

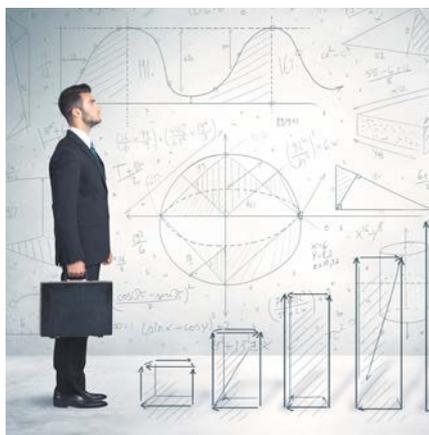


# **BUSINESS PLAN**

Progetto Italian Bar

Dr. Alexander Sintini

[www.redazionebusinessplan.it](http://www.redazionebusinessplan.it)



# DEFINIÇÃO DO OBJETIVO.

O objetivo do plano de negócio a seguir é de apresentar a ideia empresarial subjacente á solicitação de financiamento para a activação de uma cafeteria Italiana em Lisboa, que possa também funcionar como cocktail-bar durante as horas noturnas. Interceptando, portanto, uma ampla clientela, que começa com o pequeno-almoço, continua com uma oferta rápida e saborosa para o almoço, para terminar com o serviço de aperitivo e cocktail-bar noturno. Tudo rigorosamente italiano: desde os croissants ao café, das propostas gastronómicas típicas da península Italiana, as bebidas propostas. Tudo produzido em casa. Um pequeno café que saiba acompanhar a vida do bairro propondo simples especialidades do nosso país. Que possa encarnar o conceito de “bar italiano” seja pela clientela nacional ou internacional. A localização seleccionada para abrir esta actividade está situada na Rua dos Remedios 89, passagem essencial do maravilhoso e turístico bairro de Alfama.



# DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO.

O nosso “bar Italiano” abrirá às 7 da manhã e fechará às 1.30 – 2.00 da madrugada com a consequente rotação dos turnos dos empregados para cobrir a totalidade da jornada laboral. Esta “pequena bodega artesanal” será capaz de preparar autonoma e diariamente, no interior do local, todos os produtos frescos tipicamente italianos, para serem servidos aos clientes. Isso será possível graças à experiência plurianual dos sócios nos setores da pastelaria artesanal e da gastronomia italiana, fortes competências que somam-se à experiência como barman adquirida em Itália. A ideia é, pois, juntar estas competências específicas num único lugar, que possa apresentar à cidade de Lisboa um bar Italiano de excelência. Um bar capaz de elaborar desde as matérias primas aqueles produtos que tiveram tanto sucesso no mundo e que são reconhecidos a nível internacional.

As linhas de produção do nosso pequeno laboratório vão tratar então dos segmentos de serviço a seguir:

- Pequeno Almoço
- Hora de Almoço
- Aperitivo
- Jantar com Finger Food
- Cocktail Bar

Ao longo do horário de abertura, o nosso negócio funcionará como bar simples, e dependendo da hora do dia saberá conjugar esta atividade primária com as suas próprias especialidades que serão capazes de enriquecer, caracterizar e atrair cidadãos e turistas ao longo do dia. Sempre com especialidades italianas simples mas eficazes. A característica distintiva de um bar italiano, em qualquer parte do mundo, corresponde à qualidade do café servido, ou seja o expresso italiano. A joia da coroa de um País inteiro. Um produto reconhecido e procurado em todo o mundo pelo seu sabor forte e intenso. Uma qualidade importante em que a nossa atividade comercial deverá assentar absolutamente. A partir de um café bem feito é possível naturalmente propor todas aquelas variantes que baseiam-se nesta matéria-prima: ou seja Cappuccino, Latte Macchiato, Caffé Latte e Caffé Macchiato nas diferentes formas de realização. O papel da cafetaria num bar é predominante, dado que determina uma percentagem importante da fama e o sucesso do mesmo. Nós só compraremos café italiano, para assegurar o nível de qualidade que queremos implementar no nosso local.



# ÁREAS DE NEGÓCIOS

Subdividindo o dia de trabalho nos diferentes períodos de utilização, sem prejuízo da função da cafetaria que continuará sem interrupções ao longo do dia, os produtos italianos que iremos a realizar são os seguintes:

## **Pequeno almoço:**

- Brioche e Croissants italianos
- Tarte de compota
- Bolo de maçã
- “Ciambellone” (bolo caseiro)
- Tarte de Nutella

Todos os produtos de pastelaria são realizados inteiramente por nós com ingredientes de alta qualidade, preparados diariamente no nosso bar para oferecer a qualidade típica do nosso país. As suas bondades artesanais.

Apesar do extenso conhecimento e experiência adquiridos no campo desta arte, para respeitar a extração popular do bairro onde nos iremos instalar mas também como escolha pessoal, nós pensamos em dar uma alma clara ao nosso bar: oferecer os produtos mais típicos, populares e clássicos da nossa cultura nesse âmbito. Deixando de lado as soluções mais evoluídas. Queremos oferecer produtos verdadeiros, simples, económicos, capazes de serem amados por um público de qualquer origem social, além de serem largamente difundidos em Itália em qualquer área. Queremos representar os sabores populares da nossa cozinha. A pastelaria caseira e feita com amor, ao alcance de todos e que sabe juntar bondade e substância com simplicidade. Através da experiência adquirida neste domínio, podemos criar um produto que poderá ser apreciado e lembrado. O pequeno almoço que queremos oferecer em Lisboa é então o mesmo que pode ser encontrado em qualquer bairro operário de Itália; o pequeno almoço italiano do dia-a-dia, o pequeno almoço das pessoas que trabalham. Feito com produtos simples mas extremamente apetitosos, nutritivos e caseiros.

## **Almoço:**

O nosso bar não é um restaurante, mas saberá oferecer várias opções para uma refeição rápida e saborosa, que os clientes poderão consumir no local ou para levar. Uma solução que consiga por de acordo todos e que possa ser apreciada

e compreendida pela população local. Em Itália esta função é habitualmente desempenhada por pizzas ou sandes recheadas com enchidos italianos. Porém, não dispendo nem de um forno tradicional, nem do espaço para o poder implementar, nem do acesso aos ingredientes que são precisos para rechear as sandes, nós pensamos trabalhar só com produtos frescos, para propor pratos cujas matérias-primas sejam disponíveis ao longo do ano inteiro em Portugal. A solução para oferecer uma refeição veloz, rápida de ser preparada, mas na qual a tradição italiana é plenamente respeitada é a massa fria. Portugal, país de mar como a Itália, goza de um clima mediterrânico que combina bem com este tipo de prato que já faz parte dos clássicos de verão da cozinha italiana. Durante o verão as pessoas não querem comer comida muito quente ou muito temperada, nem passar muito tempo em frente ao fogão para cozinhar. Por isso a nossa cultura gastronómica desenvolveu um prato que não pode faltar na mesa de casa, como nas mais populares ocasiões sociais: a massa fria. A massa é cozida, temperada crua ou com soluções mais elaboradas e depois refrigerada para ser servida fria. O resultado é fresco e apetitoso. Os tipos de condimentos que podem ser criados para este prato são os mais variados e dependem apenas da criatividade e disponibilidade das matérias-primas. Um prato que sabe manter inalterado todo o sabor da massa italiana, tão apreciada no mundo, mas que lhe confere uma forma nova, fresca, extremamente leve e digerível. Portanto, o nosso bar servirá diariamente à hora do almoço 4 tipos diferentes de massas frias que podem ser consumidas no local, para levar ou caminhando. Queremos especializar-nos nesta solução que combina perfeitamente com o estilo de consumo português. Estes pratos podem ser levados para a praia e comidos rapidamente como uma refeição única e substancial, respeitando a tradição mediterrânica nas suas principais componentes. Além da massa fria, o arroz frio também pode ser preparado de acordo com o mesmo procedimento. Estas são apenas algumas das variantes que podem ser propostas durante o ano e que serão integradas pouco a pouco com os gostos e as preferências locais, tentando combinar cada vez mais o sabor italiano com o português.

- Massa fria com feijão verde, atum e tomate cherry
- Massa fria com curgete, tomate e philadelphia
- Massa fria com speck e nozes
- Salada de arroz, salmão e tomate
- Massa fria com beringela e “provola”
- Massa fria com atum e azeitonas
- Arroz frio de salmão e azeitonas verdes
- Arroz frio de presunto e alcachofras da época
- Massa fria com camarões, curgete e “stracchino”
- Massa fria com atum, tomate e azeitonas
- Massa fria com atum, tomate cherry e “provola”
- Arroz frio com camarões e curgete
- Massa fria com rúcula e tomate cherry
- Massa fria “alla siciliana”
- Massa fria com requeijão e feijão verde

## **Aperitivo:**

Durante o aperitivo os clientes poderão desfrutar de bebidas e cocktails italianos e internacionais habilmente misturados pela nossa bartender. Todos os cocktails serão acompanhados de lanches preparados na hora, salgados e as sobras da massa fria do almoço, os quais simplesmente irão despertar a curiosidade dos clientes para que experimentem a nossa cozinha. A função do aperitivo não é apenas servir cocktails profissionais, mas também apresentar a pequena cozinha do local recorrendo a pequenas amostras de comida. Também porque o nosso prato principal para a noite será outro.

## **Noite:**

Como o nosso bar não é um restaurante, nunca haverá jantar nenhum. Podemos, porém, oferecer para as horas da noite até à madrugada uma especialidade italiana que combina bem com o espírito de mar português: lulas fritas. Durante toda a noite, os clientes poderão desfrutar de umas lulas ou camarões fritos “al cartoccio” (envolvidos em papel) caminhando pelas ruas da cidade, além de poderem degustá-los durante o aperitivo.

Uma especialidade que no sul da Itália, e não só, é um verdadeiro culto amado por todas as idades, inclusivamente pelas crianças. Especialidade que, se bem feita, é capaz de dar alegrias sem fim mesmo aos paladares mais delicados e exigentes. Aproveitando os recursos locais, como pequenos peixes, lulas ou camarões fritos em óleo de amendoim, poderemos criar um prato capaz de satisfazer o gosto de todos, trazendo uma tradição intemporal do nosso país para cá e usando o peixe fresco local.

Dado que também é imprescindível oferecermos uma sobremesa que possa satisfazer o desejo de doce dos nossos clientes, durante o momento do aperitivo e ao longo da noite eles terão à sua disposição a sobremesa italiana mais famosa e apreciada do mundo: o tiramisu, sempre preparado por nós à mão. O tiramisu requer que seja feito com café com expresso de alta qualidade e que nós temos em abundância a gerir um bar italiano. A fama do tiramisu é transversal. Nós queremos trazer para Lisboa o melhor tiramisu da cidade.

Estes são os eixos fundamentais da nossa oferta. A nossa estratégia de marketing é, portanto, concentrar nossos esforços na promoção de um prato italiano específico por cada momento do dia.

## **Resumo dos pilares da nossa oferta:**

<b>Todas as horas:</b>	Espresso e Cappuccino
<b>Pequeno almoço:</b>	Croissants e pastelaria italiana
<b>Almoço:</b>	Massa fria
<b>Aperitivo:</b>	Cocktails nacionais e internacionais
<b>Noite:</b>	Lulas fritas e tiramisu



# ANÁLISE DE MERCADO

Portugal é o país onde mais cresceu o número de italianos que se cancelam do registo de residentes (Aire) para se deslocarem para o estrangeiro e, em geral, a tendência não está a descer. Os dados do Ministério do Interior italiano mostram que até 31 de dezembro de 2017 os nossos compatriotas que se tornaram cidadãos do mundo são mais de 5 milhões, em crescimento em relação ao inquérito anterior (+2,85%). Um valor global que, quando comparado com os outros anos, quando o fluxo para países estrangeiros estava próximo de 4%, está em declínio; mas que mesmo assim não parece parar. Em termos de crescimento percentual das mudanças face a 2016, Portugal está na liderança, com 33% a mais, seguido de Malta, Irlanda e Bulgária, com aumentos entre 10 e 20%. Isto deve-se, sem dúvida, às políticas de desagravamento fiscal que este país conseguiu pôr em prática em relação aos reformados.

Uma alavanca fundamental, a económica, para atrair recursos humanos e financeiros. Mas talvez o aspeto mais vital seja o ambiente relacional e social, um aspeto que Portugal pode oferecer aos reformados e aos italianos, algo que outros países europeus não lhes podem oferecer. Um ambiente semelhante ao da Itália há algumas décadas. Um país bem conservado, sociável, popular, com ritmos de vida humanos, com relações reais entre as pessoas, com espírito de partilha e participação. Uma Itália que agora está perdida e da qual todos temos saudades, onde o sorriso vem antes do problema e onde sentimo-nos parte de uma comunidade urbana. Portugal, além de ser terra de mar e natureza como a Itália, manteve características culturais que combinam-se perfeitamente com o que foi outrora o nosso contexto social, mas que hoje já não é mais. Portugal, em muitos sentidos, é um lugar que nos recorda o nosso modo de vida passado, num contexto climático semelhante ao do "Bel Paese".

Sem dúvida que, para além da Grécia, é o país europeu que mais parece-se com a Itália em termos de clima, e foi por isso que o escolhemos. A comunidade dos italianos que vivem em Portugal está estimada em cerca de 12000 pessoas. Um número que aumenta constantemente ao longo dos anos, especialmente nos grupos etários avançados.

Certamente não é uma comunidade grande e estabelecida, como a inglesa e a francesa, mas precisamente por isso tem amplo espaço para o desenvolvimento. Só há uma coisa no mundo que um italiano, onde quer que vá no mundo, não pode abandonar durante muito tempo. Um bom café expresso. Um sabor caseiro e quotidiano ao qual não pode-se renunciar. Os italianos dependem, também afetivamente, do café expresso. Abrir um café italiano significa criar um novo ponto de encontro para os nossos compatriotas, trazendo-lhes um pouco de Itália em Portugal. Ao mesmo tempo, é possível atender o fluxo de turistas com algumas das especialidades italianas, já que muitos dos produtos que oferecemos, como café, cappuccino e tiramisu, são muito apreciados e procurados em todo o mundo.



# PERFIL DO PRODUTO

Na Itália, 5,9 kg de café são consumidos per capita por ano, enquanto nos países do Norte, como a Finlândia e a Noruega, a quantidade é de 12 kg por cada país, 8 kg no caso da Islândia. Em Portugal há um excelente consumo de café tradicional. Embora o expresso seja o café italiano por excelência, estes dados de consumo são assim porque enquanto o café expresso italiano contém 7 gramas de café moído e é muito curto e concentrado, a quantidade necessária para preparar um café como o que se bebe na Europa do Norte e na América é muito maior. No entanto, o expresso é claramente diferente de todos os outros cafés e ao longo dos anos tem vindo a gerar uma verdadeira cultura de consumo. A mesma que queremos levar para o nosso bar italiano em Lisboa; deste modo daremos a todos os turistas que visitam a cidade, que saem dos navios de cruzeiro ou aos italianos que vivem na capital a oportunidade de desfrutar de um café expresso feito com perfeição.



# TENDÊNCIA E PREVISÕES

O café no mundo conquistou um recorde surpreendente: é o produto mais comercializado, atrás apenas do petróleo. Esses dados são suficientes para perceber o quanto o consumo de café está difundido na Itália e no resto do mundo. Em todas as latitudes, esta bebida saborosa conquista conhecedores e provadores que procuram nela conforto e prazer em vários momentos do dia. Uma chávena de café é a ocasião certa para fazer uma pausa para partilhar com um amigo, colega ou ente querido. Entre estas inúmeras qualidades, o Espresso italiano tem um lugar de honra pelo seu reconhecimento e fama. O consumo de café na Itália é muito difundido e apenas 3% dos italianos não têm o hábito de consumir esta bebida. Este é um hábito essencial que envolve o consumo de pelo menos duas chávenas por dia. Uma tendência que não se mantém no estrangeiro: os italianos não desistem do café em casa, mas mostram que não gostam de café preparado em outros países, a não ser que encontrem um bar de confiança que faça um espresso digno desse nome. A difusão deste hábito, que tornou-se indispensável, está ligada sobretudo ao sabor inconfundível do café expresso, mas também ao conforto que esta bebida oferece nos momentos mais difíceis e stressantes. A relação de amor entre os italianos e o café não conhece crise, e cada vez mais países abrem-se ao sabor do café expresso graças à comercialização de cápsulas pré-embaladas. O sabor intenso de um espresso moído dos grãos nunca será igualável. O nosso objetivo é oferecer esta especialidade na cidade de Lisboa, num dos seus bairros mais característicos e representativos: Alfama.



# MERCADO E SEGMENTAÇÃO DA PROCURA

O nosso bar italiano deve servir os seguintes segmentos de mercado:

- Cidadãos de Lisboa
- Comunidade italiana em Lisboa
- Turistas italianos em Lisboa
- Turistas estrangeiros em Lisboa

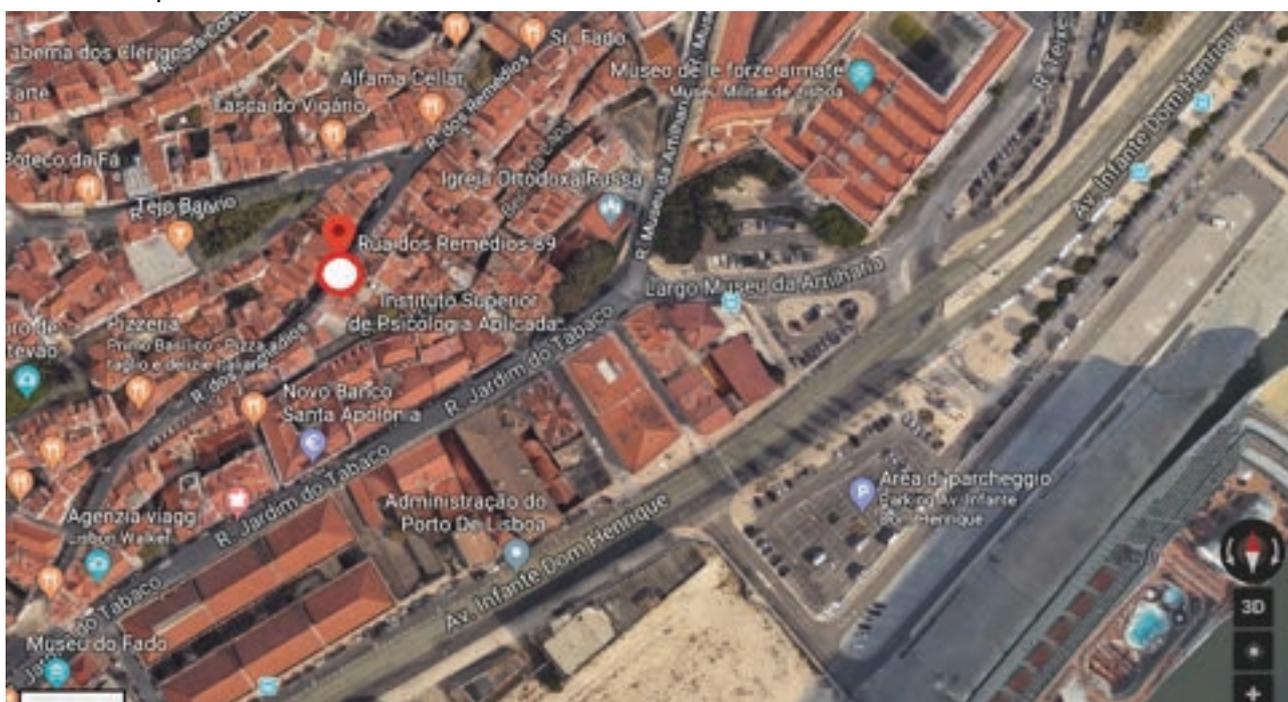
Para cada um destes segmentos temos uma oferta capaz de atrair os clientes: o café tem sempre o seu aspeto fundamental para os clientes italianos, enquanto as preparações caseiras, massas, peixe frito e tiramisú têm uma apreciação mais ampla e aberta a todos.

Os nossos são produtos italianos, mas tão famosos que são imediatamente apreciados por todos os clientes portugueses e estrangeiros.



# ESTRATÉGIAS E POSICIONAMENTO COMPETITIVO

A nossa estratégia de marketing é baseada em dois princípios fortes, nos quais acreditamos por tê-los experimentado nas nossas experiências de trabalho anteriores. O primeiro ponto são produtos de qualidade absoluta, com o qual excelente matéria-prima e impecável realização de serviço. Sendo italianos, não é difícil para nós preparar a nossa oferta com perfeição. O segundo ponto crucial, no qual iremos investir decisivamente, embora implique enfrentar uma despesa elevada de arranque, é o da localização do local. De facto, identificámos o lugar certo para nós na Rua dos Remédios 89, no bairro Alfama em Lisboa. Uma escala obrigatória para todos os visitantes que passam pela cidade como turistas ou que saem do porto durante o curso de um cruzeiro.



Alfama é o distrito mais antigo de Lisboa e é um delicioso entrelaçamento de becos que levam desde o estuário do Tejo até ao castelo. Dentro deste antigo bairro encontram-se alguns dos mais importantes edifícios históricos de Lisboa, incluindo a Sé, o Castelo, o Panteão Nacional, a Igreja de Santo António e o Museu do Fado. Um bairro que cada turista deve visitar durante a sua estadia na cidade e que também é amplamente vivido pelos cidadãos.





# ANÁLISE DA COMPETIÇÃO

Na nossa área, no distrito que escolhemos, não há bares italianos. O único bar italiano em Lisboa é o café Garibaldi, que fica muito longe, na área de Campo de Ourique. São exatamente 32 minutos de carro e 4,3 km de distância do nosso bar. A presença italiana em Lisboa está mais concentrada na área do centro e trata de restauração com 9 restaurantes ativos na cidade. Nenhum em Alfama. Na área escolhida há apenas uma pizzaria italiana, e os bares são todos portugueses, ingleses ou irlandeses. Seremos, portanto, o único bar italiano da zona. Esta é uma excelente vantagem competitiva numa área muito turística com predominância inglesa e irlandesa. Além disso, com nossa massa fria, tiramisu, lulas fritas e cocktails, podemos criar uma boa reputação na área de nosso interesse, representando uma novidade válida em um bairro muito popular.



# PLANO DE MARKETING

Inicialmente não temos a intenção de fazer grandes investimentos em marketing, porque devemos concentrar todo o nosso esforço económico em conseguir a loja nessa localização e em decorá-la e equipá-la com todas as ferramentas de trabalho que precisamos para criar todos os produtos oferecidos por nós. Em um ambiente onde há uma comunidade italiana quem consegue fazer um bom café expresso ganha. Isso é porque os italianos não conseguem viver sem café. Faz tanto parte das suas necessidades como o ar. Além disso, a fim de alargar o leque da nossa oferta, e assim diferenciá-la, dado que estamos em um mercado completamente novo em comparação com a Itália, oferecemos mais produtos para ver quais são os que são mais apreciados no momento. Tudo o que pensamos como proposta tem um apelo internacional. A massa e o tiramisú são consumidos em todo o mundo, o cappuccino é muito popular e as lulas fritas estão perto do que é o gosto português. Enfim, com mais produtos o risco de negócio é menor, porque temos tempo para perceber qual é a oferta que é mais rapidamente aceite pelos portugueses e os turistas. Ao ver o feedback do mercado, podemos organizar-nos melhor. Durante os primeiros tempos o trabalho será mais duro, porque tudo terá que ser sempre pronto e preparado com perfeição, mas depois de alguns meses saberemos quais produtos foram recebidos e apreciados mais rapidamente pelos clientes. Poderemos então decidir que direção tomar mais vigorosamente. Ser os primeiros em um bairro é uma vantagem que deve ser defendida e honrada. Estamos certos da qualidade da nossa oferta, uma qualidade que pode ser considerada universal e estamos prontos para fazer este importante investimento.



# ESTRATÉGIA DE PREÇO

O nosso objetivo é ser um bar de referência para todos, cidadãos portugueses, italianos e turistas. Para fazer isso, não vamos aplicar preços turísticos, apesar de estar em uma área importante da cidade. O café custará 0,70 €, um preço honesto, pois na Itália paga-se 0,90 a 1,00 €. O cappuccino custará 0,90 €. Uma porção de lulas fritas custará 3.50 € acompanhada com batatas fritas. Queremos ser populares e oferecer um serviço diário e de confiança aos cidadãos. Uma excelente qualidade a um preço honesto. Os preços do bar diurno estarão absolutamente na média do mercado, acessíveis a qualquer pessoa. O único sector em que vamos aumentar ligeiramente os preços será para os cocktails no horário noturno, cujo valor rondará a média de 10 €; 2 € abaixo do preço proposto pelos bares do centro. A razão disto é que o trabalho noturno é mais cansativo: ficar abertos das 7 da manhã às 2 da madrugada comporta um grande sacrifício, por isso apetece-nos fazer um preço turístico só para a noite. Para além deste parêntesis sobre as bebidas alcoólicas, queremos integrar-nos no ambiente empresarial de uma forma educada, prestando um serviço que possa ser apreciado por todos e tornar-nos um local de "vizinhança" mais do que um local turístico. Queremos trabalhar com as pessoas que vivem na nossa mesma realidade para trazer-lhes um pouco de Itália.





# Análise SWOT

## FORÇAS

Os pontos fortes são dados pela grande experiência que todo o grupo de sócios adquiriu em Itália em matéria de pastelaria e gastronomia. Trazer este conjunto de habilidades em um único lugar dá-lhe a força para ser diferente da oferta atual. Além disso, ser o único bar italiano no distrito de Alfama a propor um portfólio de serviços que pode cobrir todas as fases do dia é, sem dúvida, algo novo e interessante para oferecer aos cidadãos e turistas. A localização estratégica escolhida representa uma importante pedra angular da nossa estratégia e é fundamental para o sucesso da empresa.

## FRAQUEZAS

As fraquezas são dadas pelo facto de, habituados ao contexto italiano, não conhecermos perfeitamente as dinâmicas relacionadas com o gosto português. As nossas cozinhas são especialmente semelhantes no amor pelo peixe, ingrediente característico das duas realidades. A nossa oferta apresenta-se de uma forma ampla e diversificada, procurando apontar os produtos que na nossa opinião podem ser mais apreciados por todos. Claramente são as nossas ideias, habilidades nas quais somos muito fortes; mas até que nos comparemos com o mercado real de Alfama não podemos saber perfeitamente que combinações e que produtos irão melhor. Tentamos fazer o máximo e o que achamos que pode ser bom num contexto como este.

## **OPORTUNIDADES**

Ser o primeiro bar italiano de Alfama é uma vantagem, mas temos de saber ganhar a confiança dos clientes dia após dia. A distância do único outro concorrente oferece uma boa perspectiva, mas temos de vencer a competição interna de ingleses e irlandeses muito ativa no bairro, no pequeno almoço como nos cocktails. Devemos ser capazes de garantir alta qualidade em toda a nossa oferta e ter a flexibilidade para entender o mercado da maneira mais rápida possível, para atendê-lo da melhor forma.

## **AMEAÇAS**

Por enquanto, a comunidade italiana está concentrada no centro da cidade, fora da nossa área, e está especialmente empenhada em pizzarias e restaurantes, claramente os pontos fortes do nosso país. Dado que eles têm uma presença histórica no território maior que a nossa, nada os impediria futuramente de expandir-se no distrito de Alfama com uma oferta focada no bar italiano. Por agora não há concorrência, mas não é seguro que não venha a haver no futuro, também porque trata-se de um quadrante da cidade em rápido desenvolvimento em termos de atividades comerciais. Devemos ser capazes de conquistar imediatamente a confiança dos clientes locais e da comunidade italiana presente.

# PIANO ECONOMICO FINANZIARIO

ANO	Ano 1			
	Quantidade diária	Preço médio diário	Venda Mensal	Venda Anual
<b>Vendas</b>				
<i>Cafeteria</i>	200,00	0,80	4.800,00	57.600,00
<i>Bebidas</i>	30,00	1,00	900,00	10.800,00
<i>Café da manhã</i>	30,00	1,00	900,00	10.800,00
<i>Almoço</i>	30,00	4,00	3.600,00	43.200,00
<i>Aperitivos</i>	30,00	3,50	3.150,00	37.800,00
<i>Coquetel</i>	30,00	10,00	9.000,00	108.000,00
<i>Bolos</i>	5,00	3,50	525,00	6.300,00
<b>Total Receitas</b>			<b>22.875,00</b>	<b>274.500,00</b>

ANO	Ano 1			
	Quantidade diária	Custo médio diário	Custo Mensal	Custo Anual
<b>Custos de produção</b>				
<b><i>Custo das mercadorias vendidas e matérias consumidas</i></b>			<b>4.245,00</b>	<b>50.940,00</b>
<i>Cafeteria</i>	200,00	0,20	1.200,00	14.400,00
<i>Bebidas</i>	30,00	0,30	270,00	3.240,00
<i>Café da manhã</i>	30,00	0,25	225,00	2.700,00
<i>Almoço</i>	30,00	0,65	585,00	7.020,00
<i>Aperitivos</i>	30,00	0,60	540,00	6.480,00
<i>Coquetel</i>	30,00	1,50	1.350,00	16.200,00
<i>Bolos</i>	5,00	0,50	75,00	900,00
<b><i>Fornecimento e Serviços Externos</i></b>				<b>7.390,00</b>
<i>Comunicações</i>			120,00	1.440,00
<i>Encargos Gerais</i>			95,83	1.150,00
<i>Publicidade</i>			200,00	2.400,00
<i>Seguros</i>			200,00	2.400,00
<b><i>Aluguer</i></b>				<b>5.640,00</b>
<i>Aluguer</i>			470,00	5.640,00
<b><i>Amortização Bens Incorpóreos</i></b>				<b>6.490,00</b>
<i>Amortização Bens Incorpóreos</i>				6.490,00
<b><i>Amortização Bens Corpóreos</i></b>				<b>11.255,60</b>
<i>Amortização Bens Corpóreos</i>				11.255,60
<b><i>Salários</i></b>				<b>83.160,00</b>
<i>Salários</i>			4.800,00	67.200,00
<i>Encargos Sociais</i>			1.140,00	15.960,00
<b>Total Custos</b>				<b>164.875,60</b>
<b>Diferença entre vendas e custos de produção</b>				<b>109.624,40</b>
<b><i>Encargos Financeiros</i></b>				<b>1.147,49</b>
<i>Interesses Financeiros</i>				1.147,49
<b>Resultado de Exploração</b>				<b>108.476,91</b>
<b><i>Imposto sobre Rendimento</i></b>				<b>16.271,54</b>
<b>Resultado Líquido</b>				<b>92.205,37</b>

ANO	Ano 2			
	Quantidade diária	Preço médio diário	Venda Mensal	Venda Anual
<b>Vendas</b>				
<i>Cafeteria</i>	225,00	0,80	5.400,00	64.800,00
<i>Bebidas</i>	35,00	1,00	1.050,00	12.600,00
<i>Café da manhã</i>	35,00	1,00	1.050,00	12.600,00
<i>Almoço</i>	35,00	4,00	4.200,00	50.400,00
<i>Aperitivos</i>	35,00	3,50	3.675,00	44.100,00
<i>Coquetel</i>	35,00	10,00	10.500,00	126.000,00
<i>Bolos</i>	8,00	3,50	840,00	10.080,00
<b>Total Receitas</b>			<b>26.715,00</b>	<b>320.580,00</b>

ANO	Ano 2			
	Quantidade diária	Custo médio diário	Custo Mensal	Custo Anual
<b>Custos de produção</b>				
<b><i>Custo das mercadorias vendidas e matérias consumidas</i></b>			<b>4.935,00</b>	<b>59.220,00</b>
<i>Cafeteria</i>	225,00	0,20	1.350,00	16.200,00
<i>Bebidas</i>	35,00	0,30	315,00	3.780,00
<i>Café da manhã</i>	35,00	0,25	262,50	3.150,00
<i>Almoço</i>	35,00	0,65	682,50	8.190,00
<i>Aperitivos</i>	35,00	0,60	630,00	7.560,00
<i>Coquetel</i>	35,00	1,50	1.575,00	18.900,00
<i>Bolos</i>	8,00	0,50	120,00	1.440,00
<b><i>Fornecimento e Serviços Externos</i></b>				<b>7.390,00</b>
<i>Comunicações</i>			120,00	1.440,00
<i>Encargos Gerais</i>			95,83	1.150,00
<i>Publicidade</i>			200,00	2.400,00
<i>Seguros</i>			200,00	2.400,00
<b><i>Aluguer</i></b>				<b>5.640,00</b>
<i>Aluguer</i>			470,00	5.640,00
<b><i>Amortização Bens Incorpóreos</i></b>				<b>6.140,00</b>
<i>Amortização Bens Incorpóreos</i>				6.140,00
<b><i>Amortização Bens Corpóreos</i></b>				<b>9.973,60</b>
<i>Amortização Bens Corpóreos</i>				9.973,60
<b><i>Salários</i></b>				<b>83.160,00</b>
<i>Salários</i>			4.800,00	67.200,00
<i>Encargos Sociais</i>			1.140,00	15.960,00
<b>Total Custos</b>		-		<b>171.523,60</b>
<b>Diferença entre vendas e custos de produção</b>		-		<b>149.056,40</b>
<b><i>Encargos Financeiros</i></b>				<b>916,55</b>
<i>Interesses Financeiros</i>				916,55
<b>Resultado de Exploração</b>				<b>148.139,85</b>
<b><i>Imposto sobre Rendimento</i></b>				<b>22.220,98</b>
<b>Resultado Líquido</b>				<b>125.918,87</b>

# PIANO ECONOMICO FINANZIARIO

ANO	Ano 3			
	Quantidade diária	Preço médio diário	Venda Mensal	Venda Anual
<b>Vendas</b>				
<i>Cafeteria</i>	250,00	0,80	6.000,00	72.000,00
<i>Bebidas</i>	40,00	1,00	1.200,00	14.400,00
<i>Café da manhã</i>	40,00	1,00	1.200,00	14.400,00
<i>Almoço</i>	40,00	4,00	4.800,00	57.600,00
<i>Aperitivos</i>	40,00	3,50	4.200,00	50.400,00
<i>Coquetel</i>	40,00	10,00	12.000,00	144.000,00
<i>Bolos</i>	10,00	3,50	1.050,00	12.600,00
<b>Total Receitas</b>			<b>30.450,00</b>	<b>365.400,00</b>

ANO	Ano 3			
	Quantidade diária	Custo médio diário	Custo Mensal	Custo Anual
<b>Custos de produção</b>				
<b><i>Custo das mercadorias vendidas e matérias consumidas</i></b>			<b>5.610,00</b>	<b>67.320,00</b>
<i>Cafeteria</i>	250,00	0,20	1.500,00	18.000,00
<i>Bebidas</i>	40,00	0,30	360,00	4.320,00
<i>Café da manhã</i>	40,00	0,25	300,00	3.600,00
<i>Almoço</i>	40,00	0,65	780,00	9.360,00
<i>Aperitivos</i>	40,00	0,60	720,00	8.640,00
<i>Coquetel</i>	40,00	1,50	1.800,00	21.600,00
<i>Bolos</i>	10,00	0,50	150,00	1.800,00
<b><i>Fornecimento e Serviços Externos</i></b>				<b>7.390,00</b>
<i>Comunicações</i>			120,00	1.440,00
<i>Encargos Gerais</i>			95,83	1.150,00
<i>Publicidade</i>			200,00	2.400,00
<i>Seguros</i>			200,00	2.400,00
<b><i>Aluguer</i></b>				<b>5.640,00</b>
<i>Aluguer</i>			470,00	5.640,00
<b><i>Amortização Bens Incorpóreos</i></b>				<b>6.140,00</b>
<i>Amortização Bens Incorpóreos</i>				6.140,00
<b><i>Amortização Bens Corpóreos</i></b>				<b>9.973,60</b>
<i>Amortização Bens Corpóreos</i>				9.973,60
<b><i>Salários</i></b>				<b>83.160,00</b>
<i>Salários</i>			4.800,00	67.200,00
<i>Encargos Sociais</i>			1.140,00	15.960,00
<b>Total Custos</b>				<b>179.623,60</b>
<b>Diferença entre vendas e custos de produção</b>				<b>185.776,40</b>
<b><i>Encargos Financeiros</i></b>				<b>673,80</b>
<i>Interesses Financeiros</i>				673,80
<b>Resultado de Exploração</b>				<b>185.102,60</b>
<b>Imposto sobre Rendimento</b>				<b>27.765,39</b>
<b>Resultado Liquido</b>				<b>157.337,21</b>

ANO	Ano 4			
Vendas	Quantidade diária	Preço médio diário	Venda Mensal	Venda Anual
<i>Cafeteria</i>	275,00	0,80	6.600,00	79.200,00
<i>Bebidas</i>	45,00	1,00	1.350,00	16.200,00
<i>Café da manhã</i>	45,00	1,00	1.350,00	16.200,00
<i>Almoço</i>	45,00	4,00	5.400,00	64.800,00
<i>Aperitivos</i>	45,00	3,50	4.725,00	56.700,00
<i>Coquetel</i>	45,00	10,00	13.500,00	162.000,00
<i>Bolos</i>	12,00	3,50	1.260,00	15.120,00
<b>Total Receitas</b>			<b>34.185,00</b>	<b>410.220,00</b>

ANO	Ano 4			
Custos de produção	Quantidade diária	Custo médio diário	Custo Mensal	Custo Anual
<b>Custo das mercadorias vendidas e matérias consumidas</b>			<b>6.285,00</b>	<b>75.420,00</b>
Cafeteria	275,00	0,20	1.650,00	19.800,00
Bebidas	45,00	0,30	405,00	4.860,00
Café da manhã	45,00	0,25	337,50	4.050,00
Almoço	45,00	0,65	877,50	10.530,00
Aperitivos	45,00	0,60	810,00	9.720,00
Coquetel	45,00	1,50	2.025,00	24.300,00
Bolos	12,00	0,50	180,00	2.160,00
<b>Fornecimento e Serviços Externos</b>				<b>7.390,00</b>
Comunicações			120,00	1.440,00
Encargos Gerais			95,83	1.150,00
Publicidade			200,00	2.400,00
Seguros			200,00	2.400,00
<b>Aluguer</b>				<b>5.640,00</b>
Aluguer			470,00	5.640,00
<b>Amortização Bens Incorpóreos</b>				<b>6.140,00</b>
Amortização Bens Incorpóreos				6.140,00
<b>Amortização Bens Corpóreos</b>				<b>9.973,60</b>
Amortização Bens Corpóreos				9.973,60
<b>Salários</b>				<b>83.160,00</b>
Salários			4.800,00	67.200,00
Encargos Sociais			1.140,00	15.960,00
<b>Total Custos</b>				<b>187.723,60</b>
<b>Diferença entre vendas e custos de produção</b>				<b>222.496,40</b>
<b>Encargos Financeiros</b>				<b>418,62</b>
Interesses Financeiros				418,62
<b>Resultado de Exploração</b>				<b>222.077,78</b>
<b>Imposto sobre Rendimento</b>				<b>33.311,67</b>
<b>Resultado Líquido</b>				<b>188.766,11</b>

# PIANO ECONOMICO FINANZIARIO

ANO	Ano 5			
	Quantidade diária	Preço médio diário	Venda Mensal	Venda Anual
<b>Vendas</b>				
<i>Cafeteria</i>	300,00	0,80	7.200,00	86.400,00
<i>Bebidas</i>	50,00	1,00	1.500,00	18.000,00
<i>Café da manhã</i>	50,00	1,00	1.500,00	18.000,00
<i>Almoço</i>	50,00	4,00	6.000,00	72.000,00
<i>Aperitivos</i>	50,00	3,50	5.250,00	63.000,00
<i>Coquetel</i>	50,00	10,00	15.000,00	180.000,00
<i>Bolos</i>	15,00	3,50	1.575,00	18.900,00
<b>Total Receitas</b>			<b>38.025,00</b>	<b>456.300,00</b>

ANO	Ano 5			
	Quantidade diária	Custo médio diário	Custo Mensal	Custo Anual
<b>Custos de produção</b>				
<b><i>Custo das mercadorias vendidas e matérias consumidas</i></b>			<b>6.975,00</b>	<b>83.700,00</b>
<i>Cafeteria</i>	300,00	0,20	1.800,00	21.600,00
<i>Bebidas</i>	50,00	0,30	450,00	5.400,00
<i>Café da manhã</i>	50,00	0,25	375,00	4.500,00
<i>Almoço</i>	50,00	0,65	975,00	11.700,00
<i>Aperitivos</i>	50,00	0,60	900,00	10.800,00
<i>Coquetel</i>	50,00	1,50	2.250,00	27.000,00
<i>Bolos</i>	15,00	0,50	225,00	2.700,00
<b><i>Fornecimento e Serviços Externos</i></b>				<b>7.390,00</b>
<i>Comunicações</i>			120,00	1.440,00
<i>Encargos Gerais</i>			95,83	1.150,00
<i>Publicidade</i>			200,00	2.400,00
<i>Seguros</i>			200,00	2.400,00
<b><i>Aluguer</i></b>				<b>5.640,00</b>
<i>Aluguer</i>			470,00	5.640,00
<b><i>Amortização Bens Incorpóreos</i></b>				<b>6.140,00</b>
<i>Amortização Bens Incorpóreos</i>				6.140,00
<b><i>Amortização Bens Corpóreos</i></b>				<b>9.973,60</b>
<i>Amortização Bens Corpóreos</i>				9.973,60
<b><i>Salários</i></b>				<b>83.160,00</b>
<i>Salários</i>			4.800,00	67.200,00
<i>Encargos Sociais</i>			1.140,00	15.960,00
<b>Total Custos</b>			<b>-</b>	<b>196.003,60</b>
<b>Diferença entre vendas e custos de produção</b>			<b>-</b>	<b>260.296,40</b>
<b><i>Encargos Financeiros</i></b>				<b>150,39</b>
<i>Interesses Financeiros</i>				150,39
<b>Resultado de Exploração</b>				<b>260.146,01</b>
<b><i>Imposto sobre Rendimento</i></b>				<b>39.021,90</b>
<b>Resultado Liquido</b>				<b>221.124,11</b>

<b>Bcp microcrédito</b>	<b>25.000,00</b>
<b>Socios</b>	<b>58.000,00</b>
<b>Total</b>	<b>83.000,00</b>
<b>Investimento</b>	- 82.200,00

	ano 1	ano 2	ano 3	ano 4	ano 5
<b>Fluxo de Caixa inicial</b>	- 82.200,00	44.022,51	208.275,96	409.492,16	647.683,54
<b>Vendas</b>	274.500,00	320.580,00	365.400,00	410.220,00	456.300,00
Total Custos Operacionais	- 96.190,00	- 96.190,00	- 96.190,00	- 96.190,00	- 96.190,00
Total Custos Variáveis	- 50.940,00	- 59.220,00	- 67.320,00	- 75.420,00	- 83.700,00
Encargos Financeiros	- 1.147,49	- 916,55	- 673,80	- 418,62	- 150,39
<b>Saldo Acumulado</b>	<b>44.022,51</b>	<b>208.275,96</b>	<b>409.492,16</b>	<b>647.683,54</b>	<b>923.943,15</b>

#### Amortização Bens Incorpóreos

Constituição	€	350,00
Despesas de Instalações	€	30.700,00
<b>Total</b>	<b>€</b>	<b>31.050,00</b>

	ano 1	ano 2	ano 3	ano 4	ano 5
€	350,00				
€	6.140,00	€ 6.140,00	€ 6.140,00	€ 6.140,00	€ 6.140,00
<b>€</b>	<b>6.490,00</b>	<b>€ 6.140,00</b>	<b>€ 6.140,00</b>	<b>€ 6.140,00</b>	<b>€ 6.140,00</b>

#### Amortização Bens Corpóreos

Frigorífico	€	4.170,00
Lâmpadas	€	1.800,00
Granita	€	994,00
Fritadeira	€	990,00
Máquina de gelo	€	900,00
Batedeira	€	270,00
Glasswashers	€	840,00
Óculos para Cocktail	€	970,00
Freezer	€	1.100,00
Cozinha de indução	€	4.200,00
Fatiador	€	1.100,00
Fogões de massas	€	512,00
Microonda	€	774,00
Estação de coquetel	€	1.230,00
Caso	€	980,00
Capuz	€	1.100,00
Lavagem do prato	€	1.957,00
Cafeteira	€	3.363,00
Moedor de café	€	500,00
Móveis e Móveis	€	23.400,00
<b>Total</b>	<b>€</b>	<b>51.150,00</b>

	ano 1	ano 2	ano 3	ano 4	ano 5
€	834,00	€ 834,00	€ 834,00	€ 834,00	€ 834,00
€	360,00	€ 360,00	€ 360,00	€ 360,00	€ 360,00
€	198,80	€ 198,80	€ 198,80	€ 198,80	€ 198,80
€	198,00	€ 198,00	€ 198,00	€ 198,00	€ 198,00
€	180,00	€ 180,00	€ 180,00	€ 180,00	€ 180,00
€	270,00				
€	168,00	€ 168,00	€ 168,00	€ 168,00	€ 168,00
€	194,00	€ 194,00	€ 194,00	€ 194,00	€ 194,00
€	220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00
€	840,00	€ 840,00	€ 840,00	€ 840,00	€ 840,00
€	220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00
€	512,00				
€	154,80	€ 154,80	€ 154,80	€ 154,80	€ 154,80
€	246,00	€ 246,00	€ 246,00	€ 246,00	€ 246,00
€	196,00	€ 196,00	€ 196,00	€ 196,00	€ 196,00
€	220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00
€	391,40	€ 391,40	€ 391,40	€ 391,40	€ 391,40
€	672,60	€ 672,60	€ 672,60	€ 672,60	€ 672,60
€	500,00				
€	4.680,00	€ 4.680,00	€ 4.680,00	€ 4.680,00	€ 4.680,00
<b>€</b>	<b>11.255,60</b>	<b>€ 9.973,60</b>	<b>€ 9.973,60</b>	<b>€ 9.973,60</b>	<b>€ 9.973,60</b>

	ano 1	ano 2	ano 3	ano 4	ano 5
€	350,00				
€	6.140,00	€ 6.140,00	€ 6.140,00	€ 6.140,00	€ 6.140,00
<b>€</b>	<b>6.490,00</b>	<b>€ 6.140,00</b>	<b>€ 6.140,00</b>	<b>€ 6.140,00</b>	<b>€ 6.140,00</b>

	ano 1	ano 2	ano 3	ano 4	ano 5
€	834,00	€ 834,00	€ 834,00	€ 834,00	€ 834,00
€	360,00	€ 360,00	€ 360,00	€ 360,00	€ 360,00
€	198,80	€ 198,80	€ 198,80	€ 198,80	€ 198,80
€	198,00	€ 198,00	€ 198,00	€ 198,00	€ 198,00
€	180,00	€ 180,00	€ 180,00	€ 180,00	€ 180,00
€	270,00				
€	168,00	€ 168,00	€ 168,00	€ 168,00	€ 168,00
€	194,00	€ 194,00	€ 194,00	€ 194,00	€ 194,00
€	220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00
€	840,00	€ 840,00	€ 840,00	€ 840,00	€ 840,00
€	220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00
€	512,00				
€	154,80	€ 154,80	€ 154,80	€ 154,80	€ 154,80
€	246,00	€ 246,00	€ 246,00	€ 246,00	€ 246,00
€	196,00	€ 196,00	€ 196,00	€ 196,00	€ 196,00
€	220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00	€ 220,00
€	391,40	€ 391,40	€ 391,40	€ 391,40	€ 391,40
€	672,60	€ 672,60	€ 672,60	€ 672,60	€ 672,60
€	500,00				
€	4.680,00	€ 4.680,00	€ 4.680,00	€ 4.680,00	€ 4.680,00
<b>€</b>	<b>11.255,60</b>	<b>€ 9.973,60</b>	<b>€ 9.973,60</b>	<b>€ 9.973,60</b>	<b>€ 9.973,60</b>

# PIANO ECONOMICO FINANZIARIO

25.000,00	Capital
5,00	Juros Anuais
5,00	Número de anos de duração do empréstimo
0,00	Parcelamento parcelado = 0, adiantado = 1
12,00	Número de parcelas em um ano
471,78	Montante Mensal do Resultado

Interesses		Capital	
Ano 1	1.147,49	Ano 1	4.513,88
Ano 2	916,55	Ano 2	4.744,82
Ano 3	673,80	Ano 3	4.987,57
Ano 4	418,62	Ano 4	5.242,75
Ano 5	150,39	Ano 5	5.510,98

Número de parcelamento	Capital	Interesses	Total	Capital residual	Cálculo de juros do período	Tente o interesse certo	
1	367,61	104,17	471,78	25.000,00	104,17	0,00	Ano 1
2	369,15	102,63	471,78	24.632,39	102,63	0,00	Ano 1
3	370,68	101,10	471,78	24.263,24	101,10	0,00	Ano 1
4	372,23	99,55	471,78	23.892,56	99,55	0,00	Ano 1
5	373,78	98,00	471,78	23.520,33	98,00	0,00	Ano 1
6	375,34	96,44	471,78	23.146,55	96,44	0,00	Ano 1
7	376,90	94,88	471,78	22.771,21	94,88	0,00	Ano 1
8	378,47	93,31	471,78	22.394,31	93,31	0,00	Ano 1
9	380,05	91,73	471,78	22.015,84	91,73	0,00	Ano 1
10	381,63	90,15	471,78	21.635,79	90,15	0,00	Ano 1
11	383,22	88,56	471,78	21.254,16	88,56	0,00	Ano 1
12	384,82	86,96	471,78	20.870,94	86,96	0,00	Ano 1
13	386,42	85,36	471,78	20.486,12	85,36	0,00	Ano 2
14	388,03	83,75	471,78	20.099,70	83,75	0,00	Ano 2
15	389,65	82,13	471,78	19.711,66	82,13	0,00	Ano 2
16	391,27	80,51	471,78	19.322,02	80,51	0,00	Ano 2
17	392,90	78,88	471,78	18.930,74	78,88	0,00	Ano 2
18	394,54	77,24	471,78	18.537,84	77,24	0,00	Ano 2
19	396,18	75,60	471,78	18.143,30	75,60	0,00	Ano 2
20	397,83	73,95	471,78	17.747,12	73,95	0,00	Ano 2
21	399,49	72,29	471,78	17.349,28	72,29	0,00	Ano 2
22	401,16	70,62	471,78	16.949,79	70,62	0,00	Ano 2
23	402,83	68,95	471,78	16.548,63	68,95	0,00	Ano 2
24	404,51	67,27	471,78	16.145,81	67,27	0,00	Ano 2
25	406,19	65,59	471,78	15.741,30	65,59	0,00	Ano 3
26	407,88	63,90	471,78	15.335,11	63,90	0,00	Ano 3
27	409,58	62,20	471,78	14.927,22	62,20	0,00	Ano 3
28	411,29	60,49	471,78	14.517,64	60,49	0,00	Ano 3
29	413,00	58,78	471,78	14.106,35	58,78	0,00	Ano 3
30	414,73	57,06	471,78	13.693,34	57,06	0,00	Ano 3
31	416,45	55,33	471,78	13.278,62	55,33	0,00	Ano 3
32	418,19	53,59	471,78	12.862,16	53,59	0,00	Ano 3
33	419,93	51,85	471,78	12.443,98	51,85	0,00	Ano 3
34	421,68	50,10	471,78	12.024,04	50,10	0,00	Ano 3
35	423,44	48,34	471,78	11.602,36	48,34	0,00	Ano 3
36	425,20	46,58	471,78	11.178,93	46,58	0,00	Ano 3
37	426,97	44,81	471,78	10.753,72	44,81	0,00	Ano 4
38	428,75	43,03	471,78	10.326,75	43,03	0,00	Ano 4
39	430,54	41,24	471,78	9.898,00	41,24	0,00	Ano 4
40	432,33	39,45	471,78	9.467,46	39,45	0,00	Ano 4
41	434,13	37,65	471,78	9.035,13	37,65	0,00	Ano 4
42	435,94	35,84	471,78	8.600,99	35,84	0,00	Ano 4
43	437,76	34,02	471,78	8.165,05	34,02	0,00	Ano 4
44	439,58	32,20	471,78	7.727,29	32,20	0,00	Ano 4
45	441,42	30,37	471,78	7.287,70	30,37	0,00	Ano 4

Número de parcelamento	Capital	Interesses	Total	Capital residual	Cálculo de juros do período	Tente o interesse certo	
46	443,25	28,53	471,78	6.846,29	28,53	0,00	Ano 4
47	445,10	26,68	471,78	6.403,03	26,68	0,00	Ano 4
48	446,96	24,82	471,78	5.957,93	24,82	0,00	Ano 4
49	448,82	22,96	471,78	5.510,98	22,96	0,00	Ano 5
50	450,69	21,09	471,78	5.062,16	21,09	0,00	Ano 5
51	452,57	19,21	471,78	4.611,47	19,21	0,00	Ano 5
52	454,45	17,33	471,78	4.158,90	17,33	0,00	Ano 5
53	456,35	15,44	471,78	3.704,45	15,44	0,00	Ano 5
54	458,25	13,53	471,78	3.248,11	13,53	0,00	Ano 5
55	460,16	11,62	471,78	2.789,86	11,62	0,00	Ano 5
56	462,07	9,71	471,78	2.329,70	9,71	0,00	Ano 5
57	464,00	7,78	471,78	1.867,63	7,78	0,00	Ano 5
58	465,93	5,85	471,78	1.403,63	5,85	0,00	Ano 5
59	467,87	3,91	471,78	937,70	3,91	0,00	Ano 5
60	469,82	1,96	471,78	469,82	1,96	0,00	Ano 5



# CONCLUSÕES FINAIS

O nosso bar, que serve estritamente café expresso italiano e é capaz de oferecer aos clientes poucos produtos fortes mas bem feitos, como croissants, massas, lulas e camarões fritos, tiramisú e cocktails é uma atividade que pode funcionar bem, diferenciando-se da concorrência num curto espaço de tempo. Uma diversificação que serve não só para marcar os tempos de trabalho e produção do local para que possa produzir rendimentos das 7 às 2, mas também capaz de sondar o terreno para entender em que nos concentrar decididamente para além do café. A zona turística, mas ao mesmo tempo popular, escolhida, está em linha com a nossa ideia de negócio e com o que queremos oferecer em Lisboa. Uma oferta que Alfama não tem atualmente e que pode falar sobre a cultura italiana. Uma atividade que pode recordar um cantinho da Itália a aqueles que hoje em dia vivem fora dela, ou a alguém desesperadamente à procura de um expresso bem feito. Um lugar genuíno, que partilhe a excelência dos nossos conhecimentos com poucos pratos simples, caseiros e saborosos que acompanham o que é a vida normal de um bar. Um lugar para reunir, conversar e relaxar. Lisboa é cada vez mais uma realidade internacional, um destino para um importante e crescente afluxo de turistas; uma encruzilhada de povos e culturas como sempre foi na sua história. Uma cidade capaz de acolher e receber. O nosso objetivo é integrar a nossa história e cultura nesta cidade, participando no enriquecimento da oferta atual para residentes e turistas. Queremos contribuir com o nosso trabalho para tornar este porto marítimo ainda mais acolhedor.





# **BUSINESS PLAN**

Progetto Italian Bar

Dr. Alexander Sintini

[www.redazionebusinessplan.it](http://www.redazionebusinessplan.it)