

Etec São Sebastião

**ANA CLARA SANTA CRUZ R. DOS SANTOS
DAVI ANDRADE FERREIRA LIMA
FABRÍCIO NOVAIS BORGES**

PLANO DE NEGÓCIOS:

Contêiner de bebidas

São Sebastião – SP

2024

SUMÁRIO

SUMÁRIO	2
1 SUMÁRIO EXECUTIVO	4
1.1 O CONCEITO DO NEGÓCIO E OPORTUNIDADE	4
1.2 MERCADO E COMPETIDORES	4
1.3 EQUIPE DE GESTÃO	5
1.4 PRODUTOS/ SERVIÇOS E VANTAGENS COMPETITIVAS.....	5
1.5 ESTRUTURA E OPERAÇÕES.....	5
1.6 MARKETING E PROJEÇÃO DE VENDAS	6
1.7 FINANÇAS	6
2 CONCEITO DO NEGÓCIO	7
2.1 RESUMO DO NEGÓCIO	7
2.1.1 OPORTUNIDADE	8
2.2 MODELO DE NEGÓCIO	8
2.2.1 ATIVIDADE CHAVE.....	8
2.1.2 Recursos chave	9
2.1.3 Proposta de valor	9
2.1.4 Relacionamento com o cliente.....	10
2.1.5 Segmento de mercado.....	10
2.1.6 Canais	10
2.1.7 Estrutura de custos	11
2.1.8 Fonte de receitas	11
3 MERCADO E COMPETIDORES	11
3.1 Análise do Setor.....	11
3.2 Mercado Alvo	12
3.3 Análise da Concorrência	13
4 EQUIPE DE GESTÃO	15
5 PRODUTOS E SERVIÇOS	15

5.1 PORTIFÓLIO:	16
6 ESTRUTURA E OPERAÇÕES	20
6.1 Isolamento térmico	20
6.2 Revestimento Externo	21
6.3 Material de Revestimento Interno	21
6.4 Sistema de refrigeração	21
6.5 Fornecedores de Grandes Bebidas	21
6.6 Parceiros de Marketing e Vendas	21
6.7 Fornecedores de Serviços de Manutenção	21
6.8 Parceiros Financeiros	22
6.9 Parceiros de Tecnologia	22
6.10 Parceiros de Tecnologia	22
7 MARKETING E VENDAS	23
7.2 componentes plano do marketing:	23
7.2.1 PRODUTO	23
7.2.2 PREÇO	23
7.2.3 PRAÇA	24
7.2.4 PROMOÇÃO	24
8 ESTRATÉGIA DE ENTRADA NO MERCADO E CRESCIMENTO	25
8.1 Missão	25
8.2 Visão	25
8.3 Valores	25
8.4 Análise SWOT	26
8.5 Metas e Objetivos	27
8.6 Estratégias de Crescimento	28
9 FINANÇAS	29
REFERÊNCIA:	33
ANEXO A - Nome do Anexo	34

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 O CONCEITO DO NEGÓCIO E OPORTUNIDADE

O Contêiner de Bebidas é uma solução inovadora para atender à demanda de estabelecimentos como bares, restaurantes e quiosques, oferecendo um serviço de estoque externo de bebidas geladas. Localizado em São Sebastião, São Paulo, o contêiner oferece uma variedade de produtos, incluindo cervejas, refrigerantes, sucos, água e gelo, que podem ser consumidos de imediato. A proposta é eliminar a necessidade de armazenamento próprio nos estabelecimentos, substituindo-o por um contêiner refrigerado que fornece as bebidas prontas para a entrega, assegurando qualidade e conveniência.

Essa iniciativa atende a uma necessidade crescente no setor de bebidas, que enfrenta dificuldades com o armazenamento e a manutenção de bebidas geladas. Nosso modelo também inclui um aplicativo para facilitar o gerenciamento de pedidos e uma rede de entregas rápidas. O plano de expansão prevê a instalação de contêineres em outras regiões conforme a demanda, assegurando um serviço ágil e bem posicionado em áreas com alta circulação turística.

1.2 MERCADO E COMPETIDORES

O mercado de bebidas no litoral, especialmente em locais de turismo como São Sebastião, vem crescendo, impulsionado por um aumento no consumo de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, e com essa necessidade de bebidas extras vem a dificuldade de estoque dos estabelecimentos, na qual oferecemos essa ideia para ajudar. A concorrência inclui estabelecimentos como Adega da Erika e Mercado Vitória, ambos com vantagens locais, mas que carecem de serviços de delivery e de uma presença digital forte. O Contêiner de Bebidas se diferencia por oferecer conveniência, entrega rápida e um portfólio variado, integrando práticas de sustentabilidade como reciclagem e logística reversa.

1.3 EQUIPE DE GESTÃO

A equipe de gestão é composta por três sócios: Ana Clara Santa Cruz, Davi Andrade e Fabrício Novais, todos com formação em marketing e diferentes habilidades em finanças, marketing e gestão. Com participação societária igualitária, os sócios são responsáveis pelas decisões estratégicas e operacionais, garantindo o sucesso e o crescimento da empresa. Conduzirão segmentos específicos do empreendimento, contribuindo assim para o sucesso do negócio.

1.4 PRODUTOS/ SERVIÇOS E VANTAGENS COMPETITIVAS

O Contêiner de Bebidas oferece cervejas, sucos, refrigerantes, cachaças, energéticos, água e gelo, sempre prontos para consumo. Essa solução otimiza o espaço dos clientes e melhora a experiência de consumo ao oferecer bebidas sempre geladas. O contêiner garante um serviço prático e eficiente, com entrega rápida e alta disponibilidade dos produtos, atendendo às necessidades dos clientes de maneira contínua.

1.5 ESTRUTURA E OPERAÇÕES

A operação do contêiner conta com uma equipe qualificada e uma estrutura robusta que inclui sistemas de refrigeração de alta qualidade, isolamento térmico eficiente e materiais de revestimento seguros. Além disso, estabelecemos parcerias com fornecedores de bebidas, marketing e serviços de manutenção para assegurar um funcionamento eficiente e contínuo. O contêiner opera de acordo com as normas locais, com a devida autorização da prefeitura para instalação.

1.6 MARKETING E PROJEÇÃO DE VENDAS

A estratégia de marketing do contêiner de bebidas faz com que ele seja a opção de entrega mais rápida de São Sebastião. A divulgação do serviço seria em plataformas digitais como iFood e Litoral na Mesa e redes sociais como Instagram e anúncios estrategicamente feitos:

- Clientes Anuais: nossa meta é conquistar 60 clientes no primeiro ano de funcionamento e ir aumentando para 220 até o quinto ano.

- Faturamento Anual: com base no aumento da base de clientes, a meta é de R\$ 15.000 no primeiro ano e cresce para R\$ 150.000.

1.7 FINANÇAS

O investimento necessário é de R\$ 200.000, o valor irá ser utilizado para a compra do contêiner, manutenção e sistema de refrigeração, e o capital de giro para o início das atividades. E o fluxo de ganhos positivo está previsto para o terceiro ano de funcionamento.

VPL (Valor Presente Líquido): R\$ 1.031.799,81, com taxa de desconto de 12%.

TIR (Taxa Interna de Retorno): 99,34%, mostrando que o projeto é muito atrativo..

2 CONCEITO DO NEGÓCIO

Nosso modelo de negócio visa suprir a necessidade de estoque de bebidas geladas para restaurantes, quiosques, adegas e bares, oferecendo uma solução que elimina a necessidade de armazenamento próprio.

Com o uso de nosso contêiner refrigerado, esses estabelecimentos terão acesso a uma variedade de bebidas, como cervejas, sucos, refrigerantes e energéticos, prontas para consumo imediato.

O contêiner é projetado para substituir o estoque tradicional, garantindo um abastecimento rápido e eficiente. Além disso, um aplicativo será disponibilizado para facilitar o gerenciamento de pedidos e a integração com os clientes. Inicialmente, a empresa atuará em São Sebastião - São Paulo, onde há alta concentração de estabelecimentos de serviços alimentícios e de bebidas.

A expansão para outras regiões ocorrerá conforme a demanda e a capacidade operacional permitirem.

2.1 RESUMO DO NEGÓCIO

O mercado de bebidas é altamente competitivo e vem crescendo cada vez mais, e esses estabelecimentos vêm enfrentando dificuldades com o gerenciamento de estoque e a necessidade de manter as bebidas geladas. Pensando nisso, desenvolvemos um plano de negócio que busca resolver esse problema de uma maneira prática e eficaz.

2.1.1 OPORTUNIDADE

Foi identificada uma oportunidade significativa nesse mercado ao oferecer uma solução que substitui a necessidade de os estabelecimentos manterem seus próprios estoques de bebidas geladas. O contêiner será o estoque desses estabelecimentos, com uma ampla variedade de produtos, sendo eles: cervejas, cachaça, energéticos, sucos, água, gelo, e assim atingindo as necessidades de todos os públicos.



2.2 MODELO DE NEGÓCIO

2.2.1 ATIVIDADE CHAVE

- As principais atividades do Contêiner de Bebidas são:
- Gerenciamento de estoque via software para evitar desperdícios.
- Operação e manutenção para funcionamento adequado.
- Atendentes e entregadores para garantir bebidas geladas disponíveis.

- Sistema de logística eficiente para entregar as bebidas de forma rápida e geladas

2.1.2 Recursos chave

- O Contêiner de Bebidas requer:
- Equipamentos de refrigeração
- Ferramentas de manutenção
- Presença online em plataformas
- Frota de entrega e uma equipe qualificada
- Parcerias com fornecedores de bebidas e empresas de tecnologia
- Parcerias com empresas de marketing

2.1.3 Proposta de valor

- Fornecimento rápido de bebidas geladas em pontos estratégicos.
- Otimização de espaços em bares e restaurantes, eliminando a necessidade de estoques próprios.
- Logística reversa com incentivo à devolução de garrafas e latas mediante descontos.
- Destinação de resíduos para reciclagem.

2.1.4 Relacionamento com o cliente

- Utilização de canais digitais: WhatsApp, Instagram, Facebook e site do Empório.
- Produção de conteúdo relevante, como vídeos e dicas sobre bebidas.
- Contato direto através de entregas e interações presenciais.
- Atendimento personalizado para garantir proximidade com o cliente.

2.1.5 Segmento de mercado

- Donos de quiosques, restaurantes e bares.
- Consumidores individuais que buscam praticidade e conveniência.
- Foco principal em pessoas de 30 a 40 anos que gerenciam estabelecimentos ou têm necessidade de serviços rápidos e eficientes.

2.1.6 Canais

- Plataformas digitais e de delivery: Zé Delivery, iFood e Litoral na Mesa.
- Redes sociais: Instagram e Facebook.
- Site do Empório.

2.1.7 Estrutura de custos

- Produção e manutenção dos contêineres.
- Despesas operacionais: estoque e logística.
- Marketing e publicidade.
- Custos administrativos e folha de pagamento.
- Aquisição de ferramentas e equipamentos para refrigeração.

2.1.8 Fonte de receitas

- Venda de bebidas e gelo.
- Serviço de entrega.
- Taxas associadas ao serviço oferecido.
- Oferta de conveniência e rapidez para abastecimento de estabelecimentos.

3 MERCADO E COMPETIDORES

3.1 Análise do Setor

O setor de bebidas tem experimentado um crescimento constante, especialmente nas áreas litorâneas, impulsionado pelo turismo. Em 2022, o número de consumidores de bebidas alcoólicas aumentou, com o mercado de cervejarias crescendo 12%. As bebidas não alcoólicas também tiveram um avanço, com um aumento de 2,1% no consumo, totalizando 100,9 bilhões de litros. Esse mercado é promissor devido a fatores como o clima favorável, que atrai pessoas em busca de frescor, e a realização de eventos que permitem a venda de produtos locais. No

entanto, enfrenta desafios, como a concorrência intensa e a possibilidade de vendas reduzidas fora da alta temporada turística. Com o passar dos anos, o setor tem se transformado e apresentado novas tendências, incluindo a responsabilidade social e a sustentabilidade. A implementação de práticas como a reciclagem e o descarte correto são fundamentais para atender à demanda crescente por ações sustentáveis, refletindo uma preocupação que vem ganhando espaço nas empresas.

3.2 Mercado Alvo

Para identificar o segmento e o nicho no mercado de bebidas, é essencial conhecer o público-alvo, a concorrência, as tendências e o perfil econômico. O perfil de nossos compradores inclui pessoas de 30 a 40 anos, como proprietários de bares, quiosques e restaurantes, além de consumidores individuais, ambos buscam uma entrega rápida e eficiente de bebidas.

Os clientes comerciais adquirem grandes quantidades para revenda, frequentemente através de distribuidoras. Fatores como rapidez na entrega, localização e qualidade do atendimento são cruciais na escolha do fornecedor. A distribuição geográfica dos clientes, que estão espalhados por São Sebastião, também influencia nas operações e estratégias de atendimento.

3.3 Análise da Concorrência

Após uma análise dos concorrentes conseguimos

Forças e Fraquezas:

Adega da Erika

Forças:

- Boa localização (próxima à praia).
- Bom layout do estabelecimento.
- Limpeza adequada.
- Diversidade de formas de pagamento.

Fraquezas:

- Não oferece delivery.
- Não possui responsabilidade social.
- Ausência de presença nas redes sociais.
- Fragilidades no relacionamento com os clientes.
- Ambiente pode melhorar.
- Falta de diversidade nos produtos.

Mercado Vitória:

Forças:

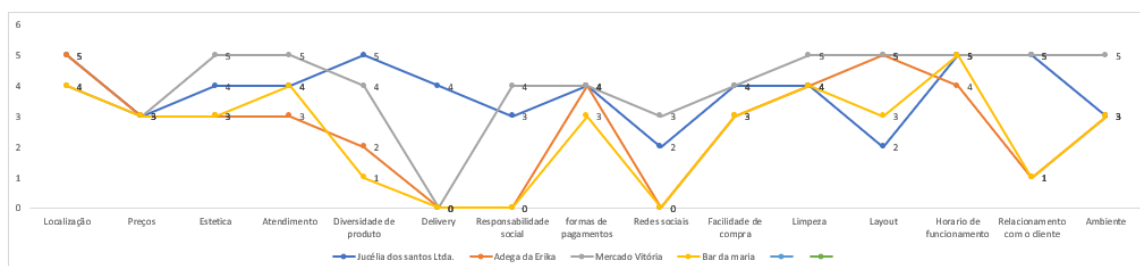
- Boa localização.
- Diversidade de produtos.
- Compromisso com responsabilidade social.
- Diversidade de formas de pagamento.
- Facilidade durante as compras.
- Limpeza adequada.
- Bom layout do estabelecimento.
- Escala de horários ampla e acessível.
- Bom relacionamento com os clientes.
- Ambiente agradável.

Fraquezas

- Não oferece delivery.

	Localização	Preços	Estética	Atendimento	Diversidade de produto	Delivery	Responsabilidade social	formas de pagamentos	Redes sociais	Facilidade de compra	Limpeza	Layout	Horário de funcionamento	Relacionamento com o cliente	Ambiente	Média Total
Jucélia dos santos Ltda.	5	3	4	4	5	4	3	4	2	4	4	2	5	5	3	3,80
Adega da Erika	5	3	3	3	2	0	0	4	0	3	4	5	4	1	3	2,67
Mercado Vitória	4	3	5	5	4	0	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4,07
Bar da maria	4	3	3	4	1	0	0	3	0	3	4	3	5	1	3	2,47
																-
																-

Curva de Valor



4 EQUIPE DE GESTÃO

Nossa equipe de gestão é composta por três integrantes, Ana Clara Santa Cruz que tem a formação em marketing e está na parte financeira da empresa, com porcentagem societária de 33%, Davi Andrade que tem a formação em marketing e está na parte de marketing da empresa, com porcentagem societária de 33%, e Fabrício Novais que tem a formação em marketing e está na parte de gestão da empresa.

5 PRODUTOS E SERVIÇOS

Nossa seleção inclui uma ampla variedade de bebidas prontas para consumo, como cervejas, sucos, refrigerantes, cachaças, energéticos e água, todas servidas geladas para atender diferentes preferências. A conveniência de oferecer bebidas sempre refrigeradas elimina a necessidade de armazenamento adicional e otimiza o espaço nos estabelecimentos dos clientes. Além disso, a entrega rápida e confiável garante produtos em perfeitas condições, promovendo eficiência operacional e maior satisfação do cliente

Produto	Categoria	Volume Disponível	Preço Unitário (R\$)	Observações
Cerveja	Bebida Alcoólica	350ml, 500ml, 1L	R\$ 8,00	Disponível em packs e avulso
Suco	Bebida Não Alcoólica	1L, 2L	R\$ 13,00	Diversos sabores
Refrigerante	Bebida Não Alcoólica	350ml, 2L	R\$ 35,00	Opções regular e zero açúcar
Água	Bebida Não Alcoólica	500ml, 1L	R\$ 7,00	Água mineral e com gás
Cachaça	Bebida Alcoólica	500ml, 700ml	R\$ 30,00	Marcas regionais e premium
Gelo	Complemento	1kg, 5kg	R\$ 7,00	Ideal para eventos

5.1 PORTIFÓLIO:

Cervejas:



Figura 1: CERVEJAS

Cachaças:



Figura 2 CACHAÇAS

Refrigerantes:



Figura 3 REFRIGERANTE

Energéticos:



Figura 4 Energéticos:

Sucos:



Figura 5 SUCOS

ÁGUA:



Figura 6 ÁGUA

Gelo:



Figura 7 GELO

6 ESTRUTURA E OPERAÇÕES

Para que o contêiner da Juh possa existir e operar de maneira eficaz, é necessário contar com diversos recursos fundamentais. Em primeiro lugar, os recursos humanos são essenciais. É necessário ter uma equipe qualificada, com habilidades específicas para executar as tarefas diárias, e gestores que coordenem e dirijam a organização. Sem uma equipe capacitada e uma gestão eficiente, as operações podem ser comprometidas.

Além disso, os recursos financeiros são extremamente importantes. Sem eles, não é possível alcançar os resultados esperados, pois é necessário investir na manutenção do contêiner, na compra de matérias-primas e na cobertura das despesas operacionais. O investimento também é crucial para o crescimento e a manutenção das condições ideais do contêiner.

Para garantir que o contêiner esteja em perfeitas condições, é fundamental considerar os seguintes materiais e recursos

6.1 Isolamento térmico

A espuma de poliuretano é amplamente utilizada para isolamento térmico e possui um custo relativamente baixo. Alternativamente, a lã de vidro pode ser empregada, especialmente em situações em que o contêiner precise resistir a temperaturas extremamente baixas.

6.2 Revestimento Externo

O metal, como aço inox ou alumínio, é durável e resistente, sendo ideal para estruturas externas que precisam suportar impactos e intempéries. O plástico reforçado, como polipropileno ou polietileno, é uma opção leve e resistente à corrosão.

6.3 Material de Revestimento Interno

O plástico alimentício é seguro para contato com bebidas e fácil de limpar. O aço inox, por sua vez, é resistente à corrosão e possui alta durabilidade, sendo ideal para manter o ambiente interno higienizado.

6.4 Sistema de refrigeração

Para a refrigeração, pode ser utilizada uma unidade portátil elétrica ou a gás, dependendo da necessidade. Alternativas como gelo seco ou pacotes de gelo também podem ser consideradas, especialmente em locais onde não haja acesso constante a energia.

6.5 Fornecedores de Grandes Bebidas

Trabalhar com fornecedores de grandes marcas como AmBev, Pepsico, Cervejarias Kaiser e Coca-Cola, aumenta a visibilidade da empresa, além de atrair mais clientes e fortalecer a credibilidade do negócio.

6.6 Parceiros de Marketing e Vendas

Agências de marketing como a Yooper e Ingage Digital são fundamentais para promover o contêiner e suas ofertas, desenvolvendo campanhas e estratégias que atraiam mais clientes. Representantes de vendas podem atuar negociando contratos e promovendo as bebidas e os serviços oferecidos.

6.7 Fornecedores de Serviços de Manutenção

Empresas especializadas garantem a manutenção preventiva e corretiva dos sistemas de refrigeração, enquanto serviços gerais cuidam da conservação estrutural e limpeza do contêiner. Um exemplo de serviço local é ERV Manutenções e Soluções em Caraguatatuba.

6.8 Parceiros Financeiros

Instituições financeiras oferecem capital para aquisição e manutenção do contêiner. Além disso, seguradoras podem proteger os bens contra danos, furtos e outras eventualidades. Exemplos são a Berry consultoria e PJ Cora

6.9 Parceiros de Tecnologia

Provedores de tecnologia de refrigeração como a Refrisylam oferecem soluções avançadas para monitoramento e controle da temperatura interna. Desenvolvedores de software podem criar ferramentas para gestão de estoque e otimização das operações.

6.10 Parceiros de Tecnologia

Para que o contêiner opere em conformidade com as regulamentações locais, é necessário elaborar um ofício solicitando à Prefeitura a autorização para comercializar bebidas e instalar o contêiner no local escolhido. O documento deve detalhar os requisitos legais específicos, como licenças de funcionamento e regularização ambiental. Além disso, é essencial que o contêiner atenda às normas de vigilância sanitária e segurança, garantindo que o ambiente seja adequado para a manipulação e venda de bebidas.

7 MARKETING E VENDAS

O Contêiner de Bebidas será conhecido como a opção mais prática e eficiente para fornecer bebidas geladas no litoral norte. A marca será associada à conveniência, qualidade e responsabilidade ambiental, conquistando tanto comerciantes quanto consumidores. O diferencial competitivo está na rapidez da entrega, na variedade de produtos e no compromisso com a sustentabilidade, destacando ações como a logística reversa

7.2 COMPONENTES PLANO DO MARKETING:

7.2.1 PRODUTO

O contêiner disponibiliza uma ampla variedade de bebidas, como cervejas, sucos, refrigerantes, cachaças, energéticos e água, sempre armazenadas em condições ideais para consumo imediato.

Diferenciais:

- Bebidas sempre prontas para consumo, na temperatura certa.
- Ampla seleção de produtos que atendem diferentes perfis de público.
- Foco em sustentabilidade, com logística reversa e incentivos à devolução de embalagens.

7.2.2 PREÇO

- Preços competitivos para compras em grande volume.
- Descontos progressivos para clientes regulares, como bares e restaurantes.

- Tarifas um pouco mais altas para consumidores finais, justificadas pela conveniência e praticidade do serviço.

7.2.3 PRAÇA

- Contêineres físicos estrategicamente localizados em praias, centros urbanos, pontos turísticos e perto de comércios para suprir a demanda.
- Presença em plataformas online, como iFood e Zé Delivery, para prestar serviço aos clientes.
- Colaborações com comércios locais para aumentar a visibilidade da marca.

7.2.4 PROMOÇÃO

- Conteúdo nas redes sociais para comerciantes e para compradores
- Publicidade no Google Ads e Facebook Ads
- Parceria com criadores de conteúdo da região

Ações Presenciais:

- Distribuição de panfletos em eventos da cidade
- Participação em eventos gastronômicos da prefeitura, ajudando no fornecimento de bebidas

8 ESTRATÉGIA DE ENTRADA NO MERCADO E CRESCIMENTO

8.1 Missão

Nossa missão é transformar a maneira como bares, restaurantes, quiosques e adegas gerenciam seus estoques de bebidas, proporcionando soluções inovadoras e sustentáveis. Queremos oferecer praticidade, rapidez e qualidade, garantindo que nossos clientes tenham bebidas geladas e prontas para consumo a qualquer momento.

8.2 Visão

Ser reconhecida como a principal referência nacional em soluções de contêineres refrigerados para gestão de bebidas até 2028. Almejamos expandir para outros estados e consolidar um modelo sustentável e tecnologicamente avançado, que inspire inovação e excelência no setor de bebidas.

8.3 VALORES

- **Inovação:** Antecipar tendências e incorporar tecnologias para melhorar continuamente nossos serviços.
- **Sustentabilidade:** Reduzir o impacto ambiental por meio de práticas como reciclagem, logística reversa e uso eficiente de recursos.
- **Qualidade:** Garantir produtos em perfeito estado de conservação, com entregas rápidas e confiáveis.
- **Colaboração:** Cultivar parcerias duradouras com fornecedores, clientes e comunidades locais.
- **Ética e Transparência:** Priorizar relações honestas e claras com todas as partes envolvidas.

8.4 ANÁLISE SWOT

Forças

- Solução diferenciada que elimina a necessidade de armazenamento próprio.
- Portfólio diversificado que inclui bebidas alcoólicas e não alcoólicas, gelo e produtos premium.
- Capacidade de entrega rápida e operação integrada a plataformas digitais.

Fraquezas

- Alta dependência de infraestrutura tecnológica para o gerenciamento e logística.
- Necessidade de manutenção frequente dos contêineres e sistemas de refrigeração.
- Necessidade de maior capital de giro para expansão e marketing em novas áreas.

Oportunidades

- Crescimento do turismo no litoral paulista, especialmente em períodos sazonais.
- Parcerias estratégicas com marcas renomadas e distribuidores locais.

- Potencial de replicação do modelo em outras regiões com grande concentração de bares e restaurantes.
- Adoção de práticas sustentáveis como diferencial competitivo em um mercado em evolução.

Ameaças

- Oscilações econômicas que podem impactar o setor de turismo e consumo de bebidas.
- Mudanças regulatórias no uso de contêineres em áreas urbanas e turísticas.
- Avanço da concorrência por meio de inovações similares ou modelos mais econômicos.

8.5 METAS E OBJETIVOS

Cadastro das metas			Ano 1		Ano 2		Ano 3		Ano 4		Ano 5	
Meta	Área	Formato	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado
Aumento da Base de Clientes	Vendas	Número	60		80		105		150		220	
Aumento do Faturamento	Vendas	Moeda (R\$)	R\$ 15.000		R\$ 30.000		R\$ 60.000		R\$ 90.000		R\$ 120.000	

- Implementar dois contêineres refrigerados estrategicamente localizados em São Sebastião nos próximos 5 anos.
- Firmar cinco parcerias estratégicas com fornecedores locais e regionais.
- Atingir um faturamento de R\$ 200.000.
- Médio Prazo (2-3 anos)
- Expandir a operação para cidades turísticas vizinhas, como Ilhabela e Caraguatatuba.

- Automatizar totalmente o gerenciamento de estoque e logística por meio de um aplicativo proprietário.
- Longo Prazo (5 anos para frente)
- Expandir para capitais e grandes centros urbanos.
- Investir em pesquisa e desenvolvimento para criar soluções ainda mais sustentáveis.

8.6 ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO

1. Diferenciação de Produto: Oferecer bebidas geladas de qualidade garantida, com logística eficiente e suporte técnico contínuo.

2. Expansão Geográfica: Avaliar mercados prioritários e instalar contêineres em áreas estratégicas com alta densidade de estabelecimentos comerciais.

3. Parcerias Estratégicas: Firmar acordos com grandes marcas de bebidas para fornecer exclusividade e aumentar a atratividade do portfólio.

4. Marketing Digital Avançado: Desenvolver campanhas segmentadas utilizando redes sociais, influenciadores e anúncios em plataformas como Instagram, Facebook e Google Ads.

5. Inovação Tecnológica: Implantar sistemas inteligentes de monitoramento e controle de temperatura em tempo real, aumentando a eficiência operacional e a satisfação do cliente.

6. Responsabilidade Social: Investir em programas de conscientização ambiental e reciclagem, promovendo práticas sustentáveis que reforcem o compromisso da marca com a comunidade.

9 FINANÇAS

Investimentos (usos e fontes) –

O investimento inicial necessário para dar início ao funcionamento do contêiner de bebidas será de R\$ 200.000,00. Esse valor foi cuidadosamente planejado para cobrir as áreas essenciais do contêiner, garantindo que todas as operações aconteçam de acordo com o planejamento estratégico. Entre os recursos essenciais, destacam-se os sistemas de refrigeração, materiais para o revestimento interno e os fornecedores especializados para manutenção. A manutenção abrangerá tanto o sistema de refrigeração quanto o revestimento externo, essenciais para o bom desempenho do contêiner e a qualidade do serviço oferecido.

Além disso, parcerias financeiras, tecnológicas e de marketing serão fundamentais para garantir o sucesso do projeto. Essas parcerias permitirão o acesso a soluções inovadoras e serviços especializados, contribuindo para a viabilidade e o crescimento sustentável do negócio. As empresas parceiras serão selecionadas com base na qualidade dos seus serviços e na capacidade de atender às necessidades do contêiner, sempre com o foco na satisfação do cliente. O uso de recursos de alta qualidade assegurará o bom funcionamento do projeto e a fidelização do público-alvo.

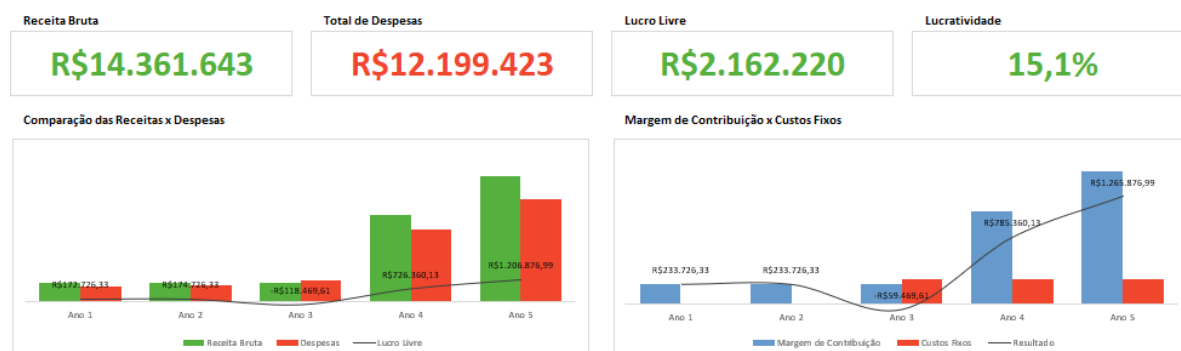
Todos os investimentos serão direcionados de acordo com o planejamento estratégico estabelecido, com o objetivo de garantir a eficiência operacional e a sustentabilidade financeira do contêiner. A alocação de recursos será feita com base nas prioridades de cada área, como infraestrutura, tecnologia e manutenção, visando sempre a melhoria contínua. O sucesso do projeto dependerá não apenas da implementação inicial, mas também do acompanhamento constante da performance, com ajustes sempre que necessário para atender às expectativas do mercado. Dessa

forma, espera-se consolidar a operação de forma eficiente e lucrativa ao longo do tempo.

Composição de custos e despesas

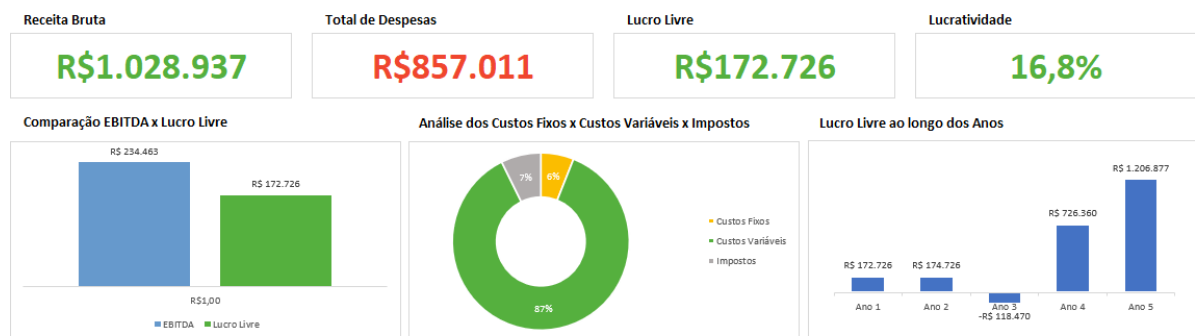
Comparando as receitas com as despesas, o ano 1 terá R\$ 172.726,33 de receita bruta, ano 2 R\$ 174.726, o ano 3 vai ter R\$ 118.469,61 de despesas, já o ano 4 irá aumentar o número de receita bruta com R\$726.360,13 e o ano 5 terá 1.206.876,99 de receita bruta.

Comparando a margem de contribuição com a de preços fixos, a margem de contribuição do ano 1 estima-se ser de R\$ 233.726,33, o ano 2 ainda com R\$ 233.726,33, o ano 3 os custos fixos irão se sobressair com R\$ 59.469,61, no ano 4 a margem de contribuição será de R\$ 785.360,13 e no ano 5 de 1.265.876,99. Concluindo com R\$ 14.361.643 de receita bruta e R\$ 12.199.423 de despesas, um lucro livre de 2.162.220 com uma lucratividade de 15,1%.



Comparando o EBITDA com o lucro livre, o EBITDA é de R\$ 234.463 enquanto o lucro livre é de R\$ 172.726. Os custos variáveis são tem 87% da conta, enquanto os fixos são 6% e os impostos 7%.

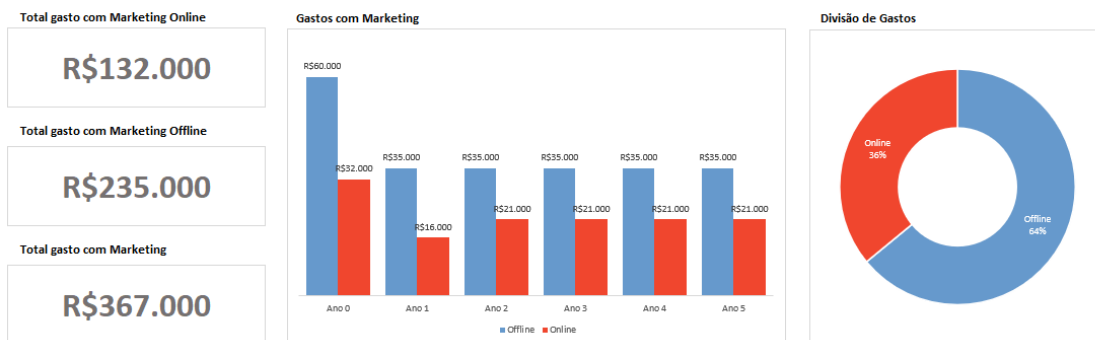
O lucro livre ao longo de 5 anos é respectivamente de: R\$ 172.726, R\$ 174.726, uma diminuição de R\$ 118.470, uma lucratividade livre de R\$ 726.360 e de 1.206.877. a receita bruta é de R\$ 1.028.937, as despesas de R\$ 857.011, um lucro livre total de R\$ 172.726 e uma porcentagem de lucratividade de 16,8%.



No total, o investimento em marketing online foi de R\$132.000, enquanto o marketing offline recebeu R\$235.000, totalizando um gasto geral de R\$367.000.

No "Ano 0," o marketing offline teve um gasto elevado de R\$60.000, enquanto o online foi de R\$32.000. A partir do "Ano 1" até o "Ano 5," os gastos se mantêm constantes em R\$35.000 para o offline e variam entre R\$16.000 e R\$21.000 para o online.

À direita, um gráfico de pizza mostra a divisão percentual dos gastos totais, indicando que 64% do orçamento foi destinado ao marketing offline e 36% ao online.



REFERÊNCIA:

NUTROR BLENDS. O mercado de bebidas não alcoólicas: crescimento, inovação e saudabilidade. Disponível em: <<https://nutrorblends.com/o-mercado-de-bebidas-nao-alcoolicas-crescimento-inovacao-e-saudabilidade/>>. Acesso em: 2024

MODUCON. Afinal, qual é o material utilizado na fabricação de containers? Disponível em: <<https://moducon.com.br/blog/afinal-qual-e-o-material-utilizado-na-fabricacao-de-containers/>>. Acesso em: 2024

DESCUBRA BEBIDAS. As cervejas mais vendidas no Brasil. Disponível em: <<https://descubrabebedas.com/as-cervejas-mais-vendidas-no-brasil/>>. Acesso em: 2024

GUIA DA CERVEJA BR. Produção de bebidas alcoólicas segue trajetória de crescimento em março. Disponível em: <<https://guiadacervejabr.com/producao-de-bebidas-alcoolicas-segue-trajetoria-de-crescimento-em-marco/>>. Acesso em:2024

CLUBE DO MALTE. Disponível em: <<https://www.clubedomalte.com.br/>>. Acesso em: 2024

DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios, 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016

DORNELAS, J. Plano de Negócios com o modelo Canvas: guia prático de avaliação de ideias de negócio a partir de exemplos. Rio de Janeiro: LTC, 2015

FERREL, O.C.Estratégia de marketing : teoria e casos: uma abordagem gerencial. São Paulo : Cengage Learning, 2016

KOTLER, P. Administração de Marketing: a Bíblia do marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. (e-book)

SHIRAIISHI, G. (org.) Administração de marketing. São Paulo: Pearson, 2012. (e-book)

STRAUSS, J. FROST, R. E-Marketing. 6. ed. São Paulo: Pearson
Prentice Hall, 2012. (e-book)

ANEXO A - Nome do Anexo