

**UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA**  
**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E**  
**COMUNICAÇÃO**

Curso de Publicidade e Propaganda

**MARCELA FERRIANCI MAKSYMCIK**  
**MARIA JULIA SOUZA ARAUJO**

**PLANO DE NÉGOCIO PARA A**  
**CAFETERIA BROA CAFÉ**

São José dos Campos - SP, 2024

**UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA**  
**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E**  
**COMUNICAÇÃO**  
Curso de Publicidade e Propaganda

**MARCELA FERRIANCI MAKSYMCIUK**  
**MARIA JULIA SOUZA ARAUJO**

**PLANO DE NÉGOCIO PARA A**  
**CAFETERIA BROA CAFÉ**

Relatório de apresentação para o Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Vale do Paraíba.  
Orientador: Prof.Ma. Celeste Marinho Manzanete

## Epígrafe

"Para ter um negócio de sucesso, alguém, algum dia, teve que tomar  
uma atitude de coragem."

— *Peter Drucker*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente, à nossa família, pelo apoio constante e incentivo em cada etapa deste projeto. À nossa orientadora, Celeste, por sua orientação e paciência inestimáveis, que foram fundamentais para a realização deste trabalho. E a todos os professores que contribuíram para a nossa formação.

Este trabalho é resultado do apoio e dedicação de cada um de vocês e nosso!

## **RESUMO**

O trabalho tem como objetivo elaborar um plano de negócio para a criação de uma empresa no ramo gastronômico que atenderá a região do Vale do Paraíba. A elaboração desse trabalho de conclusão de curso irá nos possibilitar a estudar sobre o mercado regional, entender desde os primeiros passos para a abertura dessa empresa até o lançamento da mesma. A empresa fornecerá ambientes e experiências únicas aos seus consumidores. Para isso, foram feitas pesquisas de mercado e tendências, além da para a construção da marca.

**Palavras-chave:** Tendências, experiências, branding, Café, Empreendimentos e Negócios.

## **ABSTRACT**

This study presents the development of a business plan for Broa Café, a coffee shop located in São José dos Campos, with the goal of providing a cozy atmosphere and a unique gastronomic experience. Considering the growth of the coffee shop sector and the demand for distinct customer experiences, this research proposes strategies to position the new business within a competitive market. The methodology includes an analysis of the local market, target audience profile, and competition, along with the creation of financial projections and marketing strategies to ensure business feasibility. Key factors influencing success in this sector were identified, such as differentiation through product quality and customer service. The financial projections indicate Broa Café's economic viability, with sustainable revenue and profitability estimates. This business plan aims to serve as a guide for the enterprise's implementation, contributing to the structuring of a profitable business model tailored to the local consumer profile.

### **Keywords:**

Coffee shop, business plan, Broa Café, São José dos Campos, market analysis, financial viability, gastronomic experience, competitive differentiation.

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> - Maria Julia Souza Araujo	13
<b>Figura 2</b> - Marcela Ferrianci Maksymczuk	14
<b>Figura 3</b> - Planta do estabelecimento	19
<b>Figura 4</b> - Organograma	19
<b>Figura 5</b> - Cálculo Amostral	27
<b>Figura 6</b> - Paleta de cores	36
<b>Figura 7</b> - Tipografia	36
<b>Figura 8</b> - Elementos gráficos	37
<b>Figura 9</b> - Logotipo	38
<b>Figura 10</b> - Comunicação Visual	38

## Lista de Gráficos

<b>Gráfico 1</b> - Nível escolaridade	28
<b>Gráfico 2</b> - Renda mensal	28
<b>Gráfico 3</b> - Visita cafeteria	29
<b>Gráfico 4</b> - Importância do atendimento	29
<b>Gráfico 5</b> - Preferência de produtos	30
<b>Gráfico 6</b> - Valor gasto	30
<b>Gráfico 7</b> – Preferência cafeteria com conceito	31
<b>Gráfico 8</b> - Motivo da Ida	31

**Lista de Tabelas**

<b>Tabela 1 - SWOT</b>	15
<b>Tabela 2 - Equipamentos</b>	20
<b>Tabela 3 - Cardápio</b>	20
<b>Tabela 4 - Placas informativas</b>	24
<b>Tabela 5 - Placas informativas</b>	24
<b>Tabela 6 - Custos não inclusos</b>	40

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>1. PLANO DE NEGÓCIO</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Sumário Executivo</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Descrição do Projeto</b>	<b>14</b>
<b>1.3 Descrição das Empreendedoras/Sócias</b>	<b>14</b>
<b>1.4 Dados do Empreendimento</b>	<b>16</b>
<b>1.5 Apresentação da Empresa</b>	<b>16</b>
<b>1.5.1 Missão</b>	<b>16</b>
<b>1.5.2 Visão</b>	<b>16</b>
<b>1.5.3 Valores</b>	<b>16</b>
<b>1.6 Análise SWOT:</b>	<b>17</b>
<b>1.7 Análise da Concorrência</b>	<b>17</b>
<b>1.7.1 Empresa escolhida - Padaria Maria Filó localizada no Urbanova em São José dos Campos</b>	<b>17</b>
<b>1.7.2 Empresa escolhida - Fika Café Especiais, localizada na avenida Nove de Julho em São José dos Campos</b>	<b>18</b>
<b>1.8 Plano de Marketing</b>	<b>18</b>
<b>1.9 Plano Operacional</b>	<b>19</b>
<b>1.10 Referência de planta do estabelecimento Broa Café</b>	<b>20</b>
<b>1.11 Organograma de funcionários da Broa Café</b>	<b>21</b>
<b>1.12 Principais equipamentos da Cafeteria Broa Café</b>	<b>21</b>
<b>1.13 Cardápio da Broa Café</b>	<b>22</b>
<b>1.14 Plano Financeiro</b>	<b>23</b>
<b>1.14.1 Investimento Inicial e Estrutura de Custos:</b>	<b>23</b>
<b>a) Reforma e Decoração (incluindo móveis): R\$ 50.000</b>	<b>23</b>
<b>1.14.3 Estimativa de Receitas e Fluxo de Caixa</b>	<b>24</b>
<b>1.14.4 Projeção de Lucratividade</b>	<b>24</b>
<b>1.14.5 Proposta de Retorno ao Investidor</b>	<b>24</b>
<b>1.15 Diferencial da Cafeteria Broa Café</b>	<b>24</b>
<b>1.16 Festival de Lançamento Broa Café</b>	<b>25</b>
<b>2. METODOLOGIA</b>	<b>27</b>
<b>3. RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	<b>29</b>
<b>4. CRIAÇÃO DA MARCA</b>	<b>35</b>
<b>4.1 O público-alvo do Broa Café inclui</b>	<b>35</b>
<b>4.2 A personalidade da Broa Café pode ser descrita como</b>	<b>36</b>

	11
<b>4.3 Valores da Marca</b>	<b>36</b>
<b>4.4 Diretrizes Visuais</b>	<b>36</b>
<b>5. LANÇAMENTO DA CAFETERIA BROA CAFÉ</b>	<b>41</b>
<b>5.1 Festival de Lançamento Broa Café</b>	<b>41</b>
<b>5.2 Custos não inclusos para o lançamento da cafeteria Broa Café</b>	<b>41</b>
<b>6. CRONOGRAMA DE MÍDIA</b>	<b>42</b>
<b>CONCLUSÃO</b>	<b>43</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>44</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>45</b>

## INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se destacado cada vez mais como uma força motriz no desenvolvimento econômico, especialmente em setores com potencial de inovação e crescimento. No mercado de cafeterias, essa tendência se torna ainda mais relevante, pois os consumidores buscam experiências únicas e de qualidade, o que gera oportunidades para empreendedores que se propõem a oferecer produtos e serviços diferenciados. Contudo, a entrada nesse setor exige uma análise cuidadosa do ambiente de negócios, um planejamento estratégico robusto e uma compreensão profunda das demandas do mercado, a fim de assegurar a viabilidade e o sucesso do empreendimento. Nesse contexto, o objetivo deste estudo é elaborar um plano de negócios detalhado para o lançamento da Broa Café, uma cafeteria localizada na cidade de São José dos Campos.

A justificativa para a realização desta pesquisa reside na necessidade de compreender as especificidades do mercado local e os desafios enfrentados por empreendedores que desejam ingressar no segmento de cafeterias em uma cidade como São José dos Campos. A cidade, com seu crescimento econômico e potencial de consumo, oferece um cenário promissor para a expansão do setor, mas também apresenta desafios como a concorrência acirrada e a necessidade de diferenciação. Para isso, foram realizadas análises detalhadas do mercado local, abordando aspectos como demanda de consumo, perfil do público-alvo, concorrência existente e tendências de consumo, visando fornecer uma visão abrangente e atualizada sobre o cenário local.

Além da análise de mercado, o estudo inclui a elaboração de modelos financeiros que possibilitam uma avaliação precisa da viabilidade econômica do negócio. Essas projeções financeiras contemplam o investimento inicial, custos operacionais, previsão de receitas e rentabilidade do negócio, fornecendo uma base sólida para a tomada de decisões. Juntamente com a parte financeira, foram elaboradas estratégias de marketing e operações que visam garantir a competitividade e sustentabilidade do empreendimento a longo prazo, por meio de ações voltadas para o fortalecimento da marca, atração e fidelização de clientes, e a otimização dos processos internos da cafeteria.

Ao término deste trabalho, espera-se fornecer aos futuros empreendedores do segmento de cafeterias em São José dos Campos um plano de negócios completo,

estruturado e prático, que possa servir como um guia para a transformação de suas ideias em empreendimentos bem-sucedidos. Este estudo não só oferece uma análise detalhada e atualizada do mercado local, como também apresenta um conjunto de estratégias que ajudam a enfrentar os desafios de um mercado dinâmico e altamente competitivo, contribuindo para a construção de negócios sustentáveis e prósperos.

## **1. PLANO DE NEGÓCIO**

### **1.1 Sumário Executivo**

O presente trabalho tem como objetivo principal a elaboração de um plano de negócio para a criação de uma empresa no setor gastronômico, situada na região do Vale do Paraíba. Conforme a cartilha do SEBRAE (2004) sobre como elaborar um plano de negócio, o sumário executivo é um resumo do plano, com as descrições: Descrição do projeto, das empreendedoras, apresentação da empresa com a missão, visão e valores do empreendimento.

### **1.2 Descrição do Projeto**

O projeto gira em torno da criação de uma cafeteria aconchegante, que irá se diferenciar pela combinação de uma culinária de alta qualidade com um ambiente sofisticado e acolhedor. A proposta é criar um espaço que encante pelas refeições, e crie uma experiência de conexão e afeto com o lugar, manifestando sentimentos de retorno ao ambiente. A empresa pretende se destacar por meio de um atendimento de excelência, decoração minimalista e instagramável que traga a natureza e o aconchego que proporcionarão momentos únicos aos clientes.

A estrutura da cafeteria será planejada para oferecer conforto, com espaços internos e externos que permitam diferentes experiências sensoriais de acordo com a preferência do cliente. Além disso, a empresa pretende utilizar ingredientes frescos e naturais de alta qualidade.

### **1.3 Descrição das Empreendedoras/Sócias**

MARIA JULIA SOUZA ARAUJO: cursa em Publicidade e Propaganda e pretende se especializar em Gestão de Negócios. Com mais de 5 anos de experiência no setor de empreendedorismo e publicidade, Maria Julia trabalhou em diversas empresas como prestadora de serviço assessorando no meio gestão de negócios e marketing, onde adquiriu vasta experiência em gerenciamento de empresas e criação de estratégias de marketing. Sua paixão pela experiência de cafeterias e visão empreendedora a motivaram a iniciar este novo projeto.

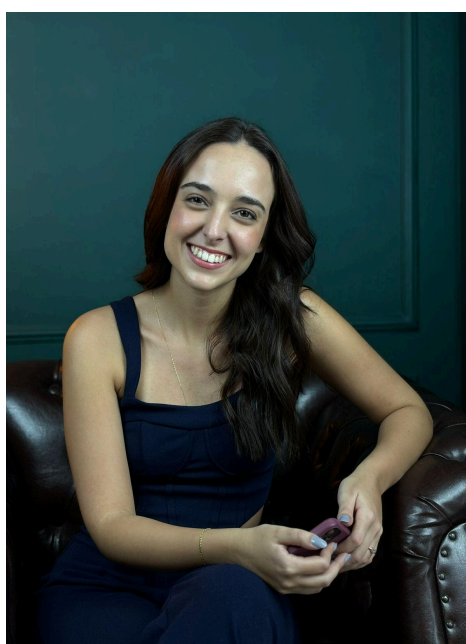
**Figura 1** - Maria Julia Souza Araujo



Fonte: próprio autor (2024)

MARCELA FERRIANCI MAKSYMCIK: cursa Publicidade e Propaganda e pretende se especializar em Branding e Gestão de Negócios. Com mais de três anos de experiência construindo marcas, Marcela trabalhou em diversas empresas do ramo financeiro onde pode obter conhecimentos em diversos ramos do setor. Sua especialização em construção de marcas e em finanças, proporcionando à cafeteria um olhar mais objetivo e realista sobre o futuro projeto.

**Figura 2** - Marcela Ferrianci Maksymczuk



Fonte: próprio autor (2024)

## **1.4 Dados do Empreendimento**

1. Nome da Empresa: BROA CAFÉ
2. CNPJ/ CPF: A empresa ainda não possui CNPJ regularizado.
3. FORMA JURÍDICA: Sociedade Simples é aquela constituída por pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens e serviços, para o exercício de atividade econômica e a partilha, entre si, dos resultados. São formadas por pessoas que exercem profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, mesmo se contarem com auxiliares ou colaboradores. (Curso SEBRAE – plano de negócios, 2004)

## **1.5 Apresentação da Empresa**

### **1.5.1 Missão**

Proporcionar aos nossos clientes uma experiência gastronômica e sensorial inesquecível, através de um atendimento de excelente, ambiente acolhedor e minimalista, pratos que combinam qualidade e aconchego.

### **1.5.2 Visão**

Ser reconhecida como referência em gerar experiências no Vale do Paraíba, destacando-se pela excelência no serviço e pela capacidade de criar momentos únicos e memoráveis para os nossos clientes.

### **1.5.3 Valores**

- a) Qualidade: Proporcionar sempre o melhor em termos de produtos e serviços.
- b) Inovação: Constantemente em busca de novas tendências e ideias para surpreender nossos clientes.
- c) Sustentabilidade: Usar ingredientes locais e práticas que respeitem o meio ambiente.
- d) Comprometimento: Comprometimento total ao bem-estar e satisfação de nossos clientes.
- e) Respeito: Respeitar clientes e colaboradores, com ética e dignidade.

Este capítulo estabelece a base para o desenvolvimento do plano de negócio, apresentando os principais aspectos do empreendimento e as profissionais envolvidas, além de definir a missão, visão e valores que irão guiar todas as ações da empresa.

## 1.6 Análise SWOT:

**Tabela 1 - SWOT**

<p><b>Forças</b></p> <p>Produtos de alta qualidade, localização estratégica, ambiente diferenciado.</p>	<p><b>Oportunidades</b></p> <p>Crescente cultura de consumo de café especial, aumento do turismo na região.</p>
<p><b>Fraquezas</b></p> <p>Concorrência local forte, custos iniciais elevados.</p>	<p><b>Ameaças</b></p> <p>Flutuações econômicas, mudanças nas preferências dos consumidores.</p>

Fonte: Próprias autoras (2024)

## 1.7 Análise da Concorrência

### 1.7.1 Empresa escolhida - Padaria Maria Filó localizada no Urbanova em São José dos Campos

A Padaria Maria Filó, tem um perfil no Instagram que conta com 6.792 seguidores e 59 publicações, com atualizações feitas de 2 a 3 vezes por semana. Os Reels têm uma média de 800 a 2.000 visualizações, e as legendas são objetivas e curtas, aparentemente sem estratégias. O conteúdo do Instagram destaca os diferenciais da marca, como a aceitação de pets, e inclui informações sobre a produção caseira dos produtos. Nos Stories, são postados conteúdos produzidos, evitando postagens mais caseiras e menos elaboradas. A página possui apenas dois destaques: Localização e Horários, que são bastante simples e muito importantes. A bio acaba sendo redundante, repetindo as informações dos destaques e não transmite a essência do estabelecimento.

No Facebook e no LinkedIn, a marca não possui páginas. No TikTok, embora não tenham um perfil oficial, muitos clientes postam vídeos de suas experiências com a

marca. Já no Google, a empresa possui uma conta ativa, mas não interage com os feedbacks recebidos.

A cafeteria Maria Filó, tem como alvo principal atingir o público de alto padrão da zona oeste de São José dos Campos. As estratégias visuais de ambientes mais sofisticados e cardápios com pratos requintados aproximam o ambiente ao seu público-alvo.

O público-alvo da padaria Maria Filó são jovens adultos entre 25 a 60 anos, profissionais que buscam um ambiente agradável para trabalho remoto ou encontros sociais, moradores da região central de São José dos Campos e que buscam diversificar o dia a dia tendo uma experiência gastronômica aconchegante e prazerosa.

### **1.7.2 Empresa escolhida - Fika Café Especiais, localizada na avenida Nove de Julho em São José dos Campos**

A cafeteria Fika, tem perfil no instagram com 68,8 mil seguidores e 2.130 publicações com 3 a 4 postagens por semana nas redes sociais, publicações que conectam o público e transmitem a atmosfera do lugar, um ambiente aconchegante e criativo. Uma média de visualizações nos reels entre 5 a 10 mil, ou seja, um perfil engajado. Os destaques do perfil são relativamente bons, contendo diversas informações, porém sem organização e conteúdo de relevância.

No Google tem uma avaliação muito boa e com bastante comentário, porém não há uma interação com o cliente. A marca possui site e está no ifood, duas qualidades excelentes e estratégicas para fidelizar e expandir a margem de clientes e trazer credibilidade para a marca.

A cafeteria Fika Café, tem como público-alvo pessoas de 20 a 50 anos, que gostam de socializar, viver experiências novas e mudar de atmosfera pois é um café com um clima mais jovial. A localização permite pessoas de classes diferentes frequentarem o Fika Café.

## **1.8 Plano de Marketing**

A Cafeteria Broa Café se propõe a ser um ponto de encontro para os amantes de café e pães, oferecendo uma variedade de cafés especiais, lanches gourmet, doces artesanais e opções veganas e sem glúten. Nossa estratégia de diferenciação se fundamenta na utilização de produtos regionais e artesanais, assegurando a qualidade e autenticidade de nossos itens.

Para atrair e reter clientes, adotaremos preços competitivos em relação aos concorrentes diretos, sempre refletindo a qualidade superior de nossos produtos. Implementaremos promoções sazonais e um programa de fidelidade que incentivará a recorrência de visitas.

A localização da Broa Café será em uma área de alto tráfego em São José dos Campos, é estratégica para maximizar a visibilidade e o fluxo de clientes.

As campanhas de marketing digital, focadas no público local por meio de plataformas como Instagram, Facebook e Google Ads, serão essenciais para ampliar nossa presença online. Também planejamos promover eventos culturais e degustações, engajando a comunidade e a imagem da nossa marca.

Por fim, utilizaremos o marketing de influência, estabelecendo parcerias com influenciadores locais para promover nossa cafeteria nas redes sociais. Essas ações visam não apenas atrair novos clientes, mas também criar um vínculo duradouro com a comunidade, solidificando a Cafeteria Broa Café como uma referência em qualidade e experiência.

## 1.9 Plano Operacional

A Cafeteria Broa Café será situada na zona central, uma área de alto tráfego em São José dos Campos, em uma vizinhança vibrante que combina residências, comércio e escritórios. A localização oferece fácil acesso para pedestres e veículos, com estacionamentos próximos, garantindo acessibilidade para todos os clientes.

O espaço terá que ser escolhido por sua visibilidade e potencial de atrair um fluxo constante de visitantes.

A regularização da Broa Café é um passo fundamental para o bom funcionamento e conformidade com a legislação. Documentos necessários para a abertura da cafeteria:

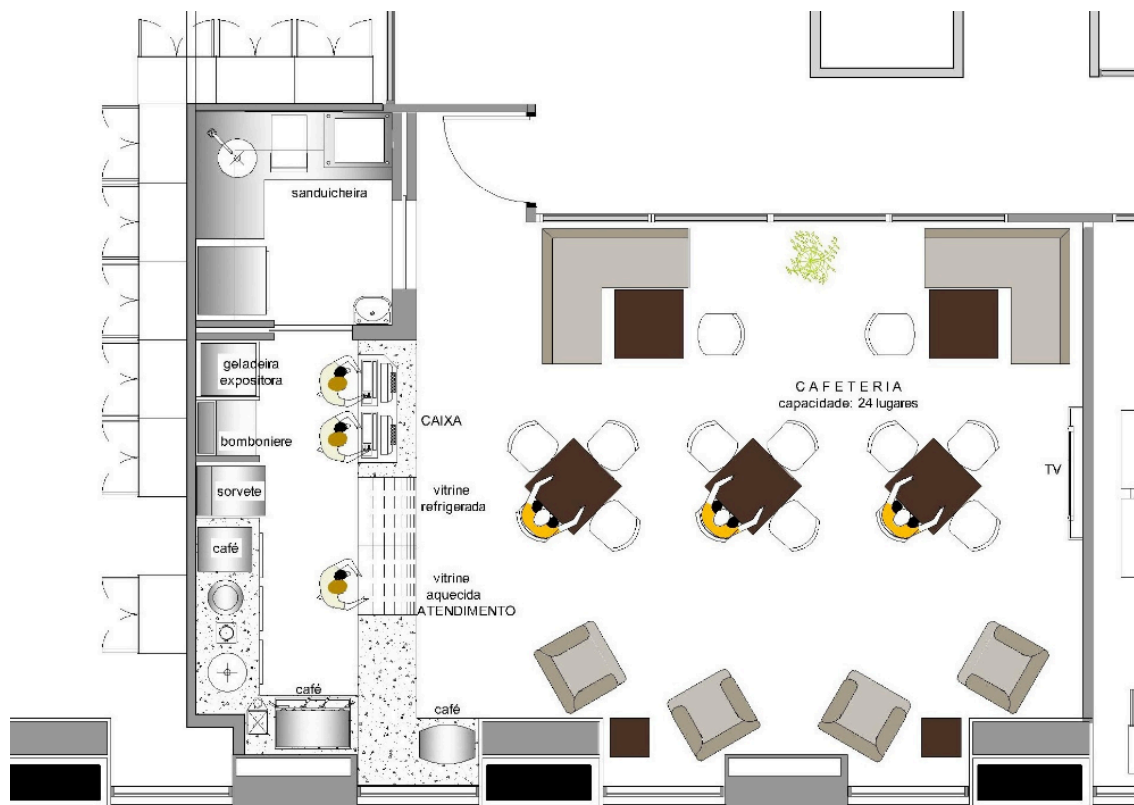
- **CNPJ:** Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, essencial para formalizar a existência da empresa perante a Receita Federal.
- **Cópia autenticada do RG e CPF do proprietário:** Documentos que comprovam a identidade e regularidade fiscal do responsável legal pela empresa.
- **Folha espelho do IRPF:** Documento que reflete a declaração de Imposto de Renda de Pessoa Física, utilizado para comprovar a situação fiscal do proprietário.

- **IPTU do imóvel:** O Imposto Predial e Territorial Urbano do local onde a cafeteria será instalada deve estar devidamente quitado e em dia.
- **Cópia do Contrato de Locação ou Compra e Venda:** Este documento comprova a posse ou aluguel do imóvel onde o negócio funcionará, sendo fundamental para garantir a legalidade do uso do espaço.
- **Alvará de Funcionamento:** Autorização expedida pela prefeitura local, indispensável para que o estabelecimento possa operar dentro da legalidade.
- **Outros documentos específicos da cidade:** Dependendo da localidade, pode haver exigências adicionais, como licenças ambientais ou registros específicos para o tipo de comércio.
- **Junta Comercial:** Onde a empresa deve ser registrada para obter sua inscrição estadual e iniciar as atividades comerciais.
- **Secretaria da Receita Federal:** Responsável pela emissão do CNPJ e pela regularização fiscal da empresa no âmbito federal.
- **Prefeitura da cidade:** O registro na prefeitura é necessário para a emissão do Alvará de Funcionamento e para o cumprimento de legislações municipais.
- **Autorização do Corpo de Bombeiros e Vigilância Sanitária:** Órgãos responsáveis por verificar as condições de segurança do estabelecimento e a adequação às normas de saúde e higiene, especialmente em negócios que envolvem a manipulação de alimentos.
- **Secretaria da Fazenda:** Para o controle da emissão de notas fiscais e a regularização dos tributos estaduais.
- **Sindicato Patronal:** A inscrição no sindicato da categoria é necessária para garantir que a cafeteria esteja em conformidade com as leis trabalhistas e possa representar legalmente os interesses do negócio em questões relacionadas aos seus funcionários.

O layout da Broa Café será cuidadosamente planejado para proporcionar uma experiência acolhedora. A área de clientes contará com mesas e cadeiras dispostas de forma a criar um ambiente confortável e convidativo, com zonas de convivência e espaços mais reservados, em todas as mesas com uma boa iluminação e acesso a tomadas e internet disponível no estabelecimento. A cozinha será posicionada de maneira a facilitar o fluxo de trabalho, com um balcão de atendimento próximo à entrada, permitindo um acesso rápido e eficiente. A área de preparo dos cafés será separada, equipada com uma vitrine para exibição dos doces e lanches.

### 1.10 Referência de planta do estabelecimento Broa Café

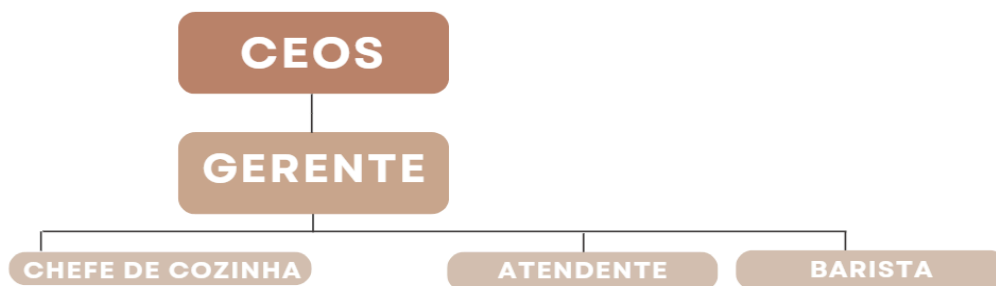
**Figura 3 - Planta do estabelecimento**



Fonte: Próprias autoras (2024)

### 1.11 Organograma de funcionários da Broa Café

**Figura SEQ Figura \\* ARABIC 4 - Organograma**



Fonte: Próprias autoras (2024)

## 1.12 Principais equipamentos da Cafeteria Broa Café

**Tabela 2 - Equipamentos**

Equipamentos de Cozinha	Equipamentos de Armazenamento/Exposição	Mobiliário e Outros
Máquina de café espresso profissional	Refrigerador comercial	Mesas e cadeiras
Moinho de café	Freezer	Prateleiras de exposição
Balança digital	Expositor refrigerado	Xícaras e copos
Máquina de moer grãos	Geladeira expositora	Guardanapos e suportes
Filtros de papel ou metal	Geladeira	Jogos americanos
Espumador de leite		Máquina de lavar louça
Liquidificador		Lixeiras
Máquina de gelo		Sistema de som e Wi-Fi
Jarras de leite em aço inox		Extintores de incêndio
Utensílios de cozinha		Ar condicionado
Máquina de sucos		Decorações
Forno		Balcões planejados
Sanduicheira		Iluminação do ambiente

Fonte: Próprias autoras (2024)

## 1.13 Cardápio da Broa Café

Para atender o nosso público, selecionamos itens estratégicos para que realce o olhar do cliente que está escolhendo o seu pedido.

**Tabela 3 - Cardápio**

EXPRESSO
CAPUCCINO
CHOCOLATE QUENTE
CHOCOLATE GELADO
SUCOS NATURAIS
REFRIGERANTES

CHÁS MATE
ÁGUA DE COCO
DRINK COM CAFÉ ( ALCOÓLICO
CHOCOLATE GELADO
CIABATTAS RECHEADAS
CROISSANT RECHEADOS
BRUSCHETA
BOLOS CASEIROS
TORTAS
SALGADOS
TAPIOCAS
OMELETES
SALADA DE FRUTA
ADICIONAIS

Fonte: Próprias autoras (2024)

## 1.14 Plano Financeiro

### 1.14.1 Investimento Inicial e Estrutura de Custos:

- a) Reforma e Decoração (incluindo móveis): R\$ 50.000
  - b) Reforma e decoração minimalista e instagramável, incluindo móveis, balcões, prateleiras e outros itens decorativos que sigam a linha aconchegante e acolhedora.
  - c) Equipamentos e Utensílios de Cozinha: R\$ 30.000
  - d) Software e Equipamentos de Gestão: R\$ 10.000
  - e) Licenças e Documentação: R\$ 5.000
  - f) Capital de Giro Inicial: R\$ 20.000
- **Total de Investimento Inicial: R\$ 115.000**

### 1.14.2 Estrutura de Custos Mensais:

- a) Aluguel: R\$ 8.000
  - b) Salários e Benefícios: R\$ 12.000
  - c) Equipe inicial: 1 gerente, 2 atendentes e 1 barista.
  - d) Marketing e Publicidade: R\$ 3.000
  - e) Matéria-Prima e Insumos: R\$ 7.000
  - f) Outras Despesas Operacionais (água, energia, internet, manutenção, contador):  
R\$ 2.000
- **Total de Custos Mensais: R\$ 32.000**

### 1.14.3 Estimativa de Receitas e Fluxo de Caixa

Considerando o fluxo de clientes na localização estratégica e o ticket médio estimado em R\$ 30,00 a projeção de vendas é:

- a) Média de 80 clientes por dia
- b) Total de Vendas Diárias:  $80 \times \text{R\$ } 30,00 = \text{R\$ } 2.400,00$
- c) Vendas Mensais (considerando 25 dias úteis):  $\text{R\$ } 2.400,00 \times 25 = \text{R\$ } 60.000,00$
- d) Receitas: R\$ 60.000
- e) Despesas Operacionais: R\$ 32.000
- f) Lucro Operacional Bruto:  $\text{R\$ } 60.000 - \text{R\$ } 32.000 = \text{R\$ } 28.000$

### 1.14.4 Projeção de Lucratividade

Com base na margem operacional bruta mensal de R\$ 28.000, temos:

Lucro Operacional Anual:  $28.000 \times 12 = \text{R\$ } 336.000$

### 1.14.5 Proposta de Retorno ao Investidor

O investidor fornece os R\$115.000 para o investimento inicial, e após 2 anos de operação, a Broa Café poderá recomprar a participação do investidor com um valor de retorno de R\$150.000, representando uma taxa de retorno acumulada de 30%.

### **1.15 Diferencial da Cafeteria Broa Café**

Mini Escritório Compartilhado: Será reservado um espaço na cafeteria para ser um mini coworking que atraia freelancers, estudantes e profissionais em busca de um lugar confortável para trabalhar. Esse espaço terá Wi-Fi de alta velocidade, tomadas, mesas compartilhadas e uma boa iluminação.

Será oferecido pacotes de produtividade, como desconto em combos de café e lanches, para quem consumir enquanto trabalha.

Isso irá aumentar o movimento durante horários mais tranquilos e transforma o Broa Café em um ambiente dinâmico e voltado para a comunidade profissional.

### **1.16 Festival de Lançamento Broa Café**

O evento acontecerá no dia 14 de abril (Dia Internacional do Café). O festival Broa Café será um evento exclusivo para celebrar o Dia do Café, posicionando o Broa Café como um ponto de referência para os amantes de café e gastronomia artesanal em São José dos Campos. O evento visa atrair novos clientes, fidelizar os atuais, e fortalecer a presença e o engajamento da marca junto à comunidade local.

O Festival será uma experiência sensorial para os visitantes, com destaque para a degustação de cafés especiais e produtos artesanais e sessões de harmonização com doces e pães da casa. Além disso, haverá música ao vivo e participação de produtores de cafés para expor e vender no festival. O evento terá duração de 3h00, com alimentação e tipos de cafés e águas incluso.

Apresentação de uma seleção especial de cafés regionais, degustação de pães e doces artesanais harmonizados com os cafés do Broa Café, venda de grãos de café, utensílios e produtos artesanais relacionados ao universo do café, artistas locais serão convidados para criar uma atmosfera aconchegante e cultural durante o evento.

Parceria com influenciadores locais para registrar e divulgar o evento nas redes sociais, e para finalizar, promoções e prêmios para cliente, serão realizados sorteios de vouchers e kits de produtos Broa Café entre os visitantes para aumentar o engajamento.

Para criar uma experiência imersiva, o Broa Café será decorado com elementos rústicos e regionais. Cada área será identificada com placas informativas, proporcionando um ambiente acolhedor e instrutivo.

**Tabela SEQ Tabela \\* ARABIC 4 - Placas informativas**

<b>Cafés Especiais e Ingredientes</b>	Compra de grãos especiais para degustação e workshops	R\$ 1.500
<b>Oficinas de Preparo de Café</b>	Materiais e equipamentos adicionais para workshops	R\$ 800
<b>Alimentos (Pães e Doces)</b>	Produtos artesanais para harmonização e degustação	R\$ 1.200
<b>Espaço de Produtos Locais</b>	Estrutura de exibição e amostras de produtos	R\$ 500
<b>Decoração e Comunicação Visual</b>	Tematização do ambiente e placas informativas	R\$ 700
<b>Música ao Vivo</b>	Cachet para artistas locais	R\$ 1.000
<b>Marketing Digital</b>	Publicidade nas redes sociais, Google Ads, e parcerias com influenciadores	R\$ 1.200
<b>Prêmios e Kits Promocionais</b>	Vouchers e kits de produtos Broa Café	R\$ 600
<b>Imprevistos</b>	Reserva para ajustes de última hora	R\$ 500

Fonte: Próprias autoras (2024)

**Tabela SEQ Tabela \\* ARABIC 5 - Placas informativas**

Baristas e Auxiliar	2 baristas + 1 auxiliar	R\$ 200 / R\$ 150	R\$ 550
Instrutores para Oficinas	2	R\$ 250	R\$ 500
Atendentes de Recepção	2	R\$ 150	R\$ 300
Fotógrafo/Videomaker e Marketing	1 fotógrafo + 1 assistente	R\$ 400 / R\$ 200	R\$ 600
Equipe de Limpeza	1	R\$ 150	R\$ 150
<b>Total Geral</b>	-	-	<b>R\$ 2.100</b>

Fonte: Próprias autoras (2024)

O evento será amplamente divulgado nas redes sociais (Instagram, Facebook), com foco em publicações patrocinadas e stories feitos por influenciadores escolhidos que serão convidados para o evento de lançamento.

**Total de despesas: R\$10.100.**

## 2. METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa sobre o cenário atual do mercado de cafeterias em São José dos Campos, com o objetivo de identificar oportunidades e desafios para o setor. A pesquisa envolveu a definição dos objetivos gerais e específicos do plano de negócio, incluindo a análise da viabilidade econômica, estratégias de marketing, comunicação interna e administração operacional, com foco no sucesso da Cafeteria Broa Café.

A análise de dados e tendências do setor de cafeterias abrangeu aspectos como o consumo de café, preferências dos consumidores e a concorrência existente em São José dos Campos. Foi realizada, também, uma revisão teórica sobre os elementos essenciais de um plano de negócios, incluindo análise de mercado, estratégias de marketing, plano operacional e plano financeiro.

A abordagem metodológica adotada incluiu pesquisa de mercado e análise SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças). Os dados coletados foram analisados utilizando técnicas estatísticas e qualitativas, visando uma compreensão aprofundada do mercado. Além disso, foram identificados os segmentos-alvo, com base em características demográficas, comportamentais e psicográficas.

Foi definida a proposta de valor da Cafeteria Broa Café e estabelecidas as estratégias de posicionamento no mercado local. A estrutura organizacional da cafeteria foi detalhada, especificando as funções e responsabilidades de cada membro da equipe.

A pesquisa quantitativa foi realizada com o público-alvo por meio de um formulário do Google Forms, composto por 10 questões. O universo da pesquisa corresponde à população total de São José dos Campos, e a amostra foi composta por 93 pessoas, residentes na cidade, com uma margem de erro de 7% e um nível de confiança de 90%. A amostragem é considerada não-probabilística. Segue o cálculo amostral:

## Calculadora Amostral

População	<input type="text" value="700.000"/>
Erro amostral (%)	<input type="text" value="7"/>
Nível de confiança	<input type="text" value="90%"/>
Distribuição da população	<input type="text" value="Mais homogênea (80/20)"/>
<input type="button" value="CALCULAR"/>	
Resultado	<b>79</b>

Fonte: Próprias autoras (2024)

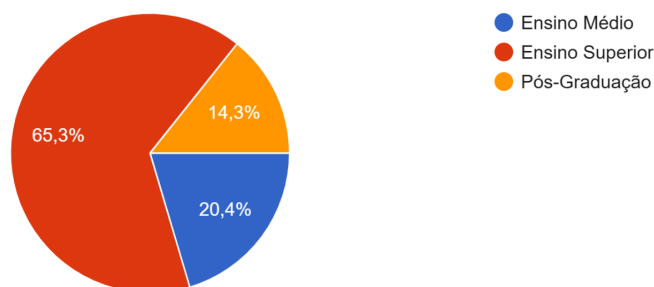
### 3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com a pesquisa, 36,3 % dos respondentes têm entre 18 a 24 anos, seguidos de 17,3% de 25 a 34 anos e 12,2% com 45 a 54 anos.

### Gráfico 1 - Nível escolaridade

Qual o seu nível de escolaridade?

98 respostas



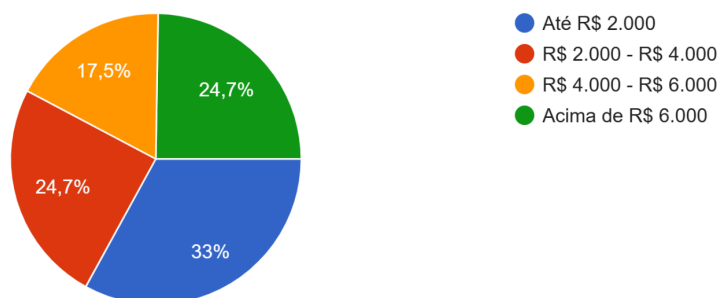
Fonte: Própria Autoras (2024)

Vejamos, 33% dos entrevistados ganham até 2 mil reais, 24,7% tem uma renda de 2 mil a 4 mil reais, 17,5% tem uma renda de 4 a 6 mil reais por mês e 24,7 ganham acima de 6 mil reais.

### Gráfico SEQ Grafico \\* ARABIC 2 - Renda mensal

Qual a sua faixa de renda mensal?

97 respostas



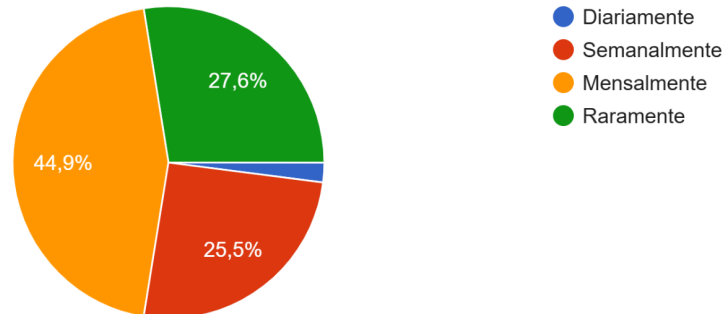
Fonte: Própria Autoras (2024)

Importante ressaltar que 25,5% costumam ir à cafeterias semanalmente, 44,9% costumam a ir mensalmente e 27,6% vão raramente a cafeterias.

### Gráfico SEQ Grafico \\* ARABIC 3 - Visita cafeteria

Com que frequência você costuma visitar cafeterias?

98 respostas



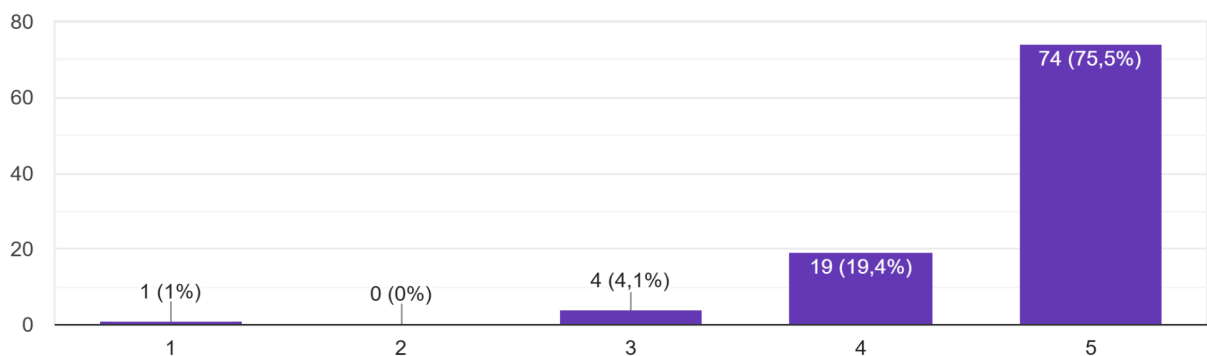
Fonte: Própria Autoras (2024)

Nota-se que 75,5% optaram pelo número 5 que é a nota máxima da importância de um excelente atendimento em uma cafeteria, 19,4% escolheram o número 4 em grau de importância, 4,1% clicaram no número 3 e 1,1% clicaram no número 1.

### Gráfico SEQ Grafico \\* ARABIC 4 - Importância do atendimento

De 1 a 5 quão importante é pra você um atendimento de excelência em uma cafeteria?

98 respostas

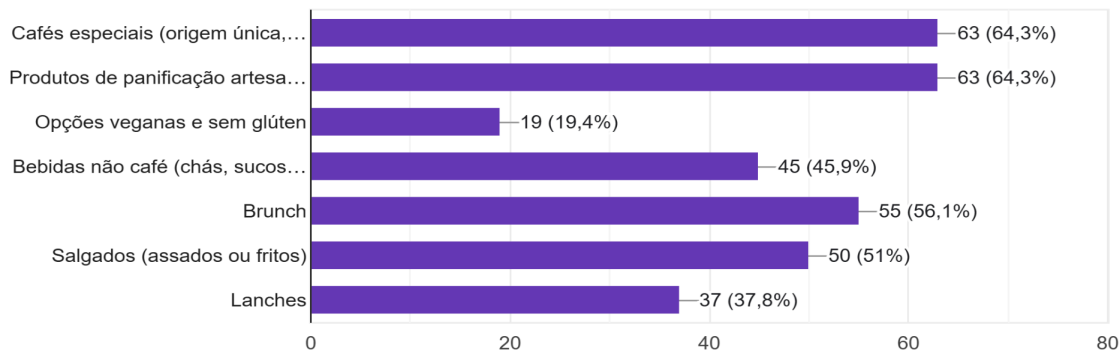


Fonte: Própria Autoras (2024)

### Gráfico SEQ Grafico \\* ARABIC 5 - Preferência de produtos

Qual tipo de produtos você gostaria de ver em uma cafeteria artesanal? (Marque todas as opções que se aplicam)

98 respostas



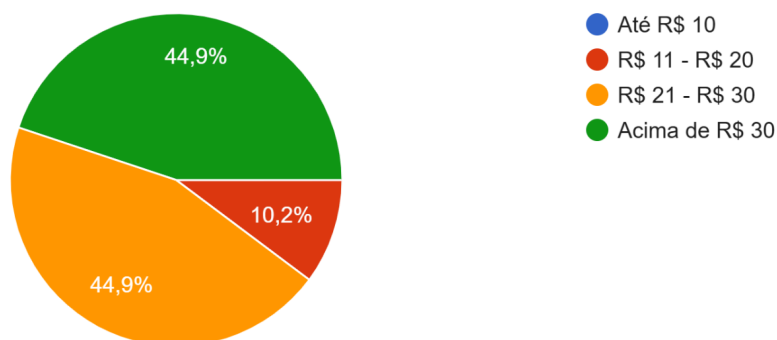
Fonte: Própria Autoras (2024)

Ainda, 10,2% relatam que gastam de 11 a 20 reais, 44,9% dizem gastar de 21 a 30 reais e 44,9% ressaltam gastar acima de 30 reais em cafeterias.

### Gráfico SEQ Grafico \\* ARABIC 6 - Valor gasto

Qual é o valor médio que você costuma gastar em uma visita a uma cafeteria?

98 respostas

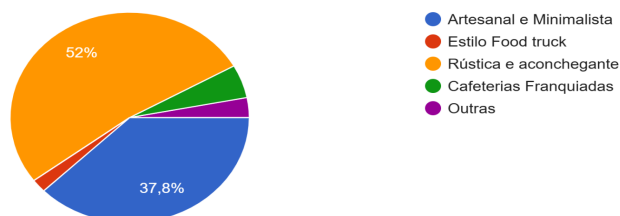


Fonte: Própria Autoras (2024)

A opção de café rústico e aconchegante sobressaiu com 52% dos votos e o conceito de artesanal e minimalista ficou com 37,8% de escolhas.

### Gráfico SEQ Grafico \\* ARABIC 7 – Preferência cafeteria com conceito

Qual é o sua preferência em uma cafeteria com conceito:  
98 respostas

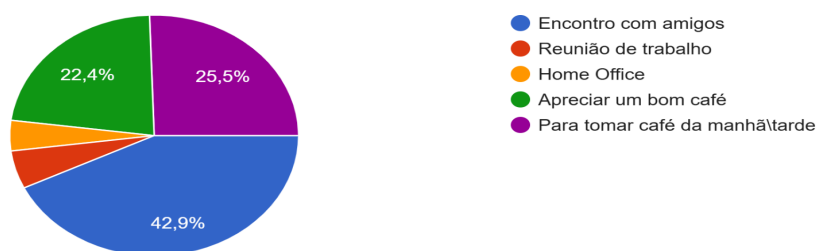


Fonte: Própria Autoras (2024)

Ademais, 42,9% dos votos dizem que o motivo de ir a uma cafeteria é para estar com amigos, 25,5% apreciam tomar café da manhã/tarde e 22,4% apreciam um bom café.

### Gráfico SEQ Grafico \\* ARABIC 8 - Motivo da Ida

Qual o motivo da sua ida a uma cafeteria?  
98 respostas



Fonte: Própria Autoras (2024)

Esta pesquisa foi realizada com o intuito de identificar as preferências, serviços e comportamentos que influenciam os consumidores em suas visitas a cafeterias em São José dos Campos.

A amostra da pesquisa apresentou uma diversidade de idades, com a maioria dos participantes concentrados nas faixas etárias de 18-24 anos e 45-54 anos, representando, respectivamente, jovens adultos e indivíduos mais maduros. Esse contraste sugere que as cafeterias atraem um público diversificado. Além disso, o nível de escolaridade dos

respondentes foi relativamente elevado, com a maioria declarando ter concluído o ensino superior, e uma parte significativa possuindo pós-graduação. Esse perfil pode indicar que as cafeterias estão atraindo um público de maior escolaridade, potencialmente mais exigente quanto à qualidade dos produtos e à experiência oferecida.

Os dados indicam uma diversidade em relação à renda mensal dos participantes, com a maioria situando-se na faixa de "R\$2.000 a R\$6.000", mas também com uma proporção considerável na categoria "Acima de R\$6.000". Esse dado é relevante para a segmentação do público-alvo das cafeterias, uma vez que sugere que o consumo nesses estabelecimentos é predominantemente de classe média e alta.

Quanto ao valor médio gasto em uma visita a uma cafeteria, a maioria dos participantes relatou gastar entre "R\$11 a R\$30", o que sugere um consumo moderado, condizente com a oferta de produtos como cafés e acompanhamentos leves. Uma parcela menor indicou gastar acima de R\$30, o que pode estar relacionado à escolha de produtos mais sofisticados ou consumo em maior quantidade, como refeições completas, por exemplo.

A frequência de visitas às cafeterias também apresentou variações significativas. A maior parte indicou que frequenta esses estabelecimentos semanalmente ou mensalmente, o que demonstra um hábito consolidado de consumo em cafeterias, seja para lazer ou trabalho. Entre os motivos mais apontados para visitar cafeterias, destaca-se o "Encontro com amigos", seguido pela utilização do espaço para "Home Office" e para "Tomar café da manhã ou tarde". Esse dado reforça a ideia de que as cafeterias têm se tornado ambientes multifuncionais, oferecendo não apenas consumo, mas também um local de socialização e produtividade.

Entre os fatores mais importantes que influenciam a escolha de uma cafeteria, as respostas foram variadas. O "Ambiente e experiência" foi amplamente citado, seguido pela "Qualidade do café" e "Variedade do cardápio". Esses resultados destacam a importância de uma experiência completa e agradável, que vai além do simples consumo de bebidas e alimentos.

Esse dado pode sugerir que os consumidores não buscam apenas produtos de alta qualidade, mas também um ambiente que favoreça o bem-estar e a interação social. A "Qualidade do café", como esperado, é um critério fundamental para grande parte dos consumidores, especialmente aqueles que frequentam cafeterias com maior regularidade. Entretanto, outros aspectos como "Preço" e "Localização" também foram mencionados, embora com menor frequência, indicando que, para parte dos

consumidores, a acessibilidade e o custo continuam sendo fatores a serem considerados, mas não são os únicos determinantes.

Quando questionados sobre o conceito de cafeteria preferido, a maioria dos respondentes apontou preferência por um estilo "Rústico e aconchegante", o que revela uma tendência de valorização por ambientes acolhedores e que remetem a uma sensação de conforto. Esse tipo de conceito é geralmente associado a cafeterias que apostam em uma decoração intimista.

Em relação aos produtos oferecidos, os consumidores demonstraram grande interesse por "Cafés especiais", como aqueles de origem única e blends exclusivos, seguidos de "Produtos de panificação artesanal" e "Brunch". Esses dados refletem a busca por diferenciação e qualidade, com um público que valoriza produtos artesanais e experiências gastronômicas mais elaborado

Um aspecto que se destacou foi a avaliação da importância do atendimento nas cafeterias, com a maioria dos participantes atribuindo a nota máxima (5). Isso revela uma expectativa elevada em relação ao serviço prestado. A qualidade no atendimento parece ser um fator decisivo para a fidelização dos clientes, corroborando a ideia de que um bom atendimento pode ser um diferencial competitivo no setor.

Os resultados indicam que o mercado de cafeterias pode se beneficiar ao focar em oferecer uma experiência que combine qualidade, ambiente agradável e um atendimento de excelência. A preferência por cafeterias que sigam o conceito rústico e aconchegante, juntamente com a valorização de produtos especiais, sugere uma demanda por ambientes que ofereçam um refúgio em meio à agitação cotidiana.

## 4. CRIAÇÃO DA MARCA

O nome escolhido, Broa Café teve o intuito de criar uma marca que refletisse valores de simplicidade, tradição, conexão e elementos da cultura brasileira. A broa, tradicionalmente associada à pães feitos de forma artesanal, traz uma sensação de aconchego, uma característica que desejamos imprimir na atmosfera da nossa cafeteria.

Esse nome também dialoga com o conceito de um espaço minimalista e acolhedor, onde os clientes possam se sentir em casa, como numa cozinha de interior. A ideia de algo feito à mão, com cuidado e carinho. O Broa Café é uma cafeteria que busca se diferenciar pela combinação de uma culinária de alta qualidade com um ambiente sofisticado e acolhedor. O espaço foi pensado para criar uma experiência de conexão emocional com os clientes, oferecendo um ambiente que inspire momentos de retorno e afeto.

A proposta é oferecer refeições e bebidas que encantem, juntamente com um atendimento de excelência, em um local que une o minimalismo à natureza, proporcionando uma experiência sensorial completa. O objetivo da identidade visual é refletir os principais valores e diferenciais do Broa Café: um espaço aconchegante e sofisticado, que combina o uso de ingredientes frescos e naturais com uma estética minimalista e acolhedora. A identidade visual precisa transmitir a sensação de bem-estar e a atmosfera de conforto, conectando os clientes à marca de forma emocional e sensorial

### 4.1 O público-alvo do Broa Café inclui

- a) Jovens adultos (25-40 anos): Profissionais e criativos urbanos que buscam um espaço sofisticado, confortável e que ofereça uma experiência gastronômica de alta qualidade.
- b) Freelancers e estudantes: Pessoas que procuram um ambiente acolhedor e esteticamente agradável para trabalhar ou estudar, seja em espaços internos ou ao ar livre.
- c) Clientes que valorizam o estilo de vida saudável e natural: Apreciadores de uma alimentação de qualidade, com ingredientes frescos e uma proposta que se alinha a valores de bem-estar e sustentabilidade.

- d) Influenciadores e entusiastas das redes sociais: Aqueles que buscam locais "instagramáveis", com uma decoração única que se destaque em fotos e vídeos.

#### **4.2 A personalidade da Broa Café pode ser descrita como**

- a) Aconchegante: Um espaço que acolhe os clientes de forma calorosa e tranquila, proporcionando uma experiência sensorial agradável.
- b) Sofisticada: O ambiente é minimalista e elegante, sem exageros, mas com um toque de refinamento que reflete o cuidado com cada detalhe.
- c) Natural: Com a proposta de usar ingredientes frescos e naturais, a marca valoriza a simplicidade e o sabor autêntico da culinária.
- d) Conectada: A Broa Café busca ser um local onde as pessoas se sintam conectadas com o espaço, com a natureza ao redor e umas com as outras, criando uma comunidade ao redor do café e das experiências proporcionadas.

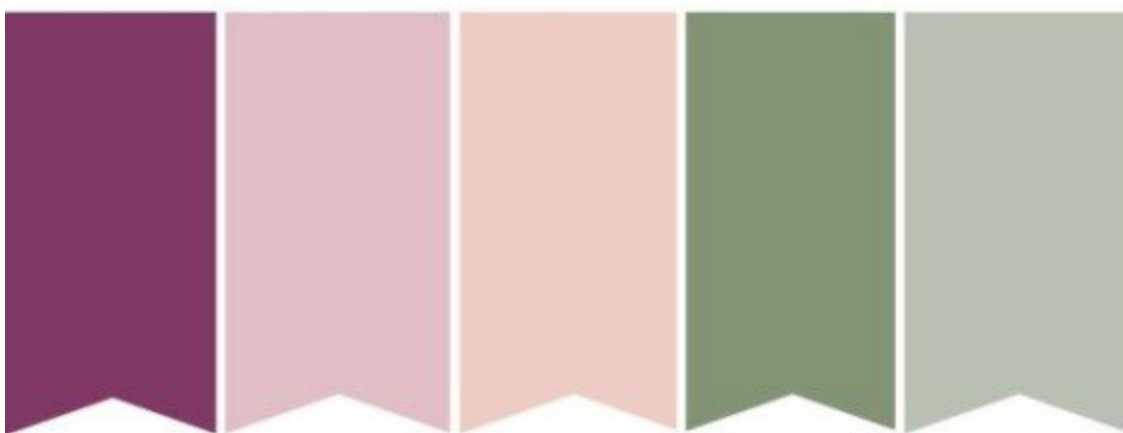
#### **4.3 Valores da Marca**

- a) Qualidade: Priorizando a excelência em cada prato e bebida, com ingredientes naturais de alta qualidade.
- b) Conforto: O espaço foi pensado para proporcionar bem-estar, seja em momentos de pausa no cotidiano ou para encontros sociais.
- c) Sustentabilidade: A empresa valoriza práticas sustentáveis, desde a escolha dos ingredientes até o cuidado com o ambiente físico.
- d) Estética Minimalista: Uma decoração moderna, mas com um toque de rusticidade que aproxima os clientes da natureza e promove uma atmosfera calma e convidativa.

#### 4.4 Diretrizes Visuais

**Cores:** A paleta de cores deve refletir a conexão com a natureza e o aconchego, utilizando tons neutros, como bege, marrom, verde-oliva, e toques suaves de cor para criar uma sensação de frescor e tranquilidade.

**Figura 6 - Paleta de cores**



Fonte: Própria Autoras (2024)

**Tipografia:** As fontes devem ser elegantes e minimalistas, sem exageros. Uma combinação de fontes manuscritas, para transmitir o toque artesanal e acolhedor, com fontes mais clean e modernas para reforçar a sofisticação do ambiente.

**Figura 7 - Tipografia**

Fonte: Própria Autoras (2024)

Elementos Gráficos: Elementos sutis que remetem à natureza e ao café, como folhas, grãos de café ou xícaras estilizadas. Esses ícones devem ser usados de forma discreta, reforçando o conceito de uma marca ligada ao natural, mas com uma abordagem moderna e minimalista.

**Figura 8 - Elementos gráficos**



Fonte: Própria Autoras (2024)

Logotipo: O logotipo precisa ser versátil, aplicável tanto em materiais digitais quanto físicos, como embalagens, cardápios e sinalizações internas. Ele deve evocar a sofisticação minimalista e ser facilmente reconhecível. A simplicidade é fundamental, mas sem perder a identidade única da marca.

**Figura 9 - Logotipo**



Fonte: Própria Autoras (2024)

A comunicação da Broa Café deve ser amigável e sofisticada ao mesmo tempo. O tom de voz deve ser acolhedor, mostrando cuidado com os detalhes e atenção aos clientes, enquanto mantém um ar de refinamento. Frases curtas, diretas, mas com um toque de empatia e sensibilidade, reforçam o conceito de que cada visita ao Broa Café é uma experiência cuidadosamente planejada.

**Figura 10 - Comunicação Visual**



Fonte: Própria Autoras (2024)

Ao contrário de cafeterias mais comerciais ou padronizadas, o Broa Café proporciona uma experiência sensorial única, combinando sabor, conforto e estética em cada detalhe do ambiente. A identidade visual da marca será cuidadosamente aplicada em diversos materiais e pontos de contato, garantindo uma experiência coesa e sofisticada. Isso inclui embalagens como copos, sacolas e embalagens para comida de viagem, que reforçam os conceitos de sofisticação e sustentabilidade, unindo praticidade e elegância. Além disso, os materiais gráficos e digitais, como cardápios, postagens em redes sociais, newsletters e materiais promocionais, manterão uma estética consistente e refinada, refletindo os valores da marca.

A decoração interna e a sinalização também serão projetadas para integrar a identidade visual, com placas internas, uniformes e paredes que complementam a proposta minimalista e "instagramável" do ambiente. A presença digital da marca, tanto

no website quanto nas redes sociais, será uma extensão do espaço físico, com uma interface intuitiva e visualmente alinhada ao conceito de sofisticação e acolhimento.

Em resumo, a identidade visual do Broa Café tem como objetivo traduzir a essência da marca: um espaço que oferece não apenas café, mas uma experiência completa de conforto, sofisticação e conexão. Cada detalhe da identidade visual será pensado para transmitir uma sensação de acolhimento e alta qualidade, criando um vínculo emocional com os clientes desde o primeiro contato visual até a experiência no local.

## **5. LANÇAMENTO DA CAFETERIA BROA CAFÉ**

### **5.1 Festival de Lançamento Broa Café**

O festival Broa Café acontecerá no dia 14 de abril, em comemoração ao Dia Internacional do Café, e será um evento exclusivo para celebrar a inauguração da Broa Café. Com o objetivo de consolidar a cafeteria como um ponto de referência para os amantes de café e gastronomia artesanal em São José dos Campos, o evento buscará atrair novos clientes e fortalecer a presença da marca, promovendo um maior engajamento com a comunidade local.

O Festival Broa Café será uma experiência sensorial imersiva, destacando a qualidade dos cafés especiais e dos produtos artesanais oferecidos pela cafeteria. Os visitantes poderão desfrutar de uma seleção especial de cafés regionais, acompanhados de uma degustação de pães e broas artesanais harmonizadas com os cafés exclusivos do Broa Café. Para complementar a experiência, haverá apresentações de música ao vivo, criando um ambiente acolhedor e animado.

Parcerias estratégicas com influenciadores locais serão estabelecidas para registrar e divulgar o evento nas redes sociais, ampliando o alcance e a visibilidade da cafeteria. Além disso, como forma de incentivar o engajamento e recompensar os clientes, serão realizados sorteios de vouchers e kits de produtos Broa Café entre os participantes, promovendo uma interação mais próxima com a marca. Ao longo do evento, o objetivo é criar uma experiência única e memorável, imergindo os visitantes no universo da Broa Café e garantindo um impacto duradouro na comunidade local.

## 5.2 Custos não inclusos para o lançamento da cafeteria Broa Café

**Tabela 6 - Custos não inclusos**

Item	Custo Estimado
Música ao Vivo	R\$ 800
Kits e Vouchers de Produtos	R\$ 300
Parceria com Influencers	R\$ 500
Degustações	R\$ 1.000
<b>Total dos Itens Específicos</b>	<b>R\$ 2.600</b>

Fonte: Própria Autoras (2024)

## 6. CRONOGRAMA DE MÍDIA

O cronograma de mídia da cafeteria Broa Café será dividido em quatro etapas estratégicas. A primeira etapa será a campanha de pré-lançamento, focada em gerar expectativa através de teasers e informações sobre os diferenciais do Broa Café, criando curiosidade e interesse no público.

Na semana de lançamento, o destaque será o Festival de Inauguração, um evento marcante destinado a atrair clientes, acompanhado de anúncios direcionados ao público-alvo, para garantir a maior visibilidade possível.

Após o evento de lançamento, o foco será o engajamento contínuo, com postagens regulares sobre programas de fidelidade, produtos sazonais, eventos de degustação e campanhas patrocinadas, visando fortalecer a presença digital e manter o interesse do público.

Além disso, a parceria com a comunidade será fundamental para o sucesso da cafeteria, dado o grande alcance dos influenciadores nas interações com os clientes. Essa colaboração ajudará a consolidar a Broa Café como uma referência em São José dos Campos, criando uma conexão ainda mais forte com o público local.

## CONCLUSÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso apresenta o desenvolvimento de um plano de negócios para a Broa Café, uma cafeteria com uma proposta diferenciada para o mercado de São José dos Campos. Diante do crescimento do setor de cafeterias, o estudo destaca a importância de uma análise minuciosa do mercado local, das tendências de consumo e das preferências dos consumidores, evidenciando os diferenciais necessários para se destacar em um ambiente competitivo. Por meio de uma pesquisa de mercado, foram identificados elementos estratégicos que posicionam a Broa Café de forma única, oferecendo uma experiência que alia qualidade, aconchego e sofisticação.

O público-alvo da Broa Café foi detalhadamente estudado, revelando preferências e comportamentos que fundamentaram o planejamento estratégico da cafeteria. Entre os aspectos mais valorizados, destacam-se o desejo por um ambiente rústico e acolhedor, a demanda por produtos artesanais de alta qualidade e a necessidade de um atendimento excepcional. Esses dados orientaram as estratégias de marketing e operação, visando atender a um público diversificado e exigente, adaptando-se às suas expectativas.

A partir das análises e conclusões, a Broa Café se posiciona como um espaço que vai além da simples oferta de café, propondo-se a ser um ambiente de conexão, conforto e inspiração. O plano de negócios desenvolvido oferece uma base sólida para garantir a viabilidade econômica do empreendimento, com foco não apenas na sustentabilidade financeira, mas também na fidelização de clientes e na criação de um ponto de referência na cidade.

Este trabalho, portanto, serve como um guia prático para empreendedores do setor de cafeterias, fornecendo insights valiosos sobre como criar um negócio atrativo, competitivo e alinhado às tendências e demandas do mercado atual.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- COMENTTO.** Calculadora amostral. Disponível em: <https://comentto.com/calculadora-amostal/>. Acesso em: agosto de 2024.
- DRUCKER, P.** Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios. 1. ed. São Paulo: Editora, 1985.
- GLASSDOOR.** Salário: gerente de cafeteria em Brasil 2024. Disponível em: <glassdoor.com>. Acesso em: agosto de 2024.
- HISRICH, P.; PETERS, M.; SHEPHERD, D.** Entrepreneurship: starting, developing, and managing a new enterprise. 10. ed. Nova York: McGraw-Hill Education, 2014.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.** Princípios de marketing. 17. ed. São Paulo: Pearson, 2017.
- KOTLER, P.; KELLER, L.** Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
- MERCADO LIVRE.** Frete grátis no mesmo dia. Disponível em: <mercadolivre.com>. Acesso em: agosto de 2024.
- PINETEREST.** Disponível em: <pinterest.com>. Acesso em: setembro de 2024.
- REDE DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS.** Cidade abre mais de 3.000 empresas no primeiro trimestre. Disponível em: <https://www.sjc.sp.gov.br>. Acesso em: abril de 2024.
- SEBRAE.** Cartilha plano de negócio. 2004. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2024.
- SEBRAE.** Portal Sebrae. Disponível em: <sebrae.com>. Acesso em: [dia] [mês] [ano].
- SALÁRIO.COM.BR.** Atendente de balcão - salário, piso salarial 2024. Disponível em: <salario.com>. Acesso em: agosto de 2024.
- SALÁRIO.COM.BR.** Auxiliar de cozinha - salário, piso salarial 2024. Disponível em: <salario.com>. Acesso em: agosto de 2024.
- SALÁRIO.COM.BR.** Barista - salário, piso salarial 2024. Disponível em: <salario.com>. Acesso em: agosto de 2024.
- SALÁRIO.COM.BR.** Chefe de cozinha - salário, piso salarial 2024. Disponível em: <salario.com>. Acesso em: agosto de 2024.
- SUMUP.** Como abrir uma cafeteria: quanto custa, como administrar e mais. Disponível em: <sumup.com>. Acesso em: setembro de 2024.

## **ANEXOS**

### **1. Objetivos**

#### **1.1 Objetivo Geral**

Desenvolver um plano de negócio completo para o lançamento de uma cafeteria em São José dos Campos, com foco na viabilidade econômica, estratégias de marketing, comunicação interna e administração operacional para o sucesso da Cafeteria Marimar.

#### **1.2 Objetivos Específicos**

Analisar o mercado de cafeterias em São José dos Campos, identificando demanda, concorrência e tendências; elaborar um plano financeiro, incluindo investimentos iniciais, projeções de receitas e despesas; criar a identidade visual da marca e estratégias de marketing para atrair e fidelizar clientes, considerando a localização e o perfil do público-alvo, organizar o lançamento da empresa e definir os processos operacionais necessários para garantir a qualidade dos serviços prestados pela cafeteria.

### **2. Justificativa**

Este trabalho gira em torno do desenvolvimento de um plano de negócio completo para o lançamento da Cafeteria Marimar em São José dos Campos.

A elaboração deste plano de negócio se torna fundamental não apenas para orientar os gestores e investidores da Cafeteria Marimar, mas também para contribuir com o conhecimento acadêmico, oferecendo uma análise detalhada das etapas necessárias para o lançamento e a gestão eficiente de uma cafeteria. Além disso, busca-se identificar e propor soluções para os desafios comuns enfrentados por empreendedores do ramo, como a sazonalidade do consumo, a concorrência acirrada e as demandas crescentes por sustentabilidade e responsabilidade social, visto que, segundo o site da Prefeitura de São José dos Campos, a cidade registrou abertura de mais de 1.000 empresas no primeiro mês do ano de 2023, que irão gerar empregos e movimentar ainda mais a economia.

### **3. Referencial Teórico**

O empreendedorismo vem se destacando entre os acadêmicos e aqueles que buscam trabalhar no setor de serviços. Segundo Drucker (1985), o empreendedorismo consiste na prática de criar algo novo e valioso, investindo tempo e esforço, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais. Na busca da garantia desse sucesso, estratégias são criadas detalhadamente para a visibilidade do empreendimento, como um Plano de Negócio, um documento necessário que relate a natureza do negócio, público alvo, marketing, finanças e operações diárias. Segundo Hisrich et al. (2014), um plano de negócio bem elaborado serve como um guia para o empreendedor é um documento de apoio para a captação de investidores. Incluindo uma análise detalhada de mercado, estratégias de marketing, planos operacionais e projeções financeiras.

A análise é crucial para identificar as oportunidades e ameaças do mercado. Kotler e Keller (2012) enfatizam a importância de entender as tendências do mercado, as necessidades e comportamentos dos consumidores, e a dinâmica da concorrência. No caso específico de São José dos Campos é necessário analisar a oferta e demanda de seus consumidores e empreendedores do ramo.

Uma estratégia de conteúdo é necessária para o sucesso de um empreendimento. Segundo Armstrong e Kotler (2017), as estratégias de marketing devem ser baseadas em uma compreensão clara do mercado alvo e devem incluir a definição da proposta de valor, o posicionamento da marca, e as estratégias para os 4 Ps do marketing: produto, preço, praça e promoção.

A análise SWOT, é uma ferramenta essencial no desenvolvimento de planos de negócio para diversos setores, incluindo o ramo de cafeterias. Esta metodologia permite uma avaliação abrangente e estruturada do ambiente interno e externo de uma organização, identificando fatores críticos que podem influenciar seu sucesso ou fracasso no mercado. Segundo Kotler e Armstrong (2017), “A análise SWOT serve para desenvolver estratégias de marketing sólidas, pois permite que as organizações capitalizem suas forças, minimizem suas fraquezas, explorem oportunidades disponíveis e enfrentam ameaças potenciais de forma proativa.” Essa abordagem estratégica ajuda os empreendedores a compreenderem melhor o contexto competitivo e a formular planos de ação direcionados e eficazes para o sucesso da cafeteria no mercado.