

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

BRUNO DEBORTOLI

ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA IMPLANTAÇÃO DE
UM CAFÉ EXECUTIVO NA REGIÃO EM PROCESSO DE REVITALIZAÇÃO DO
BAIRRO ESTREITO EM FLORIANÓPOLIS-SC

FLORIANÓPOLIS
2009

BRUNO DEBORTOLI

ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA IMPLANTAÇÃO DE
UM CAFÉ EXECUTIVO NA REGIÃO EM PROCESSO DE REVITALIZAÇÃO DO
BAIRRO ESTREITO EM FLORIANÓPOLIS-SC

Trabalho de Conclusão de Estágio apresentada à disciplina Estágio Supervisionado – CAD 5236, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração na Universidade Federal de Santa Catarina.

Professor Orientador: Esperidião Amin Helou Filho

Área de concentração: Empreendedorismo.

FLORIANÓPOLIS
2009

BRUNO DEBORTOLI

ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA IMPLANTAÇÃO DE
UM CAFÉ EXECUTIVO NA REGIÃO EM PROCESSO DE REVITALIZAÇÃO DO
BAIRRO ESTREITO EM FLORIANÓPOLIS-SC

Este Trabalho de Conclusão de Estágio foi julgado adequado e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, em __/__/2009.

Prof. Dr. Rudimar Antunes da Rocha.
Coordenador de Estágios

Apresentada à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Esperidião Amin Helou Filho.
Orientador

Rudimar Antunes da Rocha
Membro

Andressa Sasaki Vasques Pacheco
Membra

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, pelas oportunidades, apoio e pelo carinho que me foram dados.

À minha noiva, companheira de todas as horas, sobretudo nos momentos mais difíceis.

Ao companheirismo de meu irmão, e pela confiança que deposita em mim.

Aos meus companheiros de curso, pela longa e árdua caminhada que tivemos juntos.

Aos queridos amigos Edson Telê Campos e Elizabeth Akiko Guenka Campos, sem os quais este estudo não seria possível.

*"Se as coisas são inatingíveis... ora!
não é motivo para não querê-las...
Que tristes os caminhos, se não fora
a mágica presença das estrelas!"
- Mário Quintana*

RESUMO

DEBORTOLI, Bruno. **Estudo de viabilidade econômico-financeira para implantação de um café executivo na região em processo de revitalização do bairro Estreito em Florianópolis-SC.** 2009. 77p. Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Administração). Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2009.

O presente trabalho tem como finalidade a realização de um estudo de viabilidade econômico-financeiro para implantação de um café executivo na região em processo de revitalização do bairro Estreito em Florianópolis-SC. Quanto à metodologia empregada, o método utilizado no estudo foi o indutivo, a pesquisa caracterizou-se como aplicada, de campo, descritiva e bibliográfica. Como instrumento de coleta de dados utilizou-se de entrevistas não-estruturadas, com diretores e presidentes de construtoras da região e também com o presidente de uma associação de moradores do bairro, além de dados de pesquisas contidos em materiais bibliográficos disponíveis em rede digital. Aliando-se as percepções obtidas às pesquisas de tendências de mercado, foi possível inferir que o empreendimento, apesar de não se dispor de informações por parte de órgãos públicos, terá uma demanda satisfatória para sua operacionalização, uma vez que é evidenciada a mudança social e imobiliária da região e o interesse de dos empresários em manter e ampliar os investimentos no bairro. Os aspectos financeiros também contribuem para que seja viável a implantação do empreendimento, tendo em vista que mesmo no cenário pessimista, operando com 50% da capacidade, o período de *payback* é de aproximadamente 20 meses, e o índice de lucratividade é de 23%.

Palavras chave: Empreendedorismo, Café, Revitalização.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Incentivos para empreender.....	10
Figura 2: Fórmula ponto de equilíbrio.....	21
Figura 3: Organograma do empreendimento	40
Figura 4: Localização do empreendimento	45
Figura 5: Vista lateral do imóvel	46
Figura 6: Fachada do imóvel.....	46
Figura 7: Vista frontal do imóvel	47

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolução do consumo interno de café no Brasil	32
Gráfico 2: Evolução do perfil dos consumidores de café.....	33
Gráfico 3: Consumo de café no futuro.....	34

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Fatores de localização comercial	13
Quadro 2: Quadro de horários dos funcionários.....	43
Quadro 3: Remuneração do pessoal.....	43
Quadro 4: Despesas pré-operacionais.....	51
Quadro 5: Máquinas e equipamentos para área de atendimento.....	52
Quadro 6: Máquinas e equipamentos para área administrativa	52
Quadro 7: Máquinas e equipamentos para o <i>Espaço Siesta</i>	52
Quadro 8: Móveis e utensílios para a área de atendimento	53
Quadro 9: Investimento fixo total.....	53
Quadro 10: Estoque inicial	54
Quadro 11: Custo da mão-de-obra.....	55
Quadro 12: Despesas administrativas.....	55
Quadro 13: Depreciação	56
Quadro 14: Custos fixos totais	56
Quadro 15: Cálculo caixa bancos.....	56
Quadro 16: Composição do capital de giro	57
Quadro 17: Investimento inicial total	57
Quadro 18: Custos variáveis - cenário pessimista	58
Quadro 19: Custos variáveis - cenário intermediário.....	58
Quadro 20: Custos variáveis - cenário otimista	58
Quadro 21: Custos produtos vendidos – cenário pessimista	60
Quadro 22: Custos produtos vendidos – cenário intermediário.....	61
Quadro 23: Custos produtos vendidos – cenário otimista	62
Quadro 24: total dos custos variáveis	63
Quadro 25: Total de custos mensais.....	63
Quadro 26: Preço de venda	64
Quadro 27: Receitas operacionais – cenário pessimista.....	66
Quadro 28: Receitas operacionais – cenário intermediário.....	67
Quadro 29: Receitas operacionais – cenário otimista	69
Quadro 30: DRE mensal	69
Quadro 31: DRE anual.....	69
Quadro 32: Margem de contribuição	70

Quadro 33: Ponto de equilíbrio.....	70
Quadro 34: Período do <i>payback</i>	71
Quadro 35: Índice de lucratividade.....	71

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	6
1.1 OBJETIVOS.....	7
1.1.1 Objetivo geral.....	7
1.1.2 Objetivos específicos.....	7
1.2 JUSTIFICATIVA.....	7
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	9
2.1 O EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR.....	9
2.2 ASPECTOS TÉCNICOS.....	12
2.2.1 Produtos e Serviços.....	13
2.2.2 Localização.....	13
2.3 ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS.....	14
2.4 ASPECTOS ECONÔMICO-FINANCEIROS.....	15
2.4.1 Investimento.....	15
2.4.2 Fluxo de Caixa.....	16
2.4.3 Planejamento Financeiro.....	17
2.4.4 Capital de Giro.....	17
2.4.5 Custos.....	18
2.4.6 Receita.....	19
2.4.7 Margem de contribuição.....	19
2.4.8 Ponto de Equilíbrio.....	20
2.4.9 Payback.....	21
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	22
3.1 MÉTODO E TIPO DE PESQUISA.....	22
3.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	24
3.3 LIMITAÇÕES.....	25
4 CARACTERIZAÇÃO DO BAIRRO DO ESTREITO.....	27

4.1 REVITALIZAÇÃO DO BAIRRO.....	29
5 TENDÊNCIAS E MERCADO DO CAFÉ NO BRASIL	31
6 ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS	36
6.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	36
6.2 REGISTRO DA EMPRESA.....	36
7 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	38
8 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	39
8.1 ORGANOGRAMA.....	40
8.2 DESCRIÇÃO DE TAREFAS	40
8.3 REGIME DE TRABALHO.....	43
8.4 REMUNERAÇÃO DO PESSOAL.....	43
9 ASPECTOS TÉCNICOS.....	44
9.1 LOCALIZAÇÃO	44
9.2 INSTALAÇÕES.....	47
9.3 PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS	47
10ASPECTOS ECONÔMICO-FINANCEIROS	51
10.1 INVESTIMENTO	51
10.1.1 Despesas Pré-operacionais	51
10.1.2 Máquinas e Equipamentos.....	51
10.1.3 Investimento Fixo Total.....	53
10.1.4 Capital de Giro	53
10.1.5 Estoque Inicial	54
10.2 CUSTOS FIXOS	54
10.2.1 Mão-de-obra	55
10.2.2 Despesas Administrativas	55
10.2.3 Depreciação	56
10.3 CAIXA E BANCOS.....	56

10.4 INVESTIMENTO INICIAL	57
10.5 CUSTOS VARIÁVEIS.....	57
10.5.1 Custos dos Produtos Vendidos	58
10.5.2 Total dos Custos.....	63
10.6 RECEITAS OPERACIONAIS.....	63
10.7 DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	69
10.8 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	70
10.9 PONTO DE EQUILÍBRIO.....	70
10.10 <i>PAYBACK</i>	70
10.11 ÍNDICE DE LUCRATIVIDADE	71
11 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	72
REFERÊNCIAS.....	73
APÊNDICE - A	76

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no Brasil tem ganhado mais atenção nos últimos anos, principalmente ao final dos anos 90. Essa atenção deve-se à situação econômica brasileira, que faz com que as oportunidades de emprego sejam escassas ou inadequadas às aspirações dos profissionais disponíveis no mercado.

Tal cenário resulta no crescimento da atitude empreendedora, que passou a ser vista como uma boa alternativa à instabilidade do mercado profissional e ao emprego. Somando-se a isso as aceleradas mudanças e a instabilidade ambiental, os fatores políticos, econômicos, legais, sociais, culturais e tecnológicos, o empreendedorismo é tido como uma das atividades mais desafiadoras e difundidas dos dias atuais.

Diversos profissionais, ao perderam seus empregos, decidiram apostar em suas capacidades e abriram negócios próprios. Ao aventurarem-se em ramos nos quais possuíam ou não experiência. Alguns venceram, outros sucumbiram à falta de experiência e pouco conhecimento de mercado.

Na criação e implantação do negócio, não basta somente a vontade de empreender e de tornar-se independente. Tornar-se patrão exige muita dedicação e profissionalismo na administração dos recursos disponíveis visando a manutenção e crescimento da empresa.

Nesse cenário, torna-se imprescindível o desenvolvimento de um estudo de viabilidade econômico-financeira, permitindo, assim, ao empreendedor analisar riscos e a aceitação da idéia criada, constituindo-se em um instrumento fundamental antes da implantação de qualquer tipo de negócio.

Com base nisso, o presente trabalho visa apresentar um estudo de viabilidade econômico-financeira da implantação de uma cafeteria executiva. Oportunidade identificada pelo processo de revitalização pelo qual está passando o bairro do Estreito.

Tendo em vista a oportunidade acima relatada, o problema deste projeto pode ser assim definido:

“É viável, econômica e financeiramente, a abertura de uma cafeteria executiva na região em processo de revitalização do Bairro do Estreito – Florianópolis-SC?”

1.1 OBJETIVOS

O presente projeto será realizado para que o objetivo geral e os objetivos específicos a seguir delineados possam ser atingidos.

1.1.1 Objetivo geral

Este trabalho tem como objetivo geral verificar a viabilidade econômico-financeira para a implantação de um café executivo na região em processo de revitalização do bairro Estreito em Florianópolis-SC.

1.1.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos desta pesquisa são:

- a) Apresentar a atual situação do empreendedorismo no Brasil;
- b) Planejar aspectos técnicos, como produtos e serviços e localização;
- c) Descrever aspectos jurídicos e legais necessários para abertura de uma empresa;
- d) Analisar a influência da revitalização do bairro Estreito nas oportunidades de negócios;
- e) Verificar a viabilidade do empreendimento através da análise de índices econômico-financeiros.

1.2 JUSTIFICATIVA

As necessidades encontradas pelos moradores em relação à gastronomia e entretenimento foram pontos fundamentais para que o *Café Siesta* fosse idealizada em local estratégico, privilegiando moradores, empresários, comerciários e turistas. Contribuíram para este estudo e opção de empreendimento o fato de o autor ser

morador do Bairro do Estreito há 26 anos, o que o faz sabedor das necessidades encontradas pelos moradores.

Além disso, com as melhorias advindas da finalização da Beira-Mar Continental, os empreendimentos arquitetônicos têm avançado e com estes, o número e o nível social dos moradores, o número de salas comerciais e empresas que apostam no potencial da região.

A apreciação pelo café também foi, sem dúvida, um contribuinte para a escolha do ramo empresarial desta pesquisa, unindo a preferência ao trabalho. Sendo assim, a opção pela Cafeteria como empresa com lucratividade potencial para a região do Estreito, foi detalhadamente estudada, pesquisada e idealizada.

O presente estudo fez-se viável uma vez que o acadêmico dispôs de tempo e recursos financeiros para sua conclusão. O conhecimento acerca do tema e da região também caracterizam a viabilidade do estudo.

O trabalho é original, uma vez que nenhum estudo de viabilidade na região contou com a análise do processo de revitalização do bairro.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica tem por objetivo apresentar estudos sobre o tema ou especificamente sobre o problema de pesquisa, já elaborados por diferentes autores, possibilitando que autor e leitor tomem conhecimento dos estudos realizados à cerca do tema abordado, permitindo assim sua contextualização e conferindo consistência à pesquisa. (VERGARA, 2004).

2.1 O EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR

O conceito de empreendedorismo no Brasil ganhou força no final da década de 90, e existem diversos fatores que explicam esse interesse repentino por este assunto, entre eles a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras, a diminuição da alta taxa de mortalidade desses empreendimentos e o crescimento dos índices de desemprego, o que forçou diversos trabalhadores que ficaram sem seus empregos a criarem suas próprias empresas, mesmo sem ter conhecimento e experiência no ramo, utilizando-se do pouco que lhes restava de suas economias e que ao perceberem, tinham mudado de lado e se tornado patrões. (DORNELAS, 2005).

Aliado a esses fatores, o Brasil hoje apresenta um quadro onde “o emprego não é mais visto pelo jovem como projeto de vida” (DOLABELA, 1999 p. 58). Segundo Dolabela (1999), em pesquisas realizadas com estudantes essa percepção aparece quase que como unanimidade, o que representa significativa mudança em relação às gerações anteriores, onde o sonho era alcançar uma posição estável com cargos no governo ou em uma grande empresa, de preferência multinacional. Essa mudança deve-se ao difícil confronto do jovem com a realidade do mercado de trabalho, onde além da oferta de empregos ser reduzida, os salários em geral são baixos e a estabilidade, objeto de desejo no passado, foi substituída pela instabilidade.

Ao analisar esse quadro, percebe-se uma mudança de comportamento onde o empreendedorismo passou a ser opção e não é mais apenas uma imposição no cenário brasileiro.

O empreendedorismo é definido por Dornelas (2005, p. 39) como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades”.

Conforme essa definição pode-se destacar que o empreendedorismo depende do envolvimento direto de pessoas, e a pessoas que têm papel fundamental nesse processo são chamadas de empreendedores.

Para Dornelas (2005) e Degen (2009), o primeiro exemplo para a definição de empreendedorismo pode ser considerado Marco Pólo, e sua tentativa de estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Marco Pólo assinou contrato com banqueiros capitalistas, que forneceram os recursos para o empreendimento em troca do direito à compra dos produtos trazidos ao retorno de sua viagem. Ambos citam que o empreendedor à época assumia todos os riscos pessoais e comerciais das viagens enquanto os banqueiros eram os tomadores passivos do risco financeiro.

Conforme descrevem Longenecker, Moore e Petty (1997), o empreendedorismo atrai indivíduos por oferecer recompensas e incentivos poderosos, essas recompensas podem ser agrupadas em três categorias básicas: lucro, independência e estilo de vida prazeroso, conforme ilustra a figura 1.

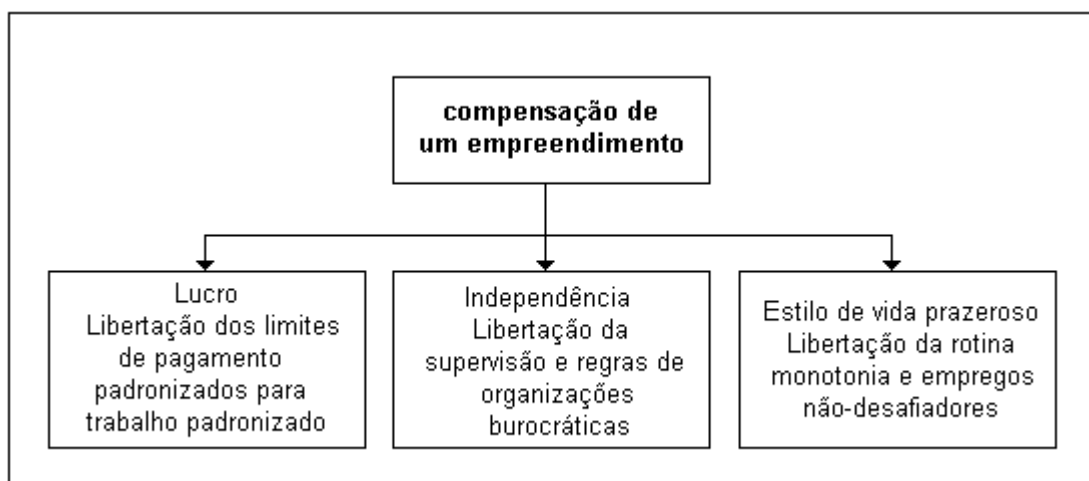


Figura 1: Incentivos para empreender

Fonte: Longenecker, Moore e Petty (1997, p. 7)

Birley e Muzyka (2001, p. 4) afirmam,

os empreendedores parecem ser orientados para realizações, gostam de assumir responsabilidade por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro. Os empreendedores criativos possuem altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos moderados e calculados, os capacitam a

transformar o que frequentemente começa como uma idéia muito simples e mal definida em algo concreto.

Segundo Fillion (1991 apud DOLABELA, 1999, p. 28), “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”.

Para Dolabela (1999), o empreendedor é todo aquele que define por si mesmo o que vai ser feito e em que contexto será feito, sendo que para chegar a essa definição leva em conta seus sonhos, desejos, preferências e o estilo de vida que quer ter, conseguindo desta maneira ter dedicação intensa ao negócio, já que confunde seu trabalho com prazer.

Já Dornelas (2005, p. 29) afirma “que a palavra *entrepeneur* tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo”. Corroborando com Dornelas (2005), Degen (2009) também afirma que empreendedor é aquele que empreende o novo negócio e assume os riscos comerciais, legais e pessoais do empreendimento.

Sendo assim podemos definir o empreendedor como o indivíduo que tem a capacidade e o desejo de por em prática as atividades necessárias para satisfazer suas aspirações e visões, capitalizando-as e assumindo assim os riscos por essa opção.

Para Degen (2009), existem diversos motivos que levam as pessoas a almejem ter seu negócio e assumirem os riscos por um novo empreendimento. O autor apresenta alguns deles como sendo os mais comumente identificados entre empreendedores por ele entrevistados, são eles:

- a) vontade de ganhar muito dinheiro;
- b) desejo de sair da rotina do emprego;
- c) vontade de determinar seu futuro;
- d) necessidade de provar aos outros e a si que é capaz;
- e) desejo de desenvolver algo que gera reconhecimento e benefícios.

Degen (2009) cita, também, as razões implícitas que fazem com que a maioria das pessoas não faça, ou não consiga fazer, a opção de empreender: não ter necessidade de realizar um negócio próprio ou não ser motivado por ganhar muito dinheiro e não estar disposto a pagar o preço pessoal para iniciar um negócio. Além dessas razões expostas há diversos fatores que inibem as pessoas a montarem seus negócios, os quatro mais importantes são:

- a) imagem social: pode ser considerada a principal razão para que pessoas com carreiras de sucesso não pensem em iniciar seus próprios negócios, elas simplesmente não tem disposição de sujar as mãos em tarefas básicas imprescindíveis para iniciar um novo empreendimento com chances de êxito.
- b) disposição de assumir riscos: nem todas as pessoas têm a capacidade e coragem de assumir riscos que um empreendedor deve assumir;
- c) capital social: toda pessoa carrega em seu inconsciente uma série de valores, conhecimentos e experiências que são determinados pelo convívio com pais, professores, amigos, igreja e que inibir o desejo de tornar-se ou não empreendedor;
- d) outros interesses: não é a dificuldade ou o risco assumido ao iniciar um novo negócio que impede a pessoa de empreender, ela simplesmente tem outro interesse na vida.

O autor Degen (2009) destaca, ainda, que as soluções de muitos problemas do nosso País podem ser desenvolvidas através dos empreendedores que, com sua capacidade de criar novas fontes de renda, trazem riqueza para a nação à medida que aumenta sua capacidade de produzir bens e serviços essenciais para o bem-estar da população.

Portanto, podemos perceber que um empreendedor que possui visão, capital e iniciativa pode beneficiar não apenas ele mesmo como também o ambiente no qual sua organização e seus produtos estão inseridos. Identifica, assim, sua importância na sociedade.

2.2 ASPECTOS TÉCNICOS

Os aspectos técnicos utilizados para o desenvolvimento e operacionalização de um empreendimento referem-se, principalmente, aos serviços e produto oferecidos, à localização, às instalações e aos equipamentos móveis.

2.2.1 Produtos e Serviços

Um produto é qualquer coisa que você recebe numa troca. Pode ser tangível ou não-tangível, e inclui utilidades ou benefícios funcionais, sociais ou psicológicos (PRIDE; FERREL, 2001, p. 191). Conforme Longenecker, Moore e Petty (1997, p. 315), um produto “incluirá o ‘pacote total de benefícios’ que é oferecido aos clientes em uma transação de troca – seja um bem ou serviço”.

Partindo deste conceito, pode-se inferir que um produto ou serviço é algo pelo qual as pessoas dispõem de recursos financeiros para satisfazer certas necessidades ou desejos.

2.2.2 Localização

Para Chiavenato (2007), a localização da empresa faz referência ao local escolhido para que a mesma seja instalada. A escolha do local depende de diversos fatores que variam conforme o tipo de empresa. Para empresas comerciais o autor cita como importantes os fatores:

Localização comercial
<ul style="list-style-type: none">• Proximidade dos clientes• Facilidade de acesso• Facilidade de transporte• Facilidade de estacionamento• Infra-estrutura para recreação• Adequação do local• Visibilidade• Baixos custos imobiliários• Baixos custos condominiais• Aparência do local

Quadro 1: Fatores de localização comercial
Fonte: Chiavenato (2007, p. 178)

Já para Longenecker, Moore e Petty (1997, p. 217), “não é a frequência, mas sim os efeitos duradouros das decisões de localização que as tornam tão importantes”. Para os autores supracitados, após o estabelecimento do negócio é dispendioso e frequentemente impraticável uma mudança, e os reflexos da má

escolha da localização serão sentidos, dessa maneira, durante toda a existência do mesmo.

A investigação cuidadosa revelará aspectos positivos e negativos a respeito de qualquer localização. Para tanto quatro fatores podem ser considerados importantes nessa investigação:

- a) preferência pessoal: frequentemente é considerada pelo futuro empreendedor a comunidade local para o estabelecimento de um negócio. A escolha da cidade natal não é totalmente ilógica. O crédito é facilitado, o conhecimento dos gostos e peculiaridades dos clientes é maior, entretanto as preferências pessoais não devem anular as fraquezas do local;
- b) condições ambientais: as condições ambientais podem promover ou impedir o sucesso do negócio. O clima, a concorrência, leis e atitudes públicas, entre outros, são condições ambientais que interferem no ambiente de negócios e devem ser avaliados antes da decisão a respeito da localização;
- c) disponibilidade de recursos: os recursos relacionados ao local são um fator importante ao se definir a localidade. O terreno, a rede de água e esgoto, oferta de mão-de-obra e o transporte coletivo são fatores que devem ser analisados, pois influenciam os custos de localização. Entretanto as preferências pessoais ou as condições ambientais podem influenciar mais fortemente a decisão final de localização, assim compensar algumas vantagens de recursos;
- d) acesso dos clientes: estabelecimentos de varejo e serviços são exemplos de negócios que necessitam estar situados em locais com grande fluxo de pessoas. Nesse fator a localização também pode ser influenciada com mais força pelas variáveis pessoais e condições ambientais (LONGENECKER, MOORE; PETTY, 1997).

2.3 ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS

Existe um processo burocrático referente à abertura de uma empresa, independentemente do tipo de empreendimento. De acordo com Chiavenato (1995),

para que uma empresa possa desenvolver suas atividades ela precisa estar legalmente constituída.

Os aspectos jurídicos são relativos à composição da forma societária, da empresa, tipo de empresa, seus sócios, e a participação acionária de cada um.

Segundo SEBRAE (2008), para que uma empresa seja registrada faz-se necessária a contratação de um contador profissional. Ele fornecerá ajuda na definição do melhor regime tributário que a empresa irá se enquadrar e ainda deverá providenciar, junto aos órgãos responsáveis sua legalização.

De acordo com Chiavenato (1995), as empresas podem ser classificadas, quanto a seu tamanho, em pequena, média ou grande empresa, dependendo do número de funcionários, do faturamento, do patrimônio, etc. As empresas podem ainda ser caracterizadas como microempresas.

2.4 ASPECTOS ECONÔMICO-FINANCEIROS

Faz-se fundamental, em um estudo de viabilidade, analisar os aspectos econômico-financeiros, haja vista que o papel da função financeira é muito importante para o desenvolvimento das atividades operacionais, e contribuirá para o sucesso do empreendimento.

2.4.1 Investimento

Um dos fatores mais importantes na constituição de uma empresa é a estimativa do investimento para iniciá-la e como obter esse capital. Por meio do investimento inicial a empresa terá condições de reunir os recursos necessários, como recursos humanos, materiais e financeiros, para seu funcionamento (CHIAVENATO, 2007).

Para Marion (1998), o investimento fixo é o conjunto de bens ou direitos destinados à manutenção da atividade principal da empresa, ou exercidos com esta finalidade. Corroborando com Marion (1998), Sanvicente (1983, p.11), cita que a decisão de investimento “consiste num conjunto de decisões visando dar à empresa

a estrutura ideal em termos ativos – fixos e correntes – para que os objetivos da empresa como um todo sejam atingidos”.

2.4.2 Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa é o controle das entradas e saídas de recursos financeiros do caixa, ou seja, origens e aplicações de caixa. Fatores como as vendas à vista e a prazo, financiamentos, e as receitas financeiras são identificados como origens de caixa e as despesas e pagamentos de fornecedores são identificados como aplicações de caixa.

“Conceitualmente, o fluxo de caixa é um instrumento que relaciona os ingressos e saídas (desembolsos) de recursos monetários no âmbito de uma empresa em determinado intervalo de tempo”. (ASSAF NETO; SILVA, 1997, p. 35)

Degen (2009, p. 174) descreve o fluxo de caixa de um negócio como “a representação numérica mensal, semanal ou diária dos recursos financeiros que circulam por esses meios. Em essência, ele representa o montante de caixa que entra e sai do negócio em um determinado período”. O autor ainda chama atenção para o fato de que apesar da simplicidade do conceito do fluxo de caixa, a aplicação no negócio pode acarretar dificuldades e diversos riscos, e por este motivo o candidato a empreendedor deve:

- a) controlar de forma rigorosa a ‘contabilidade de caixa’;
- b) preparar cuidadosa e detalhadamente uma ‘projeção de fluxo de caixa’ antes de iniciar o negócio e refazê-la periodicamente durante seu desenvolvimento;
- c) buscar informações sobre o ‘fluxo de caixa histórico’ de negócios semelhantes para validar as projeções do novo negócio;
- d) calcular o ‘ponto de equilíbrio’ operacional de caixa e avaliar sua viabilidade financeira;
- e) considerar, baseando-se na projeção do fluxo de caixa, se o novo negócio propiciará um retorno adequado ao investimento em relação ao mercado financeiro;
- f) preparar uma análise de sensibilidade das projeções perante os possíveis riscos.

A previsão do fluxo de caixa permite conhecer e planejar as necessidades de caixa de curto prazo, pois proporciona uma visão dos recebimentos e dos pagamentos previstos que ocorrerão durante um certo período. (CHIAVENATO 2007, p. 240)

2.4.3 Planejamento Financeiro

O planejamento financeiro é o processo de estimar a quantia necessária de financiamento para continuar as operações de uma companhia e de decidir quando e como a necessidade de fundos seria financiada. (GROPPELLI e NIKBAKHT, 1998, p. 364)

Groppelli e Nikbakht (1998) acrescentam que sem procedimentos confiáveis para avaliação das necessidades de financiamento, uma empresa pode não ter fundos suficientes para quitar seus compromissos, entre eles juros sobre empréstimos, contas a pagar, despesas com aluguel, luz e telefone. Deste modo a falta de um planejamento financeiro sólido pode levar a empresa, em virtude de não possuir a liquidez necessária para pagar suas obrigações, à falência.

Gitman (2002, p. 588), ainda, expõe que “dois aspectos-chave do planejamento financeiro são o planejamento do caixa e de lucros”. Segundo o autor o planejamento de caixa advém da preparação do orçamento de caixa da empresa, já o planejamento de lucros é elaborado através de demonstrações financeiras projetadas, que são úteis não apenas para utilização interna, mas também comumente exigidas por credores atuais e futuros.

2.4.4 Capital de Giro

A administração do capital de giro tem por objetivo controlar os ativos e passivos circulantes da empresa, de modo que seja garantido um nível aceitável de liquidez da mesma.

De acordo com Hoji (2007, p. 107), “o capital de giro é conhecido também como capital circulante e corresponde aos recursos aplicados em ativos circulantes, que se transformam constantemente dentro do ciclo operacional”.

Aprofundando este conceito Sanvicente (1987), relata que o capital de giro é a soma dos saldos mantidos por uma empresa nas contas Disponibilidades, Investimentos Temporários, Contas a Receber e Estoques de matérias-primas, mercadorias para venda, produção em andamento e produtos acabados, em qualquer momento considerado. E salienta ainda que é necessário diferenciar o capital de giro bruto do capital de giro líquido, que é o resulta da subtração de todos os compromissos a curto prazo da empresa para com funcionários, fornecedores, impostos, etc., do total dos itens que constituem o capital de giro bruto.

Para Braga (1995, p.81), “a administração do capital de giro está relacionada com os problemas de gestão dos ativos e passivos circulantes e com as inter-relações entre esses grupos patrimoniais”.

Hoji (2004, p. 117) afirma que,

o estudo do capital de giro é fundamental para a administração financeira, porque a empresa precisa recuperar todos os custos e despesas (inclusive financeiras) incorridos durante o ciclo operacional e obter o lucro desejado, por meio da venda do produto ou prestação do serviço.

2.4.5 Custos

Entende-se como custo, todos os gastos realizados no processo de industrialização, que contribuem com a transformação da matéria-prima (MARION, 1998).

De acordo com Megliorini (2007, p.10), “para classificar um elemento de custo como fixo ou variável, é preciso verificar como ele reage às alterações no volume de produção. Se o volume se alterar e o custo também, ele será variável; do contrário, será fixo”. Sendo assim, Megliorini (2007) explicita que os custos fixos são decorrentes da manutenção da estrutura produtiva da empresa, independentemente da quantidade que seja produzida dentro do limite da capacidade instalada. O autor menciona também que os custos variáveis são aqueles que sofrem influência do volume de produção, podendo aumentar ou diminuir.

Para Santos (2005, p. 38), “custos fixos são aqueles que independem do volume de produção ou venda. Representam a capacidade instalada que uma

empresa possui para produzir e vender bens, serviços e mercadorias”. As duas principais características dos custos fixos para Santos (2005) são as seguintes:

- a) em termos de custos fixos totais, quanto maior for o volume de produção ou venda, menores serão os custos fixos por unidade (até limite da capacidade instalada);
- b) os custos fixos totais independem das quantidades produzidas e vendidas. Exemplos: aluguel, IPTU, salários de pessoal, seguros, equipamentos, depreciação etc. (dentro do limite da capacidade instalada).

Santos (2005) caracteriza ainda os custos como sendo semivariáveis e semifixos. Onde os custos semivariáveis “são os que variam em função do volume de produção ou venda, mas não exatamente nas mesmas proporções. Estes custos têm uma parcela fixa, a partir da qual passam a ser variáveis” (SANTOS 2005, p. 39). São exemplos de custos semivariáveis: energia elétrica, telefone, água, gás encanado e manutenção preventiva.

Já os custos semifixos “são os gastos que permanecem constantes dentro de certos intervalos, alterando-se em degraus até atingir um novo patamar de atividade. Normalmente ocorrem em função de decisões tomadas para alimentar ou diminuir o nível de atividade” (SANTOS 2005, p. 40). Podem ser citados como exemplo de custos semifixos os gastos com salários de pessoal ou depreciação com a compra de máquinas adicionais para aumentar a produção.

2.4.6 Receita

Marion (1998) afirma que as receitas correspondem, em geral, às vendas de mercadorias ou prestações de serviços, e é refletida no balanço através da entrada de dinheiro no caixa ou em forma de direitos a receber.

As receitas podem ser classificadas em:

- a) operacionais;
- b) financeiras;
- c) não operacionais.

2.4.7 Margem de contribuição

A margem de contribuição pode ser definida como a diferença entre o preço de venda e custo diretamente decorrente da fabricação e venda do mesmo. (SANVICENTE, 1987). Seguindo a mesma linha de Sanvicente (1987), Megliorini (2007, p. 179), alega que,

a margem de contribuição corresponde à diferença entre a receita líquida de vendas e o montante de custos variáveis somado às despesas variáveis. Tecnicamente, representa a contribuição dos produtos vendidos para a cobertura dos custos fixos mais as despesas fixas da empresa. Após essa cobertura, o que sobrar será a contribuição ao lucro da empresa.

2.4.8 Ponto de Equilíbrio

No ponto de equilíbrio, como indica Dornelas (2005, p. 169), “não há lucro nem prejuízo. É o ponto no qual a receita proveniente das vendas equivale à soma dos custos fixos e variáveis”. Segundo o autor, o ponto de equilíbrio possibilita ao empresário saber em que momento seu empreendimento começa a obter lucro, o que o torna uma importante ferramenta gerencial.

Mais detalhadamente, Gitman (2002, p. 419), afirma que “o ponto de equilíbrio de uma empresa é o nível de vendas necessário para cobrir todos os custos operacionais” e é utilizado pelas empresas para:

- a) determinar o nível de operações necessárias para cobrir todos os custos operacionais;
- b) para avaliar a lucratividade associada a vários níveis de vendas.

Ainda segundo Gitman (2002, p. 421), o “ponto de equilíbrio é sensível a inúmeras variáveis, dentre as quais, pode-se citar: custos operacionais fixos, preço unitário de venda e custo operacional unitário variável”.

O ponto de equilíbrio pode ser calculado utilizando-se a seguinte fórmula:

PE = (Custos Fixos Totais / Margem de Contribuição) x Receita
onde Margem de contribuição = Receita – Custos Variáveis
então:

$$PE = \frac{\text{custos fixos}}{1 - \left(\frac{\text{custo variável}}{\text{receita total}}\right)}$$

Figura 2: Fórmula ponto de equilíbrio
Fonte: Dornelas (2005, p. 169)

2.4.9 *Payback*

O *payback*, conforme Weston e Brigham (2000, p. 531), é o número esperado de anos exigido para recuperar o investimento original no empreendimento.

Sanvicente (1987) afirma que este é um dos métodos de avaliação mais utilizados, pela simplicidade de cálculo e entendimento, mas alega que o método do *payback* não considera a lucratividade total do projeto.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão descritos os procedimentos metodológicos que foram aplicados no desenvolvimento do presente estudo. De acordo com Vergara (2004, p. 12), “a metodologia científica é um caminho, uma forma, uma lógica de pensamento”. Neste mesmo sentido Andrade (2003, p. 129), cita que “metodologia é o conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento”.

Já para Barros e Lehfeld (2000, p. 11), “a metodologia, em um nível aplicado, examina e avalia técnicas de pesquisa, bem como a geração ou verificação de novos métodos que conduzem a captação e processamento de informações com vistas à resolução de problemas de investigação”.

São definidos dentro da metodologia apropriada, o método utilizado, os tipos de pesquisa, de coleta de dados, de amostragem e finalmente o tipo de abordagem.

3.1 MÉTODO E TIPO DE PESQUISA

O presente estudo classifica-se, quanto ao método de pesquisa como indutivo e quanto ao tipo de pesquisa como aplicada, descritiva, bibliográfica e de campo.

Na concepção de Cervo e Bervian (1983, p. 23),

o método é a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para atingir um fim ou um resultado desejado. Nas ciências, entende-se por método, o conjunto de processos que o espírito humano deve empregar na investigação e demonstração da verdade.

Para a realização da pesquisa, utilizou-se do método indutivo que, para Barros e Lehfeld (2000, p. 62), “é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, interfere-se uma verdade geral ou universal não contida nas partes examinadas”.

Segundo Andrade (2003, p. 131), “na indução percorre-se o caminho inverso aos da dedução, isto é, a cadeia de raciocínio estabelece conexão ascendente, do particular para o geral. Neste caso, as constatações particulares é que levam às teorias e as leis gerais”.

O método indutivo refere-se à pesquisa de dados, e esta pesquisa é definida, de acordo com Gil (1991, p. 19), “como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”. Corroborando com Gil (1991), Cervo e Bervian (1983, p. 50), descrevem a pesquisa como sendo “uma atividade voltada para a solução de problemas através do emprego de processos científicos”.

Para Barros e Lehfeld (2000, p. 67):

em sentido amplo, pesquisa significa realizar empreendimentos para descobrir, para conhecer algo. A pesquisa constitui um ato dinâmico de questionamento, indagação e aprofundamento. Consiste na tentativa de desvendamento de determinados objetos. É a busca de uma resposta significativa a uma dúvida ou problema.

Para Vergara (2004, p. 47), a pesquisa aplicada, é motivada pela necessidade de resolver problemas concretos, sejam eles imediatos ou não, e tem, então, finalidade prática, contrapondo a pesquisa pura que se baseia na especulação e na curiosidade do pesquisador. A pesquisa aplicada proporcionou uma coleta de dados relevantes para a execução do presente projeto de pesquisa.

Nota-se, desta forma, a utilização da pesquisa descritiva na concepção do projeto, onde para Barros e Lehfeld (2000, p. 70), “não há interferência do pesquisador, isto é, ele descreve o objeto de pesquisa. Procura descobrir a frequência com que um fenômeno ocorre, sua natureza, características, causas, relações e conexões com outros fenômenos”.

A pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza (VERGARA, 2004, p. 47).

Como meio de elucidar os argumentos apresentados mediante exploração e descrição das informações adquiridas, fez-se uso da pesquisa bibliográfica.

Marconi e Lakatos (2001, p. 43), citam que a pesquisa bibliográfica “trata-se do levantamento de toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita”. Vergara (2004, p. 48), acrescenta que o estudo bibliográfico é “o estudo sistematizado e desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral”.

Utilizou-se, também, a pesquisa de campo para a elaboração do estudo. Segundo Vergara (2004, p. 47), “a pesquisa de campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre um fenômeno ou que dispões de elementos para explicá-lo. Pode incluir entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não”.

3.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Foram utilizados dados de fontes primárias e secundárias para elaboração da pesquisa. Andrade (2003, p. 43) explicita que, “as fontes primárias são constituídas por obras ou textos originais, material ainda não trabalhado, sobre determinado assunto”. As fontes secundárias referem-se a determinadas fontes primárias, isto é, são constituídas pela literatura originada de determinadas fontes primárias e constituem-se em fontes de pesquisas bibliográficas (ANDRADE, 2003, p. 43).

Para a coleta de dados utilizou como instrumento, entrevistas semi-estruturadas.

A entrevista, para Vergara (2004, p. 55), “é o procedimento no qual você faz perguntas a alguém, que oralmente, lhe responde”.

Gil (1991) aponta que a entrevista semi-estruturada é guiada por uma relação de questões de interesse, tal como um roteiro, que o investigador vai explorando ao longo de seu desenvolvimento. Triviños (1992) contribui com o tema quando afirma que a entrevista semi-estruturada parte de alguns questionamentos básicos, apoiados por teorias que interessam à pesquisa, e que, logo após, surgem outras interrogativas à medida que se recebem as respostas dos informantes. Os informantes podem ser submetidos a várias entrevistas para que se obtenha o máximo de informações e para se avaliar as mudanças das respostas em momentos diferentes.

Andrade (2003, p. 147) salienta que “o primeiro item a ser considerado no planejamento da entrevista diz respeito ao objetivo; é indispensável que o entrevistador saiba para que vai realizar a entrevista, quais informações que pretender obter”.

Segundo Barros e Lehfeld (2000), as vantagens da utilização de entrevistas em trabalhos acadêmicos são as seguintes:

- a) maior flexibilidade para o pesquisador. A entrevista pode ser aplicada em qualquer segmento da população, isto é, o entrevistador pode formular e reformular as questões para melhor entendimento do entrevistado;
- b) o entrevistador tem oportunidade de observar atitudes, reações e condutas durante a entrevista;
- c) há oportunidade de se obter dados relevantes e mais precisos sobre o objeto de estudo.

As entrevistas apresentadas no presente trabalho aconteceram no período de 12 a 15 de junho de 2009. Foi realizada entrevista com o presidente da Associação de Moradores do Estreito, Sr. Édio Fernandes, no dia 11 de junho de 2009 por volta das 11:00h da manhã, na praça Nossa Senhora de Fátima.

Também foram realizadas entrevistas com o Sr. Nelson João de Moraes Filho, Presidente da Hantei Engenharia, ao dia 15 de junho de 2009, às 14:00h, no escritório do mesmo à Rua Tenente Silveira, nº 222, Bairro Centro - Florianópolis; com o Sr. Roberto Deschamps, Diretor da RDO Construções, também no escritório do mesmo à Rua Koesa, 142 no Bairro Kobrasol – São José, no mesmo dia às 17:35h; com o Sr. Antônio Hillesheim, Diretor da AM Construções e Incorporações LTDA, em seu escritório à Rua Adhemar da Silva, 724, Bairro Kobrasol – São José, ao dia 16 de junho, às 10:42h da manhã; e por fim realizada entrevista por meio de telefone com o Sr. Dionísio Deschamps, Diretor da Construtora Dionísio Deschamps, ao dia 16 de junho às 14:25h da tarde.

Os dados referentes à atual situação do mercado de café no Brasil, bem como as tendências de consumo foram obtidos por meio de pesquisas realizadas pela Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC), disponibilizadas no site da mesma.

Os orçamentos tanto de maquinário quanto de serviços e produtos foram realizados em sites de empresas especializadas, com responsáveis por empreendimentos similares ao apresentado e através de consultas a fornecedores da região.

3.3 LIMITAÇÕES

A presente pesquisa tem como limitação o fato de o pesquisador não conseguir entrevistas por parte dos órgãos públicos, que tem envolvimento direto na realização das obras da beira-mar continental, bem como na revitalização do bairro Estreito.

A dificuldade em conseguir depoimentos de diretores e presidentes de construtoras, o que resultou em uma amostra restrita de entrevistados, também é um dos fatores limitantes do trabalho.

Outra limitação que pode ser descrita é a de que o público-alvo do empreendimento, em virtude do estudo alicerçar-se na premissa de que o bairro do Estreito será revitalizado e sofrerá uma mudança em sua composição imobiliária e social, ainda não estar presente na região, o que inviabilizou a realização de uma pesquisa mercadológica, para evidenciar preferências, percepções e aceitação do empreendimento.

O pouco material acadêmico disponível a respeito do processo de revitalização similar ao que acontece no bairro Estreito, pelo qual passou o bairro do Centro com a implantação da Av. Beira-mar Norte.

Por fim, as conclusões que resultam do trabalho só poderão ser consideradas para este empreendimento em específico, sendo necessária nova pesquisa e análise para evidenciar viabilidade de novos empreendimentos.

4 CARACTERIZAÇÃO DO BAIRRO DO ESTREITO

Arraial de Santa Cruz do Estreito, Passagem do Estreito, João Pessoa ou simplesmente Estreito, a parte continental do município de Florianópolis, que originalmente pertencia ao município de São José até 1º de janeiro de 1944, quando foi incorporado à capital após o parecer conclusivo de uma comissão que tinha a incumbência de promover a revisão territorial de Santa Catarina (SOARES, 1991).

A origem do nome Estreito possui duas versões, a primeira por se tratar do ponto mais estreito do canal que separa a ilha do continente e a segunda em virtude da largura das ruas existentes na região. A versão mais mencionada é a que se refere ao fato de a região ser o ponto mais estreito entre a ilha e o continente.

O bairro do Estreito é tido como uma das mais antigas localidades do município de Florianópolis. Sua ocupação se deu paralelamente à ocupação da ilha. De suas praias partiam as canoas que davam passagem aos que vinham do interior e dirigiam-se à sede do Governo. Essa travessia deu origem a empresas de passagens, que faziam conexão com outras empresas de linhas de carros a cavalo que eram utilizados para o transporte de passageiros vindos para a cidade ou que retornavam para o continente. Como a ponte Hercílio Luz ainda não havia sido construída, essa convergência de viajantes possibilitou o surgimento de hotéis e casas de pensão que os alojavam durante alguns períodos nos quais não era possível a travessia de barcos para a capital em função das condições climáticas.

O Estreito tornou-se então, com o desenvolvimento da Província e sua capital, local de concentração de produtos que eram destinados ao abastecimento da ilha. A dificuldade em transportar o gado para a ilha – pois a travessia era feita a nado o que ocasionava a perda de muitos animais – levou a inauguração, em janeiro de 1842, do matadouro Municipal do Estreito, que ficava localizado nas proximidades do atual cruzamento entre as ruas Santo Saraiva e Fúlvio Aducci, fato esse que fez com que os habitantes da região passassem a ser chamados pela alcunha de “Tripeiros”. O matadouro e os campos comunais, que serviam para o descanso do gado que vinha do planalto, funcionaram até aproximadamente 1960.

Outros produtos, tais como farinha de mandioca, mel, cera, couro e madeira, que quase na totalidade provinham do continente, mais especificamente de colônias alemãs como São Pedro de Alcântara, Santa Isabel e Teresópolis, também tinham passagem obrigatória pelo porto do Estreito. Bastos (2000) cita que a expansão e o desenvolvimento destas colônias contribuiu decisivamente para o desenvolvimento da atividade comercial do Estreito.

Em 1920 começaram as primeiras mudanças na área continental. Com a construção da ponte Hercílio Luz, o Estreito integrou-se ao plano urbano de Florianópolis, mas ainda estava sob jurisdição do município de São José. Desenvolvendo-se a partir de uma zona meramente rural, o Estreito não recebia atenção do poder público. As ruas eram abertas pelos donos dos terrenos para facilitar a ligação entre as estradas que uniam a região à Biguaçu e São José.

O Estreito passou, então, a abrigar a população pobre que era expulsa da Ilha, à medida em que essa crescia (BASTOS, 1999). Nos bairros de Coqueiros e no Balneário do Estreito, iniciava-se a construção, por parte das famílias mais abastadas, de casas de veraneio, que na temporada de verão reuniam-se para aproveitar as belezas do litoral, ainda não poluído.

A partir de sua integração à Capital, o comércio no Estreito surge com atividades comerciais especializadas, como comércio de materiais de construção, material elétrico, móveis de escritório, eletrodomésticos, pneus, autopeças, hipermercados e concessionárias de automóveis. Esse processo ocorreu em função de dois fatores que o centro da capital não possuía: a existência de terrenos amplos para instalação de lojas de médio e grande porte e a ligação direta, por este motivo facilitada, com as principais vias de transporte entre o comércio local e a economia nacional.

O processo de expansão da Cidade de Florianópolis em direção ao continente se deve, em muito, à construção da BR-101 e da Ponte Colombo Sales, que permitiram a formação do maior aglomerado urbano de Santa Catarina e também a maior concentração de classe média alta do Estado.

A partir da década de 60 novas iniciativas comerciais ganharam destaque no bairro, empresas com origem em localidades próximas, a exemplo da Koerich, Imperatriz, André Maykot, Dimas Veículos, Eletro Santa Rita, Cassol e Casas D' água, que além de estabelecerem suas redes com filiais na região, diversificaram seus investimentos em vários ramos, dentre os quais podem ser destacados o ramo da construção civil, pré-moldados, imóveis, hotelaria, entre outras.

Após ficar esquecido pelo poder público por longos períodos, somente com a aprovação do Plano Diretor de Florianópolis em 1976, o bairro recebeu melhorias, dentre elas a construção de praças, colégios, centros sociais, creches, ginásios de esportes e postos de saúde. Em 18 de setembro de 1989, por meio do decreto nº 356, o bairro passou a ter o direito de abrigar prédios com 12 pavimentos (SOARES, 1990, p. 22), fato que possibilitou o desenvolvimento vertical do Estreito, em contrapartida o comércio já não tinha a mesma força de décadas atrás e o bairro só voltou a receber atenção e sofrer modificações estruturais com o início das obras da beira-mar continental. O bairro, segundo o último censo populacional de 2000 do IBGE – se considerado aí também o balneário do estreito - conta com 12.428 mil habitantes. Durante os nove anos seguintes, com a instalação de diversos novos prédios residenciais essa população deve ter sofrido significativas modificações.

4.1 REVITALIZAÇÃO DO BAIRRO

Com o anúncio do início das obras da Beira-Mar Continental em 26 de março de 2006, segundo o Jornal Diário Catarinense (2006), a região passou a ser mais visada por empresários do ramo de construção civil. O bairro então se valorizou. Diversas empresas começaram a adquirir terrenos próximos à orla com a intenção de mais tarde transformá-los em lucrativos empreendimentos imobiliários.

A percepção das construtoras a respeito do bairro também se modificou, Roberto Deschamps, Diretor da RDO Construções, cita que o bairro do Estreito ficou esquecido durante muito tempo pelo setor imobiliário, que se expandiu para os bairros de Campinas, Kobrasol e Barreiros, e que essa tendência de investimentos na região tende a aumentar. Roberto Deschamps lembrou ainda que é necessário recuperar a auto-estima dos moradores com raízes no bairro, “o povo do Estreito

necessita de mais atenção, de atividades recreativas e culturais, e acredito que a beira-mar continental vai dar muitas alegrias a população”. Mesmo fazendo referencia à auto-estima dos moradores Roberto Deschamps salientou que a beira-mar continental por si só não trará todas as mudanças necessárias para satisfazer a população, “é necessária uma maior atenção do poder público para o ‘pós-inauguração’ da obra, pois devem ser tomadas providências para que o crescimento seja sustentado e que os moradores tenham suas necessidades satisfeitas”. Édio Fernandes, presidente da Associação de Moradores do Estreito, também lembra que o poder público deve ficar atento às mudanças que acontecerão no bairro após a conclusão das obras.

O crescente interesse das construtoras na região fica visível nas palavras de Dionísio Deschamps, Diretor da Construtora Dionísio Deschamps, que aposta tanto na revitalização do bairro que possui, atualmente, em construção 4 obras num raio de menos de 300 metros, sendo que a que se encontra em estado mais próxima de finalização, mesmo sendo considerado um imóvel de altíssimo padrão para o bairro oferecendo apartamentos de até 4 quartos com 2 suítes, já tem 98% das unidades vendidas e demonstra interesse em continuar apostando na região, “aposto na conclusão total da beira-mar continental, ligando-se à BR-101, o que auxiliaria no escoamento do trânsito, facilitando a locomoção dos moradores e valorizando ainda mais a região”. Isso é fruto, para Roberto Deschamps da abordagem que os corretores e as construtoras vêm utilizando, pois eles vendem não só o empreendimento, mas também a idéia da revitalização, da beira-mar construída e finalizada, dando qualidade de vida para os moradores dos arredores.

Antônio Hillesheim, Diretor da AM Construções e Incorporações LTDA, diz ser porta-voz dos moradores de seu último empreendimento localizado à rua Heitor Blum, afirmando que a satisfação dos mesmos não se dá somente pela qualidade do imóvel, mas também pela percepção que têm do bairro e das mudanças positivas que o mesmo está atravessando.

O bairro passou a chamar atenção até mesmo de empresários que ainda não investiram na região, como no caso de Nelson João de Moraes Filho, Presidente da Hantei Engenharia, que diz ter interesse em adquirir terrenos para construção no Estreito, mas salienta que a dificuldade para encontrar áreas disponíveis no bairro com capacidade de abrigar grandes empreendimentos é pequena, “temos que negociar com 4 ou 5 proprietários para conseguir um terreno que comporte grandes

prédios, o que pode impedir a expansão”, impressão essa também compartilhada por Roberto Deschamps. Já Antônio Hillesheim discorda dessa posição, e afirma, “quem tem interesse e aposta no bairro passa por cima dessas dificuldades e encontra boas oportunidades”. Quando solicitados a responder se o bairro será capaz de receber novos empreendimentos nos ramos de alimentação e entretenimento, todos foram enfáticos em responder que a demanda existirá, e será grande, principalmente por produtos e serviços de qualidade, já que a estrutura social do bairro está se modificando, “anteriormente o estreito era considerado um bairro dormitório de Florianópolis, e hoje esse conceito já mudou, muitas pessoas tem oportunidade de trabalhar e se divertir aqui”, afirma Édio Fernandes.

Sobre a similaridade entre o processo de revitalização que está se desenvolvendo no bairro do Estreito e o processo ocorrido há alguns anos atrás na Beira-Mar Norte Insular, os entrevistados responderam que existem sim similaridades, mas acreditam que o processo na região será mais rápido e radical, “até porque a fase das empresas de construção na cidade é totalmente diferente daquela época”, ressalta Roberto Fernandes.

5 TENDÊNCIAS E MERCADO DO CAFÉ NO BRASIL

Em relação ao contexto do mercado interno do café, segundo dados da pesquisa de desempenho da produção e consumo interno em 2008, da Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), o consumo interno brasileiro de café continua crescendo, no período de Novembro de 2007 a Outubro de 2008 a ABIC registrou o consumo de 17,66 milhões de sacas, o que representa um acréscimo de 3,21% em relação ao período anterior correspondente (Nov/06 a Out/07), que havia sido de 17,11 milhões de sacas. Isto significa que o País ampliou seu mercado interno de café em 550 mil sacas nos 12 meses considerados. No caso do Brasil, houve uma acentuada evolução do consumo interno de 25,43% entre 2000 e 2008.

O consumo per capita anual foi de 4,51 kg de café torrado, quase 76 litros para cada brasileiro, registrando uma evolução de 2,0% em relação a 2007, confirmando a constatação da pesquisa realizada pela InterScience, de que os brasileiros estão consumindo mais xícaras de café por dia.

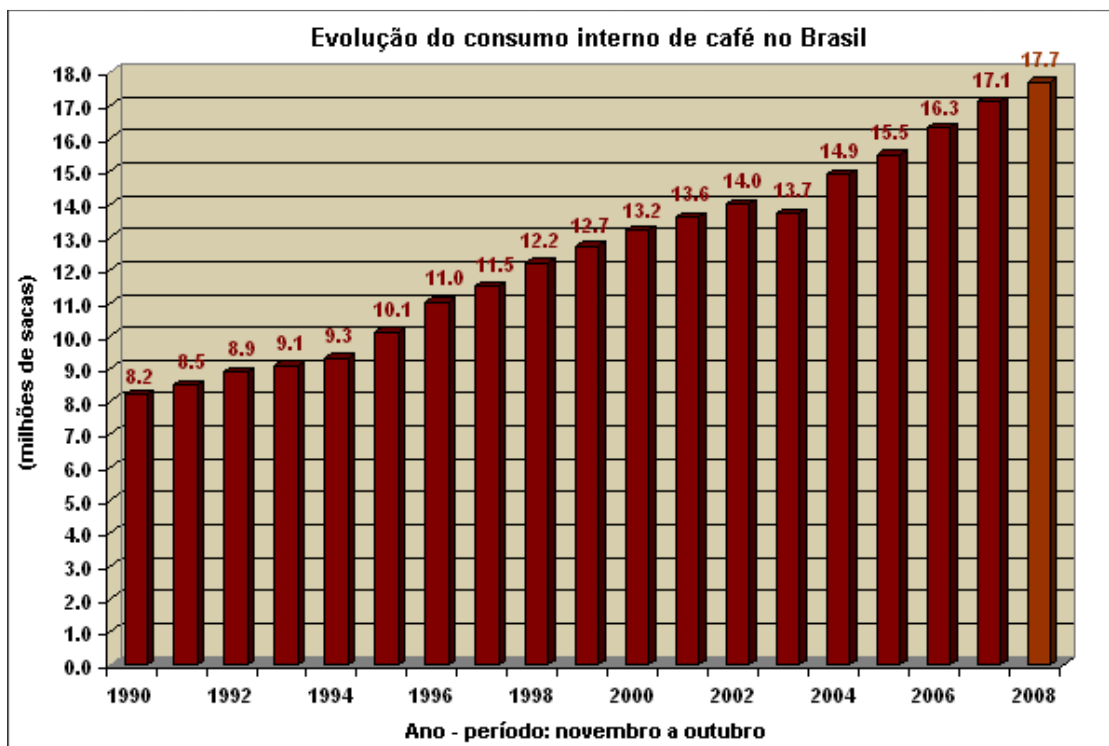


Gráfico 1: Evolução do consumo interno de café no Brasil

Fonte: ABIC (2009).

Diante desse resultado, o Brasil detém uma posição importante no cenário mundial do agro-negócio café, tanto por ser um dos principais produtores e exportadores do produto com cerca de 30% do mercado internacional no setor, quanto por ter um dos consumos internos de café que mais cresce, condição reconhecida pela Organização Internacional do Café (OIC) que elogia os programas internos brasileiros de ampliação do consumo.

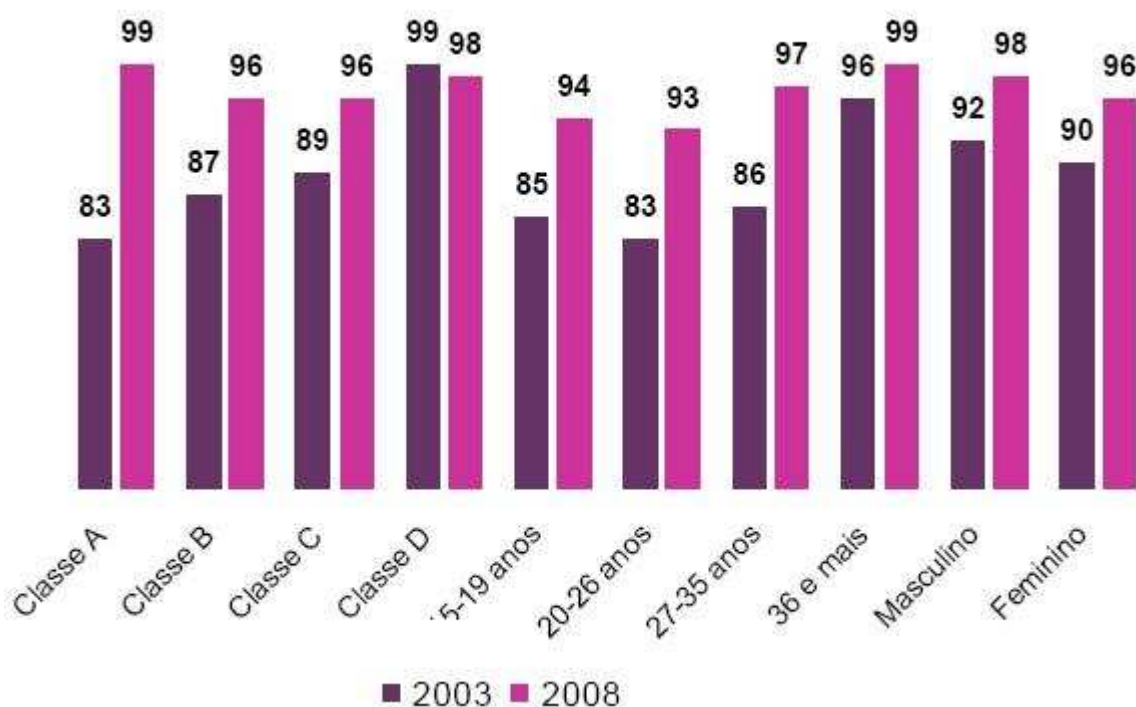


Gráfico 2: Evolução do perfil dos consumidores de café
 Fonte: InterScience (2008)

Conforme o Gráfico 2 pode-se evidenciar um aumento de 20% no consumo de café pela classe A, 10,34% pela classe B e 7,68% na classe C, sendo que somente a classe D apresentou uma diminuição do consumo nos 5 anos pesquisados. Segundo a ABIC, o rápido crescimento do consumo advém de um conjunto de fatores consistentes e duradouros. Entre estes fatores estão: a melhoria contínua da qualidade do café oferecido aos consumidores, que foi ampliada com o PQC - Programa de Qualidade do Café, lançado pela ABIC em final de 2004 e que, atualmente, já certifica mais de 160 marcas em todo o Brasil; a consolidação do mercado de cafés tipo Gourmet ou Especiais, diferenciados e de alta qualidade, que despertam a cada dia mais atenção, interesse e curiosidade junto aos consumidores. Sendo estes cafés apontados na pesquisa InterScience como um dos fatores mais importantes para a conquista de novos consumidores, principalmente, entre os jovens com aumento de 10,58%, 12,04% e 12,79% nas faixas de 15 a 19, 20 a 26 e 27-35 anos, respectivamente, mostrando que os jovens estão tendo maior interesse e consumindo mais café.

A melhora significativa da percepção do café quanto aos aspectos dos benefícios para a saúde, como resultado dos grandes investimentos no Programa Café e Saúde; por fim, os altos investimentos da indústria de café em expansão do parque produtivo, em tecnologia, inovação e marketing, em montante que atingiu

cerca de R\$ 130 milhões em 2006 foram também responsáveis por este aumento no consumo.

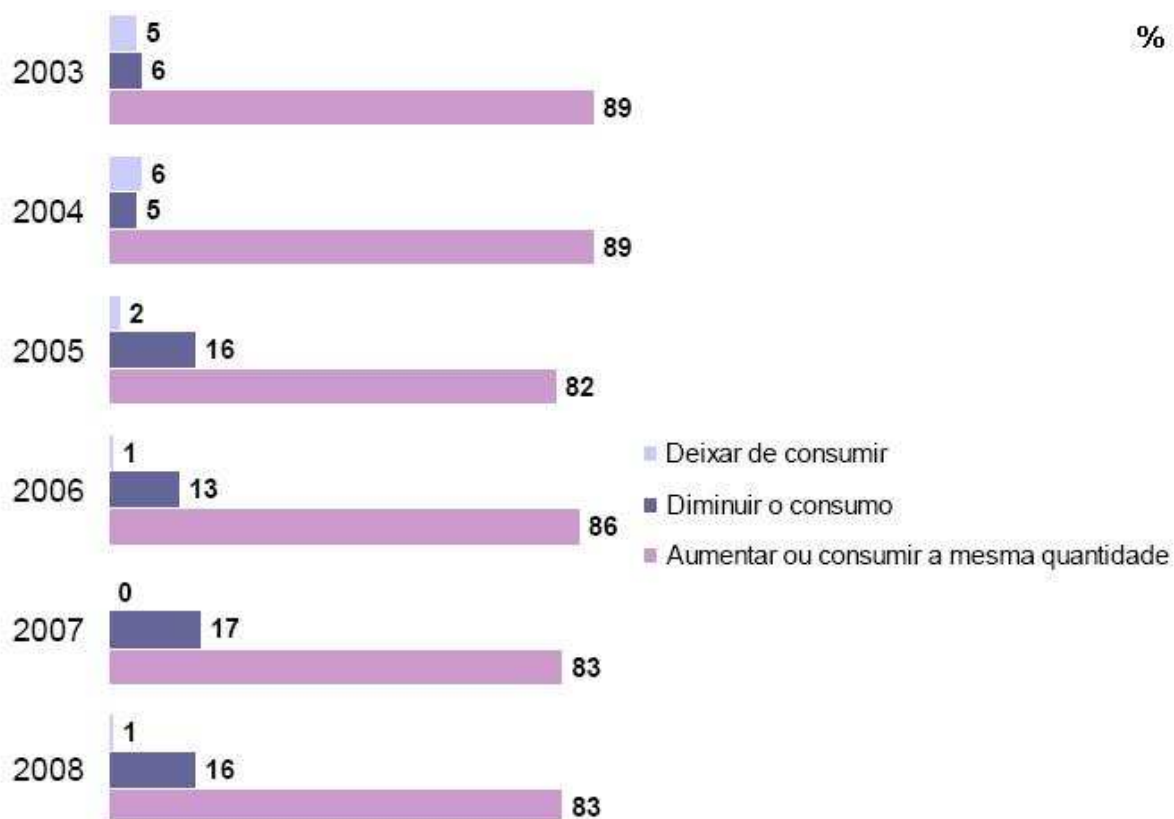


Gráfico 3: Consumo de café no futuro
Fonte: InterScience (2008)

A propensão a aumentar o consumo ou a consumir café na mesma quantidade praticamente se mantém ao longo os 5 anos, o que conota o amadurecimento do mercado.

O mercado de cafeterias foi fortemente influenciado pelo crescimento do consumo de café no mercado interno. As pessoas passaram em virtude do surgimento de novos empreendimentos com ambientes que propiciam uma experiência diferenciada onde são servidos cafés e bebidas a base de café de qualidade, não só a tomar mais café, mas também a aumentar a frequência do consumo do mesmo fora de casa. Como explicitado nos gráficos 4 e 5.

	Capuccino						Expresso					
	03	04	05	06	07	08	03	04	05	06	07	08
• Diariamente	13	19	16	16	14	32	24	28	20	33	26	24
• 2 a 3 vezes semana	24	25	29	20	24	48	21	23	41	33	49	56
• Raramente	63	59	55	64	61	20	55	49	39	35	25	20

Tabela 1: Frequência de consumo por tipo de café
Fonte: InterScience (2008)

	Total %	Em casa %	Fora de casa %
• Capuccino	(13)	(13)	(20)
• Diariamente	32	32	26
• 2 a 3 vezes semana	57	57	62
• Raramente	11	11	13
• Expresso	(7)	(6)	(13)
• Diariamente	24	23	27
• 2 a 3 vezes semana	71	72	68
• Raramente	5	5	5

Tabela 2: Frequência de consumo de café em casa x fora de casa
Fonte: InterScience (2008)

O crescimento da frequência do consumo de café é evidenciado pelas diversas alternativas que são oferecidas ao consumidor tanto em qualidade como em locais específicos para o consumo. Esse consumidor busca mais informação a respeito dos diversos tipos de cafés existentes, o que o torna mais exigente e sempre em busca de novidades.

O consumo de um bom café deixou de ser um complemento sem muita importância para um almoço ou um lanche vespertino e passou a ser um momento de prazer, encontro, ritual, que anima. Esse movimento evidentemente decorre da oferta e disponibilidade de cafés de qualidade, mudança rapidamente percebida pelo consumidor, inclusive com a continuada queda da idéia de que café faz mal à saúde, bem como a recomendação médica de abandono do consumo, resultados dos esforços para esclarecimento sobre os benefícios do produto.

6 ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS

O Presente capítulo compreende os aspectos jurídicos e legais, que se referem à composição da forma societária da empresa, detalhados na caracterização da empresa.

6.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

- a) denominação social: Debortoli & Guimarães Ltda.;
- b) nome fantasia: Café Siesta;
- c) endereço: Rua Fúlvio Aducci, 1189 – Estreito – Florianópolis – SC;
- d) sede e foro: Município de Florianópolis, Estado de Santa Catarina;
- e) forma jurídica: Sociedade por cotas de responsabilidade limitada;
- f) porte: empresa de pequeno porte;
- g) objetivo social: Preparação e comercialização de doces, tortas, salgados, bebidas, serviço de entretenimento mediante disponibilização de internet sem fio, livros, jornais e revistas para leitura no local, em ambiente diferenciado.

6.2 REGISTRO DA EMPRESA

As etapas para registro de uma sociedade limitada são enumeradas a seguir e necessitam ser executadas na ordem como serão expostas, pois os documentos de uma etapa são requisitos para a etapa seguinte. O contador contratado pela empresa se encarregará dos processos necessários para a obtenção do registro.

- a) consulta de viabilidade junto à Prefeitura Municipal de Florianópolis, onde será fornecido formulário para ser preenchido;
- b) registro da empresa na Junta Comercial do Estado de Santa Catarina – JUSESC, onde os seguintes documentos serão solicitados:
 - Requerimento com Tarja Vermelha;

- Contrato Social (modelo padrão ou próprio em 3 vias, visto por advogado filiado à Ordem dos Advogados do Brasil – OAB);
- FCN – Ficha de Cadastro Nacional (modelo 1 e 2, 1ª via);
- DARC – Documento de Arrecadação do Registro do Comércio (4 vias);
- DARF – Documento de Arrecadação de Receitas Federais (3 vias);
- Declaração de Empresa de pequeno porte (2 vias);
- Fotocópia autenticada da Carteira de Identidade e CPF dos sócios;

c) obtenção do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ, na Receita Federal, pelo representante legal da empresa, onde são solicitados os seguintes documentos:

- Ficha Cadastral de Pessoa Jurídica e Quadro Societário (2 vias);
- Fotocópia autenticada da Carteira de Identidade e CPF dos sócios;
- Fotocópia dos comprovantes de residência dos sócios (contas de água, luz ou telefone)
- Fotocópia do comprovante de localização da firma (contrato de locação);
- Via original ou cópia autenticada do Contrato Social.

d) obtenção da Inscrição Estadual na Secretaria da Fazenda, onde são necessários os seguintes documentos:

- FAC – Ficha de Atualização Cadastral (2 vias);
- DAR – Documento de Arrecadação (3 vias);
- Fotocópia do Contrato Social com o respectivo número de autenticação da Junta Comercial;
- Fotocópia da Ficha do CNPJ com o respectivo número;
- Fotocópia da Declaração de Empresas de pequeno porte, carimbado pela Junta Comercial;
- Fotocópia da ficha do CNPJ com o respectivo número;
- Fotocópia da Declaração de Empresa de pequeno porte, carimbado pela Junta Comercial;
- Fotocópia autenticada do CPF dos sócios e cônjuges, sés for o caso;
- Fotocópia autenticada da Carteira de Identidade dos sócios;
- Fotocópia dos comprovantes de residência dos sócios;

- Fotocópia autenticada do Contrato de Locação do Imóvel e Croqui de Localização;

e) Obtenção de Alvará de Funcionamento na Prefeitura Municipal e inscrição no Cadastro Fiscal pela Secretaria de Finanças, onde serão exigidos:

- Contrato Social Original registrado na Junta Comercial;
- CNPJ;
- Vistoria do corpo de bombeiros;
- Alvará Sanitário da Divisão de Vigilância Sanitária, onde um representante deverá freqüentar o Curso sobre Manipulação de Alimentos, e será exigido Atestado de Saúde para todos os empregados;
- Consulta de Viabilidade;
- Contrato de Locação do Imóvel;
- CMC – Cadastro Municipal de Contribuintes;
- Recolhimentos: Taxa de Expediente, taxa de Licença para Localização, Taxa de Licença para Publicidade.

7 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

As cafeterias e cafés pertencem ao setor terciário da economia, o setor que mais cresce no País e no mundo nos últimos anos. São caracterizados, essencialmente, pela comercialização de cafés e bebidas elaboradas a partir do mesmo, tortas e bolos.

Além de bebidas preparadas com café, bolos e tortas, pretende-se comercializar alimentos leves, sanduíches e outras bebidas, preparadas e servidas com qualidade.

A implantação da empresa se dará no Bairro do Estreito, inicialmente com 9 funcionários, sendo considerada assim uma empresa de pequeno porte.

O imóvel escolhido para a implantação fica localizado na Rua Fúlvio Aducci, em meio ao “coração financeiro” do bairro - onde em menos de 500m podem ser encontrados 9 dos 10 bancos presentes na região - e em uma área que está

sofrendo grande modificação imobiliária e social com a iminência de conclusão das obras da Beira-mar Continental.

O *Café Siesta* oferecerá diversos diferenciais a seus frequentadores, espaço específico para relaxamento e desligamento das pressões e tensões do dia-a-dia. Baseado nos princípios da cromoterapia, com música ambiente, massagens gratuitas e espaço para uma gostosa *siesta*, o café atenderá à crescente demanda por produtos e serviços de qualidade no bairro, buscando crescer com o processo de revitalização pelo qual o mesmo está passando.

O *Café Siesta* possuirá as seguintes características:

- Área total de aproximadamente 96m²;
- 20% da área destinada à setor de atendimento, depósitos, escritório e banheiro;
- 20% da área destinada ao *Espaço Siesta*;
- 60% da área destinada a atendimento dos clientes, dividida entre o salão principal e banheiros masculino e feminino;
- 10 mesas, com capacidade para aproximada para 48 pessoas;
- Horário de funcionamento: segunda à sexta, das 7:00h as 19:00h.

8 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Os aspectos administrativos dizem respeito à estrutura organizacional, bem como aos cargos que a compõem, descrição de suas principais tarefas, sua remuneração e seu regime de trabalho.

8.1 ORGANOGRAMA

O quadro funcional do empreendimento será composto por 1 gerente e 8 funcionários, que estarão dispostos da seguinte maneira no organograma:

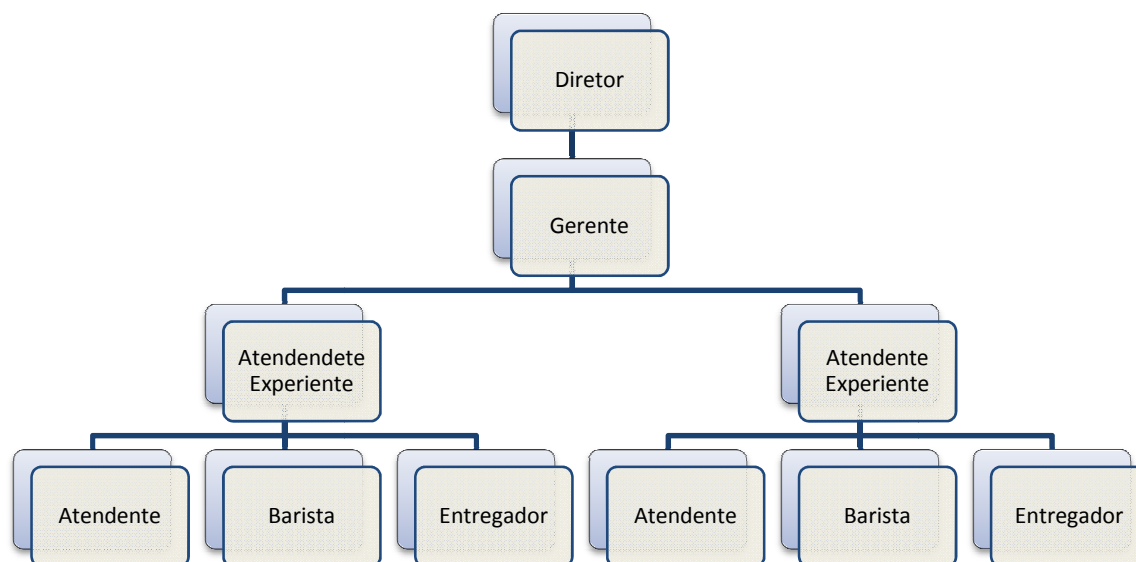


Figura 3: Organograma do empreendimento
Fonte: dados primários.

8.2 DESCRIÇÃO DE TAREFAS

As tarefas de seleção e contratação de pessoal, a princípio serão realizadas pelo diretor, e posteriormente repassadas ao gerente. Os treinamentos, se necessários, serão realizados através do oferecimento de cursos realizados pela associação de classe, instituições de ensino especializadas ou pelo SENAC – Serviço Nacional do Comércio. As tarefas serão divididas da seguinte forma no empreendimento:

- a) gerente: este cargo será ocupado por um funcionário especializado, formado em administração de empresas, que será responsável pela área administrativa e financeira da empresa, além da área de atendimento, através das seguintes tarefas principais:

- providenciar a contratação ou demissão de funcionários, encaminhando os documentos ao contador;
- decidir sobre as compras de materiais, através da disponibilidade financeira;
- efetuar reuniões constantes com o diretor para discutir aspectos globais do andamento do negócio;
- acompanhar e responder perante os assuntos de ordem fiscais ou legais;
- providenciar os pagamentos de impostos, custos e despesas;
- encaminhar notas fiscais de vendas e compras ao contador;
- treinar, orientar e acompanhar as atividades desempenhadas pelos baristas, atendentes e entregadores;
- realizar tarefas de compra;
- atender pessoalmente a qualquer reclamação proveniente de clientes.

b) atendente experiente: 2º grau e/ou técnico; serão contratados dois atendentes com experiência, que serão responsáveis pela parte operacional do empreendimento, através das seguintes tarefas:

- operar sistema de caixa;
- cobrar notas dos clientes;
- coordenar demais funcionários;
- fechar de caixa diário;
- atender pedidos via telefone, para entrega;
- elaborar de relatório de estoque;
- controlar horário dos demais funcionários;
- assar e aquecer alimentos congelados;
- prever e enviar solicitação de compra de insumos ao gerente.

c) barista: este cargo será ocupado por um técnico especializado em drinks a base de café. Serão contratados dois baristas, responsáveis pelo atendimento dos pedidos dos clientes através das seguintes tarefas principais:

- preparar seu ambiente de trabalho através da organização os utensílios necessários para a preparação das bebidas;
- higienizar bancada de trabalho, mantendo os utensílios limpos e sempre a postos para serem utilizados;
- garantir ótima apresentação, higiene e paladar das bebidas servidas;
- receber pedidos dos clientes e prepará-los;
- elaborar novas receitas de bebidas a base de café.

d) atendente: 2º grau; serão contratados dois atendentes, que auxiliarão os atendentes experientes e os baristas no atendimento, através das seguintes tarefas principais:

- abrir e fechar empreendimento;
- ligar e desligar máquinas e utensílios;
- repassar os pedidos de bebidas aos baristas;
- servir aos clientes, tanto as bebidas como também os alimentos;
- limpar e polir copos e utensílios utilizados;
- apresentar a nota ao cliente e orientá-lo para efetuar o pagamento no caixa;
- abastecer as geladeiras com bebidas e as estufas com alimentos quentes e frios;
- preparar o ambiente de trabalho através da limpeza e arrumação das mesas e cadeiras;

e) entregador: 1º grau; serão contratados 2 entregadores, que serão responsáveis pela entrega de pedidos e outras funções, através das seguintes tarefas:

- preparar pedido pra entrega;
- conferir pedido e endereço;
- entregar pedido no local especificado;
- receber pagamento dos pedidos;
- auxiliar na preparação do ambiente, limpando e arrumando mesas e cadeiras quando solicitado.

A massagista e os serviços de limpeza e manutenção do ambiente do serão contratados junto a empresas terceirizadas.

8.3 REGIME DE TRABALHO

O empreendimento funcionará de segunda a sexta das 7h às 19h.

Cabe ao atendente experiente de cada turno a liberação dos demais funcionários que trabalham 8 horas para o intervalo.

Os horários marcados em vermelho são considerados os horários de pico de atendimento. O quadro de horários foi montado para que nos horários de pico o maior número possível de funcionários esteja presente e atendendo aos clientes.

Empregado	Horário de Trabalho														
	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Gerente				4 horas						4 horas					
Atendente Experiente 1				8 horas											
Atendente Experiente 2										8 horas					
Atendente 1				8 horas											
Atendente 2											8 horas				
Barista 1				6 horas											
Barista 2											6 horas				
Entregador 1				6 horas											
Entregador 2											6 horas				

Quadro 2: Quadro de horários dos funcionários
Fonte: dados primários.

8.4 REMUNERAÇÃO DO PESSOAL

Os funcionários receberão os salários por suas jornadas diárias de trabalho, que variam entre 6 e 8 horas. O encargo que incide sobre a folha de pagamento para empresas optantes do SIMPLES, é o FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de serviço:

Cargo	Qtd.	Salário Mensal em R\$	Encargos Sociais
Gerente	01	1.250,00	8%
Atendente Experiente	02	800,00	8%
Barista	02	600,00	8%
Atendente	02	500,00	8%
Entregador	02	450,00	8%
Total de Empregados	09		

Quadro 3: Remuneração do pessoal
Fonte: dados primários

9 ASPECTOS TÉCNICOS

Quanto aos aspectos técnicos foram analisados a localização do empreendimento, as instalações, os produtos e serviços a serem oferecidos e os equipamentos e móveis necessários para sua operação.

9.1 LOCALIZAÇÃO

A escolha da localização do empreendimento levou em conta todos os fatores, tais como: proximidade dos clientes, facilidade de acesso, transporte, estacionamento e infra-estrutura de água, luz e esgoto.

Através de observação percebeu-se, além dos fatores básicos já mencionados, que o local possui grande fluxo de pedestres e automóveis, por se tratar de um ponto de passagem obrigatório para moradores e trabalhadores do bairro e adjacências, e também por situar-se no centro do que, hoje, pode ser chamado de “coração financeiro” do bairro Estreito, uma vez que nove dos dez bancos instalados no bairro encontram-se dentro de um raio inferior a 500 metros do empreendimento, sendo que três deles a menos de 20 metros de distância, como conota a figura 4.



Figura 4: Localização do empreendimento
Fonte: dados primários.

Outro fato relevante para a escolha do local de instalação é o conjunto dos novos empreendimentos imobiliários - como prédios comerciais e residenciais de grande porte - na região. Como já tratado no estudo, o bairro do Estreito passa por um processo de revitalização em virtude da proximidade da conclusão das obras da Beira-mar Continental, que se espera, atrairá novos moradores e freqüentadores para a região.

O imóvel escolhido situa-se na esquina da Rua Fúlvio Aducci com a Rua Manoel de Oliveira Ramos, e trata-se de uma sala comercial no piso térreo de um prédio residencial, onde atualmente funciona o bar “Jeito Mané”.



Figura 5: Vista lateral do imóvel
Fonte: dados primários.



Figura 6: Fachada do imóvel
Fonte: dados primários.



Figura 7: Vista frontal do imóvel
Fonte: dados primários.

9.2 INSTALAÇÕES

O imóvel a ser alugado possui área aproximada total de 96 m², incluindo-se o mezanino, e necessita de reparos básicos em suas instalações elétricas, hidráulicas e no assoalho, bem como de novo mobiliário, novas placas para melhorar a comunicação visual do empreendimento assim como nova pintura interna e externa. O maior investimento será feito no mobiliário e na decoração do ambiente, já que o ambiente será um dos diferenciais para o sucesso do empreendimento.

Os gastos com a reforma em geral estão expostos de maneira detalhada nos aspectos financeiros deste projeto.

A *Café Siesta* estará localizado na rua Fúlvio Aducci, nº 1189, bairro Estreito.

9.3 PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS

A *Café Siesta* oferecerá produtos de qualidade, aliando uma grande variedade de cafés e bebidas especiais que têm o café como principal ingrediente, bom atendimento e ambiente agradável e acolhedor. A variedade de

acompanhamentos para os cafés e bebidas especiais a base de café será limitada a bolos e tortas, salgados assados, sanduíches e doces finos em porções individuais. Frituras não serão oferecidas uma vez que influenciam diretamente no sabor do café, o carro chefe da cafeteria.

O empreendimento não produzirá nenhum dos alimentos salgados comercializados, os fornecedores entregarão, conforme a necessidade, produtos congelados, que deverão ser somente assados ou aquecidos quando existir necessidade de reposição nos balcões. O mesmo processo se dará com bolos, tortas e doces, que também serão entregues pelos fornecedores em condição de consumo imediato.

Os produtos oferecidos estarão dispostos da seguinte maneira:

a) cafés:

- café espresso pequeno;
- café espresso grande;
- cappuccino pequeno;
- cappuccino grande;
- mocha pequeno;
- mocha grande;
- café nutella pequeno;
- café nutella pequeno com creme;
- café nutella grande;
- café nutella grande com creme.

b) bebidas especiais à base de café:

- ice cofffee;
- frapê siesta;
- café delícia;
- batida de café;
- mokinha;
- creme siesta;
- butterfly;
- amor-perfeito.

c) bebidas à base de chocolate:

- chocolate quente pequeno;
- chocolate quente grande;
- chocolate gelado pequeno;
- chocolate gelado grande;

d) bebidas frias:

- água sem gás 500ml;
- água com gás 500ml;
- água saborizada 500ml;
- suco 330ml;
- suco de polpa de fruta (abacaxi, acerola, cajú, mamão, maracujá, morango, pêsego, uva, tangerina, goiaba);
- refrigerante 350ml;
- chá gelado lata 350ml;
- cerveja lata;
- cerveja long neck.

e) doceria:

- bolo especial (seco);
- bolo de laranja/chocolate (seco);
- bombons confeitados;
- bombom de morango;
- bomba de chocolate;
- docinhos (cassadinho, brigadeiro e cajuzinho);
- tortele de limão;
- tortas diversas (fatia);
- torta integral de banana (fatia);
- torta diet.

f) salgados:

- pão de queijo;

- pão de batata recheado;
- empada;
- croissant;
- empanado;
- folhado;
- saltenha;
- tortinha (frango/calabresa/palmito).

g) sanduíches:

- siesta especial;
- baguete;
- siesta light;
- panini;
- siesta fino.

Além dos produtos acima listados o *Café Siesta*, como seu próprio nome indica, oferecerá um serviço diferenciado a seus clientes, o *Espaço Siesta*. No mezanino da cafeteria estarão à disposição dos clientes 10 espaços independentes, equipados com cadeira reclinável, mesa retrátil para notebook, máscara para os olhos e fones de ouvido modelo headset. Um espaço reservado, onde os clientes poderão relaxar, ler, estudar ou acessar a internet com privacidade e conforto. O espaço além de ter sua decoração baseada nos princípios da cromoterapia, contará ainda com 1 massagista, que realizará massagens relaxantes nos clientes as segundas e sextas-feiras, por se tratarem dos dias onde o relaxamento é necessário para suportar as pressões da semana que inicia e para aliviar a tensão e as pressões acumuladas na semana que se encerra, respectivamente.

10 ASPECTOS ECONÔMICO-FINANCEIROS

10.1 INVESTIMENTO

10.1.1 Despesas Pré-operacionais

Para iniciar suas atividades o *Café Siesta*, acarará com despesas pré-operacionais, tais como, projeto arquitetônico, honorários contábeis, registro e habilitação da empresa, obras e construção de um site.

O imóvel escolhido encontra-se hoje ocupado por um empreendimento, portanto está em bom estado de conservação, entretanto para adequá-lo para a instalação do *Café Siesta* serão necessárias algumas modificações. A seguir serão especificados os valores referentes às modificações necessárias, incluindo em cada atividade os gastos orçados - em sites e empresas especializadas - com materiais e mão de obra:

Item	Especificação	Valor em R\$
01	Criação de site	250,00
02	Honorários contábeis	480,00
03	Modificação mezanino	1.900,00
04	Pintura externa	1.500,00
05	Pintura interna	900,00
06	Projeto arquitetônico	1.500,00
07	Reforma assoalho	400,00
08	Reforma hidráulica e elétrica	500,00
09	Registro e habilitação da empresa	1.200,00
Total		8.630,00

Quadro 4: Despesas pré-operacionais

Fonte: dados primários

10.1.2 Máquinas e Equipamentos

As máquinas equipamentos necessários à operacionalização da cafeteria serão apresentados a seguir, conforme as áreas de atendimento, administrativa e *Espaço Siesta*.

No quadro 4 estão dispostos os valores referentes às máquinas e equipamentos necessários para a área de atendimento aos clientes.

Item	Discriminação	Qtd.	Valor em R\$
01	Aparelho de DVD	01	200,00
02	Aparelho de som	01	600,00
03	Aparelho de telefone sem fio	01	150,00
04	Ar-condicionado 7.000 btus	02	1.400,00
05	Forno elétrico	02	900,00
06	Forno microondas	01	600,00
07	Freezer vertical	01	1.000,00
08	Grill	01	250,00
09	Impressora fiscal	01	1.900,00
10	Liquidificador	01	700,00
11	Máquina de café espresso 3 grupos	01	10.000,00
12	Microcomputador	01	1.600,00
13	Refrigerador vertical	01	1.100,00
14	Refrigerador vertical expositor	02	2.600,00
15	Tv LCD 42'	01	1.500,00
16	Vitrine expositora aquecida	01	3.800,00
17	Vitrine expositora refrigerada	02	7.600,00
Total			35.900,00

Quadro 5: Máquinas e equipamentos para área de atendimento
Fonte: dados primários.

No quadro 5 estão dispostos os valores referentes às máquinas e equipamentos necessários para a área administrativa.

Item	Discriminação	Qtd.	Valor em R\$
01	Calculadora	01	40,00
02	Impressora multifuncional	01	400,00
03	Microcomputador	01	1.600,00
04	Software de gerenciamento	01	2.200,00
05	Telefone sem fio	01	150,00
Total			4.390,00

Quadro 6: Máquinas e equipamentos para área administrativa
Fonte: dados primários

No quadro 6 estão dispostos os valores referentes às máquinas e equipamentos necessários para o *Espaço Siesta*.

Item	Discriminação	Qtd.	Valor em R\$
01	Cadeira de massagem	01	300,00
02	Fones de ouvido	10	400,00
03	Máscara para olhos	10	150,00
04	Poltrona reclinável	10	6.000,00
Total			6.850,00

Quadro 7: Máquinas e equipamentos para o *Espaço Siesta*
Fonte: dados primários

No quadro 7 estão dispostos os valores referentes aos móveis e utensílios necessários para a área de atendimento aos clientes.

Item	Especificação	Qtd	Valor em R\$
01	Banqueta para mesa bar	12	4.200,00
02	Bomba de chantilly	01	100,00
03	Cadeira para mesa redonda	16	5.568,00
04	Canudeiro	02	20,00
05	Colher de chá e café	90	225,00
06	Copos água e refrigerante	120	264,00
07	Dosador de bebida alcoólica	02	24,00
08	Faca, garfo e colher de sobremesa	180	450,00
10	Mesa bar redonda	03	1.650,00
11	Mesa redonda	05	1.500,00
12	Mesa quadrada	02	1.000,00
13	Pegador e pinça	06	48,00
14	Poltrona para mesa quadrada	08	3.040,00
15	Porta guardanapo	20	200,00
17	Xícara expresso grande com pires	70	280,00
18	Xícara expresso pequeno com pires	50	200,00
Total			19.019,00

Quadro 8: Móveis e utensílios para a área de atendimento
Fonte: dados primários

10.1.3 Investimento Fixo Total

Após especificação dos investimentos necessários para as diferentes áreas do empreendimento, no quadro 8 é apresentado o valor do investimento fixo para implantação do empreendimento.

Discriminação	Valor total em R\$
Adaptação do Imóvel	8.630,00
Total de máquinas e equipamentos	47.140,00
Total de móveis e utensílios	21.619,00
Total	77.389,00

Quadro 9: Investimento fixo total
Fonte: dados primários

10.1.4 Capital de Giro

O capital de giro, que na verdade constitui uma reserva técnica para cobrir eventuais variações no fluxo de caixa e não deixar a empresa a descoberto, no

presente trabalho, será composto pelo estoque inicial de matéria prima para elaboração dos cafés e bebidas especiais elaboradas a partir do mesmo e produtos prontos, além das contas caixa e bancos, que serão levantadas a partir do levantamento de custos fixos.

10.1.5 Estoque Inicial

Devido a pouca necessidade de matérias-primas e facilidade de aquisição e reposição de maior parte delas e também dos produtos prontos, os estoques previstos a seguir baseiam-se nas quantidades médias previstas para 1 semana de funcionamento.

Item	Discriminação	Qtd.	Unid.	Valor em R\$
01	Açúcar	04	5 Kg	30,00
02	Leite	36	1 L	70,00
03	Leite condensado	01	5 Kg	30,00
04	Café em grão	10	5 Kg	750,00
05	Chocolate em pó	01	5 Kg	10,00
06	Creme de leite	02	1 L	5,00
07	Sorvete creme	02	2 L	35,00
08	Poupa de frutas congeladas	12	400 g	54,00
09	Mel	01	500 g	10,00
10	Refrigerantes lata	10	24 unid.	280,00
11	Água com e sem gás	04	24 unid.	50,00
12	Água saborizada	04	24 unid.	200,00
13	Whisky	01	1 L	45,00
14	Cerveja lata	03	12 unid.	70,00
15	Cerveja long neck	06	6 unid.	72,00
16	Sucos em lata	06	12 unid.	180,00
17	Chá gelado lata	06	12 unid.	190,00
Total				2.331,00

Quadro 10: Estoque inicial
Fonte: dados primários

10.2 CUSTOS FIXOS

Os custos fixos são os gastos que independem do volume de produção ou venda. Neste trabalho, serão compostos pelos custos de mão-de-obra, depreciação e despesas administrativas.

10.2.1 Mão-de-obra

Os custos de mão de obra envolvem salários, encargos sociais, e a provisão para 13º salário e férias, conforme a CLT – Consolidação das Leis do Trabalho e o regime tributário SIMPLES, e são dispostos da seguinte maneira:

Cargo	Qtd.	Salário Mensal em R\$	Encargos Sociais em R\$	Provisão 13º e Férias e 1/3 Férias em R\$
Gerente	01	1.250,00	100,00	242,75
Atendente Experiente	02	800,00	64,00	155,36
Barista	02	600,00	48,00	116,52
Atendente	02	500,00	40,00	97,1
Entregador	02	450,00	36,00	87,39
		3.600,00	288,00	699,12
Total Mensal				4.587,12
Total Anual				55.045,44

Quadro 11: Custo da mão-de-obra
Fonte: dados primários

10.2.2 Despesas Administrativas

O quadro 12 relaciona as despesas administrativas, os gastos que não estão compreendidos nos custos, aqueles que não estão diretamente ligados à produção.

Discriminação	Valor Mensal em R\$	Valor Anual em R\$
Pró-labore	2.000,00	24.000,00
Energia elétrica	120,00	1.440,00
Água	100,00	1.200,00
Telefone	120,00	1.440,00
Internet	80,00	960,00
Aluguel	2.500,00	30.000,00
Material de Expediente	70,00	840,00
Material de Limpeza	150,00	1.800,00
Honorários contador	480,00	5.760,00
Total	5.620,00	67.440,00

Quadro 12: Despesas administrativas
Fonte: dados primários

10.2.3 Depreciação

A depreciação não é propriamente um custo, porém está presente no projeto de forma contábil. Seu cálculo é evidenciado no quadro 12:

Item	Depreciação anual	Valor em R\$	Vida útil em anos	Depreciação Mensal em R\$	Depreciação Anual em R\$
Máquinas e Equipamentos	10,00%	29.950,00	10	249,58	2.995,00
Moveis e utensílios	10,00%	19.019,00	10	158,49	1.901,90
Equipamentos eletrônicos	20,00%	8.540,00	5	142,33	1.708,00
Total				550,41	6.604,90

Quadro 13: Depreciação

Fonte: dados primários

O valor total dos custos fixos está no quadro 13, conforme segue:

Discriminação	Valor Mensal em R\$	Valor Anual em R\$
Despesas Administrativas	5.620,00	67.440,00
Mão-de-obra	4.587,12	55.045,44
Depreciação	550,41	6.604,90
Total	10.757,53	129.090,34

Quadro 14: Custos fixos totais

Fonte: dados primários

10.3 CAIXA E BANCOS

As contas de caixa e bancos são disponibilidades, recursos que permitem que a empresa efetue pagamentos de curto prazo, e matem a liquidez da empresa diminuindo o impacto das entradas e saídas previstas.

A conta “Caixa” é o chamado dinheiro “vivo”, cédulas e moedas, já a conta “Bancos” faz referencia a saldos mantidos em contas bancárias.

Contando com a incerteza do setor, e de acordo com a indicação do SEBRAE/SC, um nível de caixa aceitável para o setor corresponde ao valor de três meses de custos fixos totais.

Custos Fixos Totais	Meses	Caixa Bancos
10.757,53	3	32.272,59

Quadro 15: Cálculo caixa bancos

Fonte: dados primários

A composição do capital de giro necessário ao empreendimento é expressa no quadro 15, como segue.

Discriminação	Valor em R\$
Estoque inicial total	2.331,00
Caixa e Bancos	32.272,59
Total	34.603,59

Quadro 16: Composição do capital de giro
Fonte: dados primários

10.4 INVESTIMENTO INICIAL

Com os dados apresentados até aqui, pode-se chegar ao valor do investimento inicial total necessário para a implantação do empreendimento.

Discriminação	Valor em R\$
1 Investimento Fixo	63.549,00
1.1 Despesas Pré-Operacionais	8.630,00
1.2 Máquinas e Equipamentos	35.900,00
1.3 Móveis e Utensílios	19.019,00
2 Capital de Giro	34.603,59
2.1 Caixa e Bancos	32.272,59
2.2 Estoque Inicial	2.331,00
3 SUBTOTAL	98.152,59
4 Reserva Técnica (10%)	9.815,26
5 TOTAL	107.967,85

Quadro 17: Investimento inicial total
Fonte: dados primários

10.5 CUSTOS VARIÁVEIS

Os custos variáveis estão diretamente ligados ao volume de produção, sendo assim, quanto maior o volume produzido, maiores serão os custos variáveis totais.

Foram determinados três cenários, para uma melhor análise: cenário pessimista, cenário intermediário e cenário otimista, sendo que os mesmos operam com respectivamente 50%, 70% e 100% da capacidade de produção.

Gastos com água, gás e energia elétrica, de acordo com a literatura, são custos semivariáveis, pois variam de acordo com o volume de produção, mas não exatamente na mesma proporção, entretanto consideraremos somente os custos com água e luz, pois não será utilizado gás no empreendimento. Para simplificar, nos cálculos deste projeto os custos semivariáveis foram analisados como custos variáveis.

a) Cenário Pessimista – 50% capacidade

Discriminação	Custo Mensal em R\$	Custo Anual em R\$
Energia Elétrica	240,00	2880,00
Água	200,00	2400,00
Total	440,00	5280,00

Quadro 18: Custos variáveis - cenário pessimista
Fonte: dados primários

b) Cenário Intermediário – 70% capacidade

Discriminação	Custo Mensal em R\$	Custo Anual em R\$
Energia Elétrica	336,00	4032,00
Água	280,00	3360,00
Total	616,00	7392,00

Quadro 19: Custos variáveis - cenário intermediário
Fonte: dados primários

c) Cenário Otimista – 100% capacidade

Discriminação	Custo Mensal em R\$	Custo Anual em R\$
Energia Elétrica	470,40	5644,80
Água	392,00	4704,00
Total	862,40	10348,80

Quadro 20: Custos variáveis - cenário otimista
Fonte: dados primários

10.5.1 Custos dos Produtos Vendidos

O custo dos produtos vendidos corresponde ao total dos custos com matéria-prima e embalagens utilizados na produção dos mesmos.

a) Cenário Pessimista – 50% capacidade

Produto	Qtd. Dia	Custo Unit. Em R\$	Custo/dia em R\$	Custo / mês em R\$
Café espresso pequeno	40	0,15	6,00	180,00
Café espresso grande	25	0,3	7,50	225,00
Cappuccino pequeno	10	0,1	1,00	30,00
Cappuccino grande	15	0,2	3,00	90,00
Mocha pequeno	2	0,4	0,80	24,00
Mocha grande	2	0,5	1,00	30,00
Ice coffee	2	0,3	0,60	18,00
Frapê siesta	1	0,8	0,80	24,00
Café delícia	1	0,6	0,60	18,00
Batida de café	1	0,9	0,90	27,00
Mokinha	1	0,7	0,70	21,00
Creme siesta	1	0,7	0,70	21,00
Butterfly	1	0,5	0,50	15,00
Amor-perfeito	1	0,45	0,45	13,50
Chocolate quente pequeno	2	0,15	0,30	9,00
Chocolate quente grande	4	0,3	1,20	36,00
Chocolate gelado pequeno	6	0,1	0,60	18,00
Chocolate gelado grande	10	0,2	2,00	60,00
Água sem gás 500ml	6	0,45	2,70	81,00
Água com gás 500ml	6	0,45	2,70	81,00
Água saborizada 500ml	8	0,7	5,60	168,00
Suco 330ml	5	0,9	4,50	135,00
Suco de polpa	8	0,3	2,40	72,00
Refrigerante 350ml	18	0,5	9,00	270,00
Chá gelado lata 350ml	4	0,7	2,80	84,00
Cerveja lata	2	0,6	1,20	36,00
Cerveja long neck	1	0,8	0,80	24,00
Bolo especial	4	0,7	2,80	84,00
Bolo de laranja/chocolate	6	0,6	3,60	108,00
Bombons confeitados	5	1,2	6,00	180,00
Bombom de morango	4	1	4,00	120,00
Bomba de chocolate	4	1,6	6,40	192,00
Docinhos	6	0,6	3,60	108,00
Tortele de limão	2	0,9	1,80	54,00
Tortas diversas	4	2,75	11,00	330,00
Torta integral de banana	4	0,5	2,00	60,00
Torta diet	2	1,3	2,60	78,00
Pão de queijo	6	0,35	2,10	63,00
Pão de batata recheado	4	1,15	4,60	138,00
Empada	2	1,2	2,40	72,00
Croissant	6	1,15	6,90	207,00
Empanado	10	0,9	9,00	270,00

Folhado	4	1	4,00	120,00
Saltenha	4	1,5	6,00	180,00
Tortinha	2	1,75	3,50	105,00
Siesta especial	1	1,9	1,90	57,00
Baguete	4	1,4	5,60	168,00
Siesta light	1	1,6	1,60	48,00
Panini	1	0,9	0,90	27,00
Siesta fino	2	0,4	0,80	24,00
Total			153,45	4603,50

Quadro 21: Custos produtos vendidos – cenário pessimista

Fonte: dados primários

b) Cenário Intermediário – 70% capacidade

Produto	Qtd. Dia	Custo Unit. Em R\$	Custo/dia em R\$	Custo / mês em R\$
Café espresso pequeno	56	0,15	8,40	252,00
Café espresso grande	35	0,3	10,50	315,00
Cappuccino pequeno	14	0,1	1,40	42,00
Cappuccino grande	21	0,2	4,20	126,00
Mocha pequeno	3	0,4	1,12	33,60
Mocha grande	3	0,5	1,40	42,00
Ice coffee	3	0,3	0,84	25,20
Frapê siesta	1	0,8	1,12	33,60
Café delícia	1	0,6	0,84	25,20
Batida de café	1	0,9	1,26	37,80
Mokinha	1	0,7	0,98	29,40
Creme siesta	1	0,7	0,98	29,40
Butterfly	1	0,5	0,70	21,00
Amor-perfeito	1	0,45	0,63	18,90
Chocolate quente pequeno	3	0,15	0,42	12,60
Chocolate quente grande	6	0,3	1,68	50,40
Chocolate gelado pequeno	8	0,1	0,84	25,20
Chocolate gelado grande	14	0,2	2,80	84,00
Água sem gás 500ml	8	0,45	3,78	113,40
Água com gás 500ml	8	0,45	3,78	113,40
Água saborizada 500ml	11	0,7	7,84	235,20
Suco 330ml	7	0,9	6,30	189,00
Suco de polpa	11	0,3	3,36	100,80
Refrigerante 350ml	25	0,5	12,60	378,00
Chá gelado lata 350ml	6	0,7	3,92	117,60
Cerveja lata	3	0,6	1,68	50,40
Cerveja long neck	1	0,8	1,12	33,60

Bolo especial	6	0,7	3,92	117,60
Bolo de laranja/chocolate	8	0,6	5,04	151,20
Bombons confeitados	7	1,2	8,40	252,00
Bombom de morango	6	1	5,60	168,00
Bomba de chocolate	6	1,6	8,96	268,80
Docinhos	8	0,6	5,04	151,20
Tortele de limão	3	0,9	2,52	75,60
Tortas diversas	6	2,75	15,40	462,00
Torta integral de banana	6	0,5	2,80	84,00
Torta diet	3	1,3	3,64	109,20
Pão de queijo	8	0,35	2,94	88,20
Pão de batata recheado	6	1,15	6,44	193,20
Empada	3	1,2	3,36	100,80
Croissant	8	1,15	9,66	289,80
Empanado	14	0,9	12,60	378,00
Folhado	6	1	5,60	168,00
Saltenha	6	1,5	8,40	252,00
Tortinha	3	1,75	4,90	147,00
Siesta especial	1	1,9	2,66	79,80
Baguete	6	1,4	7,84	235,20
Siesta light	1	1,6	2,24	67,20
Panini	1	0,9	1,26	37,80
Siesta fino	3	0,4	1,12	33,60
Total			214,83	6444,90

Quadro 22: Custos produtos vendidos – cenário intermediário

Fonte: dados primários

c) Cenário Otimista – 100% capacidade

Produto	Qtd. Dia	Custo Unit. Em R\$	Custo/dia em R\$	Custo / mês em R\$
Café espresso pequeno	78	0,15	11,76	352,80
Café espresso grande	49	0,3	14,70	441,00
Cappuccino pequeno	20	0,1	1,96	58,80
Cappuccino grande	29	0,2	5,88	176,40
Mocha pequeno	4	0,4	1,57	47,04
Mocha grande	4	0,5	1,96	58,80
Ice cofffee	4	0,3	1,18	35,28
Frapê siesta	2	0,8	1,57	47,04
Café delícia	2	0,6	1,18	35,28
Batida de café	2	0,9	1,76	52,92
Mokinha	2	0,7	1,37	41,16
Creme siesta	2	0,7	1,37	41,16
Butterfly	2	0,5	0,98	29,40

Amor-perfeito	2	0,45	0,88	26,46
Chocolate quente pequeno	4	0,15	0,59	17,64
Chocolate quente grande	8	0,3	2,35	70,56
Chocolate gelado pequeno	12	0,1	1,18	35,28
Chocolate gelado grande	20	0,2	3,92	117,60
Água sem gás 500ml	12	0,45	5,29	158,76
Água com gás 500ml	12	0,45	5,29	158,76
Água saborizada 500ml	16	0,7	10,98	329,28
Suco 330ml	10	0,9	8,82	264,60
Suco de polpa	16	0,3	4,70	141,12
Refrigerante 350ml	35	0,5	17,64	529,20
Chá gelado lata 350ml	8	0,7	5,49	164,64
Cerveja lata	4	0,6	2,35	70,56
Cerveja long neck	2	0,8	1,57	47,04
Bolo especial	8	0,7	5,49	164,64
Bolo de laranja/chocolate	12	0,6	7,06	211,68
Bombons confeitados	10	1,2	11,76	352,80
Bombom de morango	8	1	7,84	235,20
Bomba de chocolate	8	1,6	12,54	376,32
Docinhos	12	0,6	7,06	211,68
Tortele de limão	4	0,9	3,53	105,84
Tortas diversas	8	2,75	21,56	646,80
Torta integral de banana	8	0,5	3,92	117,60
Torta diet	4	1,3	5,10	152,88
Pão de queijo	12	0,35	4,12	123,48
Pão de batata recheado	8	1,15	9,02	270,48
Empada	4	1,2	4,70	141,12
Croissant	12	1,15	13,52	405,72
Empanado	20	0,9	17,64	529,20
Folhado	8	1	7,84	235,20
Saltenha	8	1,5	11,76	352,80
Tortinha	4	1,75	6,86	205,80
Siesta especial	2	1,9	3,72	111,72
Baguete	8	1,4	10,98	329,28
Siesta light	2	1,6	3,14	94,08
Panini	2	0,9	1,76	52,92
Siesta fino	4	0,4	1,57	47,04
Total			300,76	9022,86

Quadro 23: Custos produtos vendidos – cenário otimista
Fonte: dados primários

O valor total dos custos variáveis está disposto no quadro 23:

Cenários	Custos Variáveis	Custos dos Produtos Vendidos	Totais Mensais em R\$	Totais Anuais em R\$
Pessimista	440,00	4.603,50	5.043,50	60.522,00
Intermediário	616,00	6.444,90	7.060,90	84.730,80
Otimista	862,40	9.022,86	9.885,26	118.623,12

Quadro 24: total dos custos variáveis

Fonte: dados primários

10.5.2 Total dos Custos

A apuração total dos custos do empreendimento é obtida através da soma dos custos fixos e variáveis. Os valores apresentados representam o total dos custos, com base mensal, nos três cenários analisados.

Cenários	Custos Fixos	Custos Variáveis	Totais Mensais em R\$
Pessimista	10.757,53	5.043,50	15.801,03
Intermediário	10.757,53	7.060,90	17.818,43
Otimista	10.757,53	9.885,26	20.642,79

Quadro 25: Total de custos mensais

Fonte: dados primários

10.6 RECEITAS OPERACIONAIS

As receitas operacionais são obtidas, multiplicando-se a quantidade de venda estimada dos produtos por seus preços. Os preços de venda foram definidos utilizando-se como base nos preços de empreendimentos similares ao proposto no presente trabalho.

Produto	Preço de Venda
Café espresso pequeno	1,75
Café espresso grande	2,95
Cappuccino pequeno	4,35
Cappuccino grande	3,95
Mocha pequeno	2,95
Mocha grande	3,95
Ice coffee	4,90
Frapê siesta	5,80
Café delícia	4,75

Batida de café	6,00
Mokinha	5,35
Creme siesta	5,60
Butterfly	4,80
Amor-perfeito	4,80
Chocolate quente pequeno	2,95
Chocolate quente grande	3,95
Chocolate gelado pequeno	2,95
Chocolate gelado grande	3,95
Água sem gás 500ml	1,50
Água com gás 500ml	1,50
Água saborizada 500ml	2,80
Suco 330ml	3,00
Suco de polpa	2,40
Refrigerante 350ml	2,40
Chá gelado lata 350ml	3,00
Cerveja lata	2,40
Cerveja long neck	2,80
Bolo especial	2,90
Bolo de laranja/chocolate	2,90
Bombons confeitados	2,90
Bombom de morango	2,90
Bomba de chocolate	3,30
Docinhos	2,90
Tortele de limão	2,90
Tortas diversas	4,50
Torta integral de banana	2,90
Torta diet	5,80
Pão de queijo	1,75
Pão de batata recheado	2,40
Empada	2,40
Croissant	2,40
Empanado	2,40
Folhado	2,40
Saltenha	3,20
Tortinha	3,80
Siesta especial	4,90
Baguete	4,90
Siesta light	4,90
Panini	2,90
Siesta fino	2,90

Quadro 26: Preço de venda

Fonte: dados primários

As figuras apresentadas a seguir simularão os cenários previamente definidos, operando a 50%, 70% e 100% da capacidade produtiva, analisando os valores referentes às receitas diárias e mensais.

a) Cenário Pessimista – 50% capacidade

Produto	Qtd. Dia	Preço Unit. Em R\$	Receita/dia em R\$	Receita/mês em R\$
Café espresso pequeno	40	1,75	70,00	2.100,00
Café espresso grande	25	2,95	73,75	2.212,50
Cappuccino pequeno	10	4,35	43,50	1.305,00
Cappuccino grande	15	3,95	59,25	1.777,50
Mocha pequeno	2	2,95	5,90	177,00
Mocha grande	2	3,95	7,90	237,00
Ice coffee	2	4,90	9,80	294,00
Frapê siesta	1	5,80	5,80	174,00
Café delícia	1	4,75	4,75	142,50
Batida de café	1	6,00	6,00	180,00
Mokinha	1	5,35	5,35	160,50
Creme siesta	1	5,60	5,60	168,00
Butterfly	1	4,80	4,80	144,00
Amor-perfeito	1	4,80	4,80	144,00
Chocolate quente pequeno	2	2,95	5,90	177,00
Chocolate quente grande	4	3,95	15,80	474,00
Chocolate gelado pequeno	6	2,95	17,70	531,00
Chocolate gelado grande	10	3,95	39,50	1.185,00
Água sem gás 500ml	6	1,50	9,00	270,00
Água com gás 500ml	6	1,50	9,00	270,00
Água saborizada 500ml	8	2,80	22,40	672,00
Suco 330ml	5	3,00	15,00	450,00
Suco de polpa	8	2,40	19,20	576,00
Refrigerante 350ml	18	2,40	43,20	1.296,00
Chá gelado lata 350ml	4	3,00	12,00	360,00
Cerveja lata	2	2,40	4,80	144,00
Cerveja long neck	1	2,80	2,80	84,00
Bolo especial	4	2,90	11,60	348,00
Bolo de laranja/chocolate	6	2,90	17,40	522,00
Bombons confeitados	5	2,90	14,50	435,00
Bombom de morango	4	2,90	11,60	348,00
Bomba de chocolate	4	3,30	13,20	396,00
Docinhos	6	2,90	17,40	522,00
Tortele de limão	2	2,90	5,80	174,00

Tortas diversas	4	4,50	18,00	540,00
Torta integral de banana	4	2,90	11,60	348,00
Torta diet	2	5,80	11,60	348,00
Pão de queijo	6	1,75	10,50	315,00
Pão de batata recheado	4	2,40	9,60	288,00
Empada	2	2,40	4,80	144,00
Croissant	6	2,40	14,40	432,00
Empanado	10	2,40	24,00	720,00
Folhado	4	2,40	9,60	288,00
Saltenha	4	3,20	12,80	384,00
Tortinha	2	3,80	7,60	228,00
Siesta especial	1	4,90	4,90	147,00
Baguete	4	4,90	19,60	588,00
Siesta light	1	4,90	4,90	147,00
Panini	1	2,90	2,90	87,00
Siesta fino	2	2,90	5,80	174,00
Total			787,60	23.628,00

Quadro 27: Receitas operacionais – cenário pessimista

Fonte: dados primários

b) Cenário Intermediário – 70% capacidade

Produto	Qtd. Dia	Preço Unit. Em R\$	Receita/dia em R\$	Receita/mês em R\$
Café espresso pequeno	56	1,75	98,00	2.940,00
Café espresso grande	35	2,95	103,25	3.097,50
Cappuccino pequeno	14	4,35	60,90	1.827,00
Cappuccino grande	21	3,95	82,95	2.488,50
Mocha pequeno	3	2,95	8,26	247,80
Mocha grande	3	3,95	11,06	331,80
Ice cofffee	3	4,90	13,72	411,60
Frapê siesta	1	5,80	8,12	243,60
Café delícia	1	4,75	6,65	199,50
Batida de café	1	6,00	8,40	252,00
Mokinha	1	5,35	7,49	224,70
Creme siesta	1	5,60	7,84	235,20
Butterfly	1	4,80	6,72	201,60
Amor-perfeito	1	4,80	6,72	201,60
Chocolate quente pequeno	3	2,95	8,26	247,80
Chocolate quente grande	6	3,95	22,12	663,60
Chocolate gelado pequeno	8	2,95	24,78	743,40
Chocolate gelado grande	14	3,95	55,30	1.659,00
Água sem gás 500ml	8	1,50	12,60	378,00

Água com gás 500ml	8	1,50	12,60	378,00
Água saborizada 500ml	11	2,80	31,36	940,80
Suco 330ml	7	3,00	21,00	630,00
Suco de polpa	11	2,40	26,88	806,40
Refrigerante 350ml	25	2,40	60,48	1.814,40
Chá gelado lata 350ml	6	3,00	16,80	504,00
Cerveja lata	3	2,40	6,72	201,60
Cerveja long neck	1	2,80	3,92	117,60
Bolo especial	6	2,90	16,24	487,20
Bolo de laranja/chocolate	8	2,90	24,36	730,80
Bombons confeitados	7	2,90	20,30	609,00
Bombom de morango	6	2,90	16,24	487,20
Bomba de chocolate	6	3,30	18,48	554,40
Docinhos	8	2,90	24,36	730,80
Tortele de limão	3	2,90	8,12	243,60
Tortas diversas	6	4,50	25,20	756,00
Torta integral de banana	6	2,90	16,24	487,20
Torta diet	3	5,80	16,24	487,20
Pão de queijo	8	1,75	14,70	441,00
Pão de batata recheado	6	2,40	13,44	403,20
Empada	3	2,40	6,72	201,60
Croissant	8	2,40	20,16	604,80
Empanado	14	2,40	33,60	1.008,00
Folhado	6	2,40	13,44	403,20
Saltenha	6	3,20	17,92	537,60
Tortinha	3	3,80	10,64	319,20
Siesta especial	1	4,90	6,86	205,80
Baguete	6	4,90	27,44	823,20
Siesta light	1	4,90	6,86	205,80
Panini	1	2,90	4,06	121,80
Siesta fino	3	2,90	8,12	243,60
Total			1.102,64	33.079,20

Quadro 28: Receitas operacionais – cenário intermediário
 Fonte: dados primários

c) Cenário Otimista – 100% capacidade

Produto	Qtd. Dia	Preço Unit. Em R\$	Receita/dia em R\$	Receita/mês em R\$
Café espresso pequeno	78	1,75	137,20	4.116,00
Café espresso grande	49	2,95	144,55	4.336,50
Cappuccino pequeno	20	4,35	85,26	2.557,80
Cappuccino grande	29	3,95	116,13	3.483,90
Mocha pequeno	4	2,95	11,56	346,92

Mocha grande	4	3,95	15,48	464,52
Ice cofffee	4	4,90	19,21	576,24
Frapê siesta	2	5,80	11,37	341,04
Café delícia	2	4,75	9,31	279,30
Batida de café	2	6,00	11,76	352,80
Mokinha	2	5,35	10,49	314,58
Creme siesta	2	5,60	10,98	329,28
Butterfly	2	4,80	9,41	282,24
Amor-perfeito	2	4,80	9,41	282,24
Chocolate quente pequeno	4	2,95	11,56	346,92
Chocolate quente grande	8	3,95	30,97	929,04
Chocolate gelado pequeno	12	2,95	34,69	1.040,76
Chocolate gelado grande	20	3,95	77,42	2.322,60
Água sem gás 500ml	12	1,50	17,64	529,20
Água com gás 500ml	12	1,50	17,64	529,20
Água saborizada 500ml	16	2,80	43,90	1.317,12
Suco 330ml	10	3,00	29,40	882,00
Suco de polpa	16	2,40	37,63	1.128,96
Refrigerante 350ml	35	2,40	84,67	2.540,16
Chá gelado lata 350ml	8	3,00	23,52	705,60
Cerveja lata	4	2,40	9,41	282,24
Cerveja long neck	2	2,80	5,49	164,64
Bolo especial	8	2,90	22,74	682,08
Bolo de laranja/chocolate	12	2,90	34,10	1.023,12
Bombons confeitados	10	2,90	28,42	852,60
Bombom de morango	8	2,90	22,74	682,08
Bomba de chocolate	8	3,30	25,87	776,16
Docinhos	12	2,90	34,10	1.023,12
Tortele de limão	4	2,90	11,37	341,04
Tortas diversas	8	4,50	35,28	1.058,40
Torta integral de banana	8	2,90	22,74	682,08
Torta diet	4	5,80	22,74	682,08
Pão de queijo	12	1,75	20,58	617,40
Pão de batata recheado	8	2,40	18,82	564,48
Empada	4	2,40	9,41	282,24
Croissant	12	2,40	28,22	846,72
Empanado	20	2,40	47,04	1.411,20
Folhado	8	2,40	18,82	564,48
Saltenha	8	3,20	25,09	752,64
Tortinha	4	3,80	14,90	446,88
Siesta especial	2	4,90	9,60	288,12
Baguete	8	4,90	38,42	1.152,48
Siesta light	2	4,90	9,60	288,12
Panini	2	2,90	5,68	170,52
Siesta fino	4	2,90	11,37	341,04

Total	1.543,70	46.310,88
--------------	-----------------	------------------

Quadro 29: Receitas operacionais – cenário otimista

Fonte: dados primários

10.7 DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

A demonstração do resultado no exercício (DRE) explicita com clareza o resultado que a empresa alcançou no período, indicando o lucro ou o prejuízo.

O imposto calculado refere-se ao SIMPLES Federal no qual a empresa se enquadrará, e as alíquotas utilizadas tiveram como base de cálculo as receitas brutas anuais. Para o cenário pessimista a alíquota é de 10,26%, para o cenário intermediário é de 11,31% e para o cenário otimista é de 11,4%.

O quadro 30 apresenta a DRE referente ao período de um mês de funcionamento da empresa, analisado através dos três cenários previamente definidos.

Conta	Pessimista	Intermediário	Otimista
Receita Bruta	23.628,00	33.079,20	46.310,88
(-) Impostos sobre Receita	(2.424,23)	(3.741,26)	(5.279,44)
Receita Líquida	21.203,77	29.337,94	41.031,44
(-) Custo da Receita	(5.043,50)	(7.060,90)	(9.885,26)
Lucro Bruto	16.160,27	22.277,04	31.146,18
(-) Despesas Operacionais	(10.757,53)	(10.757,53)	(10.757,53)
Lucro Operacional	5.402,74	11.519,51	20.388,65

Quadro 30: DRE mensal

Fonte: dados primários

O quadro 31 apresenta a DRE referente ao período de um ano de funcionamento da empresa, analisado através dos três cenários previamente definidos.

Conta	Pessimista	Intermediário	Otimista
Receita Bruta	283.536,00	396.950,40	555.730,56
(-) Impostos sobre Receita*	(29.090,79)	(44.895,09)	(63.353,28)
Receita Líquida	254.445,21	352.055,31	492.377,28
(-) Custo da Receita	(60.522,00)	(84.730,80)	(118.623,12)
Lucro Bruto	193.923,21	267.324,51	373.754,16
(-) Despesas Operacionais	(129.090,36)	(129.090,36)	(129.090,36)
Lucro Operacional	64.832,85	138.234,15	244.663,80

Quadro 31: DRE anual

Fonte: dados primários

10.8 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Calcula-se a margem de contribuição através da diferença entre a receita operacional e os custos variáveis.

	Pessimista	Intermediário	Otimista
Receita Bruta	23.628,00	33.079,20	46.310,88
(-) Custo da Receita	(5.043,50)	(7.060,90)	(9.885,26)
Margem de Contribuição	18.584,50	26.018,30	36.425,62

Quadro 32: Margem de contribuição

Fonte: dados primários

10.9 PONTO DE EQUILÍBRIO

Para se calcular o ponto de equilíbrio, divide-se os custos fixos pela margem de contribuição. A tabela 33 apresenta o ponto de equilíbrio para os três cenários analisados.

	Pessimista	Intermediário	Otimista
Custos Fixos	10.757,53	10.757,53	10.757,53
Margem de Contribuição	18.584,50	26.018,30	36.425,62
Ponto de Equilíbrio	58%	41%	30%

Quadro 33: Ponto de equilíbrio

Fonte: dados primários

O ponto de equilíbrio é alcançado então nos cenários pessimista, intermediário e otimista ao nível de 58%, 41% e 30% de vendas, respectivamente.

10.10 PAYBACK

O *payback* é um dos métodos de avaliação de investimentos mais utilizados, devido à sua simplicidade. É obtido através do quociente entre o investimento inicial e o lucro líquido. Calculou-se o *payback* para os três cenários analisados.

	Pessimista	Intermediário	Otimista
Investimento inicial	107.967,85	107.967,85	107.967,85
Lucro líquido	5.402,74	11.519,51	20.388,65

Payback	19,98	9,37	5,30
----------------	--------------	-------------	-------------

Quadro 34: Período do *payback*

Fonte: dados primários

O período de para que o investimento inicial seja recuperado em meses para os cenários pessimista, intermediário e otimista se dá aproximadamente 20, 9 e 5 meses, respectivamente.

10.11 ÍNDICE DE LUCRATIVIDADE

O índice de lucratividade é calculado por meio da divisão do lucro líquido pela receita de produtos vendidos.

	Pessimista	Intermediário	Otimista
Lucro líquido	5.402,74	11.519,51	20.388,65
Receita de produtos vendidos	23.628,00	33.079,20	46.310,88
Lucratividade	23%	35%	44%

Quadro 35: Índice de lucratividade

Fonte: dados primários

O índice de lucratividade é de 23%, 35% e 44%, nos cenários pessimista, intermediário e otimista, respectivamente.

11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo de viabilidade é o primeiro passo na decisão de iniciar um novo negócio, diante dos riscos e oscilações do mercado é imprescindível a estruturação de um planejamento, de um projeto de viabilidade do negócio, no qual se faz um estudo minucioso dos objetivos que devem ser alcançados, podendo então prever e avaliar os custos de ações futuras, proporcionando a tomada de decisões mais adequadas.

Diante dessa necessidade foi elaborado um projeto de viabilidade econômico-financeiro para a implantação de um café executivo no bairro do estreito.

Algumas considerações devem ser efetuadas quanto aos aspectos analisados no projeto.

A pesquisa apresentada, apesar de não possuir número expressivo de entrevistados, evidenciou que existe uma percepção de que as mudanças que vem acontecendo ao longo dos últimos anos na região possuem potencial para gerar novas oportunidades e empreendimentos.

As tendências nacionais de consumo de café também explicitam que o aumento da procura por cafés de qualidade e acima de tudo por uma boa experiência em ambientes que servem tal tipo de bebidas, pode ser considerado uma boa oportunidade para a abertura de um novo negócio, desde que o mesmo venha ao encontro do que o público procura e anseia.

A inexistência de concorrência, hoje na região, não deve se manter por muito tempo, pois o interesse de novos empresários é demonstrado a cada dia com a abertura de novos empreendimentos.

Apesar dos resultados do projeto viabilizarem o empreendimento é importante salientar que os sucesso da empresa será resultante da capacidade administrativa dos empresários diante das variações de mercado.

A falta de informações a respeito do processo de revitalização do bairro bem como da opinião do público que se deslocará para o mesmo junto a esse processo não pode, de forma alguma, impossibilitar a implantação do empreendimento, pois é do perfil empreendedor assumir riscos e encontrar oportunidades onde os outros não as enxergam.

REFERÊNCIAS

ABIC. Disponível em: <<http://www.abic.com.br/estatisticas.html>> Acessado em 15 de Abril de 2009.

ANDRADE, Maria M. de. **Introdução à metodologia do trabalho científico:** elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo: Atlas, 2003.

ASSAF NETO, Alexandre, SILVA, C. A. T. **Administração do capital de giro.** São Paulo: Atlas, 1997.

BARROS, Aidil J. da Silveira; LEHFELD, Neide A. de Souza. **Fundamentos de metodologia científica:** um guia para a iniciação científica. 2 ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

BASTOS, José M. **Desenvolvimento do Comércio no Estreito.** Jornal do Continente, Florianópolis, p. 2 fev./mar. 2000.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas da administração financeira.** São Paulo: Atlas, 1989.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

_____. **Vamos abrir um negócio?** São Paulo: Makron Books, 1995.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor:** empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DIÁRIO CATARINENSE. **Dário garante nova beira-mar para 2008.** disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/diariocatarinense/jsp/default2.jsp?uf=2&local=18&source=a1712312.xml&template=3898.dwt&edition=8987§ion=213>> acessado em 8 de maio de 2009.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor:** A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando idéias em

negócios. 2ed. Rio de Janeiro, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 7 ed. São Paulo: Harbra, 2002.

GROPPELLI, A. A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração Financeira**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 1998.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial**. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **Administração Financeira: uma abordagem prática**. 5 ed. São Paulo, Atlas, 2004.

IAPONAN, Soares. **Estreito: vida e memória**. 2 ed. Florianópolis: Editora Lunardelli, 1991.

INTERSCIENCE. **Tendências do Consumo de Café no Brasil em 2008**. Disponível em: <http://abic.com.br/estat_pesquisas.html> acessado em 17 de abril de 2009.

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, Willian. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Makron Books, 1997.

MARION, José C. **Contabilidade empresarial**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão**. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

Prefeitura Municipal de Florianópolis

<<http://www.pmf.sc.gov.br/portal/pmf/cidade/perfildeflorianopolis/#bairro>> acessado em: 10 de maio de 2009.

PRIDE, William M.; FERRELL, O. C. **Marketing: Conceitos e Estratégias**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 2001.

SANTOS, Joel J. **Análise de Custos**: remodelado com ênfase para sistema de custeio marginal, relatórios e estudos de caso. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SANVICENTE, Antônio Z. **Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 1987.

SEBRAE. **Quero abrir um negócio**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>> acessado em 25 de maio 2009.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1992.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

WESTON, I. Fred; BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos da Administração Financeira**. 10 ed. São Paulo: Pearson Educational do Brasil, 2000.

APÊNDICE - A

MODELO DE ROTEIRO PARA ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA

- 1) Nome da empresa:
- 2) Tempo de atuação no bairro do estreito:
- 3) Nome e função do entrevistado:
- 4) Em sua opinião que influência o início das obras da beira-mar continental tiveram no setor imobiliário do bairro estreito?
- 5) A construtora está construindo atualmente ou tem interesse de construir imóveis no bairro? Que tipo de imóveis? Qual o perfil esperado do público para esses imóveis?
- 6) Quais transformações poderão ocorrer, em sua opinião, no bairro após a conclusão da beira-mar continental?
- 7) Para você há possibilidade de mais prédios comerciais, a exemplo dos que hoje estão sendo construídos na região (Centro Executivo Beira-Mar Continental e Centro Executivo André Maykot), se instalarem no bairro?
- 8) Você acredita que a revitalização do bairro se dará de forma lenta ou rápida? Porquê?
- 9) Qual sua visão para o bairro nos próximos 5 anos? Haverão mudanças significativas no perfil dos moradores e trabalhadores da região?
- 10) Em um futuro próximo, você acredita que existirá maior ou menor possibilidade de implantação de novos empreendimentos com foco em entretenimento e alimentação no bairro? Você acredita que existirá maior demanda por esses serviços na região em virtude da mudança de público causada pela revitalização?

11) Em sua opinião existe algum ponto específico da região que será beneficiado com o incremento de fluxo de pessoas e automóveis?

12) Você considera positivo o processo de mudança, social e imobiliária, pelo qual o bairro vem passando nos últimos anos?