade consistente, mesmo considerando as oscilações sazonais da região. Nesse mesmo sentido, os resultados da pesquisa de mercado confirmam a aderência da proposta ao perfil do público, ao apontar consumidores habituados a frequentar cafeterias e que valorizam fatores como ambiente acolhedor, atendimento cordial e variedade de produtos. Em conjunto, os achados mercadológicos e as projeções financeiras demonstram que a Expresso Caiçara reúne condições sólidas para se inserir de forma competitiva e sustentável no mercado local.

5.3 APRESENTAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

A Expresso Caiçara é uma empresa do segmento de comercialização de bebidas à base de café, além de outras bebidas, salgados, doces, bolos e itens autorais, oferecidos dentro de uma estrutura de cafeteria. Localizado na Rodovia Engenheiro Darci Gomes de Moraes, principal via que liga todo o município de Pontal do Paraná, a cafeteria tem como proposta unir experiência gastronômica, valorização da cultura local e um ambiente acolhedor, que ofereça bem-estar e conexão aos seus clientes.

A estrutura legal da empresa (Quadro 4) está organizada na forma de uma sociedade empresária limitada, composta por três sócios, que possuem participações iguais no capital social, visto que cada um aportou o valor de R\$10.000,00 (dez mil reais), totalizando um capital social de R\$30.000,00 (trinta mil reais). Esse valor foi integralizado em moeda corrente nacional e representa os recursos próprios dos sócios destinados à abertura do empreendimento.

Além desse montante, a empresa contará com um financiamento adicional no valor de R\$40.000,00 (quarenta mil reais), obtido por meio de empréstimo bancário pelo programa Banco da Mulher Paranaense, visando complementar os recursos necessários para investimento em estrutura, equipamentos e capital de giro.

O setor de atividade é classificado como serviços, considerando que a principal atividade é a comercialização de bebidas, alimentos e experiências gastronômicas dentro do ambiente da cafeteria. A empresa será enquadrada no regime tributário do Simples Nacional, o que permite a simplificação no recolhimento dos impostos e contribuições, adequado ao porte e à atividade desenvolvida.

A razão social do empreendimento será Expresso Caiçara Cafeteria Ltda., enquanto o nome fantasia será Expresso Caiçara, situada no município de Pontal do Paraná – PR, com previsão de início das atividades em janeiro de 2026.

Como sociedade limitada, os sócios possuem responsabilidade restrita ao valor de suas cotas, sem comprometer o patrimônio pessoal, salvo nos casos previstos em lei. A gestão será realizada de forma conjunta pelos três sócios, considerando que todos possuem 33,33% de participação no capital social, bem como direitos e deveres equivalentes na condução do negócio.

QUADRO 4 - ESTRUTURA LEGAL DO EMPREENDIMENTO

DESCRIÇÃO DA EXIGÊNCIA CIVIL	ENQUADRAMENTO DA EMPRESA
Setor de Atividade	Serviços
Forma Jurídica	Sociedade Empresária Limitada
Enquadramento Tributário	Simples Nacional
Fonte de Recursos	Capital Próprio e Recursos de Sócios
Número de Sócios	Três
Razão Social	Expresso Caiçara Cafeteria Ltda.

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.3.1 Missão

Na Expresso Caiçara, nossa missão é oferecer cafés especiais de alta qualidade, preparados com grãos de origem paranaense e ingredientes locais do litoral do Paraná, realçando os sabores únicos da nossa região. Além disso, queremos proporcionar um ambiente acolhedor e confortável, oferecendo uma experiência autêntica que celebra a cultura caiçara e a paixão pelo café.

5.3.2 Visão

Ser reconhecida e lembrada como a cafeteria que une a paixão por um bom café à identidade caiçara, refletindo a essência do litoral paranaense. Proporcionando sabores autênticos e um ambiente acolhedor, moderno e com identidade local.

A Expresso Caiçara será um espaço onde as pessoas estão conectadas aos sabores da nossa terra. Nossa visão é permanecer na memória afetiva de quem nos visita, por meio do paladar, das sensações, e da experiência de estar em um lugar que celebra o café e os ingredientes locais, destacando os sabores genuínos e frescos que representam a riqueza da nossa região.

5.3.3 Valores

A Expresso Caiçara trabalhará com base na valorização da cultura regional, utilizando ingredientes e produtos do litoral do Paraná, para garantir autenticidade e conexão. Para alcançar esse objetivo, a cafeteria atuará sob princípios de ética, respeito, inclusão, bem-estar, hospitalidade e sustentabilidade. Pautadas na transparência e na valorização da diversidade.

5.4 PLANO DE *MARKETING*

O plano de *marketing* é uma ferramenta estratégica fundamental para orientar as ações de uma empresa em relação ao mercado, aos clientes e à concorrência. De acordo com

Kotler e Keller (2012, p. 55), “ Um plano de *marketing* é um documento escrito que resume o que o profissional de *marketing* sabe sobre o mercado e que indica como a empresa planeja alcançar seus objetivos. Contém diretrizes táticas para os programas de *marketing* e para a alocação de fundos ao longo do período de planejamento.”

No caso da cafeteria Expresso Caiçara, as estratégias de *marketing* foram elaboradas de forma a alinhar a proposta do negócio com o estilo de vida e os hábitos de consumo das pessoas que vivem ou visitam Pontal do Paraná. A partir da observação das preferências locais, da valorização da identidade regional e da leitura atenta das tendências de consumo, o plano de *marketing* serve como guia para posicionar a marca de forma autêntica e relevante no mercado.

Entre os principais pontos a serem definidos estão o público-alvo, o *mix* de produtos, os canais de distribuição, os preços praticados e as estratégias de promoção. Todos esses elementos compõem os chamados 4 Ps do *marketing* (produto, preço, praça e promoção), conceito clássico que continua sendo uma base sólida para a construção de negócios sustentáveis (Kotler e Keller, 2012).

5.4.1 Descrição dos produtos

No que se refere aos produtos e serviços que serão disponibilizados na cafeteria, podemos contar com um *mix* de produtos selecionados, com base na pesquisa de *marketing*, preferências dos consumidores locais e tendências nacionais de consumo de café.

O cardápio (Figura 5) do empreendimento foi estruturado de forma a garantir a diversificação, originalidade e valorização dos sabores regionais, atendendo aos diferentes momentos de consumo. O portfólio de produtos pode ser classificado em cinco grandes grupos:

- Bebidas à base de café: opções tradicionais como expresso; mocha; café coado e suas variações, quentes e geladas.
- Bebidas alternativas: Sodas italianas; chás gelados; sucos naturais e refrigerantes, pensadas para atender públicos não adeptos à cafeína.

- Salgados: linha de salgados assados e fritos; croissants, *toasts*, empadão, pão de queijo com e sem recheio, produzidos por empresas terceirizadas.
- Bolos e doces: Bolos tradicionais como de fubá, laranja, chocolate, entre outros, que poderiam ser variados diariamente, e alguns bolos mais elaborados, com recheios, como brigadeiro; *red velvet*; 4 leites com geleia de frutas vermelhas, e tortas variadas. Todos eles poderão ser comprados por fatia em porção individual ou inteiro por encomenda.
- Produtos sazonais e autorais: o empreendimento também irá incorporar itens especiais no cardápio de forma rotativa, adaptando-se às estações do ano e datas comemorativas, com o intuito de manter o interesse do cliente e fomentar novos clientes. Além de criações exclusivas como o Expresso Cataia (expresso, gelo e cataia, planta nativa da região) e o Expresso Caiçara (expresso, leite, caramelo de banana artesanal e finalizado com canela).

FIGURA 5 - CARDÁPIO

Cardápio

CAFETERIA

Cafés Quentes

EXPRESSO R\$7

Café 100% arábica de extração curta, encorpado e com aroma marcante.

EXPRESSO CAIÇARA R\$14

Expresso, leite vaporizado, caramelo de banana artesanal, finalizado com canela.

CAPPUCINO R\$11

Expresso, leite vaporizado com espuma cremosa.

MOCHA R\$12

Expresso, leite vaporizado e calda de chocolate, com cobertura de chantilly.

MOCHA CARAMELO R\$12

Expresso, leite vaporizado e calda de caramelo, com cobertura de chantilly.

CAFÉ COADO R\$7

Café filtrado na hora, com moagem média e sabor equilibrado. Preparado no método tradicional.

EXPRESSO
CAIÇARA

***Preços são meramente ilustrativos. O preço final pode variar de acordo com o tamanho e a disponibilidade dos produtos.

Cardápio

CAFETERIA

DOCES

FATIA BOLO CASEIRO R\$8

FATIA BOLO CASEIRO COM COBERTURA R\$10

FATIA BOLO RECHEADO R\$12

FATIA BOLO RECHEADO GOURMET R\$16

*Consultar sabores disponíveis.

FATIA CAIÇARA R\$10

Bolo de mandioca com calda de catia e coco.

FATIA ANTONINA R\$10

Bolo de bananas com farofa de pinhão.

CROISSANT DE CHOCOLATE R\$12

ÉCLAIR DE CHOCOLATE R\$20

ÉCLAIR DE CAFÉ R\$22

EXPRESSO
CAIÇARA

***Preços são meramente ilustrativos. O preço final pode variar de acordo com o tamanho e a disponibilidade dos produtos.

Cardápio

CAFETERIA

Cafés Gelados

CAFÉ GELADO R\$8

Café extraído e resfriado, servido com gelo.

EXPRESSO CATAIA R\$14

Café extraído e resfriado, batido com Catia (bebida alérgica regional).

FRAPPUCCINO R\$12

Expresso, leite e gelo, bebida até atingir textura cremosa.

FRAPPUCCINO DE CHOCOLATE R\$13

Expresso, leite, calda de chocolate e gelo. Finalizado com chantilly e calda de chocolate.

FRAPPUCCINO DE CARAMELO R\$13

Expresso, leite, calda de caramelo e gelo. Finalizado com chantilly e calda de caramelo.

AFFOGATO R\$14

Expresso quente servido sobre uma bola de creme.

EXPRESSO
CAIÇARA

***Preços são meramente ilustrativos. O preço final pode variar de acordo com o tamanho e a disponibilidade dos produtos.

Cardápio

CAFETERIA

SUCOS

SUCO DE LARANJA R\$9,00

SUCO COM ÁGUA R\$8,00

SUCO COM LEITE R\$9,00

SABORES: MORANGO, FRUTAS VERMELHAS, ABACAXI, COM HORTÉLA, ABACAXI, MARACUJÁ.

*CONSULTAR DISPONIBILIDADE.

OUTRAS BEBIDAS

REFRIGERANTE LATA R\$6,00

*Consultar sabores disponíveis.

ÁGUA SEM GÁS R\$3,00

ÁGUA COM GÁS R\$3,00

CHÁ GELADO R\$8,00

Chá mate leão batido com limão.

EXPRESSO
CAIÇARA

***Preços são meramente ilustrativos. O preço final pode variar de acordo com o tamanho e a disponibilidade dos produtos.

Cardápio

CAFETERIA

SALGADOS

COXINHA DE FRANGO C/ RIQUEIJÃO R\$9

COXINHA DE COSTELA R\$10

COXINHA BLUMENAU R\$10

BOLINHO DE CARNE R\$9

EMPADÃO R\$15

ASSADOS R\$7

Consultar sabores disponíveis

PÃO DE QUEIJO R\$5

PÃO DE QUEIJO RECHEADO R\$9

Consultar sabores disponíveis

PÃO DE BATATA R\$9

TOAST & CROISSANT

CROISSANT R\$10

CROISSANT DE PISTACHE R\$23

CROISSANT RECHEADO R\$19

TOAST CLÁSSICA R\$12

TOAST CAPRESE R\$16

EXPRESSO
CAIÇARA

***Preços são meramente ilustrativos. O preço final pode variar de acordo com o tamanho e a disponibilidade dos produtos.

FONTE: Elaborado pelos autores (2025).

5.4.2 Diferenciação e vantagens competitivas

A partir dos dados obtidos na pesquisa de mercado, observou-se que os consumidores locais valorizam ambientes acolhedores, com acesso à conexão *Wi-Fi*, cardápios variados e produtos de qualidade, além de vantagens como promoções e descontos. Atenta a essas preferências, a cafeteria propõe não apenas a venda de cafés e alimentos, mas a criação de uma experiência de consumo que alie qualidade, conveniência e identidade.

A Expresso Caiçara buscará se diferenciar no mercado local combinando uma proposta contemporânea de cafeteria com a valorização da cultura do litoral paranaense. O

ambiente será projetado para ser acolhedor, moderno e conectado às raízes regionais, criando uma atmosfera única que atenda tanto moradores quanto turistas.

A diversificação do cardápio, a integração de práticas sustentáveis, a ambientação cultural e o atendimento humanizado serão os principais elementos de diferenciação. A atuação no sistema de *delivery* e retirada também representa um diferencial estratégico, pois atende à demanda por praticidade e amplia o alcance do negócio.

Ações táticas com vistas à construção de Vantagens Competitivas:

- Selecionar e utilizar cafês especiais de marcas regionais do Paraná;
- Valorizar e utilizar produtos típicos da região, como a banana e a cataia;
- Trabalhar com fornecedores da região sempre que possível, para fortalecer a economia regional e garantindo frescor dos produtos;
- Garantir acesso *Wi-Fi* de qualidade e tomadas acessíveis para atender estudantes e profissionais em trabalho remoto;
- Investir continuamente na capacitação da equipe para um atendimento humanizado e personalizado;
- Combos de bebida e acompanhamento com melhores valores
- Variar o cardápio com produtos sazonais e autorais, mantendo o interesse dos clientes;
- A estrutura física do empreendimento contará com lixeiras específicas para a separação de resíduos (orgânicos, recicláveis e rejeitos).
- Utilização de embalagens biodegradáveis para entrega e retirada dos produtos.
- Reaproveitamento de resíduos orgânicos, como a borra de café e cascas de frutas, será implementado na forma de compostagem ou doação a produtores locais, quando possível.
- Monitorar e ajustar sistematicamente o nível de satisfação dos clientes por meio de *feedbacks* e avaliações.

5.4.3 Público alvo

O principal público-alvo do negócio é a população residente na cidade de Pontal do Paraná, cuja faixa salarial corresponde a três salários-mínimos ou mais, abrangendo tanto o sexo masculino quanto o feminino, com idade a partir dos 25 anos.

Entretanto, há outros subgrupos relevantes para a Expresso Caiçara, como os residentes secundários, tanto aqueles que frequentam na alta como na baixa temporada. Esse público contribui para a demanda por cafés especiais, como o café gelado, em razão das características climáticas e do perfil turístico da localidade.

Adicionalmente, outro grupo significativo para a cafeteria, considerando sua localização estratégica na Praia de Leste, são os moradores de cidades vizinhas, como Paranaguá e Matinhos, que costumam visitar ou até mesmo trabalhar em Pontal do Paraná.

5.4.5 Preço

O preço é um dos elementos fundamentais do *Mix de Marketing* (produto, preço, praça e promoção), exercendo papel central na troca de valor entre a empresa e o consumidor. De acordo com Kotler e Armstrong (2007), o preço pode ser compreendido como o valor monetário atribuído a um produto ou serviço, representando a soma que os consumidores estão dispostos a trocar pelos benefícios percebidos ao utilizá-lo. Para que essa troca ocorra de forma vantajosa para o negócio, a definição da estratégia de precificação deve levar em conta o valor percebido pelo cliente, os custos operacionais e o retorno financeiro esperado, especialmente em mercados com forte sazonalidade, como o de Pontal do Paraná.

O *ticket* médio da Expresso Caiçara foi estimado com base nos dados divulgados pela Agência Sebrae de Notícias (ASN), em estudo publicado por Eduardo Pereira (2023), que analisa os hábitos dos paranaenses em relação ao consumo de alimentos fora do lar. A pesquisa apresenta cinco tipos principais de refeição, mas, por se tratar de uma cafeteria, consideramos apenas três momentos compatíveis com nosso modelo de negócio: café da

manhã, almoço e café da tarde. A média de gasto nessas ocasiões ficou em torno de R\$45,00, valor considerado representativo do consumo da classe C.⁵

Para tornar essa estimativa mais realista e adaptada à realidade de Pontal do Paraná, município litorâneo de pequeno porte, foram aplicados fatores de ajuste por meio de proporções de consumo baseadas nas classes sociais: classe A (1,5×), classe B (1,25×), classe C (1×) e classes D–E (0,75×). Segundo o site Estatística Fácil (2025), o fator de ajuste é uma métrica utilizada em estatísticas e análises de dados para corrigir ou modificar resultados de um conjunto de dados, levando em consideração variáveis que podem influenciar a precisão dos resultados. Também foi aplicado um redutor de 10% para adequação ao contexto econômico local, cuja média salarial varia entre dois e três salários mínimos.

Para justificar a aplicação do redutor de 10% nos *tickets* médios estimados, considerou-se o contexto econômico específico de Pontal do Paraná, tendo em vista que o município é de pequeno porte e de perfil litorâneo. Segundo dados do IPARDES e IBGE referentes ao ano de 2021, o Produto Interno Bruto (PIB) per capita de Pontal do Paraná é de R\$22.903,00, valor significativamente inferior ao PIB per capita do estado do Paraná, que é de R\$47.422,00. Essa diferença expressiva indica uma capacidade econômica menor na região quando comparada à média estadual, justificando a necessidade de ajustar para baixo o *ticket* médio estimado a partir de referências mais amplas, visando refletir com maior precisão o poder de compra local. Com isso, os *tickets* médios ajustados ficaram em aproximadamente:

- R\$ 60,75 (classe A)
- R\$ 50,63 (classe B)
- R\$ 40,50 (classe C)
- R\$ 30,38 (classes D–E)

Esses valores guiarão as estratégias de precificação, definição do cardápio e campanhas promocionais, buscando alinhar o posicionamento da marca com o perfil do público local e estimular o aumento do consumo médio por cliente.

⁵ Segundo o Critério Brasil da ABEP (2022), as classes sociais são divididas com base em pontuação socioeconômica e renda média familiar mensal: Classe A (R\$ 21.826,74), B1 (R\$ 10.361,48), B2 (R\$ 5.755,23), C1 (R\$ 3.276,76), C2 (R\$ 1.965,87) e D-E (R\$ 900,60).

A cafeteria aceitará as seguintes formas de pagamento: dinheiro, cartões de débito e crédito (com possibilidade de parcelamento), PIX e carteiras digitais, proporcionando maior praticidade e comodidade aos clientes.

5.4.6 Distribuição

Para atender às diferentes formas de consumo e ampliar nosso alcance, a Expresso Caiçara contará com três canais de distribuições complementares:

- **Consumo no local:** Será uma das principais estratégias de distribuição adotadas pela cafeteria, com capacidade máxima de 27 pessoas, para consumo no local, com o objetivo de oferecer uma experiência diferenciada aos clientes. A unidade estará localizada na rodovia Engenheiro Darci Gomes de Moraes, no balneário Praia de Leste, uma área caracterizada pelo intenso fluxo de pessoas, pela presença da sede da Prefeitura do município e pela proximidade com cidades vizinhas. A escolha do local foi fundamentada nos resultados da nossa pesquisa *survey*, que revelou que 71,9% do público não frequentador apontou a ausência de cafeterias próximas ou na cidade como o principal motivo para não consumir esse tipo de serviço. Para atender a essa demanda, o espaço será projetado para ser acolhedor, oferecendo serviço de mesa e balcão, garantindo agilidade no atendimento e proporcionando uma atmosfera convidativa para encontros, estudos ou trabalho. Abaixo está ilustrado a localização estratégica da cafeteria, destacando seu acesso facilitado, visibilidade na região e acessibilidade.

FIGURA 6 - LOCALIZAÇÃO REFERENCIADA



Fonte: Prt SC retirado pelos autores no Google Maps (2025).

O imóvel escolhido está situado na rodovia que representa a principal via de acesso do município, nas proximidades de diversos estabelecimentos comerciais e em frente ao maior centro varejista local, o Laurita Center, o que caracteriza a presença de potenciais consumidores. O local também dispõe de estacionamento para dois carros e bicicletário (FIGURA 7).

FIGURA 7 - LOCALIZAÇÃO DA FRENTE DO IMÓVEL DO EMPREENDIMENTO



FONTE: Rorato Imóveis, 2025.

- Para viagem (To Go): Pedidos serão realizados diretamente no balcão, com embalagens sustentáveis e seguras que preservam a qualidade dos produtos. Podendo haver um espaço reservado para retirada rápida dos pedidos.
- A Expresso Caiçara oferecerá serviço de entrega exclusivamente por plataformas digitais parceiras, como *iFood* e Anota Aí. No *iFood*, o cadastro da empresa é feito diretamente pelo *site* informando CNPJ (ou CPF, no caso de MEI) e vinculando uma conta bancária ou optando pela Conta Digital *iFood*, as vendas são consolidadas em períodos de sete dias e os repasses ocorrem em até quatro semanas. Já na Anota Aí, o atendimento é totalmente automatizado via *WhatsApp*, por meio de um *chatbot* inteligente que responde dúvidas, envia o cardápio digital e registra os pedidos sem intervenção manual. Utilizamos embalagens apropriadas para preservar a integridade dos produtos durante o transporte e integramos todo o fluxo de pedidos ao nosso sistema interno, garantindo consistência na preparação e no despacho.

5.4.7 Promoção

Para dar voz à Expresso Caiçara e reforçar nosso vínculo com os clientes, vamos combinar estratégias tradicionais e digitais de forma integrada, alcançando quem passa na porta e quem está online

- **Redes sociais**

- Postagens regulares de fotos e vídeos que destaquem produtos, ambiente e bastidores.

FIGURA 8 - POSTAGENS RECORRENTES



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

- Ações interativas (enquetes, enquetes nos stories) para estimular o engajamento e colher *feedback*.

FIGURA 9 - AÇÕES INTERATIVAS



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

- **Parcerias com influenciadores locais**

- Convites para visita e degustação, com publicação espontânea nas redes de perfis que dialoguem com cultura regional e público jovem/adulto.
- Cartão Fidelidade exclusivo para seguidores, ampliando o alcance orgânico.
- Combos Promocionais , combos de bebida e acompanhamento (doce ou salgado).

FIGURA 10 - CARTÃO FIDELIDADE FRENTE E VERSO.



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

- **Comunicação visual na fachada**

- Identidade padronizada com cores, logo e mensagens de boas-vindas, atraindo clientes de passagem.
- Letreiro iluminado e vinis em vitrines para destacar promoções sazonais e produtos autorais.

- **Material impresso e adesivos**

- Adesivos com arte temática (logo e ilustrações locais) para distribuição gratuita e aplicação em embalagens, aumentando reconhecimento de marca (Figura 11).

FIGURA 11 - APLICAÇÃO DO ADESIVO NA EMBALAGEM



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

- Copos biodegradáveis personalizados com a logo (Figura 12).

FIGURA 12 - COPO BIODEGRADÁVEL PERSONALIZADO



FONTE: Figura elaborada pelos autores (2025).

Ao unir esses canais num planejamento contínuo, com ações alinhadas a datas comemorativas, estações do ano e novidades do cardápio, faremos com que a marca se

mantenha viva na lembrança de moradores e visitantes, criando um relacionamento duradouro.

5.5 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional descreve de forma detalhada os processos essenciais para o funcionamento da Expresso Caiçara, contemplando desde o atendimento ao cliente até o preparo dos produtos, a gestão de insumos e resíduos. Essa etapa é fundamental para garantir a padronização das atividades, a qualidade dos serviços prestados e a eficiência na utilização dos recursos disponíveis.

Segundo Dornelas (2018), a estruturação operacional de um empreendimento deve refletir sua proposta de valor a ser construída a partir de processos bem definidos, que assegurem o cumprimento de metas estratégicas e a satisfação do cliente. Neste contexto, o plano operacional da Expresso Caiçara foi desenvolvido com base nas diretrizes das boas práticas de manipulação, atendimento e sustentabilidade, assegurando conformidade com as normas sanitárias e ambientais vigentes.

Nesta seção serão apresentados os principais processos operacionais, incluindo as etapas de atendimento ao cliente, preparo dos produtos, organização física do espaço, controle de estoque e gestão de resíduos, além da estrutura organizacional e da equipe necessária. Esses elementos foram planejados para assegurar a eficiência das atividades, a qualidade dos serviços prestados e a consolidação do posicionamento da marca no modelo local.

5.5.1 Descrição dos processos produtivos

5.5.1.1 Atendimento ao cliente

O atendimento ao cliente será realizado de maneira humanizada e eficiente, respeitando o conceito da Expresso Caiçara de proporcionar uma experiência acolhedora e diferenciada. O fluxo de atendimento iniciará na recepção do cliente no balcão ou mesa,

seguida da apresentação do cardápio e orientação sobre os produtos e o pedido será realizado diretamente no balcão, mesa ou pelo aplicativo para *delivery*.

1. Acolhimento e recepção:

Os clientes são acolhidos por atendentes posicionados no balcão ou circulando pelo salão, com cordialidade e atenção. Os atendentes irão realizar serviço de mesa com apresentação do cardápio e sugestões.

2. Realização do pedido e operação de caixa:

O pedido será realizado diretamente na mesa ou balcão com auxílio do atendente. Ou *online* por plataformas de entrega. O sistema de vendas (software PDV) registrará todos os pedidos de forma integrada com o caixa e a cozinha. O pedido segue para produção mediante impressão automática da comanda na estação de preparo (café/cozinha).

3. Entrega do pedido e experiência de consumo:

O cliente retira o pedido no balcão de retirada ou é servido à mesa, conforme o modelo de atendimento adotado. Dessa forma, o *delivery* é entregue ao *motoboy*. A equipe permanece atenta à limpeza, retirada de pratos e suporte a qualquer necessidade do cliente. *Feedbacks* espontâneos poderão ser coletados diretamente pelos atendentes e registrados para futuras melhorias.

4. Pagamento:

O pagamento será realizado no momento do pedido para retirada ou entrega, e após o pedido para o consumo no local, podendo ser feito por: Dinheiro; Cartão de crédito/débito; PIX (QR Code). Após o pagamento, será emitido um comprovante com o número do pedido ou nome do cliente.

QUADRO 5 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: ATENDIMENTO AO CLIENTE

Etapa	Inputs	Transformações	Outputs
Acolhimento e recepção	Chegada do cliente Atendentes posicionados no salão ou balcão Cardápio físico ou digital	Atendimento Serviço de mesa Apresentação do cardápio	Cliente acolhido Informações do cardápio Clima de hospitalidade
Realização do pedido e operação de caixa	Escolha do pedido Atendimento ou plataforma online Sistemas de vendas	Pedido feito com auxílio do atendente ou online Registro no PDV Geração da comanda	Pedido registrado Comanda recebida na cozinha Início da produção
Entrega do pedido e experiência de consumo	Pedido pronto Funcionário de entrega (motoboy) e atendimento Ambiente limpo e organizado	Entrega do pedido e coleta de <i>feedback</i> Manutenção da limpeza	Pedido entregue <i>Feedback</i> registrados Conforto e bem-estar
Pagamento	Valor do pedido Formas de pagamento	Pagamento realizado Registro e emissão de comprovante	Pagamento concluído Comprovante emitido com registro e geração de nota fiscal

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

5.5.1.2 Preparação do café

A produção das bebidas à base de café é central para o negócio. Por isso, será conduzida por baristas treinados ou atendentes capacitados, utilizando equipamentos profissionais para garantir padronização, aroma e sabor consistentes.

Principais etapas:

1. Moagem dos grãos: Para cada tipo de bebida, será utilizada uma moagem específica, fresca, ajustada à pressão da máquina e ao tempo de extração.

2. Extração do expresso: Realizada em máquina profissional (semiautomática), regulada entre 9 a 11 bar, com tempo de extração entre 25 e 30 segundos.
3. Extração do coado: Utiliza-se filtro de papel descartável, suporte apropriado e moagem média, com fluxo contínuo de água quente, respeitando proporções padronizadas.
4. Montagem da bebida:
 - Leite vaporizado: Algumas bebidas tradicionais exigem o uso de leite vaporizado, como *cappuccinos*, *lattes* e *mochas*. Para isso, a cafeteria utilizará vaporizadores da máquina de expresso, garantindo a textura e temperatura ideal (entre 60°C e 70°C). Os colaboradores serão treinados para identificar o ponto certo do leite, diferenciando espuma densa (para cappuccino) da microespuma (para *latte art*⁶), de forma a manter a padronização e a qualidade das bebidas.
 - Cafés gelados: preparo com gelo, caldas, leite ou tônicas, com shake ou blendagem.⁷
 - A finalização das bebidas pode incluir *Latte art*, polvilho de canela, *chantilly*, caldas e outros elementos decorativos.
5. Limpeza periódica dos bicos de vapor, moedores e outros equipamentos.

QUADRO 6 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: PREPARAÇÃO DO CAFÉ

Etapa	Inputs	Transformações	Outputs
1. Moagem dos Grãos	Grãos de café, regulagem da moagem	Moagem específica para cada bebida, fresca, ajustada à pressão e tempo de extração	Café moído conforme método (expresso, coado etc.)

⁶ *Latte Art*: Técnica utilizada na finalização de bebidas à base de café com leite vaporizado, na qual o barista cria desenhos ou formas na superfície do café.

⁷ *Blendagem*: Processo de bater ou misturar os ingredientes (como café, gelo, leite, caldas ou tônica) em liquidificador ou *mixer*, até que a bebida atinja textura homogênea, cremosa ou aerada.

QUADRO 6 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: PREPARAÇÃO DO CAFÉ

Etapa	Inputs	Transformações	Outputs
2. Extração do Expresso	Café moído fino, água quente, máquina de expresso (9–11 bar)	Extração sob pressão, tempo controlado entre 25–30 segundos	Expresso com crema e qualidade padronizada
3. Extração do Coado	Café moído médio, filtro de papel, suporte, água quente	Passagem contínua da água, proporções padronizadas	Café coado equilibrado
4. Montagem da Bebida	Expresso/coado, leite, gelo, caldas, toppings, vaporizador, liquidificador	Vaporização do leite (60–70°C), blendagem, montagem decorativa (Latte Art, chantilly, canela etc.)	Bebida final pronta: quente ou gelada
5. Limpeza de Equipamentos	Bicos de vapor, moedores, utensílios, produtos de limpeza	Limpeza periódica e padronizada dos equipamentos após uso	Equipamentos higienizados e prontos para reutilização

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

5.5.1.3 Manuseio dos salgados

Os salgados farão parte do cardápio diário, com opções assadas e fritas. O manuseio seguirá os critérios da vigilância sanitária e práticas de segurança alimentar.

Fluxo operacional:

1. Armazenamento:

- Salgados congelados serão armazenados em *freezers*, com controle de validade;
- Salgados frescos ficarão em vitrines.

2. Aquecimento e finalização:

- Assados: aquecidos em forno elétrico.
- Fritos: preparados em fritadeiras elétricas com controle de temperatura.

3. Montagem e entrega: Os salgados serão servidos em pratos de porcelana, ou embalagens biodegradáveis para *delivery*.

QUADRO 7 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: MANUSEIO DE SALGADOS

Etapa	Inputs	Transformações	Outputs
Armazenamento	Salgados congelados, salgados frescos, freezer, vitrines, controle de validade	Congelamento adequado em freezers e exposição de frescos em vitrines	Salgados conservados corretamente, prontos para preparo
Aquecimento e Finalização	Salgados (congelados ou frescos), forno elétrico, fritadeira elétrica, controle de temperatura	Aquecimento no forno para assados ou fritura em fritadeira com temperatura controlada	Salgados prontos para consumo (assados ou fritos)
Montagem e Entrega	Salgados prontos, pratos de porcelana, embalagens biodegradáveis	Montagem em prato ou embalagem, conforme consumo local ou <i>delivery</i>	Salgado servido ao cliente com apresentação adequada

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

5.5.1.4 Preparação dos bolos

Na Expresso Caiçara, todos os bolos serão produzidos artesanalmente no local, utilizando ingredientes frescos, de qualidade e receitas padronizadas. A produção ocorrerá diariamente, garantindo frescor, diversidade e rotatividade no cardápio, com foco em bolos caseiros tradicionais e versões mais elaboradas com recheios e coberturas especiais.

1. Planejamento da produção:

- Será utilizado um quadro de produção para organizar os tipos e quantidades de bolos e prever os insumos necessários.

2. Separação dos ingredientes:

- O *mise in place* será feito conforme fichas técnicas, respeitando proporções e especificações. Os principais insumos incluem: Farinha de trigo, ovos, leite, açúcar, fermento químico, manteiga/margarina, óleo vegetal. Insumos específicos para bolos aromatizados (laranja, fubá, chocolate, coco etc.).

3. Preparo da massa:

- Os ingredientes são misturados em batedeiras industriais ou manuais, conforme o tipo do bolo. A massa é despejada em formas untadas e identificadas com o tipo de produto e horário de entrada no forno.

4. Assamento:

- Os bolos são assados em forno industrial elétrico com controle preciso de temperatura e tempo, variando entre 30 a 60 minutos. Após assamento, os bolos são colocados em superfícies gradeadas para resfriamento à temperatura ambiente.

5. Preparo de recheios e coberturas:

a) Recheios:

- Os recheios são preparados na cozinha de apoio, sob supervisão, com ingredientes como: Brigadeiro tradicional, cream cheese, geleias de frutas vermelhas, doce de leite, creme de leite condensado com coco, entre outros.
- São preparados previamente ou no mesmo dia, resfriados e armazenados em potes higienizados com etiqueta de validade. A manipulação segue padrões de higiene rigorosos, e cada tipo de recheio possui ficha técnica com quantidade exata para uso.

b) Coberturas:

- As coberturas utilizadas incluem ganache de chocolate, brigadeiro mole, caldas cítricas (laranja), leite condensado, chantilly, entre outras.

A aplicação é feita com espátulas ou manga de confeiteiro, conforme o tipo de

finalização. Em alguns bolos, utiliza-se também coco ralado, frutas frescas ou raspas de chocolate como complemento estético e gustativo.

6. Finalização e decoração:

- Após o resfriamento, os bolos são recheados (se necessário), cobertos e decorados com os elementos previstos no cardápio. As fatias individuais são cortadas e armazenadas em bandejas com película plástica ou caixas de exposição refrigeradas.

7. Armazenamento:

- Bolos com cobertura perecível (como chantilly ou recheios de frutas) serão armazenados sob refrigeração até o momento da venda.
- Bolos secos (ex. fubá, laranja) podem ser armazenados sob temperatura ambiente, devidamente embalados.

8. Higiene e segurança:

- Todos os procedimentos seguem as Boas Práticas de Fabricação (BPF), conforme exigido pela ANVISA.
- A equipe utiliza EPIs (touca, avental, luvas), e os utensílios passam por sanitização frequente.
- O descarte de resíduos é feito em lixeiras com tampa e pedal, e os restos orgânicos poderão ser reaproveitados para compostagem.

QUADRO 8 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: PREPARAÇÃO DOS BOLOS

Etapa	Inputs	Transformações	Outputs
Planejamento da produção	Quadro de produção Cardápio Previsão de vendas	Organização dos tipos e quantidades de bolos Previsão de insumos	Plano de produção diário definido Lista de insumos e quantidades

QUADRO 8 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: PREPARAÇÃO DOS BOLOS

Etapa	Inputs	Transformações	Outputs
Separação dos ingredientes	Fichas técnicas Ingredientes básicos (farinha, ovos, leite etc.) Ingredientes específicos (laranja, coco, chocolate etc.)	Pesagem e separação de ingredientes conforme fichas técnicas (mise en place)	Ingredientes organizados e prontos para uso
Preparo da massa	Ingredientes separados Batedeira industrial ou manual Formas untadas	Mistura dos ingredientes Identificação das formas com tipo e horário	Massa pronta em formas identificadas
Assamento	Massa em formas Forno industrial elétrico	Controle de temperatura e tempo de assamento (30–60 min) Resfriamento em superfícies gradeadas	Bolos assados e resfriados
Preparo de recheios	Ingredientes para recheios (brigadeiro, cream cheese, geleias etc.) Utensílios e recipientes higienizados	Cocção ou mistura dos recheios Resfriamento e armazenamento etiquetado	Recheios prontos, etiquetados e armazenados
Preparo de coberturas	Ingredientes para coberturas (ganache, caldas, chantilly etc.) Utensílios (espátulas, mangas de confeitiro)	Mistura das coberturas Aplicação conforme padrão estético e gustativo	Coberturas prontas para aplicação
Finalização e decoração	Bolos resfriados Recheios e coberturas preparados Elementos decorativos (coco, frutas frescas, raspas de chocolate etc.)	Recheio (se necessário), cobertura e decoração Corte de fatias individuais Embalagem em bandejas ou caixas de exposição refrigeradas	Bolos finalizados, decorados e embalados

QUADRO 8 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: PREPARAÇÃO DOS BOLOS

Etapa	Inputs	Transformações	Outputs
Armazenamento	Bolos finalizados Equipamentos de refrigeração Embalagens	Armazenamento sob refrigeração (bolos perecíveis) Armazenamento em temperatura ambiente (bolos secos)	Bolos devidamente armazenados conforme exigências sanitárias
Higiene e segurança	EPIs (touca, avental, luvas) Produtos de sanitização Lixeiras adequadas	Aplicação de Boas Práticas de Fabricação (BPF) Sanitização frequente de utensílios e ambientes Descarte correto e compostagem de resíduos	Ambiente limpo e seguro Equipe protegida e resíduos descartados de forma correta

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

5.5.1.5 Processo de gestão de estoque

O controle de estoque será diário e monitorado por sistema informatizado, contratado em modelo de assinatura, que permite a classificação por tipo de produto (secos, refrigerados, congelados) e critérios de segurança alimentar.

Etapas de gestão:

1. Recebimento: Conferência de notas, validade, aspecto e temperatura dos produtos perecíveis.
2. Armazenagem: Produtos secos em prateleiras bem ventiladas; Perecíveis com etiquetagem e datas; Freezers e geladeiras com termômetro digital.
3. Controle de consumo: A baixa automática de estoque será realizada via integração do sistema com as fichas técnicas.
4. Inventário: Quinzenal, com controle de perdas, vencimentos e ajustes de estoque mínimo e máximo.

QUADRO 9 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: ESTOQUE

Etapa	Inputs	Transformações	Outputs
Recebimento	Produtos entregues Notas fiscais Equipamentos para aferição (termômetro, etc.)	Conferência de notas Verificação de validade, aspecto e temperatura dos perecíveis	Produtos aceitos ou devolvidos Registro atualizado no sistema
Armazenagem	Produtos conferidos Prateleiras ventiladas Freezers/geladeiras com termômetro Etiquetas	Organização dos produtos: - Secos em prateleiras - Perecíveis etiquetados e armazenados com controle de temperatura	Produtos devidamente armazenados conforme categoria e normas de segurança alimentar
Controle de consumo	Fichas técnicas Sistema informatizado de estoque	Integração automática: - Registro de saída conforme consumo na produção	Estoque atualizado em tempo real Controle de consumo por produto
Inventário	Estoque físico Planilhas ou sistema de inventário	Contagem quinzenal Verificação de perdas, vencimentos e ajustes de estoque mínimo/máximo	Inventário atualizado Identificação de perdas e correções necessárias

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

5.5.1.6 Processo de resíduos sólidos

A gestão de resíduos será estruturada de acordo com a PNRS – Política Nacional de Resíduos Sólidos, promovendo sustentabilidade e adequação ambiental.

Fluxo e controle:

1. Segregação:

- Orgânicos (restos de alimentos, borra de café).
- Recicláveis (vidros, latas, embalagens limpas).
- Rejeitos (guardanapos usados, isopor contaminado).

2. Coleta seletiva: Lixeiras coloridas para separação correta.

3. Destino final:

- Orgânicos: encaminhados a cooperativas⁸.
- Recicláveis: recolhidos por coleta pública ou recicladores parceiros.
- Rejeitos: descartados conforme calendário de coleta local.

QUADRO 10 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: DE RESÍDUOS SÓLIDOS

Etapa	Inputs	Transformações	Outputs
Segregação	Resíduos gerados (orgânicos, recicláveis, rejeitos) Lixeiras coloridas	Separação dos resíduos por tipo: - Orgânicos (restos de alimentos, borra de café) - Recicláveis (vidros, latas, embalagens limpas) - Rejeitos (guardanapos usados, isopor contaminado)	Resíduos segregados corretamente (orgânicos, recicláveis, rejeitos)
Coleta seletiva	Resíduos segregados Equipe treinada	Armazenamento temporário em recipientes próprios até a coleta	Resíduos organizados e prontos para coleta
Destino final - Orgânicos	Resíduos orgânicos segregados Parcerias com cooperativas (se viável)	Compostagem interna ou envio a cooperativas	Resíduos orgânicos reaproveitados como adubo ou corretamente destinados
Destino final - Recicláveis	Resíduos recicláveis segregados Parcerias com recicladores ou coleta pública	Transporte para centros de reciclagem	Materiais recicláveis encaminhados para reciclagem

⁸ Resíduos orgânicos — São restos de alimentos e materiais biodegradáveis, como borra de café, cascas de frutas e resíduos de preparação. Esses materiais são destinados a cooperativas locais para processos de compostagem, reciclagem orgânica ou transformação em adubo, contribuindo para a redução de resíduos em aterros sanitários e promovendo a sustentabilidade ambiental.

QUADRO 10 - PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO: DE RESÍDUOS SÓLIDOS

Etapa	Inputs	Transformações	Outputs
Destino final - Rejeitos	Resíduos não recicláveis segregados Calendário de coleta municipal	Descarte conforme normas locais	Rejeitos descartados ambientalmente de forma correta

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

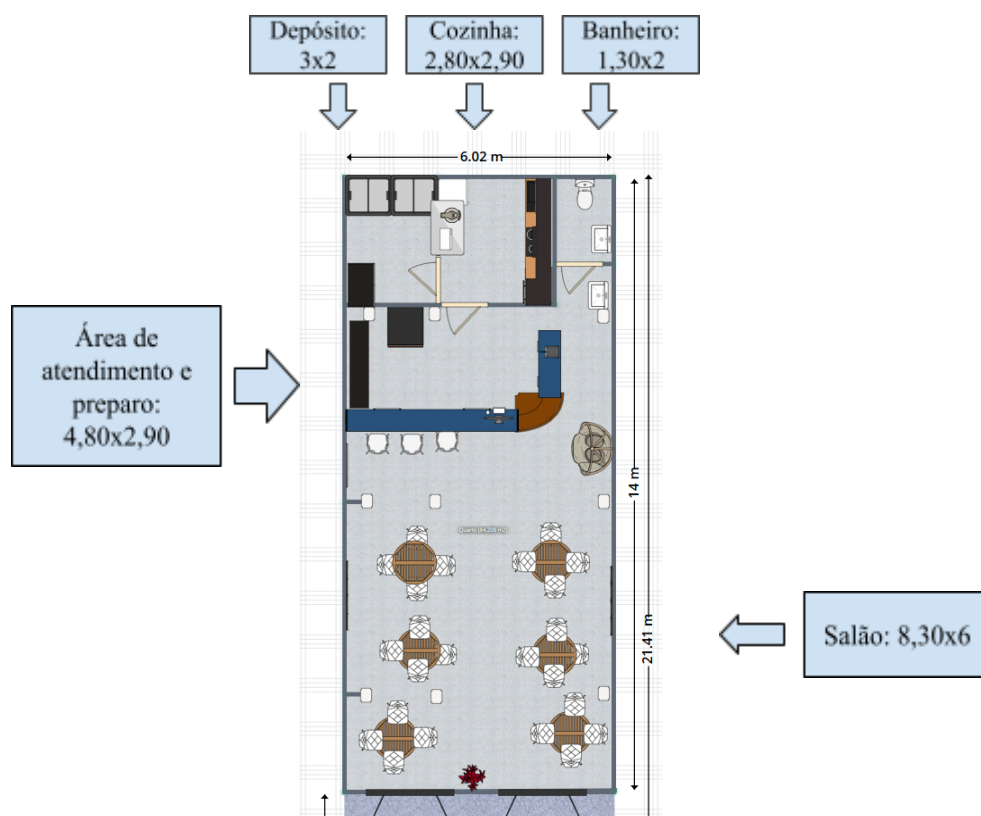
5.5.2 Arranjo físico

O Arranjo Físico da Expresso Caiçara foi planejado para otimizar totalmente a área útil do imóvel, que possui dimensões de 6 x 14 metros, totalizando 84 m². Localizado na área urbana de Pontal do Paraná, na Rodovia Engenheiro Darci Gomes de Moraes, o estabelecimento encontra-se inserido na Zona Residencial 2 (ZR2), conforme definido pelo Plano Diretor Municipal (2017). Essa zona permite o exercício de atividades comerciais e de prestação de serviços classificados como Vicinal Tipo 1, o que legitima a implantação e operação do negócio no local, alinhando-se às diretrizes urbanísticas do município.

Para nortear a análise do arranjo físico da Cafeteria Expresso Caiçara, apresenta-se abaixo a planta baixa elaborada no *Planner 5D* na versão 2D, 3D, e 3D do estacionamento (FIGURA 13). O projeto, distribuído ao longo dos 6,00 m × 14,00 m do espaço do imóvel, apresenta uma configuração linear que favorece a funcionalidade do espaço. À frente, localiza-se o salão principal (8,30 m × 6,00 m), que acomoda 27 assentos e 6 mesas, proporcionando um ambiente confortável aos frequentadores e ergonomicamente adequado aos colaboradores. Ao fundo, a cozinha (2,80 m × 2,90 m) ocupa a posição central, sendo ladeada, à esquerda, pelo depósito (3,00 m × 2,00 m) e, à direita, pelo sanitário (1,30 m × 2,00 m), com acesso destinado tanto aos clientes quanto aos funcionários. Entre o salão e os ambientes de apoio, localiza-se a área de atendimento e preparo (4,80 m × 2,90 m), que otimiza a integração entre produção e serviço. Todo o layout foi desenvolvido em

conformidade com as normas da Vigilância Sanitária, garantindo fluidez no fluxo de pessoas e processos.

FIGURA 13 - PLANTA BAIXA DA CAFETERIA EXPRESSO CAIÇARA



Fonte: Elaborado pelos autores no aplicativo Planner 5D.

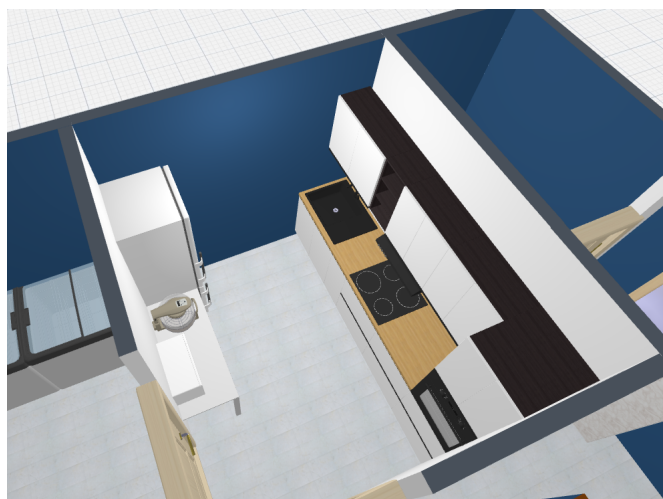
5.5.2.1 Balcão de Atendimento e Preparo

Posicionado entre o salão e a área de preparo e possuindo (4,80 m × 2,90 m), o balcão é largo e curvo funcionará como elo de interação entre equipe e público. Além de abrigar a máquina de café profissional, e a estufa de salgados, ele integra bancadas e utensílios necessários à montagem ágil de pedidos, servindo também como divisor funcional dos ambientes.

5.5.2.2 Cozinha, depósito e banheiro

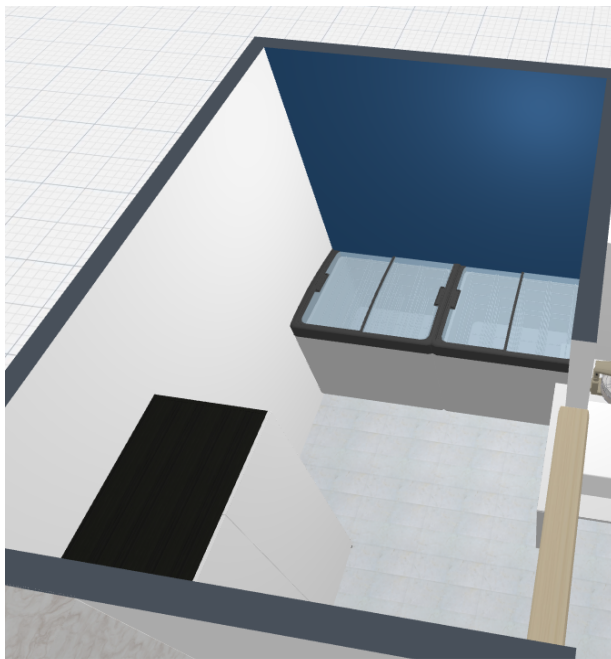
Imediatamente atrás do balcão está a cozinha principal medindo (2,80 m × 2,90 m) sendo utilizada para preparação de salgados, e produção de bolos. Anexo a essa área, na parte esquerda, um depósito medindo 3,00 m × 2,00 m foi dimensionado para armazenar insumos congelados e perecíveis, embalagens e materiais de limpeza, garantindo organização e minimizando deslocamentos. À direita do espaço, e nos fundos da área medindo (1,30 m × 2,00 m), encontra-se o banheiro funcional unissex (vaso sanitário e lavatório), de uso da equipe e clientes e em conformidade com as normas da Vigilância Sanitária e da legislação trabalhista.

FIGURA 14 - COZINHA - VERSÃO 3D



Fonte: Elaborado pelos autores no aplicativo *Planner 5D* (2025).

FIGURA 15 - DEPÓSITO - VERSÃO 3D



Fonte: Elaborado pelos autores no aplicativo *Planner 5D* (2025).

FIGURA 16 - BANHEIRO E PIA EXTERNA - VERSÃO 3D



Fonte: Elaborado pelos autores no aplicativo *Planner 5D* (2025).

5.5.2.3 Espaço Instagramável

O negócio também contará com um espaço instagramável, no qual haverá um painel da Expresso Caiçara em madeira ripada, vasos com plantas, cadeira suspensa e iluminação direcionada, criando um fundo atraente para fotos. Localizado próximo ao balcão, estimula o engajamento nas redes sociais e fortalece a presença digital (Figura 17).

FIGURA 17 - REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO INSTAGRAMÁVEL



Fonte: Elaborado pelos autores através de Inteligência Artificial - *OpenAI* (2025).

5.5.2.4 Maquinário e equipamentos

A Expresso Caiçara contará com diversos equipamentos e mobiliários essenciais para o funcionamento eficiente da cafeteria. Na cozinha, haverá mesa e prateleiras de inox ou mármore, forno elétrico, fogão 4 bocas, refrigerador, freezer (vertical e horizontal), micro-ondas, moinho de café profissional, fritadeira, batedeira planetária, liquidificador

industrial e chaleira elétrica. Para o atendimento e mobiliário, o projeto inclui balcão refrigerado, vitrine de vidro, estufa de salgados, balcão de atendimento e caixa, mesa de canto com banco, mesa alta suspensa com banquetas, além de utensílios de cozinha e decoração temática. Na área de sistemas e administração, serão utilizados sistema de gestão implantado, impressora de pedidos e computador ou notebook. É importante destacar que, na planta 3D apresentada, nem todos esses equipamentos estão representados, pois o desenho é uma representação esquemática com recursos limitados. Dessa forma, a planta oferece uma visão aproximada da organização do espaço, enquanto a quantidade e variedade completa dos equipamentos previstos estarão efetivamente disponíveis para garantir a operação eficiente da cafeteria.

5.5.2.5 Decoração - Versão 3D.

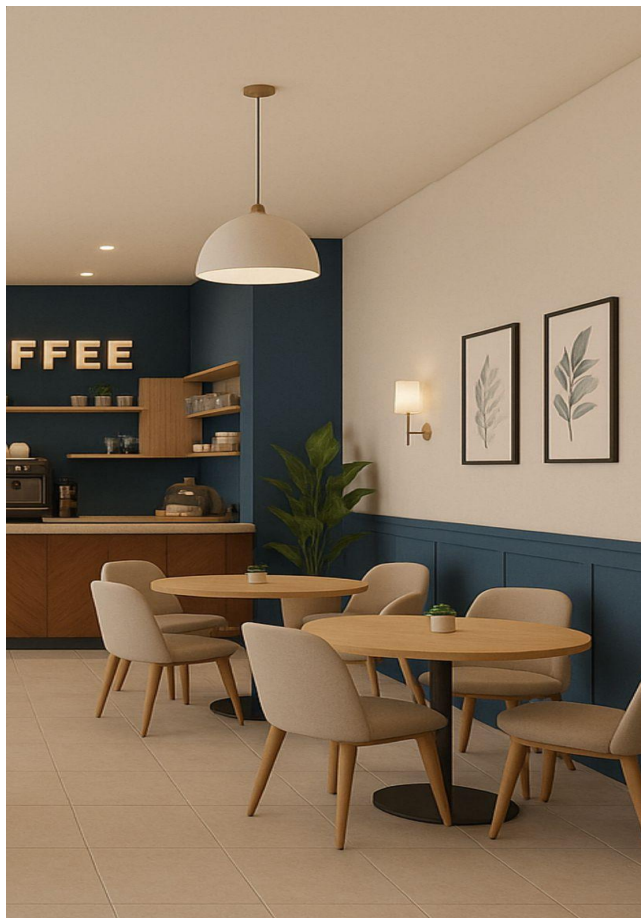
A seguir, apresenta-se a imagem da decoração planejada para a Expresso Caiçara, o projeto de ambientação foi desenvolvido com base na proposta da marca, que busca integrar modernidade e identidade regional.⁹

O ambiente é moderno, com uso de elementos naturais como madeira e cores terrosas, aliados a detalhes contemporâneos. A cor azul, utilizada de forma estratégica, remete ao mar e reforça a conexão com a temática litorânea. A composição foi planejada para oferecer conforto visual e funcionalidade, contribuindo para uma experiência agradável ao cliente (Figura 18).

A decoração incluirá obras de artistas locais e referências visuais à paisagem do litoral paranaense, de modo a fortalecer o vínculo com a cultura regional. O espaço foi planejado para ser acolhedor e versátil, atendendo diferentes perfis de público, como turistas, moradores, estudantes e profissionais, e de diferentes classes sociais.

⁹ Cabe destacar que, com base nessas premissas, a Figura 18 foi produzida com o auxílio de ferramenta de Inteligência Artificial, seguindo os critérios definidos na proposta da pesquisa (CHOI; LEE, 2020; SEBRAE, 2023).

FIGURA 18 - ÁREA INTERNA COM DISPOSIÇÃO DAS MESAS



Fonte: Elaborado pelos autores através de Inteligência Artificial - *OpenAI* (2025).

5.5.2.6 Planta baixa do espaço interno - versão 3D

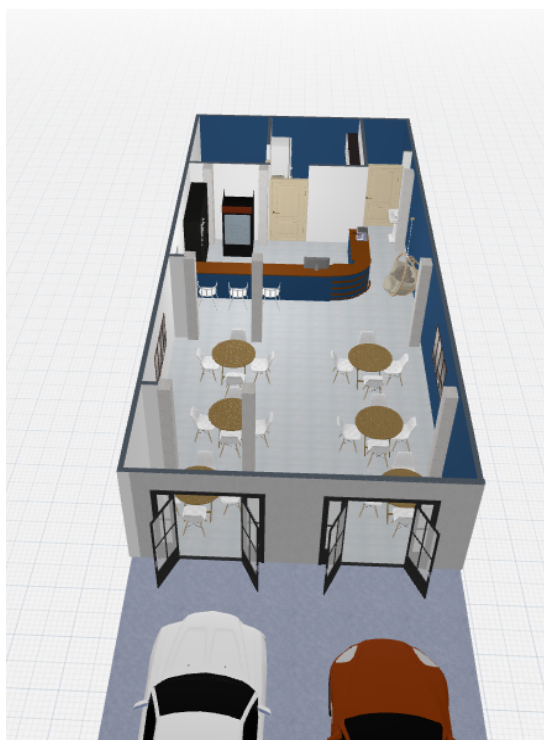
A visão tridimensional, gerada no Planner 5D, permite perceber o volume interno, as alturas de pé-direito e a interação entre mobiliário e acabamentos. Nesta perspectiva, observa-se a disposição das mesas e cadeiras, o posicionamento do balcão curvo, a localização das portas de entrada, além da distribuição dos ventiladores de teto. O modelo 3D contribui para validar ergonomia, conforto visual e coesão estética, reforçando a proposta funcional e acolhedora da Expresso Caiçara.

FIGURA 19 - ESPAÇO INTERNO DO SALÃO PRINCIPAL COM DISPOSIÇÃO DAS MESAS - VERSÃO 3D



Fonte: Elaborado pelos autores no aplicativo *Planner 5D* (2025).

FIGURA 20 - FRENTE E ESPAÇO INTERNO - VERSÃO 3D



Fonte: Elaborado pelos autores no aplicativo *Planner 5D* (2025).

5.5.2.7 Estacionamento e fachada.

A ilustração do estacionamento, também elaborada no Planner 5D, mostra duas vagas demarcadas em frente ao imóvel, permitindo o estacionamento simultâneo de dois veículos. Não é permitido estacionamento na rua em frente ao estabelecimento, portanto os clientes contam apenas com essas duas vagas exclusivas do próprio comércio, além das vagas disponíveis em estabelecimentos vizinhos.¹⁰ O acesso é feito diretamente pela Rodovia Engenheiro Darci Gomes de Moraes, garantindo conveniência e segurança aos clientes. Esse espaço atende às boas práticas de mobilidade e acrescenta valor ao empreendimento, facilitando o fluxo de entrada e saída de visitantes. Abaixo, também consta a representação da fachada em 3D,¹¹ oferecendo uma visualização mais realista e moderna do projeto arquitetônico do estabelecimento.

FIGURA 21 - ESTACIONAMENTO 3D DO NEGÓCIO



Fonte: Elaborado pelos autores no aplicativo *Planner 5D* (2025).

¹⁰ Reconhece-se que a limitação de vagas de estacionamento pode representar uma barreira ao acesso de clientes que utilizam automóveis, especialmente em horários de pico. Essa restrição foi considerada no planejamento estratégico do negócio, com a intenção de mitigar seus impactos por meio de parcerias com estabelecimentos vizinhos e incentivo ao uso de transporte alternativo.

¹¹ Cabe destacar que, com base nessas premissas, a Figura 22 foi produzida com o auxílio de ferramenta de Inteligência Artificial, seguindo os critérios definidos na proposta da pesquisa (CHOI; LEE, 2020; SEBRAE, 2023).

FIGURA 22 - FACHADA



Fonte: Elaborado pelos autores através de Inteligência Artificial - *OpenAI* (2025).

5.5.3 Capacidade de produção e atendimento

A capacidade produtiva de uma empresa pode ser entendida pela relação entre os *outputs* — tudo o que é produzido e comercializado — e os *inputs*, ou seja, os insumos e recursos utilizados para essa produção (BATISTA, 2013). Na Expresso Caiçara, essa capacidade está diretamente relacionada à eficiência da produção de bebidas e alimentos, aliada à agilidade e qualidade do atendimento ao cliente.

A produção ocorre na cozinha localizada na parte interna do estabelecimento, com espaço suficiente para até duas pessoas trabalhando simultaneamente, e no espaço de atendimento e preparo. O ambiente da cozinha conta com equipamentos e mobiliários essenciais, como mesa e prateleiras de inox ou mármore, forno elétrico, fogão de 4 bocas, refrigerador, freezer vertical e horizontal, micro-ondas, moinho de café profissional, batedeira planetária, liquidificador industrial, chaleira elétrica e fritadeira elétrica profissional de 5 litros.

A fritadeira elétrica da Expresso Caiçara possui potência de 3.500W e termostato ajustável com temperaturas entre 50°C e 320°C, o que permite preparar uma grande variedade de salgados fritos com precisão. Seu potencial produtivo permite frituras em menos de 3 minutos por porção, garantindo rapidez no atendimento e qualidade nos alimentos, com resultado crocante e saboroso.

O micro-ondas utilizado na Expresso Caiçara, apresentado na Figura 23, tem capacidade de 20 litros, acabamento em inox espelhado e classificação A de eficiência energética. Ele conta com menus automáticos para o preparo e aquecimento rápido de alimentos como arroz, vegetais, bolos de caneca e pipoca, além da função de esquentar salgados em até 1 minuto, contribuindo para a agilidade no atendimento.

Já os bolos são preparados antecipadamente, geralmente no período da manhã ou no dia anterior, conforme o fluxo de demanda. Essa estratégia permite otimizar o tempo da equipe durante o expediente, mantendo a vitrine sempre abastecida e facilitando a pronta-entrega de porções durante os atendimentos.

O *layout* foi planejado para otimizar o fluxo operacional. A área total da cafeteria é de aproximadamente 84m², distribuída entre cozinha, depósito, banheiro e salão de atendimento. A capacidade de atendimento é de até 27 clientes sentados, sendo 24 lugares distribuídos em 6 mesas e 3 assentos no balcão. A área de atendimento dispõe de balcão refrigerado, vitrine de vidro, estufa de salgados, balcão de caixa, mesas e banquetas, além de decoração temática que valoriza a experiência do cliente.

O preparo de cafés é feito com uma máquina profissional de expresso, apresentada na Figura 25, cuja capacidade média de produção é de aproximadamente 240 cafés por hora, considerando que a cafeteira pretendida é da Linha Tanya, possuindo 4 botoeiras, sistemas de água quente, 2 lanças vapor, motobomba incorporado, tendo capacidade de produção de 4 cafés por minuto. Já o tempo médio para entrega de um pedido completo (bebida + alimento) é de 10 a 12 minutos, os pedidos exclusivamente de café têm tempo estimado de entrega de 2 minutos, considerando 1 minuto a mais para ajuste e entrega, a depender também da complexidade da bebida e da demanda. Esses indicadores são fundamentais para dimensionar o atendimento durante os horários de pico e planejar a escala da equipe.

A capacidade de produção e atendimento da Expresso Caiçara está, portanto, diretamente ligada à disposição física do espaço, ao uso eficiente dos equipamentos dispostos e à gestão da equipe, garantindo qualidade no serviço e satisfação dos clientes.

FIGURA 23 - FRITADEIRA ELÉTRICA PROFISSIONAL 5L DA EXPRESSO CAIÇARA



FONTE: Acervo Do Fornecedor. Leonox Fritadeiras, 2025

FIGURA 24 - MICRO-ONDAS ELECTROLUX 20L DA EXPRESSO CAIÇARA



FONTE: Acervo Do Fornecedor. Electrolux, 2025

FIGURA 25 - CAFETEIRA PROFISSIONAL TANYA, ORAZIO.

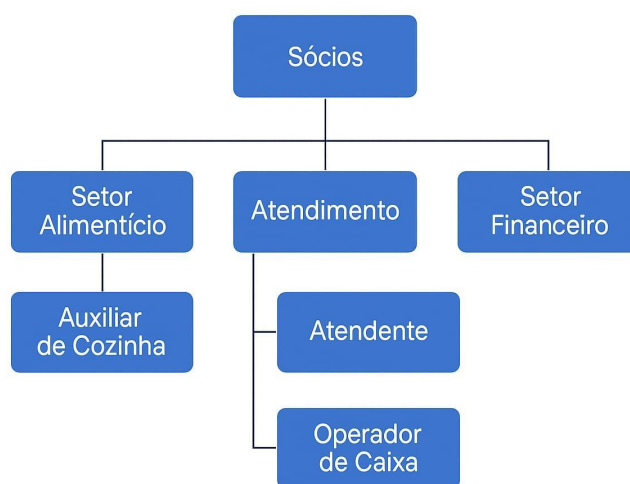


FONTE: Catálogo Do Fornecedor. Orazio, 2025.

5.5.4 Estrutura organizacional

Segundo o SEBRAE (2023), a estrutura organizacional bem definida melhora a gestão e favorece a eficiência dos processos internos, facilitando inclusive a tomada de decisões estratégicas.

FIGURA 26 - ORGANOGRAMA DA EMPRESA



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.5.4.1 Descrição de Atividades

A figura 26, apresenta o organograma da Expresso Caiçara, estruturado de forma a refletir a divisão funcional e hierárquica das atividades do negócio. A organização foi pensada para garantir eficiência operacional, agilidade nos processos e clareza nas responsabilidades de cada colaborador. Foram então divididos:

1. Segundo o SEBRAE (2019), o sócio administrador é quem assume a responsabilidade legal pela empresa, sendo encarregado pela gestão das atividades administrativas, definição de metas e acompanhamento do desempenho do negócio. Na Expresso Caiçara, três sócios compartilharão essas funções de forma equilibrada, com o objetivo de tornar os processos mais eficientes e garantir a manutenção da qualidade em todas as áreas do empreendimento.
2. O setor alimentício será dividido em três funções principais: atendente (garçom), barista e auxiliar de cozinha. O atendente ficará encarregado do atendimento no balcão, do contato direto com os clientes e da organização das reservas para as salas de reunião. Já o barista será o responsável pelo preparo das bebidas e dos acompanhamentos. O auxiliar de cozinha cuidará da organização, do preparo e do controle de qualidade dos produtos oferecidos.
3. O setor financeiro de um empreendimento abrange funções como o controle de contas a pagar, administração de tributos, gestão de compras, entre outras responsabilidades. Na Expresso Caiçara, essas atividades serão realizadas pelos próprios sócios, incluindo também a operação do caixa.

5.5.4.2 Sócios

a. Sócio(a) 1: Ana Julia Corrêa Hipolito.

Experiência Profissional: Estudante de Gestão e Empreendedorismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), possui ampla experiência no setor de alimentação. Atuou na lanchonete de sua família entre 2015 e 2020, desempenhando diversas funções, desde o atendimento até a produção de alimentos, o que contribuiu significativamente para o desenvolvimento de habilidades práticas em gestão, operação de cozinha e relacionamento com clientes.

Em 2022, passou a atuar como auxiliar administrativa na empresa terceirizada Up Eventos, lotada no Colégio Paulo Freire, onde permaneceu até 2023. Em 2025, ingressou na empresa APG GOV, também parceira da instituição, exercendo a função de assistente administrativa, cargo que ocupa até o momento.

b. Sócio(a) 2: Jenniffer Amanda dos Santos.

Experiência Profissional: Estudante de graduação do curso Gestão e Empreendedorismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Realizou curso de Auxiliar Administrativo pelas instituições Naim e Uninter.

Atuou em diversas áreas, incluindo controle de estoque em loja de roupas, setor financeiro em loja de material de construção, e na área da saúde, como atendente e vendedora de medicamentos em farmácias na região de Pontal. Trabalhou também como recenseadora no IBGE, contribuindo para a coleta de dados estatísticos, e como operadora júnior na DBM Call Center, prestando atendimento ao cliente e solucionando demandas relacionadas a planos de saúde. Há mais de 2 anos, atua como profissional autônoma na área de estética como Nail Designer e também como vendedora de produtos coloniais, desenvolvendo habilidades de atendimento ao cliente, organização e vendas. Nos finais de ano, também trabalha como ambulante, com foco em vendas de bebidas, para o que realizou curso de manipulação de alimentos com o objetivo de obter licença sanitária e atuar de forma regularizada.

c. Sócio(a) 3: Matheus Hattori.

Experiência Profissional: Profissional com formação técnica em Portos pelo SENAI e em fase de conclusão da graduação em Gestão e Empreendedorismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Possui experiência de dois anos como estagiário no projeto INTEGRA/UFPR, atuando com apoio administrativo, organização de processos e desenvolvimento de projetos institucionais.

Atua há mais de um ano como assistente administrativo na JRS Dedetizadora, onde desempenha funções relacionadas à gestão operacional, atendimento ao cliente, controle de documentos e suporte à administração geral. Também conta com experiência empreendedora, adquirida na gestão de um trailer de lanches, o que contribuiu para o desenvolvimento de habilidades em atendimento, vendas e administração de pequenos negócios.

5.5.4.3 Equipe

1. Gestão Financeira/Operador de Caixa (Matheus)
2. Gestão de Estoque e produção/ Cozinha (Ana Julia)
3. Gestão de pessoas/barista (Jenniffer)
4. Auxiliar de cozinha ou serviços gerais (Contratado nº1)
5. Garçom (Contratado nº2)

5.5.5 Pessoas e qualificações necessárias

Na Expresso Caiçara, busca o aperfeiçoamento junto aos funcionários para um bom atendimento, com qualidade e eficiência. O Quadro 10 trás de forma resumida o que cada um terá de realizar durante o expediente e suas exigências.

QUADRO 11 - CARGOS DA CAFETERIA.

FUNÇÃO	REQUISITOS E COMPETÊNCIAS	FORMAÇÃO	CARGA HORÁRIA
Barista	1. Comparecer regularmente e cumprir os horários definidos na escala de trabalho; 2. Utilizar o uniforme corretamente e mantê-lo em bom estado de conservação; 3. Zelar pela higiene pessoal, considerando o manuseio direto de alimentos; 4. Atender aos pedidos, preparar as bebidas, manter o espaço de trabalho organizado, controlar o estoque e contribuir com a criação de novas receitas; 5. Executar as atividades correspondentes à função exercida.	Ensino médio concluído, de preferência com formação certificada em barismo e vivência prévia na área.	Jornada de 8 horas diárias. Obs.: Caso haja necessidade de ultrapassar esse limite, o tempo adicional será compensado com pagamento de horas extras.
Atendente	1. Comparecer regularmente e cumprir os horários definidos na escala de trabalho; 2. Utilizar o uniforme corretamente e mantê-lo em bom estado de conservação; 3. Atuar no atendimento de balcão, servir as mesas, receber os clientes e anotar os pedidos. 4. Quando não houver demanda imediata, poderá colaborar com a limpeza e organização de sua área de trabalho, assim como do salão da cafeteria. 5. Executar as atividades correspondentes à função exercida.	Ensino médio concluído, de preferência com Experiência.	Jornada de 8 horas diárias. Obs.: Caso haja necessidade de ultrapassar esse limite, o tempo adicional será compensado com pagamento de horas extras.
Auxiliar de Cozinha	1. Comparecer regularmente e cumprir os horários definidos na escala de trabalho; 2. Utilizar o uniforme corretamente e mantê-lo em bom estado de conservação; 3. Dar suporte ao barista nas etapas de pré-preparo, preparo e finalização das bebidas, colaborar na montagem dos lanches e na limpeza do ambiente. 4. Quando possível, também poderá auxiliar no atendimento ao cliente, anotando pedidos para repassá-los ao setor responsável, além de apoiar em outras tarefas do dia a dia conforme a necessidade.	Ensino médio concluído, de preferência com Experiência.	Jornada de 8 horas diárias. Obs.: Caso haja necessidade de ultrapassar esse limite, o tempo adicional será compensado com pagamento de horas extras.
Caixa	1. Comparecer regularmente e cumprir os horários definidos na escala de trabalho; 2. Utilizar o uniforme corretamente e mantê-lo	Ensino médio concluído, de preferência com	Jornada de 8 horas diárias. Obs.: Caso haja

QUADRO 11 - CARGOS DA CAFETERIA.

FUNÇÃO	REQUISITOS E COMPETÊNCIAS	FORMAÇÃO	CARGA HORÁRIA
	em bom estado de conservação; 3. Responsável por operar o caixa, realizar vendas, receber pagamentos, conferir os valores dos produtos e efetuar o fechamento diário do caixa; 4. Quando não estiver atendendo no caixa, poderá auxiliar no atendimento aos clientes, anotação de pedidos, além de contribuir com a organização e limpeza do ambiente da cafeteria.	Experiência.	necessidade de ultrapassar esse limite, o tempo adicional será compensado com pagamento de horas extras.

FONTE: Elaborada pelos autores (2025).

5.5.6 Aspectos e impactos ambientais

Com base nos princípios da sustentabilidade e nas diretrizes da Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/2010), a Expresso Caiçara elaborou um conjunto de ações para mitigar os impactos ambientais gerados pelas suas atividades. Essas práticas abrangem desde a gestão de resíduos sólidos até o consumo consciente de energia e recursos naturais. O Quadro 11 apresenta um resumo das principais estratégias ambientais adotadas pelo empreendimento, seus respectivos aspectos e os benefícios esperados com a sua implementação. Tais ações também estão alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em especial os de número 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis) e 12 (Consumo e Produção Responsáveis), reforçando o compromisso da cafeteria com a responsabilidade socioambiental.

QUADRO 11 – ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTAIS DA CAFETERIA EXPRESSO CAIÇARA

ASPECTO AMBIENTAL	MEDIDAS ADOTADAS	OBJETIVOS
Geração de resíduos sólidos	Implantação de coleta seletiva com lixeiras coloridas para resíduos, recicláveis e rejeitos.	Facilitar a separação na origem e aumentar a taxa de reciclagem.

QUADRO 11 – ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTAIS DA CAFETERIA EXPRESSO CAIÇARA

ASPECTO AMBIENTAL	MEDIDAS ADOTADAS	OBJETIVOS
Resíduos orgânicos (borra de café, cascas etc.)	Os resíduos orgânicos, serão armazenados temporariamente em recipiente próprio, fechado e identificado, localizado em área externa, conforme as normas de segurança sanitária. Posteriormente, serão encaminhados para cooperativas locais, com coletas frequentes.	Redução da quantidade de lixo destinado a aterros e valorização de resíduos.
Uso de embalagens/plásticos descartáveis	Substituição por embalagens ecológicas ou biodegradáveis	Redução da poluição plástica e incentivo ao consumo consciente.
Consumo de energia elétrica e água	Manutenção preventiva de equipamentos, treinamento da equipe e uso racional dos recursos.	Redução de consumo e eficiência operacional.
Descarte de recicláveis	Parcerias com cooperativas locais para a destinação correta dos recicláveis, promovendo inclusão social e renda.	Estímulo à economia circular e responsabilidade social.
Monitoramento e melhoria contínua	Registros internos de consumo, controle de estoque de descartáveis e capacitação contínua da equipe sobre boas práticas ambientais.	Avaliação contínua dos impactos ambientais e aprimoramento das ações sustentáveis implementadas.

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é um dos componentes mais relevantes na estruturação de um plano de negócios, pois fornece a base para a avaliação da viabilidade econômica e da sustentabilidade do empreendimento. De acordo com Dolabela (2008), essa etapa permite que o empreendedor compreenda com maior clareza o capital necessário para iniciar as operações, os custos envolvidos na manutenção do negócio, bem como as receitas e lucros projetados ao longo do tempo.

Além de ser uma ferramenta de organização e planejamento, o plano financeiro também serve como instrumento de comunicação com possíveis investidores e instituições financeiras, demonstrando a capacidade de retorno e os riscos do empreendimento (DORNELAS, 2023).

No caso da cafeteria Expresso Caiçara, este plano foi desenvolvido com base em dados coletados na pesquisa de mercado, orçamentos e estimativas conservadoras de vendas. Para assegurar uma análise abrangente, foram considerados três cenários (pessimista, realista e otimista), além da elaboração da estrutura de investimento inicial, custos diretos e indiretos, despesas operacionais¹², projeções de receita¹³, Demonstrativo de Resultado do Exercício¹⁴ (DRE), e indicadores como o *Payback*¹⁵, Taxa Interna de Retorno¹⁶ (TIR).

Para o presente estudo, utilizou-se a variável *market-share*¹⁷ (Tabela 17), como critério de segmentação de cenários, compreendendo a participação estimada da cafeteria no mercado local. Essa estimativa foi projetada a partir da análise do potencial de consumo da região e do número médio de atendimentos diários possíveis, sendo assim distribuída:

TABELA 17 - MARKET-SHARE

Cenário	<i>Market-share</i> (%)	Clientes Diários	Clientes Mensais (média)
Pessimista	3%	15	450
Realista	5%	25	750
Otimista	7,5%	37	1.110

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

¹² Custos necessários para manter as atividades administrativas e operacionais da empresa, sem relação direta com o custo dos produtos ou serviços (GITMAN; ZUTTER, 2018).

¹³ Estimativas do faturamento futuro do negócio, baseadas em previsões de vendas, preços e demanda (GITMAN; ZUTTER, 2018).

¹⁴ Relatório contábil que apresenta o desempenho econômico da empresa em determinado período, detalhando receitas, custos, despesas e resultado final (GITMAN; ZUTTER, 2018).

¹⁵ Método que calcula o tempo necessário para que o investimento inicial retorne por meio dos lucros gerados (GITMAN; ZUTTER, 2018).

¹⁶ Taxa de retorno percentual que um projeto gera sobre o investimento, considerando os fluxos de caixa futuros (GITMAN; ZUTTER, 2018).

¹⁷ Percentual de participação de uma empresa no mercado em que atua, servindo como indicador da sua competitividade no setor (KOTLER; KELLER, 2012).

O conceito de *market-share* representa a fatia de mercado que se espera conquistar em relação ao total de consumidores potenciais da localidade. A adoção de três níveis distintos de participação permite estimar diferentes volumes de produção, venda e receita, os quais impactam diretamente nos custos operacionais e na lucratividade do negócio. Cada cenário pressupõe variações proporcionais nos insumos e demais elementos operacionais, ajustados conforme a escala de atendimento.

E para avaliar a viabilidade do empreendimento, foi realizada uma projeção de vendas, custos e demais indicadores, considerando uma estimativa de correção anual de 5% ao ano, referente à inflação oficial medida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). Essa projeção visa manter o realismo econômico dos dados ao longo do tempo, respeitando as flutuações do poder de compra e os reajustes naturais dos insumos. Além disso, os cálculos também levam em conta a sazonalidade do setor, com destaque para os meses de verão, quando há aumento significativo no fluxo de consumidores devido à vocação turística da região.

O detalhamento apresentado nesta seção visa oferecer uma base sólida para a tomada de decisão estratégica, além de permitir o monitoramento financeiro contínuo e a adaptação do negócio às condições do mercado.

5.6.1 Investimentos iniciais

Para a viabilização do empreendimento Expresso Caiçara, foi necessário a identificação e o detalhamento do investimento inicial à sua implantação. Esta etapa contempla a alocação de recursos destinados à aquisição de equipamentos, mobiliário, utensílios, reformas, capital de giro e demais itens para o início das operações. A análise dos investimentos iniciais permite estimar de forma realista o montante necessário para estruturar fisicamente e operacionalmente a cafeteria. A tabela a seguir apresenta a discriminação dos itens que compõem os investimentos iniciais, com base em levantamentos de dados da região de Pontal do Paraná.

TABELA 18- INVESTIMENTO INICIAL

Item	Valor (R\$)
Estrutura e instalação	R\$8.250,00
Equipamentos para a cozinha	R\$12.000,00
Sistemas e administração	R\$3.600,00
Mobiliário e atendimento	R\$19.280,00
Total	R\$43.130,00

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.1.1 Proporção de capital investido

Na tabela 19, destaca-se que os R\$ 40.000,00 foi obtido por meio de microcrédito concedido ao CNPJ ME da empresa, por meio do Banco da Mulher Paranaense, com taxa de juros reduzida, viabilizada pela participação em curso de capacitação empreendedora. Assim, a combinação entre financiamento subsidiado e aporte moderado de recursos próprios contribui para otimização do custo de capital e para a redução do perfil de risco do negócio.

TABELA 19 - PROPORÇÃO DE CAPITAL INVESTIDO

Investimento Fixo Total	R\$43.130,00
Empréstimo Fomento	R\$40.000,00
Proporção do empréstimo no investimento fixo	92,74%
Capital próprio dos sócios investido no fixo	R\$3.130,00
Proporção do capital próprio no investimento fixo	7,26%
Capital próprio dos sócios destinado ao capital de giro	R\$26.870,00
Total de recursos disponíveis	R\$70.000,00
Taxa de juros do empréstimo	0,96%
Taxa de juros anual efetiva do empréstimo	12,16% ao ano

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.2 Previsão de receitas

A estimativa das previsões de receitas para a cafeteria foi realizada para um horizonte de cinco anos, considerando também o crescimento anual dos preços conforme o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), estimado em 5% ao ano. Essa correção inflacionária garante que a projeção reflita a valorização dos preços e o comportamento do mercado ao longo do tempo, proporcionando uma análise financeira realista e atualizada. Para isso, foi inicialmente estimado o faturamento total do setor na região de Pontal do Paraná, diferenciando-se o potencial de receita para meses normais e meses de alta temporada, quando há aumento significativo na demanda devido ao turismo. Essa estimativa foi baseada no *ticket* médio por classe social (ajustado com redutor de 10% para refletir a realidade local), na frequência média de consumo mensal e nos Índices de Propensão a Consumir, obtidos por meio de uma pesquisa *survey* aplicada à população local. Com base nesse cenário, foram simulados três níveis de participação de mercado (*market-share*) para a cafeteria de 3%, 5% e 7,5% refletindo os cenários pessimista, realista e otimista, respectivamente.

5.6.2.1 Indicador de propensão a consumir

O indicador de propensão ao consumo foi construído a partir de uma pesquisa do tipo *survey*, aplicada no município de Pontal do Paraná, direcionada especificamente a frequentadores de cafeterias. As respostas dos participantes foram analisadas com base em critérios como faixa etária (15–24, 25–39, 40–54, 55–69 e acima de 70 anos) e classe social (renda familiar), organizadas separadamente por gênero (homens e mulheres), permitindo uma análise mais precisa do comportamento de consumo de cada grupo. Para mensurar a propensão ao consumo, foi elaborado um índice baseado na atribuição de pesos às respostas, inspirado na Escala Likert, técnica amplamente utilizada para avaliação de atitudes e comportamentos (LIKERT, 1932).

O uso dessa abordagem é clássico em pesquisas de comportamento do consumidor, possibilitando a quantificação e análise de predisposições ao consumo. Esses índices formaram a base para a estimativa da quantidade de consumidores potenciais e, conseqüentemente, para a projeção das receitas da cafeteria. Tal metodologia encontra respaldo teórico no conceito de propensão a consumir, conforme definido por Keynes (1936), que estabelece a relação funcional entre renda e consumo como instrumento preditivo na economia.

Abaixo está as tabelas com o Índice de propensão a consumir por idade e gênero, e por classe social (renda):

TABELA 20 - ÍNDICE DE PROPENSÃO A CONSUMIR POR IDADE E GÊNERO

Idade	Masculino	Feminino
15-24 anos	0,5960	0,6008
25-39 anos	0,5613	0,5931
40-54 anos	0,5967	0,5515
55-69 anos	0,4903	0,5208
> 70 anos	0,4903	0,5208

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

TABELA 21 - ÍNDICE DE PROPENSÃO A CONSUMIR POR RENDA

Classe Social	Índice
A	0,5050
B	0,5050
C	0,5115
D-E	0,5739

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.2.2 Segmentação Demográfica e Socioeconômica

Para a estimativa da demanda potencial da cafeteria, a população local de Pontal do Paraná foi segmentada com base em dados demográficos e socioeconômicos oficiais. A segmentação considera três variáveis principais:

- Faixa etária: 15-24 anos, 25-39 anos, 40-54 anos, 55-69 anos e acima de 70 anos;
- Classe social: A, B, C e D-E, adotando-se pesos proporcionais representativos da distribuição da renda, sendo 5% para a classe A, 25% para a classe B, 45% para a classe C e 25% para as classes D-E;¹⁸
- Gênero: masculino e feminino, com a respectiva estimativa populacional de cada grupo cruzada com a faixa etária e a classe social.

5.6.2.3 Cálculo dos indicadores potenciais

A partir dos índices de propensão ao consumo por faixa etária e por gênero, obtidos por meio da pesquisa *survey*, foram multiplicados os índices de propensão ao consumo por classe social (renda), resultando em um índice composto por cada grupo (idade, gênero e classe social). Esse índice composto foi então aplicado à população estimada de cada faixa etária e classe social, resultando na quantidade de consumidores potenciais do setor de cafeterias em Pontal do Paraná.

Exemplo de cálculo:

Para homens da classe A na faixa etária de 15 a 24 anos;

- Índice de faixa etária (masculino): 0,5960
- Índice de classe social (A): 0,5050
- Índice composto = $0,5960 \times 0,5050 = 0,30098$

¹⁸ Segundo o Critério Brasil da ABEP (2022), as classes sociais são divididas com base em pontuação socioeconômica e renda média familiar mensal: Classe A (R\$ 21.826,74), B1 (R\$ 10.361,48), B2 (R\$ 5.755,23), C1 (R\$ 3.276,76), C2 (R\$ 1.965,87) e D-E (R\$ 900,60).

- População estimada: 96 homens da classe A com 15 a 24 anos
- Consumidores potenciais mensais = $0,30098 \times 96 = 29$ consumidores
- Cálculo final: Consumidores x *Ticket* Médio X Frequência

5.6.2.4 *Ticket* Médio

Para cada grupo, foi aplicado o *ticket* médio ajustado para Pontal do Paraná, derivado de dados do SEBRAE (2023).¹⁹ Para refletir características específicas do município, aplicou-se um redutor de 10% ao *ticket* médio original, resultando nos seguintes valores:²⁰

- Classe A: R\$ 60,75 - Frequência 4
- Classe B: R\$ 50,63 - Frequência 3
- Classe C: R\$ 40,50 - Frequência 2
- Classes D-E: R\$ 30,38 - Frequência 1

Além disso, considerou-se a frequência média mensal de consumo, variável por classe social (de 1 a 4 vezes por mês). Com isso, foram calculados os faturamentos parciais por segmento e somados para obter o faturamento total mensal estimado do setor em Pontal do Paraná.

5.6.2.5 Previsão das receitas e definição de participação de mercado

Com base nos dados demográficos, nos índices de propensão ao consumo e na aplicação do *ticket* médio ajustado por classe social e frequência de consumo, foi estimado o

¹⁹ Pesquisa da Agência Sebrae de Notícias (2023) indica que a média de gasto em café da manhã, almoço e café da tarde no Paraná é de R\$45,00. Disponível em: <https://pr.agenciasebrae.com.br/dados/refeicoes-fora-do-lar-e-servicos-de-entrega-pesquisa-mostra-perfil-dos-paranaenses/>. Acesso em: 20/05/2025.

²⁰ APRENDER ESTATÍSTICA FÁCIL. O que é: Fator de ajuste – definição e aplicações. Disponível em: <https://estatisticafacil.org/glossario/o-que-e-fator-de-ajuste-definicao-e-aplicacoes/>. Acesso em: 15/06/2025

faturamento mensal do setor de cafeterias em Pontal do Paraná. Para os meses comuns, o faturamento estimado do setor é de R\$663.885,88. Já nos meses de alta temporada, considerando o aumento da demanda turística, foi aplicado um fator multiplicador de 1,4, resultando em um faturamento projetado de R\$929.440,23.

A partir desses valores, foram considerados três cenários de participação de mercado (*market-share*) para a cafeteria:

- No cenário pessimista, com uma participação de 3% do mercado, a cafeteria poderá faturar cerca de R\$19.916,58 nos meses normais e R\$27.883,21 na temporada.
- No cenário realista, com *market-share* de 5%, estima-se um faturamento de R\$33.194,29 nos meses comuns e R\$46.472,01 durante a temporada.
- Já no cenário otimista, com 7,5% de participação, o faturamento pode alcançar R\$49.791,44 nos meses normais e R\$69.708,02 nos meses de alta demanda.

5.6.2.5.1 Previsão das receitas e definição de participação de mercado: projeção mensal do cenário pessimista.

A Tabela abaixo, apresenta a projeção de receitas anuais e mensais do cenário pessimista, os dados indicam uma média de faturamento anual ao longo dos cinco primeiros anos de R\$290.536,37, indicando uma progressão modesta, com crescimento linear de aproximadamente 5% ao ano. Entretanto, esse desempenho revela-se limitado frente aos custos e despesas operacionais estimados, o que pode comprometer a rentabilidade do negócio nesse cenário.

TABELA 22 - PROJEÇÃO DE RECEITAS MENSAL E ANUAL - CENÁRIO PESSIMISTA.

Receita em meses normais	R\$ 19.916,58
Receita em meses de temporada	R\$ 27.883,21

TABELA 22 - PROJEÇÃO DE RECEITAS MENSAL E ANUAL - CENÁRIO PESSIMISTA.

Projeção ano 1	R\$ 262.898,81
Projeção ano 2	R\$ 276.043,75
Projeção ano 3	R\$ 289.845,94
Projeção ano 4	R\$ 304.338,23
Projeção ano 5	R\$ 319.555,14

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.2.5.2 Previsão das receitas e definição de participação de mercado: projeção mensal do cenário realista

A Tabela abaixo apresenta a projeção de receitas anuais e mensais do cenário realista, considerando uma participação de mercado maior de 5%. Os dados indicam uma média de faturamento anual ao longo dos cinco primeiros anos de R\$484.227,29, revelando uma progressão consistente, com crescimento linear de aproximadamente 5% ao ano. Diferente do cenário pessimista, neste caso a receita já apresenta um valor positivo e interessante, demonstrando maior viabilidade financeira. Porém, esse desempenho requer atenção quanto ao controle de custos e à capacidade operacional, para que o aumento da receita se converta em lucratividade e sustentabilidade.

TABELA 23 - PROJEÇÃO DE RECEITAS MENSAL E ANUAL - CENÁRIO REALISTA

Receita em meses normais	R\$ 33.194,29
Receita em meses de temporada	R\$ 46.472,01

TABELA 23 - PROJEÇÃO DE RECEITAS MENSAL E ANUAL -
CENÁRIO REALISTA

Receita em meses normais	R\$ 33.194,29
Projeção ano 1	R\$ 438.164,68
Projeção ano 2	R\$ 460.072,91
Projeção ano 3	R\$ 483.076,56
Projeção ano 4	R\$ 507.230,39
Projeção ano 5	R\$ 532.591,91

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.2.5.3 Previsão das receitas e definição de participação de mercado: projeção mensal do cenário otimista.

A tabela abaixo apresenta a projeção de receitas anuais e mensais do cenário otimista, considerando uma participação de mercado de 7,5%. Os dados indicam uma média de faturamento anual ao longo dos cinco primeiros anos de R\$726.280,13, demonstrando uma progressão sólida e consistente, com crescimento linear de aproximadamente 5% ao ano. Nesse cenário, a receita atinge valores significativamente elevados, evidenciando maior potencial de lucratividade e viabilidade financeira para o negócio.

TABELA 24 - PROJEÇÃO DE RECEITAS MENSAL E ANUAL -
CENÁRIO OTIMISTA

Receita em meses normais	R\$ 49.791,44
Receita em meses de temporada	R\$ 69.708,02
Projeção ano 1	R\$ 657.247,02
Projeção ano 2	R\$ 690.109,37

TABELA 24 - PROJEÇÃO DE RECEITAS MENSAL E ANUAL - CENÁRIO OTIMISTA

Receita em meses normais	R\$ 49.791,44
Projeção ano 3	R\$ 724.614,84
Projeção ano 4	R\$ 760.845,58
Projeção ano 5	R\$ 798.887,86

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.3 Cálculos de custos e despesas

5.6.3.1 Custo direto

A análise dos custos diretos ao longo de cinco anos permite visualizar a viabilidade econômica do negócio sob diferentes perspectivas de desempenho no mercado. Foram elaboradas três projeções de cenário: pessimista (*market-share* de 3%), realista (*market-share* de 5%) e otimista (*market-share* de 7,5%), com base no comportamento do consumo local, custos operacionais e capacidade produtiva da cafeteria.

Na projeção dos custos ao longo dos cinco anos, foi adotada uma taxa de reajuste anual de 5%, com base em uma estimativa média do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que representa a inflação oficial do país. Essa correção visa refletir a variação esperada dos preços e manter a coerência com a realidade econômica nacional.

Na Tabela 25, podemos observar a projeção dos custos diretos anuais. Considerando os meses de temporada, quando o fluxo de clientes aumenta devido ao verão e os custos crescem de forma gradual no decorrer dos anos. No cenário pessimista, caracterizado por uma baixa adesão e um *market-share* de apenas 3%, os custos diretos são proporcionalmente menores devido à menor produtividade. No entanto, esse cenário demanda atenção, uma vez que a operação em baixa escala reduz significativamente a margem de lucro, tornando o empreendimento mais vulnerável financeiramente.

TABELA 25 - CUSTO DIRETO - CENÁRIO PESSIMISTA

Custos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Insumos, taxas, luz, e maquinário para produção	R\$ 58.879,50	R\$ 61.823,48	R\$ 64.914,65	R\$ 68.160,38	R\$ 71.568,40
Embalagens	R\$ 8.883,00	R\$ 9.327,15	R\$ 9.793,51	R\$ 10.283,18	R\$ 10.797,34
Produtos terceirizados	R\$ 41.259,30	R\$ 43.322,27	R\$ 45.488,38	R\$ 47.762,80	R\$ 50.150,94
Bebidas	R\$ 5.703,75	R\$ 5.988,94	R\$ 6.288,38	R\$ 6.602,80	R\$ 6.932,94
Mão de obra	R\$ 47.348,95	R\$ 49.716,40	R\$ 52.202,22	R\$ 54.812,33	R\$ 57.552,94
TOTAL	R\$ 162.074,50	R\$ 170.178,23	R\$ 178.687,14	R\$ 187.621,49	R\$ 197.002,57

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Na Tabela 26, observa-se a projeção dos custos diretos sob uma estimativa de desempenho intermediário (realista), com *market-share* de 5%, equivalente a uma média de 25 clientes por dia. Esse cenário reflete uma adesão moderada ao negócio, mantendo uma relação mais equilibrada entre custos operacionais e volume de vendas. Em comparação ao cenário pessimista, há maior consumo de insumos, embalagens e terceirizações, justificados pela escala superior de atendimento. Esse nível de desempenho permite uma operação mais sustentável, com margens de lucro mais estáveis e potencial para reinvestimento no negócio.

TABELA 26 - CUSTO DIRETO - CENÁRIO REALISTA

Custos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Insumos, taxas, luz, e maquinário para produção	R\$ 83.447,55	R\$ 87.619,93	R\$ 92.000,92	R\$ 96.600,97	R\$ 101.431,02
Embalagens	R\$ 12.987,00	R\$ 13.636,35	R\$ 14.318,17	R\$ 15.034,08	R\$ 15.785,78
Produtos terceirizados	R\$ 46.996,20	R\$ 49.346,01	R\$ 51.813,31	R\$ 54.403,98	R\$ 57.124,17

Custos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Insumos, taxas, luz, e maquinário para produção	R\$ 83.447,55	R\$ 87.619,93	R\$ 92.000,92	R\$ 96.600,97	R\$ 101.431,02
Bebidas	R\$ 9.126,00	R\$ 9.582,30	R\$ 10.061,42	R\$ 10.564,49	R\$ 11.092,71
Mão de obra	R\$ 44.890,08	R\$ 47.134,58	R\$ 49.491,31	R\$ 51.965,88	R\$ 54.564,17
TOTAL	R\$ 197.446,83	R\$ 207.319,17	R\$ 217.685,13	R\$ 228.569,39	R\$ 239.997,86

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

A Tabela 27 apresenta o cenário otimista da projeção de custos diretos, fundamentado em um *market-share* de 7,5%, correspondente a uma média de 37 clientes atendidos por dia. Essa projeção reflete uma excelente aceitação do empreendimento no mercado, com volume elevado de vendas e expansão da capacidade produtiva. Os custos diretos aumentam proporcionalmente ao crescimento da operação. Neste cenário, embora os custos totais sejam mais elevados, especialmente com insumos, produtos terceirizados e mão de obra, a escala de vendas favorece o aproveitamento da estrutura operacional, possibilitando uma margem de lucro mais ampla e consolidando a viabilidade econômica do negócio no médio e longo prazo.

TABELA 27 - CUSTO DIRETO - CENÁRIO OTIMISTA

Custos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Insumos, taxas, luz, e maquinário para produção	R\$ 124.081,04	R\$ 130.285,09	R\$ 136.799,35	R\$ 143.639,31	R\$ 150.821,28
Embalagens	R\$ 19.783,80	R\$ 20.772,99	R\$ 21.811,64	R\$ 22.902,22	R\$ 24.047,33
Produtos terceirizados	R\$ 80.763,84	R\$ 84.802,03	R\$ 89.042,13	R\$ 93.494,24	R\$ 98.168,95
Bebidas	R\$ 14.291,20	R\$ 15.005,76	R\$ 15.756,05	R\$ 16.543,85	R\$ 17.371,04
Mão de obra	R\$ 49.407,60	R\$ 51.877,98	R\$ 54.471,88	R\$ 57.195,47	R\$ 60.055,25
TOTAL	R\$ 238.919,88	R\$ 250.865,87	R\$ 263.409,17	R\$ 276.579,63	R\$ 290.408,61

TABELA 27 - CUSTO DIRETO - CENÁRIO OTIMISTA

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.3.2 Custo Indireto

O custo indireto também foi construído como base em três cenários, pessimista, otimista, e realista, considerando os três *Market-Share* de 3%, 5%, e 7,5%. O cenário pessimista de custos indiretos considera uma participação de mercado de 3% ao longo dos primeiros cinco anos de operação. Esse cenário reflete uma atuação modesta da cafeteria, considerando dificuldades iniciais como a forte concorrência local e o processo de conquista de clientes. Esses custos abrangem o funcionamento do negócio, mas não estão relacionados aos processos produtivos.

Entre tais custos estão o aluguel do imóvel, as contas de água e energia elétrica, os serviços de internet e telefone, o sistema de frente de caixa (PDV), os gastos com produtos de limpeza e higienização, o controle periódico de pragas, além da taxa do alvará de funcionamento. Também é considerada a depreciação dos equipamentos administrativos e mobiliários que dão suporte à operação, como computadores e móveis de escritório, itens que, apesar de não integrarem o processo produtivo, sofrem desgaste e perda de valor ao longo do tempo, impactando o planejamento financeiro da empresa.

Para manter a coerência com o cenário econômico nacional, os custos indiretos também foram corrigidos anualmente em torno de 5%, conforme estimativa do IPCA, o que possibilita uma avaliação mais precisa do impacto da inflação nos gastos operacionais.

Na Tabela 28, estão detalhados os custos indiretos estimados para os cinco primeiros anos da Expresso Caiçara no cenário pessimista. Dessa forma pode-se inferir que o aluguel do imóvel é o principal custo, iniciando em R\$31.200 no primeiro ano e chegando a quase R\$38.000 no quinto ano, correspondendo a maior parcela das despesas indiretas. Outros custos significativos incluem as contas de água e 20% de energia elétrica (parcela que não é utilizada nos processos produtivos), essenciais para a operação diária, bem como os produtos de limpeza e higienização. Custos menores, como internet, e depreciação de equipamentos também são representativos. Por fim, com o reajuste anual de 5%, o total dos custos indiretos

passa de R\$49.800 no primeiro ano para mais de R\$60.500 ao final do quinto ano, ressaltando a necessidade de gestão financeira cuidadosa ao passar dos anos.

TABELA 28 - CUSTO INDIRETO - CENÁRIO PESSIMISTA

Custos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Aluguel do Imóvel	R\$ 31.200,00	R\$ 32.760,00	R\$ 34.398,00	R\$ 36.117,90	R\$ 37.923,80
Água Sanepar	R\$ 5.400,00	R\$ 5.670,00	R\$ 5.953,50	R\$ 6.251,18	R\$ 6.563,73
Luz 20%	R\$ 2.400,00	R\$ 2.520,00	R\$ 2.646,00	R\$ 2.778,30	R\$ 2.917,22
Sistema PDV (Frente de Caixa). SIGE LITE	R\$ 336,00	R\$ 352,80	R\$ 370,44	R\$ 388,96	R\$ 408,41
Internet e Telefone	R\$ 3.600,00	R\$ 3.780,00	R\$ 3.969,00	R\$ 4.167,45	R\$ 4.375,82
Taxa do Alvará de Funcionamento	R\$ 300,00	R\$ 315,00	R\$ 330,75	R\$ 347,29	R\$ 364,65
Depreciação de Equipamentos	R\$ 1.175,04	R\$ 1.233,79	R\$ 1.295,48	R\$ 1.360,26	R\$ 1.428,27
Controle de Pragas (Cada 6 Meses).	R\$ 600,00	R\$ 630,00	R\$ 661,50	R\$ 694,58	R\$ 729,30
Produtos de Limpeza e Higienização	R\$ 4.800,00	R\$ 5.040,00	R\$ 5.292,00	R\$ 5.556,60	R\$ 5.834,43
TOTAL	R\$ 49.811,04	R\$ 52.301,59	R\$ 54.916,67	R\$ 57.662,51	R\$ 60.545,63

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

A Tabela 29 apresenta os custos indiretos projetados para os cinco primeiros anos da Expresso Caiçara no cenário realista, considerando um *market-share* de 5%. Nesse contexto, a cafeteria passa a atender, em média 25 clientes por dia, representando aproximadamente 745 atendimentos mensais, um aumento significativo em comparação ao cenário pessimista, que previa cerca de 447 clientes por mês. Esse crescimento no volume de atendimento demanda e impacta diretamente em determinados custos, como água, energia elétrica (20%) e produtos de limpeza e higienização, que acompanham o aumento da clientela.

Aluguel se mantém sendo maior custo indireto, entretanto o total anual das despesas indiretas, nota-se uma elevação de R\$ 52.091,04 no início da operação para R\$ 63.316,98 ao final do quinto ano, refletindo um crescimento compatível com a expansão gradual do negócio para essa fatia de mercado de 5%.

TABELA 29 - CUSTO INDIRETO - CENÁRIO REALISTA

Custos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Aluguel do Imóvel	R\$ 31.200,00	R\$ 32.760,00	R\$ 34.398,00	R\$ 36.117,90	R\$ 37.923,80
Água Sanepar	R\$ 6.600,00	R\$ 6.930,00	R\$ 7.276,50	R\$ 7.640,33	R\$ 8.022,34
Luz 20%	R\$ 2.880,00	R\$ 3.024,00	R\$ 3.175,20	R\$ 3.333,96	R\$ 3.500,66
Sistema PDV (Frente de Caixa). SIGE LITE	R\$ 336,00	R\$ 352,80	R\$ 370,44	R\$ 388,96	R\$ 408,41
Internet e Telefone	R\$ 3.600,00	R\$ 3.780,00	R\$ 3.969,00	R\$ 4.167,45	R\$ 4.375,82
Taxa do Alvará de Funcionamento	R\$ 300,00	R\$ 315,00	R\$ 330,75	R\$ 347,29	R\$ 364,65
Depreciação de Equipamentos	R\$ 1.175,04	R\$ 1.233,79	R\$ 1.295,48	R\$ 1.360,26	R\$ 1.428,27
Controle de Pragas (Cada 6 Meses).	R\$ 600,00	R\$ 630,00	R\$ 661,50	R\$ 694,58	R\$ 729,30
Produtos de Limpeza e Higienização	R\$ 5.400,00	R\$ 5.670,00	R\$ 5.953,50	R\$ 6.251,18	R\$ 6.563,73
TOTAL	R\$ 52.091,04	R\$ 54.695,59	R\$ 57.430,37	R\$ 60.301,89	R\$ 63.316,98

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

A Tabela 30 apresenta os custos indiretos da Expresso Caiçara no cenário otimista, considerando um *market-share* de 7,5%. Neste panorama, a cafeteria atinge uma média de 37 atendimentos diários, totalizando aproximadamente 1.117 clientes por mês. Esse aumento expressivo na clientela, em relação aos cenários anterior (realista e pessimista), gera reflexos diretos nos custos operacionais (não faz parte do processo produtivo), especialmente nas

contas de água, energia elétrica (20%) e nos gastos com produtos de limpeza e higienização, que acompanham o ritmo mais intenso de uso das instalações.

O aluguel do imóvel permanece como a principal despesa entre os custos indiretos, mantendo-se constante nos três cenários projetados. Por fim, o total anual dessas despesas parte de R\$54.011,04 no primeiro ano e alcança R\$65.650,76 no quinto ano, demonstrando uma elevação compatível com o crescimento da operação e da demanda de clientes nesse cenário mais favorável.

TABELA 30 - CUSTO INDIRETO - CENÁRIO OTIMISTA

Custos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Aluguel do Imóvel	R\$ 31.200,00	R\$ 32.760,00	R\$ 34.398,00	R\$ 36.117,90	R\$ 37.923,80
Água Sanepar	R\$ 7.200,00	R\$ 7.560,00	R\$ 7.938,00	R\$ 8.334,90	R\$ 8.751,65
Luz 20%	R\$ 3.600,00	R\$ 3.780,00	R\$ 3.969,00	R\$ 4.167,45	R\$ 4.375,82
Sistema PDV (Frente de Caixa). SIGE LITE	R\$ 336,00	R\$ 352,80	R\$ 370,44	R\$ 388,96	R\$ 408,41
Internet e Telefone	R\$ 3.600,00	R\$ 3.780,00	R\$ 3.969,00	R\$ 4.167,45	R\$ 4.375,82
Taxa do Alvará de Funcionamento	R\$ 300,00	R\$ 315,00	R\$ 330,75	R\$ 347,29	R\$ 364,65
Depreciação de Equipamentos	R\$ 1.175,04	R\$ 1.233,79	R\$ 1.295,48	R\$ 1.360,26	R\$ 1.428,27
Controle de Pragas (Cada 6 Meses).	R\$ 600,00	R\$ 630,00	R\$ 661,50	R\$ 694,58	R\$ 729,30
Produtos de Limpeza e Higienização	R\$ 6.000,00	R\$ 6.300,00	R\$ 6.615,00	R\$ 6.945,75	R\$ 7.293,04
TOTAL	R\$ 54.011,04	R\$ 56.711,59	R\$ 59.547,17	R\$ 62.524,53	R\$ 65.650,76

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.3.3 Despesas

A referente às despesas mensais (APÊNDICE 6), contempla os custos operacionais fixos projetados para os doze primeiros meses de atividade da cafeteria. Sua elaboração foi pautada nos três cenários de *market-share* previamente definidos, permitindo uma análise compatível com diferentes níveis de demanda.

A maioria das despesas apresenta um padrão constante ao longo do ano, refletindo um controle financeiro estruturado. Contudo, observa-se uma variação no item pró-labore a partir do mês de setembro, com um aumento moderado e uma nova elevação em dezembro. Essa oscilação está associada a fatores sazonais, especialmente ao aumento do fluxo de clientes nos períodos de maior movimento.

Adicionalmente, no mês de dezembro, há um acréscimo nas despesas com o item de viagens e treinamentos, o que indica um planejamento voltado à qualificação da equipe e à preparação para o próximo ciclo de operação.

Essa estrutura foi desenvolvida com base em uma análise minuciosa, considerando os compromissos recorrentes do empreendimento, como seguros e encargos operacionais. Os valores foram controlados com rigor, priorizando os elementos essenciais para o funcionamento eficiente e estratégico da cafeteria.

A projeção da Tabela 31, referente às Despesas Totais Anuais, proporciona uma visão abrangente dos recursos financeiros necessários para a operação da cafeteria. Os valores foram estimados com base nos três cenários de *market-share* previamente definidos, pessimista (3%), realista (5%) e otimista (7,5%), os quais estão diretamente relacionados à manutenção e ao funcionamento do empreendimento ao longo do primeiro ano.

Destaca-se, mais uma vez, que determinados itens apresentam variações significativas nos meses finais, como é o caso do pró-labore e dos investimentos em capacitação da equipe, refletindo adequações estratégicas ao aumento do fluxo de clientes e à preparação para ciclos futuros de operação.

Os dados evidenciam a capacidade do empreendimento em adaptar-se a diferentes realidades de mercado, promovendo uma gestão orientada pela prudência, pelo controle rigoroso dos gastos e pela priorização de investimentos compatíveis com a demanda projetada em cada cenário.

TABELA 31 - DESPESAS - TOTAL ANUAL

Despesas	Total Anual 1	Total Anual 2	Total Anual 3	Total Anual 4	Total Anual 5
Gastos relativos ao <i>Marketing</i>	R\$ 6.000,00	R\$ 6.300,00	R\$ 6.615,00	R\$ 6.945,75	R\$ 7.293,04
Seguros (bens, responsabilidade civil, incêndio) Porto Seguros	R\$ 10.800,00	R\$ 11.340,00	R\$ 11.907,00	R\$ 12.502,35	R\$ 13.127,47
Empréstimos 36 meses: taxa de 0,96	R\$ 16.035,60	R\$ 16.837,38	R\$ 17.679,25	R\$ 18.563,21	R\$ 19.491,37
Tarifa da Conta Bancária Empresarial (Adapt 1 Itaú). - DESPESA ADM	R\$ 1.908,00	R\$ 2.003,40	R\$ 2.103,57	R\$ 2.208,75	R\$ 2.319,19
Contador	R\$ 3.600,00	R\$ 3.780,00	R\$ 3.969,00	R\$ 4.167,45	R\$ 4.375,82
Material de Escritório (a cada 1 mês)	R\$ 400,00	R\$ 420,00	R\$ 441,00	R\$ 463,05	R\$ 486,20
Viagens e treinamentos (1 vez no ano).	R\$ 2.500,00	R\$ 2.625,00	R\$ 2.756,25	R\$ 2.894,06	R\$ 3.038,77
Uniforme	R\$ 1.000,00	R\$ 1.050,00	R\$ 1.102,50	R\$ 1.157,63	R\$ 1.215,51
Prolabore	R\$ 63.432,00	R\$ 63.432,00	R\$ 63.432,00	R\$ 63.432,00	R\$ 63.432,00
TOTAL	R\$ 105.675,60	R\$ 107.787,78	R\$ 110.005,57	R\$ 112.334,25	R\$ 114.779,36

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.4 Demonstrativo de resultados do exercício (DRE)

O Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) é uma ferramenta contábil essencial para a análise do desempenho econômico de um empreendimento, permitindo

avaliar, de forma estruturada, se as atividades operacionais resultam em lucro ou prejuízo ao longo de um determinado período (GITMAN; ZUTTER, 2018). No contexto do plano de negócios da cafeteria Expresso Caiçara, o DRE foi elaborado com base nas projeções de receita e custos dos cinco primeiros anos de operação, considerando os três cenários previamente descritos (pessimista, realista e otimista). A partir deste demonstrativo, torna-se possível identificar a lucratividade do negócio, acompanhar a evolução dos resultados e verificar a eficiência da gestão financeira. A inclusão do DRE neste plano proporciona uma visão consolidada dos dados financeiros, facilitando a análise de indicadores como margem de lucro, ponto de equilíbrio e capacidade de geração de caixa ao longo do tempo.

Antes da apuração da receita líquida, foram consideradas as deduções obrigatórias sobre a receita bruta de vendas. A primeira refere-se ao uso de maquininhas de cartão, que representam 75% do volume de vendas, com uma taxa média de 1,2% sobre o valor transacionado. Essa estimativa é respaldada por dados da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (ABECS), que aponta uma predominância dos meios eletrônicos no comércio varejista brasileiro, especialmente em setores de alimentação fora do lar, como cafeterias e lanchonetes (ABECS, 2023). A segunda dedução diz respeito à utilização de plataformas de *delivery*, que representam cerca de 10% das vendas, com uma taxa média de 12% sobre o valor. Essa estimativa é baseada em dados do Instituto *Foodservice* Brasil (IFB), que indicam que a participação do canal *delivery* representou 22,8% do total das vendas no setor de alimentação fora do lar em março de 2023 (IFB, 2023).

5.6.4.1 Cenário pessimista

No cenário pessimista apresentado na Tabela 32, a operação não atingiu a lucratividade ao longo dos cinco anos. Mesmo com o crescimento gradual da receita bruta de R\$262.898,91 no primeiro ano para R\$319.355,14 no quinto, a receita líquida, após deduções e abatimentos, é insuficiente para cobrir os custos fixos e variáveis. O lucro líquido permaneceu negativo durante todo o período, com perdas entre -R\$79.734,72 e

-R\$82.810,01. Este resultado evidencia os riscos de operar com baixa escala de clientes e margens apertadas.

TABELA 32 - DRE - CENÁRIO PESSIMISTA

DRE	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R\$ 262.898,81	R\$ 276.043,75	R\$ 289.845,94	R\$ 304.338,23	R\$ 319.555,14
(-) Deduções da Receita (% de taxas máquina + <i>delivery</i>)	R\$ 5.520,87	R\$ 5.796,92	R\$ 6.086,76	R\$ 6.391,10	R\$ 6.710,66
(=)RECEITA LÍQUIDA	R\$ 257.377,93	R\$ 270.246,83	R\$ 283.759,17	R\$ 297.947,13	R\$ 312.844,49
(-) Custos Diretos (CPV)	R\$ 162.074,50	R\$ 170.178,23	R\$ 178.687,14	R\$ 187.621,49	R\$ 197.002,57
(=) LUCRO BRUTO	R\$ 95.303,43	R\$ 100.068,61	R\$ 105.072,04	R\$ 110.325,64	R\$ 115.841,92
(-) Despesas variáveis	R\$ 49.811,04	R\$ 52.301,59	R\$ 54.916,67	R\$ 57.662,51	R\$ 60.545,63
(-) Despesas Fixas	R\$ 105.675,60	R\$ 107.787,78	R\$ 110.005,57	R\$ 112.334,25	R\$ 114.779,36
(=) EBIT (Lucro Operacional)	-R\$ 60.183,21	-R\$ 60.020,76	-R\$ 59.850,20	-R\$ 59.671,12	-R\$ 59.483,07
(-) Impostos (Simples Nacional)	R\$ 19.191,61	R\$ 20.151,19	R\$ 21.158,75	R\$ 22.216,69	R\$ 23.327,53
(=) Lucro Líquido	-R\$ 79.374,82	-R\$ 80.171,96	-R\$ 81.008,96	-R\$ 81.887,81	-R\$ 82.810,60

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.4.2 Cenário realista

A projeção do cenário realista apresentado na Tabela 33, demonstra um desempenho econômico equilibrado e promissor, indicando que o modelo de negócios da cafeteria Expresso Caiçara é financeiramente viável em condições medianas de mercado, o empreendimento apresenta resultados líquidos positivos já no primeiro ano, o que evidencia um ponto de equilíbrio alcançado em curto prazo.

Quando comparado ao cenário pessimista, este cenário se destaca por apresentar maior capacidade de diluição dos custos fixos e melhor aproveitamento da estrutura

operacional, resultando em maior margem de lucro. A elevação moderada do volume de vendas permite não apenas cobrir os custos operacionais com mais folga, como também garantir retorno financeiro compatível com o investimento inicial.

TABELA 33 - DRE - CENÁRIO REALISTA

DRE	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R\$ 438.164,68	R\$ 460.072,91	R\$ 483.076,56	R\$ 507.230,39	R\$ 532.591,91
(-) Deduções da Receita (% de taxas máquina + <i>delivery</i>)	R\$ 9.201,46	R\$ 9.661,53	R\$ 10.144,61	R\$ 10.651,84	R\$ 11.184,43
(=)RECEITA LÍQUIDA	R\$ 428.963,22	R\$ 450.411,38	R\$ 472.931,95	R\$ 496.578,55	R\$ 521.407,48
(-) Custos Diretos (CPV)	R\$ 197.446,83	R\$ 207.319,17	R\$ 217.685,13	R\$ 228.569,39	R\$ 239.997,86
(=) LUCRO BRUTO	R\$ 231.516,39	R\$ 243.092,21	R\$ 255.246,82	R\$ 268.009,16	R\$ 281.409,62
(-) Despesas variáveis	R\$ 52.091,04	R\$ 54.695,59	R\$ 57.430,37	R\$ 60.301,89	R\$ 63.316,98
(-) Despesas Fixas	R\$ 105.675,60	R\$ 107.787,78	R\$ 110.005,57	R\$ 112.334,25	R\$ 114.779,36
(=) EBIT (Lucro Operacional)	R\$ 73.749,75	R\$ 80.608,84	R\$ 87.810,88	R\$ 95.373,03	R\$ 103.313,28
(-) Impostos (Simples Nacional)	R\$ 41.625,64	R\$ 43.706,93	R\$ 45.892,27	R\$ 48.186,89	R\$ 50.596,23
(=) Lucro Líquido	R\$ 32.124,11	R\$ 36.901,92	R\$ 41.918,61	R\$ 47.186,14	R\$ 52.717,05

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.4.3 Cenário otimista

O cenário otimista (Tabela 34), projeta um desempenho financeiro altamente favorável, com o aumento significativo na receita líquida ao longo dos anos resultando em uma lucratividade expressiva desde o primeiro exercício, superando de forma evidente os resultados obtidos nos cenários anteriores. Quando comparado ao realista, percebe-se uma elevação acentuada da margem de lucro, reflexo direto do ganho de escala e da consequente eficiência na absorção dos custos fixos. Em relação ao cenário pessimista, a diferença é ainda

mais notável, reforçando a relevância de estratégias assertivas de *marketing*, experiência do cliente e qualidade do serviço para atingir esse nível de desempenho. O cenário otimista evidencia o potencial de crescimento e rentabilidade da cafeteria diante de uma resposta positiva do mercado.

TABELA 34 - DRE - CENÁRIO OTIMISTA

DRE	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R\$ 657.247,02	R\$ 690.109,37	R\$ 724.614,84	R\$ 760.845,58	R\$ 798.887,86
(-) Deduções da Receita (% de taxas máquina + <i>delivery</i>)	R\$ 13.802,19	R\$ 14.492,30	R\$ 15.216,91	R\$ 15.977,76	R\$ 16.776,65
(=) RECEITA LÍQUIDA	R\$ 643.444,83	R\$ 675.617,08	R\$ 709.397,93	R\$ 744.867,83	R\$ 782.111,22
(-) Custos Diretos (CPV)	R\$ 238.919,88	R\$ 250.865,87	R\$ 263.409,17	R\$ 276.579,63	R\$ 290.408,61
(=) LUCRO BRUTO	R\$ 404.524,95	R\$ 424.751,20	R\$ 445.988,76	R\$ 468.288,20	R\$ 491.702,61
(-) Despesas variáveis	R\$ 54.011,04	R\$ 56.711,59	R\$ 59.547,17	R\$ 62.524,53	R\$ 65.650,76
(-) Despesas Fixas	R\$ 105.675,60	R\$ 107.787,78	R\$ 110.005,57	R\$ 112.334,25	R\$ 114.779,36
(=) EBIT (Lucro Operacional)	R\$ 244.838,31	R\$ 260.251,83	R\$ 276.436,02	R\$ 293.429,42	R\$ 311.272,49
(-) Impostos (Simples Nacional)	R\$ 62.438,47	R\$ 65.560,39	R\$ 77.533,79	R\$ 81.410,48	R\$ 85.481,00
(=) Lucro Líquido	R\$ 182.399,85	R\$ 194.691,44	R\$ 198.902,23	R\$ 212.018,94	R\$ 225.791,49

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.4.4 Análise dos cenários

A análise da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) nos três cenários, pessimista, realista e otimista, proporciona uma visão ampla sobre a viabilidade financeira do plano de negócios da cafeteria em Pontal do Paraná.

O cenário pessimista, embora importante para prever possíveis dificuldades, foi desconsiderado como base para o planejamento estratégico, por adotar premissas excessivamente conservadoras que não condizem com as projeções de demanda identificadas na pesquisa de mercado. Manter o foco em um cenário tão negativo poderia limitar o potencial de crescimento do negócio e gerar decisões excessivamente cautelosas que comprometem sua competitividade. Por outro lado, o cenário realista apresenta resultados mais próximos das condições concretas do mercado local, demonstrando uma capacidade consistente da cafeteria em cobrir seus custos e gerar lucro moderado. Este cenário serve como base sólida para o planejamento financeiro, trazendo uma perspectiva equilibrada entre riscos e oportunidades.

Já o cenário otimista aponta para um potencial de crescimento significativo, caso estratégias de *marketing* e gestão sejam bem aplicadas, mas deve ser tratado como um horizonte aspiracional.

Portanto, priorizar o cenário realista permite ao empreendedor alinhar expectativas e ações com o contexto atual do município, minimizando surpresas e preparando o negócio para operar de forma sustentável e eficiente. A análise da DRE confirma a viabilidade do empreendimento dentro desse quadro, reforçando a importância de uma gestão cuidadosa e adaptável para o sucesso da cafeteria.

5.6.5 Taxa Interna de Retorno (TIR)

A Tabela 35 apresenta os fluxos de caixa anuais referentes ao cenário pessimista do projeto, considerando o investimento inicial de R\$43.130,00 no ano zero e fluxos negativos durante os cinco anos seguintes, variando de –R\$ 78.199,78 no primeiro ano a –R\$81.382,33 no quinto ano. O cálculo da TIR, que considera esses fluxos de caixa descontados ao longo

do tempo, resulta em 0%, indicando que, sob este cenário, o investimento não gera retorno financeiro positivo, ficando no ponto de equilíbrio entre ganhos e perdas.

A fórmula utilizada para o cálculo do fluxo de caixa em cada ano foi:

$$\text{Fluxo de Caixa} = (\text{Lucro Operacional} - \text{Impostos}) + \text{Depreciação}^{21}$$

TABELA 35 - TAXA INTERNA DE RETORNO - CENÁRIO PESSIMISTA

Ano 0 - Investimentos Iniciais	-R\$ 43.130,00
Ano 1 - Fluxo de Caixa	-R\$ 78.199,78
Ano 2 - Fluxo de Caixa	-R\$ 78.938,17
Ano 3 - Fluxo de Caixa	-R\$ 79.713,48
Ano 4 - Fluxo de Caixa	-R\$ 80.527,56
Ano 5 - Fluxo de Caixa	-R\$ 81.382,33
TIR - CENÁRIO PESSIMISTA	0%

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

A Tabela 36 apresenta a Taxa Interna de Retorno (TIR) do cenário realista, que considera o investimento inicial de R\$ 43.130,00 e fluxos de caixa positivos ao longo dos cinco primeiros anos, iniciando em R\$ 33.299,15 no ano 1 e crescendo para R\$ 54.145,32 no ano 5. O cálculo da TIR resultou em 84%, indicando um retorno financeiro expressivo e superior ao custo do capital investido, o que demonstra a viabilidade e atratividade do projeto nesse cenário.

TABELA 36 - TAXA INTERNA DE RETORNO - CENÁRIO REALISTA

Ano 0 - Investimentos Iniciais	-R\$ 43.130,00
Ano 1 - Fluxo de Caixa	R\$ 33.299,15
Ano 2 - Fluxo de Caixa	R\$ 38.135,71

²¹ Conforme Assaf Neto (2012, p. 486), o fluxo de caixa operacional é obtido pelo lucro operacional líquido dos impostos, somado às despesas não desembolsáveis, como a depreciação.

Ano 3 - Fluxo de Caixa	R\$ 43.214,09
Ano 4 - Fluxo de Caixa	R\$ 48.546,39
Ano 5 - Fluxo de Caixa	R\$ 54.145,32
TIR - CENÁRIO REALISTA	84%

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Já a tabela 37 apresenta a Taxa Interna de Retorno (TIR) no cenário otimista, com um investimento inicial de R\$ 43.130,00 e fluxos de caixa altamente positivos ao longo dos cinco primeiros anos, começando em R\$ 183.574,89 no ano 1 e alcançando R\$ 227.219,76 no ano 5. O resultado da TIR foi de 431%, evidenciando um retorno excepcional sobre o capital investido, o que demonstra grande viabilidade e potencial de lucratividade do projeto sob condições favoráveis.

TABELA 37 - TAXA INTERNA DE RETORNO - CENÁRIO OTIMISTA

Ano 0 - Investimentos Iniciais	-R\$ 43.130,00
Ano 1 - Fluxo de Caixa	R\$ 183.574,89
Ano 2 - Fluxo de Caixa	R\$ 195.925,23
Ano 3 - Fluxo de Caixa	R\$ 200.197,72
Ano 4 - Fluxo de Caixa	R\$ 213.379,20
Ano 5 - Fluxo de Caixa	R\$ 227.219,76
TIR - CENÁRIO OTIMISTA	431%

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

5.6.6 Custo Médio Ponderado de Capital (WACC)

O Custo Médio Ponderado de Capital (WACC) foi calculado utilizando a fórmula simplificada que pondera o custo do capital próprio e do capital de terceiros pelas suas respectivas participações no investimento fixo, conforme apresentado por Assaf Neto (2008) no artigo *Uma proposta metodológica para o cálculo do custo de capital no Brasil*:

$$WACC = (K_e \times WPL) + (K_i \times WP)$$

Neste cálculo, o custo do capital próprio (Ke) foi estimado pela Taxa Interna de Retorno (TIR) anual (cálculo composto) projetada para cada cenário, enquanto o custo do capital de terceiros (Ki) corresponde à taxa anual efetiva do empréstimo contratado, de 12,16%. As proporções do capital próprio ($WPL = 7,26\%$) e de terceiros ($WP = 92,74\%$) foram calculadas com base no investimento fixo total de R\$43.130,00. Optou-se pela fórmula simplificada sem descontar o imposto de renda, pois, no Simples Nacional, o imposto incide sobre o faturamento e não sobre o lucro, não havendo benefício fiscal que justifique ajustar o custo da dívida, ao contrário de empresas no Lucro Real ou Presumido.²²

Com base nesses dados, os valores do WACC para cada cenário foram calculados da seguinte forma:

- Cenário pessimista: $WACC = (0\% \times 7,26\%) + (12,16\% \times 92,74\%) = 11,28\%$ ao ano.
- Cenário realista: $WACC = (12,94\% \times 7,26\%) + (12,16\% \times 92,74\%) = 12,22\%$ ao ano.
- Cenário otimista: $WACC = (43,6\% \times 7,26\%) + (12,16\% \times 92,74\%) = 14,44\%$ ao ano.

A comparação entre TIR anual e WACC indica a viabilidade do projeto: quando a TIR é menor que o WACC, há inviabilidade; quando é maior, o projeto é viável. No cenário pessimista, a TIR (0%) é inferior ao WACC (11,28%), mostrando inviabilidade, enquanto nos cenários realista e otimista a TIR supera o WACC, confirmando a viabilidade do investimento.

5.6.7 Valor Presente Líquido (VPL).

O Valor Presente Líquido (VPL) foi calculado com base na atualização dos fluxos de caixa futuros, descontados pela taxa de atratividade (WACC) correspondente a cada cenário

²² No Simples Nacional, os tributos são apurados com base na receita bruta (faturamento) e recolhidos por meio de alíquotas unificadas. Fonte: BRASIL. Secretaria-Executiva do Comitê Gestor do Simples Nacional. *Perguntas e Respostas – Simples Nacional*. Atualizado em 3 de julho de 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/acesso-rapido/assuntos/simples-nacional/perguntas-e-respostas>. Acesso em: 15/06/2025.

analisado: pessimista, realista e otimista. Utilizou-se a fórmula conforme apresentada por Leonardo Pereira, no site Dicionário Financeiro (2024), que define o VPL como:

FIGURA 27 - FÓRMULA DO VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL).

$$VPL = \sum_{j=1}^n \frac{FC_j}{(1 + TMA)^j} - Investimento\ Inicial$$

Fonte: PEREIRA, Leonardo. *Valor Presente Líquido (VPL)*. Dicionário Financeiro, 2024.

Sendo:

- *FC* é o fluxo de caixa de cada período
- *TMA* é a taxa mínima de atratividade (neste estudo representada pelo WACC)
- *j* é o período de ocorrência do fluxo

Resultados:

- Cenário Pessimista (WACC = 11,28%): R\$ -335.201,92
- Cenário Realista (WACC = 12,22%): R\$ 108.438,37
- Cenário Otimista (WACC = 14,44%): R\$ 640.623,03

5.6.8 Payback

A análise do *Payback* tem como objetivo identificar o período necessário para que o empreendimento recupere o capital investido inicialmente, a partir do saldo acumulado do fluxo de caixa líquido ao longo dos anos. Essa métrica é especialmente relevante no contexto de novos negócios, pois fornece uma visão prática da liquidez do investimento e da capacidade de retorno em diferentes cenários de mercado.

A Tabela 38 apresenta o cálculo do *Payback* sob a ótica do cenário pessimista, que considera um *market-share* de 3% e uma demanda diária média de 15 clientes. Conforme pode ser observado, mesmo com a aplicação de reajustes anuais e variações sazonais na

receita, o fluxo de caixa acumulado mantém-se negativo durante os cinco anos analisados. Isso se deve, principalmente, ao desempenho abaixo do ponto de equilíbrio operacional, o que impede a recuperação do valor inicialmente investido no prazo projetado. Esse resultado demonstra a importância de estratégias assertivas para captação de clientes e otimização de custos, já que, nesse cenário, o negócio opera com margens bastante reduzidas.

TABELA 38 - PAYBACK CENÁRIO PESSIMISTA

ANO	FLUXO DE CAIXA	FLUXO ACUMULADO
0	-R\$ 43.130,00	-R\$ 43.130,00
1	-R\$ 78.199,78	-R\$ 121.329,78
2	-R\$ 78.938,17	-R\$ 200.267,95
3	-R\$ 79.713,48	-R\$ 279.981,43
4	-R\$ 80.527,56	-R\$ 360.508,99
5	-R\$ 81.382,33	-R\$ 441.891,32

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

A Tabela 39 representa a simulação do Payback no cenário realista, que considera um *market-share* de 5% e uma demanda média de 25 clientes por dia. Esse cenário reflete uma expectativa intermediária de desempenho para a cafeteria, alinhada à capacidade de atendimento projetada e ao potencial de mercado identificado.

Ao analisar os dados de fluxo de caixa acumulado ao longo dos cinco anos, observa-se uma trajetória de crescimento gradual das receitas, com avanços significativos. Ainda assim, o retorno integral do investimento inicial é alcançado no segundo ano. Diferentemente do cenário pessimista, o saldo acumulado apresenta uma recuperação mais robusta, esse comportamento indica uma tendência positiva de consolidação do negócio a médio e longo prazo.

TABELA 39 - PAYBACK CENÁRIO REALISTA

ANO	FLUXO DE CAIXA	FLUXO ACUMULADO
0	-R\$ 43.130,00	-R\$ 43.130,00
1	R\$ 33.299,15	-R\$ 9.830,85
2	R\$ 38.135,71	R\$ 28.304,86
3	R\$ 43.214,09	R\$ 71.518,95
4	R\$ 48.546,39	R\$ 120.065,34
5	R\$ 54.145,32	R\$ 174.210,66

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

A Tabela 40 apresenta os resultados da simulação do *Payback* sob o cenário otimista, que considera um *market-share* de 7,5% e uma média diária de 37 clientes atendidos. Esse cenário foi projetado com uma condição favorável de desempenho, diferentemente dos demais cenários, o fluxo de caixa acumulado no cenário otimista atinge o ponto de retorno completo logo no primeiro ano, permitindo a recuperação total do investimento inicial.

Atingir o *Payback* dentro do horizonte de cinco anos representa um indicativo claro de viabilidade econômica e financeira do negócio, desde que as condições projetadas se concretizem. Esse desempenho também amplia as margens de segurança do empreendimento frente a variações sazonais ou eventuais imprevistos, garantindo maior estabilidade financeira e margem para reinvestimentos.

TABELA 40 - PAYBACK CENÁRIO OTIMISTA

ANO	FLUXO DE CAIXA	FLUXO ACUMULADO
0	-R\$ 43.130,00	-R\$ 43.130,00
1	R\$ 183.574,89	R\$ 140.444,89
2	R\$ 195.925,23	R\$ 336.370,12
3	R\$ 200.197,72	R\$ 536.567,84

TABELA 40 - PAYBACK CENÁRIO OTIMISTA

ANO	FLUXO DE CAIXA	FLUXO ACUMULADO
4	R\$ 213.379,20	R\$ 749.947,04
5	R\$ 227.219,76	R\$ 977.166,80

5.6.8.1 Análise de Cenários: *Payback*

A análise dos três cenários projetados – pessimista, realista e otimista – evidencia diferentes perspectivas quanto à capacidade da cafeteria Expresso Caiçara em recuperar o investimento inicial no prazo de cinco anos. Cada cenário foi construído com base em variações no *market-share* (3%, 5% e 7,5%, respectivamente), refletindo níveis distintos de desempenho e adesão do mercado local ao empreendimento.

No cenário pessimista, observa-se que, mesmo com esforços operacionais e reajustes anuais, o fluxo de caixa acumulado permanece negativo durante todo o período analisado. Isso indica que, sob uma demanda reduzida, o negócio não atinge o ponto de equilíbrio, inviabilizando o retorno do capital investido nesse horizonte temporal. Tal resultado reforça a necessidade de medidas cautelares e planos de contingência, especialmente nos primeiros anos de funcionamento.

Já no cenário realista, embora o Payback consiga retorno apenas no segundo ano. O saldo acumulado apresenta evolução significativa, demonstrando que, em uma condição de mercado estável e com estratégias bem implementadas, o empreendimento conquista a viabilidade financeira. Esse cenário aponta para um potencial de retorno em médio prazo, desde que mantido o ritmo de crescimento e controle de custos.

Por fim, o cenário otimista apresenta um panorama bastante favorável, com o retorno completo do investimento previsto para ocorrer já no primeiro ano. Esse desempenho está associado a uma maior capacidade de atendimento, maior volume de vendas e aproveitamento das sazonalidades da região. O fluxo de caixa acumulado positivo confirma a

solidez do modelo de negócio em condições de mercado aquecido e adesão significativa do público-alvo.

Portanto, a comparação entre os cenários evidencia fatores frente às variações de demanda e tem como foco a importância do planejamento estratégico contínuo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho propôs a estruturação de um plano de negócios para a abertura de uma cafeteria, a partir do contexto socioeconômico e de mercado de Pontal do Paraná, município pertencente à região do litoral paranaense. A proposta foi concebida com base na observação da escassez de estabelecimentos especializados no município, aliada ao potencial turístico da região e ao crescimento do consumo de cafés especiais no Brasil. Nesse cenário, o café se insere não apenas como produto, mas como vetor de experiências, contribuindo para a criação de ambientes que promovem encontros, acolhimento e valorização cultural.

A elaboração do plano de negócios fundamentou-se em uma abordagem metodológica mista, aliando pesquisa bibliográfica, análise de dados secundários, observação de campo, entrevistas com empreendedores do setor e aplicação de questionários estruturados. Essa triangulação de métodos permitiu identificar preferências específicas do público, como a valorização de espaços acolhedores, atendimento de qualidade e uma oferta variada de cafés e acompanhamentos, como bolos e salgados.

Diante das características identificadas durante a pesquisa, propôs-se a criação da Cafeteria Expresso Caiçara como uma alternativa inovadora para o município de Pontal do Paraná. A proposta busca integrar elementos da cultura caiçara ao conceito contemporâneo de cafeterias, oferecendo um ambiente diferenciado que une acolhimento, identidade regional e produtos artesanais. Essa iniciativa foi pensada para atender tanto moradores quanto turistas, considerando a dinâmica sazonal do município.

O plano de *marketing* foi estruturado com base no composto dos 4 P's: produto, preço, praça e promoção. Os produtos foram definidos a partir da análise dos resultados da pesquisa de mercado, que indicaram preferência dos consumidores por cafés clássicos, bolos caseiros, salgados assados e opções artesanais, valorizando a simplicidade com qualidade. A precificação considerou o poder aquisitivo local, apontado como inferior à média estadual, adotando estratégias acessíveis e competitivas. Em relação à praça, definiu-se uma localização estratégica no município, localizada na rodovia que liga todo o município, de fácil acesso, boa visibilidade e próximo de comércios locais. As ações promocionais

propostas envolvem *marketing* digital por meio das redes sociais, programas de fidelidade, identidade visual marcante e parcerias com *influencers* locais.

A organização dos processos produtivos foi desenvolvida com atenção à estrutura física, aos processos internos e à dinâmica de atendimento. Foram definidos os fluxos de produção para o preparo de cafês, bolos, salgados e outros itens do cardápio, assim como o atendimento ao cliente e a gestão de estoque e resíduos. A ambientação da cafeteria foi pensada para ser funcional, acolhedora e instagramável, de forma a atrair diferentes perfis de consumidores. A estrutura organizacional contempla a atuação dos sócios de forma direta, e a contratação de funcionários adicionais. Essa organização visa proporcionar um serviço de qualidade, com agilidade e padronização, mantendo os custos sob controle e otimizando os recursos disponíveis.

Quanto ao plano financeiro, foram elaborados três cenários distintos: pessimista, realista e otimista. As projeções de receitas basearam-se na propensão ao consumo identificada na pesquisa de mercado, no *ticket* médio estimado e no público potencial da região. Os custos diretos, indiretos e despesas foram calculados a partir de orçamentos, considerando equipamentos, insumos, mão de obra e estrutura física. O Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE), *payback* e a Taxa Interna de Retorno demonstram que, em todos os cenários, exceto pelo pessimista, o negócio apresenta capacidade de operação sustentável, recuperando em prazo razoável o valor investido.

Conclui-se, portanto, que a Cafeteria Expresso Caiçara representa uma oportunidade concreta de negócio, de forma a contribuir com o fortalecimento da identidade regional, com potencial para atender uma demanda identificada no município de Pontal do Paraná, tanto do ponto de vista mercadológico quanto operacional e financeiro.

REFERÊNCIAS

ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. **Critério Brasil: alterações na aplicação do Critério Brasil, válidas a partir de 01/06/2022**. São Paulo: ABEP, 2022. Disponível em: <https://www.abep.org>. Acesso em: 12 jun. 2025.

ABIC, Associação Brasileira da Indústria de Café. **Indicadores da Indústria de Café 2023**. Disponível em: <https://www.abic.com.br>. Acesso em: 15 out. 2024.

Agência SEBRAE de Notícias. **Refeições fora do lar e serviços de entrega: pesquisa mostra perfil dos paranaenses**. 2023. Disponível em: <https://pr.agenciasebrae.com.br/dados/refeicoes-fora-do-lar-e-servicos-de-entrega-pesquisa-mostra-perfil-dos-paranaenses/>. Acesso em: 20 mai. 2025.

APRENDER ESTATÍSTICA FÁCIL. **O que é: Fator de ajuste – definição e aplicações**. Disponível em: O que é: Fator de Ajuste - Definição e Aplicações. Acesso em: 15 jun. 2025.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ASSAF NETO, Alexandre. **Uma proposta metodológica para o cálculo do custo de capital no Brasil**. *Revista de Administração da USP*, São Paulo, v. 43, n. 1, p. 72-83, jan./fev./mar. 2008. Disponível em: <https://rausp.usp.br/wp-content/uploads/files/v4301072.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2025.

BATISTA, G. **Apostila Administração da Produção**, 2013. Disponível em: Adm Da Produção - Apostila | PDF | Setor terciário da economia | Indústrias. Acesso em: 07 maio 2025.

BRASIL. Secretaria-Executiva do Comitê Gestor do Simples Nacional. **Perguntas e Respostas – Simples Nacional**. Atualizado em 3 jul. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/acesso-rapido/assuntos/simples-nacional/perguntas-e-respostas>. Acesso em: 15 jun. 2025.

CHOI, S.Y.; LEE, H. **Inovação tecnológica e seu impacto na inovação do modelo de negócios em PMEs**. *Journal of Small Business Management*, 2020.

CRABB, G. **Crabb's English Synonyms: arranged alphabetically with complete cross references throughout**. London: Routledge, 1986.

DENZIN, Norman K. **The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods**. 2. ed. New York: McGraw-Hill, 1978.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 2008.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 8. ed. São Paulo: Empreende/LTC, 2021.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 6. ed. São Paulo: Empreende, 2023.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 6. ed. Rio de Janeiro: Editora Atlas, 2018.

DORNELAS, José; SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert. **Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século XXI.** 2. ed. São Paulo: Elsevier, 2014. Tradução de Cláudia Mello.

FERREIRA, A. B. de H. **Novo Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FOMENTO PARANÁ. **Fomento Paraná.** 2025. Disponível em: <https://www.fomento.pr.gov.br/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). **Relatório Global de Empreendedorismo.** 2022. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org>. Acesso em: 09 dez. 2024.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GITMAN, Lawrence J.; ZUTTER, Chad J. **Princípios de administração financeira.** 13. ed. São Paulo: Pearson, 2018.

GODOI, Emília Pietrafesa de. **Cultura caiçara: pesca artesanal e luta por reconhecimento.** São Paulo: Terceira Margem, 2004.

GOVERNO DO PARANÁ. **Verão Maior Paraná 2024/2025.** Secretaria de Estado do Esporte. Curitiba, 2024. Disponível em: <https://www.esporte.pr.gov.br/Pagina/Verao-Maior-Parana-20242025>. Acesso em: 12 set. 2025.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2022**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 30 out. 2024.

Incubadora de Projetos (INPRO). **1º Boletim INPRO – Perfil socioeconômico do litoral paranaense**. UFPR Litoral, 2020. Disponível em: https://litoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2020/11/1o-Boletim-INPRO_compressed.pdf.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (IPARDES). **Caderno estatístico: Município de Pontal do Paraná**. 2025. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=83255&btOk=ok>. Acesso em: 10 maio 2025.

IPARDES - Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Relatório Anual 2022**. Disponível em: <http://www.ipardes.pr.gov.br>. Acesso em: 22 out. 2024.

IPARDES, Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Estatísticas de Turismo no Paraná**. Disponível em: <https://www.ipardes.pr.gov.br>. Acesso em: 15 out. 2024.

Keynes, J. M. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. São Paulo: Editora Atlas, 1936.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LAVOLSKI, Luiz Fernando. **Depoimento sobre o empreendimento Bosque Café com Flores** [nov. 2024]. Entrevistadores: J. A. dos Santos, M. Hattori e A. J. C. Hipolito. Matinhos, 14 nov. 2024. 1 arquivo digital. Entrevista concedida para a pesquisa de mercado do TCC sobre plano de negócios.

LIKERT, R. **A technique for the measurement of attitudes**. *Archives of Psychology*, United States, v. 22, n. 140, p. 1–55, 1932.

LOPES, A. B.; SANTOS, J. F.; SILVA, R. D. **Empreendedorismo 4.0: uma análise das novas tendências no contexto digital**. *Revista de Gestão e Marketing Empreendedor*, v. 7, n. 3, p. 45-56, 2021. Disponível em: <https://revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/231>. Acesso em: 09 out. 2024.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARTINS, Ana Luiza. **História do Café**. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2012.
Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=_s5nAwAAQBAJ. Acesso em: 18 out. 2024.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise**. São Paulo: Atlas, 2007.

Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP). **Ações e Programas**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/memp/pt-br>. Acesso em: 15 jun. 2025.

NAKAGAWA, Marcelo. **Plano de Negócio: Teoria Geral**. São Paulo: Manole, 2011.

OPENAI. **Imagens geradas por inteligência artificial ChatGPT a partir de prompts do usuário**. Disponível em: <https://chat.openai.com/>. Acesso em: 19 jan. 2025.

OLIVEIRA, C. A.; LIMA, G. M. **A colaboração interinstitucional para o fomento ao empreendedorismo: desafios e perspectivas**. Revista de Estudos sobre Empreendedorismo e Políticas Públicas, v. 10, n. 1, p. 123-135, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.editoraenterprising.net>. Acesso em: 09 dez. 2024.

PEREIRA, Leonardo. **Valor Presente Líquido (VPL)**. *Dicionário Financeiro*, 2024.
Disponível em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/valor-presente-liquido/>. Acesso em: 18 jun. 2025.

Prata, Á. **Políticas públicas e a redução de desigualdades no Brasil**. Jornal UFG, 2019.
Disponível em: <https://jornal.ufg.br/n/113015-politicas-publicas-e-a-reducao-de-desigualdades-no-brasil>. Acesso em: 15 jun. 2025.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD); INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA); FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO (FJP). **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil**. Brasília: PNUD, 2013.
Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/>. Acesso em: 31 mar. 2025.

RECEITA FEDERAL. **Relatório de Microempreendedores Individuais por Município e CNAE**. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/relatorioMunicipioCnae.jsf>. Acesso em: 30 out. 2024.

SANTOS, M. R.; ALMEIDA, P. T.; SOUZA, J. R. **O impacto das políticas públicas no empreendedorismo: uma análise comparativa em economias emergentes**. Revista

Brasileira de Empreendedorismo, v. 15, n. 2, p. 75-91, 2021. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2020&q=empreendedorismo+pol%C3%ADticas+p%C3%BAblicas&btnG=. Acesso em: 09 dez. 2024.

SANTOS, Pedro Vieira Souza; PINHEIRO, Francisco Alves. **O plano de negócios como ferramenta estratégica para o empreendedor: um estudo de caso.** Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção, Curitiba, v. 5, n. 8, p. 150-165, dez. 2017. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/relainep/article/download/55161/34401>. Acesso em :19 jun. 2025.

SAP. **O que é blockchain?** Disponível em: <https://www.sap.com/brazil/products/artificial-intelligence/what-is-blockchain.html>. Acesso em: 20 out. 2024.

SEBRAE. **A inovação tecnológica é aliada do empreendedor.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-inovacao-tecnologica-e-aliada-do-empreendedor,e638d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 20 out. 2024.

SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil: 2022.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 22 out. 2024.

SEBRAE. **Empreendedorismo social no Brasil: um caminho para a transformação social e econômica.** 2020.

SEBRAE. **Globalização: um processo que derruba barreiras de crescimento.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/globalizacao-um-processo-que-derruba-barreiras-de-crescimento,7e12c232d33d3810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 23 out. 2024.

SEBRAE. **O papel da Internet das Coisas (IoT) na transformação digital.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ba/artigos/o-papel-da-internet-das-coisas-iot-na-transformacao-digital,7f97b34ab5602910VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 27 mar. 2025.

SEBRAE-PR. **Pontal do Paraná investe no turismo e busca duas Indicações Geográficas.** Agência Sebrae de Notícias, Curitiba, 03 dez. 2024. Disponível em: <https://pr.agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/pontal-do-parana-investe-no-turismo-e-busca-duas-indicacoes-geograficas/>. Acesso em: 12 set. 2025.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE (Org.). **Como elaborar um Plano de Negócios.** 2013. Disponível em:

http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf. Acesso em: 26 out. 2024.

SETU-PR. ***Pesquisa de Demanda Turística do Litoral do Paraná – 2025***. Secretaria de Estado do Turismo do Paraná, Curitiba, 2025. Disponível em: <https://www.turismo.pr.gov.br/Pagina/Inteligencia-Turistica>. Acesso em: 12 set. 2025.

SILVA, F. J.; MOREIRA, L. S.; CAVALCANTI, R. P. **Políticas públicas para o fomento ao empreendedorismo em contextos urbanos e rurais: desafios e oportunidades**. Revista de Estudos sobre Políticas Públicas e Empreendedorismo, v. 12, n. 1, p. 32-48, 2023. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2020&q=empreendedorismo+pol%C3%ADticas+p%C3%BAblicas&btnG=. Acesso em: 09 dez. 2024.

SILVA, João. **Impactos do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) na Economia Local: Um Estudo de Caso no Semiárido Brasileiro**. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/fH5ZR7R9Rj5MvSqNs7LvsgG>. Acesso em: 27 out. 2024.

SILVA, João; PEREIRA, Maria; OLIVEIRA, Ana. **O perfil empreendedor no curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC): uma análise comparativa entre ingressantes e concluintes**. 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/178653/Artigo%20Ana%20CI%C3%A1udia.pdf>. Acesso em: 19 out. 2024.

Uber Technologies Inc. **A Uber é uma empresa de tecnologia que cria oportunidades ao colocar o mundo em movimento**. São Paulo, 12 ago. 2024. Disponível em: <https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>. Acesso em: 26 ago. 2024.

YIN, R. K. **Estudo de caso Pesquisa e aplicações: Design e métodos**. 6. ed. Los Angeles: SAGE, 2016.

APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE MERCADO

Pesquisa de Campo: Cafeteria em Pontal do Paraná - UFPR

Esta é uma pesquisa acadêmica elaborada pelos estudantes de Gestão e Empreendedorismo da UFPR Setor Litoral, com o objetivo de compreender as preferências, exigências e necessidades dos consumidores de café, considerando a instalação de uma cafeteria em Pontal do Paraná.

Garantimos que todos os dados coletados serão tratados de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018) para proteger sua privacidade.

1) Qual é seu gênero?

☐ Masculino ☐ Feminino ☐ Outro

2) Qual é sua idade?

☐ 15 a 19 ☐ 20 a 24 ☐ 25 a 29 ☐ 30 a 34 ☐ 35 a 39 ☐ 40 a 44
☐ 45 a 49 ☐ 50 a 54 ☐ 55 a 59 ☐ Mais de 60

3) Qual é seu tipo de residência em Pontal do Paraná?

☐ Residência Permanente ☐ Residência Temporária ☐ Não sou residente, estou a passeio/trabalho

4) Qual balneário você reside ou está hospedado?

☐ Canoas ☐ Guaraguaçu ☐ Grajaú ☐ Ipanema ☐ Marissol

☐ Mirassol ☐ Monções ☐ Praia de Leste ☐ Pontal do Sul

☐ Santa Terezinha ☐ Shangri-lá ☐ Não sei ☐ Outro: _____

5) Qual sua renda salarial mensal? (Salário mínimo atual: R\$ 1.412,00)

☐ Menos que 1 salário mínimo ☐ Entre 1 e 3 salários mínimos

☐ Entre 3 e 5 salários mínimos ☐ Entre 5 e 10 salários mínimos

() Mais que 10 salários mínimos

6) Com que frequência você visita cafeterias?

() Diariamente () Semanalmente () Mensalmente

() Eventualmente () Não frequento

Se não frequenta, prossiga para a pergunta 7.

7) Por qual motivo você não frequenta cafeterias? (Marque todas que se aplicam)

- ☐ Não gosto de café
- ☐ Ausência de cafeteria na cidade
- ☐ Não gosto do ambiente de cafeterias
- ☐ Não tenho tempo
- ☐ Não tenho uma cafeteria próxima
- ☐ Os preços são altos
- ☐ Prefiro fazer café em casa
- ☐ Outro: _____

8) O que poderia te motivar a começar a frequentar cafeterias?

Avalie de 1 (Nada Relevante) a 5 (Extremamente Relevante).

Item	1	2	3	4	5
Ambiente mais confortável	()	()	()	()	()
Conexão <i>Wi-Fi</i> gratuita e de qualidade	()	()	()	()	()
Eventos e atividades especiais	()	()	()	()	()

Localização conveniente () () () () ()

Melhor qualidade do café () () () () ()

Opções de alimentos que combinam com café () () () () ()

Promoções e descontos () () () () ()

Recomendação de amigos ou familiares () () () () ()

9) Você estaria disposto a visitar uma nova cafeteria se ela atendesse às suas preferências?

() Sim () Não () Talvez

10) Quais serviços adicionais em uma cafeteria te interessariam? (Marque todas que se aplicam)

- ☐ Área para socialização
- ☐ Espaço de trabalho ou estudo
- ☐ Espaço para eventos ou reuniões
- ☐ Menu variado de alimentos
- ☐ Opções de café diferenciadas (gourmet, especialidades)
- ☐ Outro: _____

11) Você conhece os diferentes tipos de café?

() Sim () Não

12) Se sim, você tem alguma preferência?

- ☐ Café Expresso
- ☐ Café Tradicional
- ☐ Café com Leite
- ☐ Café Gourmet (com chocolate, Nutella, etc.)
- ☐ Café Gelado
- ☐ Café Mocha
- ☐ Cappuccino
- ☐ Outro: _____

13) Com que frequência você poderia visitar uma cafeteria se ela atendesse às suas expectativas?

- () Diariamente () Semanalmente () Mensalmente
 () Eventualmente () Não sei

14) Você frequenta cafeterias quando está em outras cidades?

- () Sim () Não

Para os que frequentam.

15) Indique o quanto cada elemento é relevante na sua decisão de frequentar uma cafeteria.

De 1 (Nada Relevante) a 5 (Extremamente Relevante).

Item	1	2	3	4	5
Ambiente aconchegante e agradável	()	()	()	()	()
Eventos especiais ou atividades	()	()	()	()	()

Experiência gastronômica	☐	☐	☐	☐	☐
Local para socialização	☐	☐	☐	☐	☐
Lugar para trabalhar ou estudar	☐	☐	☐	☐	☐
Promoções e descontos	☐	☐	☐	☐	☐
Proximidade/conveniência	☐	☐	☐	☐	☐
Qualidade do café	☐	☐	☐	☐	☐
Variedade de bebidas e alimentos	☐	☐	☐	☐	☐

16) Com quem você costuma frequentar uma cafeteria? (Marque todas que se aplicam)

- ☐ Sozinho
- ☐ Casal
- ☐ Família
- ☐ Em grupo
- ☐ Outro: _____

17) Qual seu tipo de café preferido? (Marque todas que se aplicam)

- ☐ Café Tradicional
- ☐ Café Tradicional com leite
- ☐ Café Expresso
- ☐ Cappuccino
- ☐ Café Gelado
- ☐ Café Gourmet

- ☐ Café Alcoólico
☐ Outro: _____

18) Avalie a relevância dos seguintes acompanhamentos na sua decisão de compra.

De 1 (Nada Relevante) a 5 (Extremamente Relevante).

Item	1	2	3	4	5
Bolos	()	()	()	()	()
Doces	()	()	()	()	()
Refeições	()	()	()	()	()
Salgados	()	()	()	()	()
Tortas	()	()	()	()	()
Outras opções	()	()	()	()	()

19) Você gostaria de uma opção para comprar via *Delivery*, mantendo a qualidade do produto?

() Sim () Não () Talvez

APÊNDICE 2 - ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO DE CAMPO

Cafeteria:

Data/Hora:

Local:

Documento com intuito de verificar apenas as observações como clientes, para possível reunião direta com os responsáveis.

1. Ambiente

- **Decoração:** Estética e harmonia.

- **Conforto:** Iluminação, cadeiras e mesas.

- **Limpeza:** Mesa, chãos e banheiros.

- **Acessibilidade:** Possui estacionamento? Sim () Não ()

- **Possui Inclusão,LGBT. PCDs ?** Sim () Não () Quais?

- **Pessoas :** observação de outros clientes (grupos, individuais, estudantes, turistas)

2. Atendimento ao Cliente

- **Recepção.**

Escala de 1 a 10: _____ Porque? _____

- **Agilidade.**

Escala de 1 a 10: _____ Porque? _____

- **Serviços :** Treinamento de funcionário/ Consegue explicar sobre os produtos?

-
- **Cordialidade/Formalidade:** Se são educados e prestativos
-

3. Qualidade dos produtos

- **CARDÁPIO.**

Possui Variedades ? Sim () Não ()

Quais variedades?

- **PRECIFICAÇÃO.**

Valores altos , medianos, baixo? _____

- **APARÊNCIA.**

Escala de 1 a 10: _____ Porque? _____

- **SABOR**

Escala de 1 a 10 : _____ Porque? _____

- **Promoções?** Sim () Não ()

4. Serviços

- **Equipamentos e Higiene**

Escala de 1 a 10: _____ Porque? _____

Detalhe aqui embaixo, pontos positivos e negativos, se a localização é boa, e se os resultados foram cumpridos com as devidas expectativas.

APÊNDICE 3 - ROTEIRO DE ENTREVISTA

OBJETIVO DA PESQUISA

O objetivo desta entrevista é exclusivamente acadêmico, iremos obter *insights* sobre as práticas e desafios enfrentados pelas cafeterias na região de Paranaguá, que servirão como parâmetro para a elaboração de um plano de negócios para uma nova cafeteria em Pontal do Paraná. Queremos entender aspectos como planejamento, *marketing*, principais desafios e adaptação às demandas locais e turísticas. Suas respostas serão fundamentais para identificarmos fatores de sucesso no setor e para alinharmos nosso projeto com as expectativas e preferências dos consumidores da região. Acreditamos que sua experiência e conhecimento sobre o mercado local poderão enriquecer significativamente nossa pesquisa.

IDENTIFICAÇÃO DA ENTREVISTA

Entrevistado:

Cafeteria: Bosque Café com flores.

Data ____ / ____ / ____

Hora:

Entrevistadores: Ana Julia Corrêa Hipolito; Jenniffer Amanda dos Santos; Matheus Hattori.

Local: Entrevista Online

ROTEIRO DA ENTREVISTA

1. Visão Geral do Negócio

- Poderia nos contar a sua história como empreendedor?
- Por que você decidiu abrir uma cafeteria?
- Como você descreveria o conceito do seu empreendimento?
- Existe alguma parceria com outras empresas?
- Sua empresa adota as práticas de sustentabilidade? Como uso de materiais recicláveis, por exemplo?

- Como você avalia a concorrência local e qual é o diferencial da sua cafeteria entre os concorrentes?
- Como você descreveria o perfil dos seus clientes? Eles são, em sua maioria, moradores locais, turistas ou ambos

2. Desafios.

- Quais foram os principais desafios enfrentados no início do negócio e atualmente?
- Quantas pessoas fazem parte da equipe e quais são os principais desafios na gestão da equipe?

3. Marketing, Estoque e Fornecedores.

- Como você divulga o negócio e atrai novos clientes?
- Como você lida com o *feedback* dos clientes e quais ações são tomadas a partir desse *feedback*?
- Quais critérios você considera mais importantes no processo de compra e escolha dos fornecedores?
- Como trabalha com os desafios de perdas e estocagem de materiais?

4. Finanças

- Qual é o investimento médio para abrir uma cafeteria em uma cidade como Paranaguá?
- Você recomenda uso de softwares para gerenciamento financeiro do negócio?
- Que estratégias de precificação você usa para os produtos da cafeteria?
- Conseguem identificar o *ticket* médio da cafeteria? Como usam essa informação?

5. Conselhos para Novos Empreendedores

- Em sua opinião, quais são os principais erros a serem evitados ao abrir e gerenciar uma cafeteria?
- O que você gostaria de ter compreendido antes de abrir o seu negócio?

APÊNDICE 4 - TERMO DE CONSENTIMENTO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - SETOR LITORAL
CURSO DE GESTÃO E EMPREENDEDORISMO

Estudantes:

Ana Julia Corrêa Hipolito; Jenniffer Amanda Dos Santos; Matheus Hattori

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

A pesquisa **Plano de Negócios para abertura de uma Cafeteria em Pontal do Paraná** é uma pesquisa que está sendo desenvolvida por estudantes de Gestão e Empreendedorismo do Setor Litoral da Universidade Federal do Paraná – UFPR, sob a orientação da professora Dra. Cinthia Maria de Sena Abrahão. Com o objetivo de analisar as práticas de gestão e operação de cafeterias, tomando como referência a experiência de empreendedores do setor. As informações obtidas serão prestadas voluntariamente e os informantes terão sua identidade preservada. No caso de entrevistas cuja natureza demande a identificação do respondente, essa será precedida de uma autorização formal do mesmo para publicação de seu nome ou denominação de organizações ou empreendimentos sob sua responsabilidade. O informante poderá recusar-se a responder qualquer pergunta que ocasione constrangimento ou não lhe pareça apropriada. O presente termo também autoriza a reprodução e publicação, mediante indicação de fonte, de fotografias, imagens e outros documentos do acervo do respondente que eventualmente sejam disponibilizadas aos pesquisadores. Não há despesas pessoais para o respondente e também não há compensação financeira relacionada à sua participação. Se você tiver alguma consideração ou dúvida sobre a ética da pesquisa, entre em contato com os responsáveis, que podem ser encontrados no Setor Litoral da UFPR, no seguinte endereço: Rua Jaguariaíva, 512, Bairro de Caiobá, Matinhos – PR, Fone (41) 3511-8300 ou (41) 98510-9070. Foram elaboradas duas vias deste Termo, sendo que uma ficará com o respondente e a outra ficará nos arquivos da pesquisa.

Assinatura do Informante/Representante Legal

Data ____/____/____

(Somente para o responsável do projeto)

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste informante ou representante legal para a participação neste estudo.

Assinatura do Responsável pelo Estudo

Data ____/____/____

APÊNDICE 5 - AVALIAÇÕES DAS CAFETERIAS DE PARANAGUÁ

Cafeteria	nº Avaliações	Nota média	Pontos positivos	Pontos negativos	Endereços
Eita Café Bistrô	201	4,6	Ambiente agradável Vista para o Rio Itiberê Comida e doces saborosos Cardápio Variado Decoração estilo Nordeste	Preços altos Atraso nos pedidos	Rua General Carneiro, 216 - Centro Histórico, Paranaguá - PR.
O cafezito	48	4,7	Comida boa Lugar Agradável	Atendimento ruim	Rua Conselheiro Sinimbú, 37 - Centro Histórico, Paranaguá - PR.
Doceria e Cafeteria Carpe Diem	105	4,4	Atendimento bom (contraditório) Comidas saborosas	Atendimento péssimo Demora	Rua dos Expedicionários, 677-817 - Ponta do Caju, Paranaguá - PR.
Piano Café	797	4,7	Ambiente agradável Atendimento ótimo	Poucas opções de café Caro	Rua João Eugênio, 711 - Loja 42 - Costeira, Paranaguá - PR. Estação Mall

Café Casa Santo Antônio	53	4,9	Atendimento bom Decoração/arquitetura rústica Variedade no cardápio Espaços diferentes no café Qualidade dos produtos		Rua XV de Novembro, 92 - Centro Histórico, Paranaguá - PR.
Sweet Dreams Paranaguá	273	4,5	Comida de qualidade Ambiente instagrável	Demora Qualidade no atendimento vem decaindo Falta de atenção nos pedidos	Rua Conselheiro Sinimbú, 225 - Centro Histórico, Paranaguá - PR.
Habeb's Cyber Café	377	4,8	Ambiente confortável Comidas de qualidade Excelente atendimento		Rua Dr. Leocádio, 207 - Centro Histórico, Paranaguá - PR.
Cheirin Bão Paranaguá	78	4,8	Ambiente agradável Comida de qualidade Atendimento ótimo		Rua Nestor Victor, 198 - Loja 02 - João Gualberto, Paranaguá - PR.
Confeitaria Vovó Virgínia	1.590	4,5	Ambiente agradável Qualidade dos produtos	Demora Falta de atenção Atendimento ruim Preços altos	Rua Faria Sobrinho, 313 - Centro Histórico, Paranaguá - PR
Madeleine	414	4,8	Ambiente instagrável Comida ótima	Demora	Rua Manoel Corrêa, 2060 - Palmital, Paranaguá - PR.

			Refeições ótimas		
Bosque Café com Flores	01	5,0	Lugar lindo Comida saborosa		Rua Faria Sobrinho, 257 - Centro Histórico, Paranaguá - PR.
Parisnaguá Cafeteria e Lanchonete	04	4,0	Preço ok	Mal organizado Demora	Rua João Régis - Centro Histórico, Paranaguá - PR.

Despesas	Mês 1 Janeiro	Mês 2 Fevereiro	Mês 3 Março	Mês 4 Abril	Mês 5 Maio	Mês 6 Junho	Mês 7 Julho	Mês 8 Agosto	Mês 9 Setembro	Mês 10 Outubro	Mês 11 Novembro	Mês 12 Dezembro
Gastos relativos ao <i>Marketing</i>	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Uniforme	R\$ 1.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Prolabore	R\$ 4.554,00	R\$ 4.554,00	R\$ 4.554,00	R\$ 4.554,00	R\$ 4.554,00	R\$ 4.554,00	R\$ 4.554,00	R\$ 4.554,00	R\$6.000,00	R\$6.000,00	R\$6.000,00	R\$9.000,00
TOTAL	R\$ 8.799,30	R\$ 7.749,30	R\$ 7.799,30	R\$ 7.749,30	R\$ 7.799,30	R\$ 7.749,30	R\$ 7.799,30	R\$ 7.749,30	R\$ 9.245,30	R\$ 9.195,30	R\$ 9.245,30	R\$ 14.795,30

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

APÊNDICE 7 - CUSTO INDIRETO CENÁRIO PESSIMISTA - *MARKET-SHARE 0,03*

Custos	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
	R\$											
Aluguel do Imóvel	2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00
Água Sanepar	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 600,00
Luz 20%	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Sistema PDV	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00
Internet e Telefone	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Taxa do Alvará	R\$ 300,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Depreciação de Equipamentos	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92
Controle de Pragas (Cada 6 Meses).	R\$ 300,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 300,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Produtos de Limpeza e Higienização	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00
	R\$											
TOTAL	4.825,92	R\$ 4.225,92	R\$ 4.025,92	R\$ 4.025,92	R\$ 4.025,92	R\$ 4.025,92	R\$ 4.325,92	R\$ 4.025,92	R\$ 4.025,92	R\$ 4.025,92	R\$ 4.025,92	R\$ 4.225,92

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

APÊNDICE 8 - CUSTO INDIRETO CENÁRIO REALISTA - *MARKET-SHARE 0,05*

Custos	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9 .	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Aluguel do Imóvel	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00
Água Sanepar	R\$ 700,00	R\$ 700,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 700,00
Luz 20%	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00
Sistema PDV	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00
Internet e Telefone	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Taxa do Alvará	R\$ 300,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Depreciação de Equipamentos	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92	R\$ 97,92
Controle de Pragas (Cada 6 Meses).	R\$ 300,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 300,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Produtos de Limpeza e Higienização	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00
TOTAL	R\$ 5.015,92	R\$ 4.415,92	R\$ 4.215,92	R\$ 4.215,92	R\$ 4.215,92	R\$ 4.215,92	R\$ 4.515,92	R\$ 4.215,92	R\$ 4.215,92	R\$ 4.215,92	R\$ 4.215,92	R\$ 4.415,92

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).