

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN

TÉCNICO ADMINISTRATIVO

GEOVANNA DA CONCEIÇÃO

LARYSSA CORREA LEITE

LAURA VICTÓRIA WASCHINSKI

MARINA DE OLIVEIRA FARIAS

NATHLEEN SILVA BENEVIDES

PABLO FERREIRA ROCHA GONÇALVES

PEDRO HENRIQUE SANTOS RIBEIRO

NEGRONI

BAR MÓVEL

OSASCO

2024

GEOVANNA DA CONCEIÇÃO
LARYSSA CORREA LEITE
LAURA VICTÓRIA WASCHINSKI
MARINA DE OLIVEIRA FARIAS
NATHLEEN SILVA BENEVIDES
PABLO FERREIRA ROCHA GONÇALVES
PEDRO HENRIQUE RIBEIRO SANTOS

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado ao Curso Técnico em
Administração do Centro Estadual de
Educação Tecnológica Paula Souza –
ETEC Prof. André Bogasian como pré-
requisito para obtenção de título de
Técnico em Administração.
Orientadores: Kleber Tadeu Rocha /
Lucimar Silva Orsi

OSASCO

2024

GEOVANNA DA CONCEIÇÃO
LARYSSA CORREA LEITE
LAURA VICTÓRIA WASCHINSKI
MARINA DE OLIVEIRA FARIAS
NATHLEEN SILVA BENEVIDES
PABLO FERREIRA ROCHA GOLÇALVES
PEDRO HENRIQUE RIBEIRO SANTOS

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado ao Curso Técnico em
Administração do Centro Estadual de
Educação Tecnológica Paula Souza
Etec Prof. André Bogasian como pré-
requisito para obtenção de título de
Técnico em Administração.

Osasco, 12 Dezembro de 2024

AGRADECIMENTO

Gostaríamos de expressar nossa sincera gratidão a todos que me apoiaram e incentivaram ao longo da elaboração deste Trabalho de Conclusão de Curso. Em especial, quero agradecer às mães, Edna Regina de Oliveira, Maria Aparecida Ferreira, Regina Ferreira da Silva, Sandra Scola Waschinski, Patrícia dos Passos Santos e Viviane Correa da Silva, aos pais, Alexandre Ribeiro Faria, Antonio Francisco da Conceição, Jefferson de Oliveira Ribeiro e Marcelo Waschinski, às irmãs Kathleen Silva Benevides, Jennifer Ferreira Rocha Gonçalves e Maria Eduarda Waschinski, às avós Maria José da Conceição e Marina Correa e a sobrinha Mellany Valentina Benevides Cavalcante. O apoio incondicional, a compreensão e as palavras de encorajamento de cada um foram essenciais para que eu pudesse superar os desafios e concluir este trabalho.

A presença constante e o suporte emocional de vocês foram fundamentais para a realização deste projeto. Sem a força e a dedicação de cada um, este momento não seria possível. Muito obrigado por estarem ao nosso lado e por acreditarem em nós.

"A persistência é o caminho do êxito."

Charles Chaplin

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN – OSASCO

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO
DE CURSO – TCC.**

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Administração, na qualidade de titulares dos direitos morais e patrimoniais de autores da Obra, Projetos que Transformam vidas “Trabalho Novo” trabalho de Conclusão de Curso apresentado na ETEC Professor André Bogasian, Município de Osasco autorizamos o Centro Paula Souza reproduzir integral ou parcialmente o trabalho e/ou disponibilizá-lo em ambientes virtuais, a partir desta data, por tempo indeterminado.

OSASCO, 12 de Dezembro de 2024

GEOVANNA DA CONCEIÇÃO

LARYSSA CORREA LEITE

LAURA VICTÓRIA WASCHINSKI

MARINA DE OLIVEIRA FARIAS

NATHLEEN SILVA BENEVIDES

PABLO FERREIRA ROCHA GOLÇALVES

PEDRO HENRIQUE RIBEIRO SANTOS

Cientes:

Kleber Tadeu Vieira da Rocha

Lucimar Silva Lima Orsi

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado, apresentado à Etec Prof. André Bogasian, como requisito parcial para a obtenção do título de Técnico em Administração, com nota final igual a _____, conferida pela Banca Examinadora formada pelos professores:

Professores Responsáveis pela Disciplina

Desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso

Professor Etec Prof. André Bogasian

Professor Etec Prof. André Bogasian

Professor Convidado Etec Prof. André Bogasian

OSASCO

2024

RESUMO

A Negroni é um serviço de bar móvel especializado em oferecer coquetéis e bebidas alcoólicas em eventos personalizados. Com a proposta de levar sofisticação e praticidade a qualquer local, a Negroni atende tanto eventos domiciliares quanto ações em espaços abertos, como festas ao ar livre, casamentos, e eventos corporativos. Seu diferencial está na personalização, permitindo que o bar seja montado no ambiente desejado pelo cliente, sempre com atendimento de qualidade e uma seleção de bebidas premium que garantem uma experiência única e marcante.

Palavras-chave: Negroni, bebidas alcoólicas, trailer, bar.

ABSTRACT

Negroni is a mobile bar service specialized in offering cocktails and alcoholic beverages at personalized events. With the proposal to bring sophistication and practicality to any place, Negroni serves both home events and actions in open spaces, such as outdoor parties, weddings, and corporate events. Its differential is in the personalization, allowing the bar to be assembled in the environment desired by the customer, always with quality service and a selection of premium drinks that guarantee a unique and remarkable experience.

Keywords: Negroni, alcoholic drinks, trailer, bar.

SUMÁRIO DE IMAGENS

Apêndice 1- Organograma	46
Apêndice 2- Análise Swot.....	47
Apêndice 3- Logomarca.....	47
Apêndice 4- Pacotes.....	47
Apêndice 5- Instagram.....	48
Apêndice 6- Instagram.....	49
Apêndice 7- Pesquisa de mercado.....	51
Apêndice 8- Pesquisa de mercado.....	50
Apêndice 9- Pesquisa de mercado.....	53
Apêndice 10- Pesquisa de mercado.....	53
Apêndice 11- Pesquisa de mercado.....	52
Apêndice 12- Pesquisa de mercado.....	52
Apêndice 13- Trailer.....	53
Apêndice 14- Planta do Trailer	53
Apêndice 15- Planta do Trailer em 3D	53
Apêndice 16- Planta do Armazém.....	54
Apêndice 17- Mapa de Risco do Trailer	54
Apêndice 18- Mapa de Risco do Armazém.....	55
Apêndice 19- Fluxograma de Atendimento Presencial	55
Apêndice 20- Fluxograma de Atendimento Online	56
Apêndice 21- Móveis e utensílios.....	57
Apêndice 22- Maquinas e Equipamentos	58
Apêndice 23- Subtotal.....	58
Apêndice 24- Estoque Inicial	59
Apêndice 25- Contas a Pagar.....	59
Apêndice 26- Contas a Receber	59
Apêndice 27- Média de Estoque	59
Apêndice 28- Necessidade Líquida de Capital de Giro	60
Apêndice 29- Caixa Mínimo.....	60
Apêndice 30- Resumo de Capital de Giro.....	60
Apêndice 31- Faturamento Outubro	60
Apêndice 32- Faturamento Novembro	61

Apêndice 33- Faturamento Dezembro	61
Apêndice 34- Faturamento Janeiro	61
Apêndice 35- Faturamento Fevereiro.....	62
Apêndice 36- Faturamento Março	62
Apêndice 37- Faturamento Abril	62
Apêndice 38- Faturamento Maio	62
Apêndice 39- Faturamento Junho	63
Apêndice 40- Faturamento Julho	63
Apêndice 41- Faturamento Agosto	63
Apêndice 42- Faturamento Setembro	64
Apêndice 43- Imposto	64
Apêndice 44- Custo de Mão de Obra CLT e Pró Labore.....	64
Apêndice 45- Depreciação	65
Apêndice 47- Custo Operacional Mensal.....	65
Apêndice 48- Demonstrativo de Resultado.....	65
Apêndice 49- Viabilidade	66
Apêndice 50- Lucratividade	66
Apêndice 51- Rentabilidade.....	66

SUMÁRIO

1. PROBLEMATIZAÇÃO	10
2. JUSTIFICATIVA	11
3. INTRODUÇÃO	12
4. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	13
4.1 Dados da Empresa	14
4.1.1. Missão	14
4.1.2. Visão	14
4.1.3. Valores	14
4.1.4. Objetivos Estratégicos	15
4.1.5. Natureza do Negócio	15
4.1.6. Histórico da Empresa	15
2.1.7. Abrangência de Atuação	15
2.1.8. Responsabilidade Social	15
2.2. Gerenciamento e Estrutura Organizacional	15
2.2.1. Descrição do Organograma	16
2.2.2.. Política de RH	16
2.2.3.1. Recrutamento e Seleção	16
2.2.3.2. Avaliação de Desempenho	16
2.2.3.3. Plano de Incentivo	17
5. PRODUTOS E SERVIÇOS	18
5.1. Descrição de Produtos e Serviços	18
5.2. Propriedade Industrial Associada	18
6. PLANO DE MARKETING	19
6.1. Sumário Executivo	19
6.2. Análise do Ambiente	19
6.2.1. Fatores Econômicos	19
6.2.2. Fatores Socioculturais	20
6.2.3. Fatores Políticos/legais	20
6.2.4. Fatores Tecnológicos	22
6.2.4.2 Sistemas de Pagamento	22
6.2.4.3 Infraestrutura de Internet	23
6.2.4.4 Sustentabilidade Tecnológica	23

6.2.4.5 Treinamento e Capacitação.....	23
6.2.5. Concorrência.....	23
6.2.6. Fatores Internos.....	24
6.3. Análise Swot	24
6.3.1. Fatores Externos.....	24
6.3.1.1. Oportunidades.....	24
6.3.1.2. Ameaças.....	24
6.2.6. Fatores Internos.....	24
6.3.2.1. Forças.....	24
6.3.2.2. Fraqueza	24
6.4. Definição do Público Alvo.....	25
6.4.1. Pessoa física.....	25
6.4.1.1. Geográficos	25
6.4.1.2. Demográficos	25
6.4.1.3. Psicográficos.....	25
6.4.1.4. Comportamentais.....	25
6.5. Definição do Posicionamento de Mercado	25
6.5.1. Pessoa	25
6.5.1.1. Ramo de atividade	25
6.5.1.2. Serviços e produtos oferecidos	26
6.5.1.3. Número de empregados	26
6.6. Definição de marca.....	26
6.6.1. Nome	26
6.6.2. Símbolo	27
6.6.3. Slogan	27
6.7. Definição de Objetivos e Metas	27
6.7.1. Objetivos	27
6.7.2. Metas.....	27
6.8. Composto de Marketing	28
6.8.1. Produto.....	28
6.8.2. Preço	28
6.8.3. Praça	28
6.8.4. Promoção.....	28
6.8.5. Pessoas.....	28
6.8.5.2. Avaliação, Reconhecimento e Recompensa	29

6.8.5.3. Remuneração	29
7. METODOLOGIA	30
7.1. Pesquisa de Mercado/Campo	30
7.2. Internet	30
8. PLANO OPERACIONAL	31
8.1. Layout Geral	31
8.1.1. Armazém	31
8.1.2. Trailer	32
8.2. Mapa de Risco	32
8.3. Capacidade de atendimento	33
8.4. Fluxograma atendimento	33
8.4.1. Atendimento presencial	33
8.4.2. Atendimento online	34
8.5. Processos de aquisição de materiais	34
8.6. Necessidade do pessoal	35
8.7. Vantagens Competitivas	35
8.8. Identificação de fornecedores críticos	36
8.9. Requisitos de tempo	36
8.10. Descrição de parceria	36
8.11. Gestão de estoque e inventário	37
8.12. Gestão de qualidade	37
8.13. Gestão de segurança e saúde	37
8.14. Gestão de impacto ambiental e social	38
8.15. Sistemas de informação e automação	38
9. PLANO FINANCEIRO	39
9.1. Estimativa dos investimentos fixos	39
9.2. Capital de Giro	39
9.2.1. Estimativa do estoque inicial	39
9.2.2. Contas a receber	39
9.2.7. Necessidade líquida de Capital de giro	40
9.3. Investimentos pré-operacionais	40
9.4. Investimento Total	41
9.5. Estimativa do faturamento mensal da empresa	41
9.6. Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e	41
Terceirizações	41

9.7. Estimativa dos custos de comercialização	41
9.8. Estimativa dos custos com mão de obra	42
9.9. Estimativa do custo com depreciação	42
9.10. Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	42
9.11. Demonstrativo de resultados.....	42
9.12. Indicadores de viabilidade.....	43
9.12.1. Lucratividade.....	43
9.12.2. Rentabilidade	43
9.12.3. Demonstrativo de resultado.....	43
9.12.4. Prazo de retorno do investimento	43
10. CONCLUSÃO.....	45

1. PROBLEMATIZAÇÃO

Um estudo feito pela empresa de consultoria KPMG em parceria com a Associação Brasileira de Bebidas (Abrabe), revelou uma ascensão no consumo de bebidas e drinks alcoólicos em ambientes domiciliares.

De acordo com os dados, houve um aumento de mais de 40% nesse hábito já no fim de 2023. Além disso, o estudo aponta para a expectativa de que esse crescimento persista nos próximos dois anos, atingindo uma marca de 45%.

Além disso, dados do IPC Maps, especializado em potencial de consumo, indicam que, em 2023, as famílias brasileiras gastaram cerca de R\$ 33,4 bilhões em bebidas alcoólicas, o que representou um acréscimo de 18,7% em relação ao ano anterior, quando as despesas somaram R\$ 28,1 bilhões. Só no Estado de São Paulo, mais de R\$ 8,8 bilhões foram desembolsados no ano passado, contra R\$ 7,4 bilhões em 2022, o que equivale a uma alta de 18,2%.

As feiras e festivais também tem apresentado um aumento expressivo na cidade. Em 2024, o setor de eventos em São Paulo prevê um crescimento de 19%, evidenciando a capacidade da capital de atrair cerca de 2 milhões de turistas. Esses eventos abrangem tanto o segmento de negócios quanto opções de lazer e cultura, reforçando o papel de São Paulo como um importante destino para diferentes públicos.

2. JUSTIFICATIVA

A criação da empresa teve como principal objetivo oferecer uma experiência única e acessível no mundo das bebidas. O propósito é trazer para os clientes uma seleção de bebidas com receitas internacionais exclusivas que, de outra forma, seriam difíceis de reproduzir em casa com frequência. A flexibilidade de um trailer permite que leve a oferta de bebidas diretamente aos clientes, proporcionando um serviço personalizado e de alta qualidade onde quer que estejam.

3. INTRODUÇÃO

A Negroni é uma prestadora de serviços que atua no setor de alimentos e bebidas, a inovação e a flexibilidade são cruciais. O bar móvel surge como uma solução criativa, oferecendo serviços de bebidas em diferentes eventos e locais. destacando sua capacidade de se adaptar a diversas ocasiões e proporcionar uma experiência personalizada ao cliente. A pesquisa abordará o planejamento, a operação, o design e os desafios deste conceito, visando fornecer uma visão abrangente sobre suas vantagens e oportunidades no mercado de eventos e hospitalidade.

4. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Negroni é uma empresa inovadora especializada em bar móvel, com foco na criação de drinks alcoólicos e não-alcoólicos de alta qualidade, proporcionando praticidade e sofisticação para eventos de todos os tipos. Situada na região metropolitana de São Paulo, a Negroni opera em um trailer totalmente equipado, oferecendo um serviço personalizado que se adapta ao ambiente e ao estilo de cada ocasião. Seja em eventos domiciliares, festas ao ar livre, casamentos ou corporativos, a empresa leva sua expertise em coquetéis diretamente para o local desejado, garantindo uma experiência exclusiva para os clientes.

A Negroni se destaca no mercado pela habilidade de criar drinks personalizados, com uma seleção de bebidas premium e o toque de bartenders experientes, sempre atentos às preferências e necessidades dos clientes. A empresa foi criada a partir de uma pesquisa detalhada do setor, o que permitiu a definição de uma área de especialização onde ela se destaca, trazendo um novo conceito de bar móvel para o mercado de eventos e serviços empresariais. Com o compromisso de oferecer uma experiência única e memorável, a Negroni transforma qualquer evento em uma verdadeira celebração.

4.1 Dados da Empresa

Nome: Negroni Bar Móvel LTDA.

Nome Fantasia: Negroni

CNPJ: 17.589.381/0001-57

Objeto Social (CNAE): 5630-2/01- Bar Móvel

Telefone:(11) 57397-2592

E-mail: negronibar@gmail.com.br

4.1.1. Missão

Levar a experiência e praticidade de um bar, para seu evento.

4.1.2. Visão

Tornar a vida dos clientes mais prática, combinando a funcionalidade de um bar móvel e suprir as possíveis necessidades, sendo ponto de referência de entretenimento móvel.

4.1.3. Valores

Sustentabilidade, Adaptabilidade e Responsabilidade.

4.1.4. Objetivos Estratégicos

Desenvolver um modelo de negócio que traga praticidade e conforto para promover experiências únicas de consumo de bebidas em eventos sociais.

4.1.5. Natureza do Negócio

A Negroni atua no ramo de bar móvel é um serviço que leva bebidas e coquetéis a diferentes eventos e locais.

Ele é projetado para ser transportável e montado em diversas ocasiões, oferecendo uma experiência personalizada com coquetéis e outros drinques, e pode incluir um veículo adaptado.

4.1.6. Histórico da Empresa

A criação da empresa foi uma ideia para fornecer bebidas com receitas internacionais que não poderiam ser feitas em casa com frequência mas com uma praticidade, com muitas pesquisas percebe-se que um trailer daria a praticidade para os clientes se divertirem e celebrarem seus eventos em qualquer lugar que desejasse.

2.1.7. Abrangência de Atuação

A Negroni atuará na região Metropolitana de São Paulo.

2.1.8. Responsabilidade Social

A empresa propõe a iniciativa de coletar os lacres das latinhas, em parceria com a ONG "Lacre do Bem". Essa organização tem como missão reunir os lacres para a aquisição de cadeiras de rodas, beneficiando pessoas que não dispõem de recursos financeiros para adquiri-las.

2.2. Gerenciamento e Estrutura Organizacional

2.2.1. Descrição do Organograma (Apêndice 1)

No topo do organograma da Negroni está o Diretor, que é sócio da organização e responsável por gerir todo o empreendimento. Subordinado ao diretor, encontra-se o Gerente, também sócio da organização, que é responsável por administrar a empresa.

Sob a supervisão do gerente, está o Administrativo, encarregado de repassar todas as informações necessárias para o bom andamento da empresa. Abaixo do administrativo, temos os seguintes cargos:

- Agente de Vendas: Responsável pelo atendimento ao cliente e pela realização de vendas.
- Bartenders Fixos: Responsáveis pela preparação de bebidas e pelo atendimento no bar.
- Bartender Freelance: Responsável pela preparação de bebidas em eventos ou na demanda extra.
- Assistente de Estoque: Responsável pelo controle e reposição de estoques.
- Motorista: Responsável pelo transporte de produtos e, se necessário, de clientes.
- Auxiliar de Limpeza: Responsável pela higienização dos banheiros e de todos os ambientes.
- Empresa Terceirizada de Manutenção: Responsável pelos reparos e pela manutenção do trailer.

2.2.2.. Política de RH

2.2.3.1. Recrutamento e Seleção

A empresa estabelece o processo de recrutamento dos CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) divulgando as vagas em anúncios colocados nas empresas com parcerias, anúncios na própria Negroni e pelo site no infojobs e linkedin, já as terceirizadas será enviado por e-mail as vagas em aberto para que eles providenciem os profissionais. Já em relação à seleção os CLT (Consolidação das Leis do Trabalhistas) serão selecionados por meio de currículos enviados para o e-mail da empresa, buscando o que mais se adéqua aos valores da mesma, e os terceirizados o processo será feito pela empresa que fornece os funcionários.

2.2.3.2.Avaliação de Desempenho

A avaliação de desempenho é aplicada de duas formas, uma avaliação acontece mensalmente através do método 360°, no qual os funcionários são avaliados pelo diretor, gerente, clientes e sua auto avaliação. A segunda avaliação ocorrerá semestralmente através do método de avaliação do líder, na qual o gerente informa o feedback de cada funcionário individualmente.

Onde é considerado os seguintes pontos:

- Pontualidade;
- Proatividade;
- Respeito as diferenças entre os colegas de trabalho;
- Conduta de acordo com os valores expostos no código de ética e conduta;
- Adequação à cultura organizacional;
- Obediência às normas da empresa;
- Comprometimento com o plano de ação do setor em que trabalha;
- Iniciativa em ajudar os outros colegas;
- Espírito de liderança;
- Foco e determinação;
- Capacidade de ouvir;
- Iniciativa para se manter atualizado quanto ao trabalho que executa.

2.2.3.3. Plano de Incentivo

Sendo reconhecido como funcionário do mês, é recompensado com um valor estipulado com o aval do diretor e do gerente anteriormente, para esta premiação é verificado os mesmos pontos da avaliação de desempenho.

5. PRODUTOS E SERVIÇOS

5.1. Descrição de Produtos e Serviços

A Negroni é uma prestadora de serviços no ramo de bebidas que oferece para os clientes um trailer de bebidas inspirado em bebidas internacionais e nacionais, perfeito para transformar qualquer evento ou encontro em uma ocasião especial.

5.2. Propriedade Industrial Associada

Não foram encontradas empresas registradas que possuam a mesma razão social Negroni Bar Móvel LTDA. (Negroni) da empresa pesquisado no site JUCESP.

6. PLANO DE MARKETING

6.1. Sumário Executivo

A Negroni é uma empresa especializada na prestação de serviços voltada para bebidas alcoólicas com diferencial de bebidas inspiradas em outras ao redor do mundo. Foi fundada com o objetivo de fornecer bebidas com receitas internacionais que não poderiam ser feitas em casa com frequência mas com uma praticidade. Presta serviços na região metropolitana de São Paulo. Sua pretensão é expandir para os consumidores em outros Estados. Tornando-se referência em levar uma experiência e praticidade de um bar móvel.

6.2. Análise do Ambiente

6.2.1. Fatores Econômicos

O consumo de bebidas alcoólicas no Brasil tem apresentado um crescimento expressivo, destacando-se como um fenômeno de impacto econômico relevante. Em 2023, as famílias brasileiras gastaram R\$ 33,4 bilhões em bebidas alcoólicas, representando um aumento de 18,7% em relação a 2022, quando os gastos somaram R\$ 28,1 bilhões. Este incremento está diretamente associado à retomada de grandes eventos culturais, como o Carnaval, que exercem forte influência sobre o comportamento de consumo e impulsionam significativamente a demanda por bebidas em todo o território nacional. O estado de São Paulo se consolidou como líder nesse cenário, sendo responsável por um desembolso superior a R\$ 8,8 bilhões.

Esse contexto revela oportunidades estratégicas para modelos de negócios inovadores, como os bares móveis, que emergem como uma solução eficiente e prática para atender à crescente demanda por bebidas alcoólicas, especialmente durante grandes eventos. A flexibilidade e a conveniência oferecidas por esse formato de operação permitem que os bares móveis se adaptem rapidamente às necessidades do público e às características dos eventos, maximizando a capacidade de atendimento em locais de grande concentração de pessoas.

Além disso, a versatilidade dos bares móveis reforça sua posição como alternativa atrativa para consumidores e empresários, combinando mobilidade e eficiência operacional. Dessa forma, os bares móveis não apenas atendem à demanda sazonal, como também se posicionam como um elemento-chave para a ampliação das oportunidades de negócios no setor de bebidas alcoólicas no Brasil, especialmente

em períodos de alta procura, como o Carnaval e outras celebrações de grande apelo sociocultural.

Essa análise evidencia como o comportamento de consumo e os fatores econômicos associados a eventos festivos podem moldar novas tendências de mercado, oferecendo perspectivas promissoras para empreendimentos que apostam na inovação e na adaptabilidade como diferenciais competitivos.

6.2.2. Fatores Socioculturais

Os fatores socioculturais e demográficos são determinantes para o mercado de bares móveis no Brasil, destacando a flexibilidade como diferencial competitivo da Negroni. Socioculturalmente, o público valoriza experiências personalizadas: 70% dos Millennials e da Geração Z preferem gastar com eventos únicos, e 60% buscam produtos artesanais e sustentáveis, tendências alinhadas ao serviço flexível da Negroni. A digitalização também amplia o alcance, com 80% dos brasileiros nas redes sociais e 73% compartilhando experiências, impulsionando a visibilidade de empresas inovadoras. O público-alvo concentra-se em jovens adultos entre 25 e 45 anos, de grandes centros urbanos como São Paulo e Rio de Janeiro, onde há maior poder aquisitivo e demanda por eventos privados. A flexibilidade da Negroni permite adaptação ao perfil de cada cliente e evento, garantindo experiências alinhadas às expectativas e destacando-a como uma alternativa moderna frente aos bares tradicionais.

6.2.3. Fatores Políticos/legais

A empresa Negroni reconhece a importância de aderir integralmente às normas de segurança essenciais para sua operação, comprometendo-se a implementar todas as medidas necessárias para garantir um ambiente seguro e proteger tanto seus colaboradores quanto seus clientes. A Negroni segue rigorosamente as leis e regulamentações do Corpo de Bombeiros, da Vigilância Sanitária e do órgão responsável pela concessão de licenças para a venda de bebidas alcoólicas, assegurando a conformidade com todas as exigências locais e nacionais.

Para operar um bar móvel, é fundamental cumprir a legislação pertinente ao licenciamento e funcionamento de estabelecimentos móveis de alimentos e bebidas. Essa legislação pode incluir os seguintes itens:

1. Licença de Funcionamento: Permissão geral necessária para a operação do negócio em sua cidade ou município, garantindo que a empresa esteja registrada e legalizada conforme as normas locais.

2. Licença de Venda de Bebidas Alcoólicas: Licença indispensável para a comercialização de bebidas alcoólicas, com categorias específicas que podem variar de acordo com o tipo de bebida (cerveja, vinho, destilados) e as normas estaduais.
3. Licença Sanitária: Emitida pela Vigilância Sanitária, esta licença é crucial para garantir que o local de preparação e venda de alimentos e bebidas atenda aos padrões de saúde e segurança exigidos, incluindo o cumprimento de normas de higiene e manipulação.
4. Licença de Alvará de Localização: Autoriza o funcionamento do bar móvel em um endereço específico, sendo especialmente importante para operações em locais fixos ou eventos determinados.
5. Registro na Receita Federal: Cadastro como pessoa jurídica, que inclui a obtenção do CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica), fundamental para o exercício legal das atividades comerciais e para a emissão de notas fiscais.
6. Licença de Publicidade: Caso o bar móvel utilize publicidade ou sinalização, pode ser necessário um licenciamento específico para garantir que a comunicação visual esteja em conformidade com as regulamentações locais.
7. Permissão para Eventos: Se o bar móvel operar em eventos temporários, como festas ou festivais, é necessário solicitar permissões específicas para cada evento, que podem incluir aprovações de órgãos municipais e organizadores.

A Negroni se compromete a manter todos os registros e pagamentos em dia, garantindo não apenas a legalidade de suas operações, mas também a segurança e a confiança de seus clientes e colaboradores. Dessa forma, a empresa visa contribuir para um ambiente de negócios responsável e em conformidade com as legislações vigentes.

6.2.4. Fatores Tecnológicos

Refrigeração: O uso de geladeiras e freezers portáteis é essencial para garantir a conservação adequada de bebidas e alimentos, assegurando a qualidade dos produtos oferecidos pelo Negroni.

Equipamentos de Cocção: Os liquidificadores permite a preparação rápida e eficiente de drinks e lanches, melhorando o tempo de atendimento.

6.2.4.2 Sistemas de Pagamento

Máquinas de Cartão: A aceitação de cartões de crédito e débito proporciona comodidade e segurança nas transações, facilitando a experiência do cliente no Negroni.

Pagamentos Móveis: Soluções como pagamentos via QR code ou aplicativos de pagamento (ex: PicPay, PayPal) oferecem agilidade e atendem à crescente demanda por métodos de pagamento digitais.

6.2.4.2.1 Software de Gestão

Gerenciamento de Estoque: Sistemas que controlam o inventário em tempo real são fundamentais para evitar desperdícios e garantir a disponibilidade constante de produtos na Negroni.

Análise de Vendas: Softwares que permitem a análise de dados de vendas ajudam a identificar quais produtos são mais populares, contribuindo para o planejamento de promoções e eventos.

6.2.4.2.2 Tecnologia de Comunicação

Redes Sociais: A utilização de plataformas como Instagram e Facebook é importante para promover a Negroni, divulgar o cardápio e interagir com os clientes, fortalecendo a presença online.

Aplicativos de Mensagens: Ferramentas como WhatsApp facilitam a comunicação direta com os clientes, possibilitando reservas e coleta de feedbacks.

6.2.4.2.3 Sistemas de Monitoramento

Câmeras de Segurança: A instalação de câmeras é uma medida eficaz para monitorar o ambiente, aumentando a segurança da Negroni e protegendo o investimento em equipamentos.

Alarmes: Sistemas de alarme são essenciais para alertar sobre invasões ou situações de emergência, contribuindo para a segurança geral do negócio.

6.2.4.3 Infraestrutura de Internet

Conexão Móvel: O acesso à internet através de 4G ou 5G permite realizar transações, atualizar redes sociais e se conectar com plataformas de gerenciamento em tempo real, garantindo a eficiência operacional da Negroni.

6.2.4.4 Sustentabilidade Tecnológica

Energia Solar: A instalação de painéis solares para fornecer energia ao bar móvel Negroni reduz custos operacionais e promove uma imagem sustentável.

Redução de Desperdício: A adoção de equipamentos que minimizam o uso de água e programas de reciclagem de resíduos contribui para uma operação mais ecológica.

6.2.4.5 Treinamento e Capacitação

E-learning: A utilização de plataformas online para o treinamento de funcionários abrange temas como atendimento ao cliente, manipulação segura de alimentos e práticas de higiene, aumentando a qualificação da equipe da Negroni.

Simulações: O uso de tecnologias de simulação para treinamento prático em situações reais de atendimento prepara melhor os funcionários para o dia a dia do bar móvel. Esses fatores tecnológicos não apenas melhoram a eficiência operacional da Negroni, mas também contribuem para uma melhor experiência do cliente. A otimização dos processos e a adoção de uma imagem moderna e inovadora podem resultar em maior satisfação do cliente, fidelização e, conseqüentemente, no crescimento do empreendimento.

6.2.5. Concorrência

Após análise geográfica, foi detectada a empresa Kombirita como concorrência direta, A Kombirita fornece drinks exóticos e bebidas especiais ficam em uma kombi localizada ao redor de São Paulo. E como concorrência indireta The bus que oferece uma balada e bebidas para seus clientes.

6.2.6. Fatores Internos

A Negroni possui Funcionários com alta qualificação, qualidade em segurança e limpeza, excelência no atendimento ao cliente, programa de fidelização de clientes, localização privilegiada e preço acessível.

6.3. Análise Swot

(Apêndice 2)

6.3.1. Fatores Externos

6.3.1.1. Oportunidades

- Aumento no consumo de bebidas alcoólicas
- Aumento na participação de eventos públicos
- Parceria estratégia com marcas de bebidas

6.3.1.2. Ameaças

- Ampla concorrência com armazém de bebidas.

6.2.6. Fatores Internos

6.3.2.1. Forças

- Serviços à domicílio
- Flexibilidade na logística
- Fácil deslocamento
- Bebidas diferenciadas

6.3.2.2. Fraqueza

- Iniciante no mercado (marca jovem e desconhecida)
- Regulamentação e licenças

6.4. Definição do Público Alvo

6.4.1. Pessoa física

6.4.1.1. Geográficos

Não localizado em local fixo mas atua nas regiões de Osasco e Centro de São Paulo, sendo executado de maneira flexível.

6.4.1.2. Demográficos

Pessoas acima de 18 anos, que pertencem a classe média a classe média alta.

6.4.1.3. Psicográficos

Destinado para pessoas que queiram entretenimento e um ambiente propício para consumo de bebida.

6.4.1.4. Comportamentais

A Negroni se destaca por oferecer bebidas que refletem sabores de diferentes lugares ao redor do mundo, permitindo que nossos clientes desfrutem de experiências únicas e sofisticadas sem sair de casa. Nosso grande diferencial é a flexibilidade: podemos levar nosso trailer a qualquer lugar, adaptando-nos às necessidades de cada cliente e ocasião.

Seja em eventos domiciliares, grandes eventos de rua ou celebrações intimistas, estamos prontos para oferecer um serviço exclusivo e de alta qualidade.

6.5. Definição do Posicionamento de Mercado

6.5.1. Pessoa

6.5.1.1. Ramo de atividade

Serviços de bar itinerante.

6.5.1.2. Serviços e produtos oferecidos

Bar itinerante, drinks e chopps.

6.5.1.3. Número de empregados

7 empregados

1. Agente de vendas
2. 3 Bartenders fixos
3. Assistente de estoque
4. Auxiliar de limpeza
5. Motorista

CLT (Consolidação das Leis do Trabalho):

Pró-labore: Remuneração mensal referente ao pró-labore será referente a 10.500,00

6.6. Definição de marca

6.6.1. Nome

O nome Negroni Bar Móvel LTDA tem sua origem na renomada bebida Negroni, um clássico coquetel de origem italiana. O Negroni foi criado em Florença, no início do século XX, por volta de 1919, a partir de uma adaptação de um coquetel chamado Americano. A história mais conhecida sobre a sua criação envolve o Conde Camillo Negroni, um aristocrata italiano que, em sua visita a um bar local, pediu ao bartender para substituir a água com gás do Americano por gin, resultando assim no coquetel que hoje leva seu nome.

O Negroni é composto por três ingredientes principais em proporções iguais: gin, vermute rosso (vermut tinto) e Campari. A mistura desses ingredientes resulta em uma bebida de sabor complexo, equilibrando o amargor do Campari com a suavidade do vermute e a intensidade do gin. Tradicionalmente, o Negroni é servido em um copo baixo, com gelo, e é finalizado com uma rodela de laranja.

Dessa forma, a escolha do nome da empresa reflete a inspiração na sofisticação e tradição da cultura italiana, além de remeter à emblemática história da criação de uma das bebidas mais apreciadas mundialmente.

6.6.2. Símbolo

(Apêndice 3)

A logomarca é composta por uma taça na cor laranja ao lado do nome em preto. A cor laranja representa energia e entusiasmo, enquanto a cor preta representa elegância e força.

6.6.3. Slogan

“Drinks sobre rodas”.

Para transmitir a ideia de “Drinks sobre rodas” aos seus clientes de forma eficaz, você pode usar uma frase que capture a essência da experiência móvel de bebidas.

6.7. Definição de Objetivos e Metas

6.7.1. Objetivos

- Oferecer serviços de alimentação e bebidas em eventos diversos.
- Garantir qualidade e segurança no atendimento.
- Assegurar a satisfação dos clientes por meio de um serviço eficiente.
- Adaptar o espaço para diferentes tipos de eventos.
- Atender às normas de higiene e segurança alimentar.
- Promover experiências únicas e inovadoras para os participantes.

6.7.2. Metas

- Oferecer um cardápio variado
- Atingir 90% de satisfação dos clientes em eventos realizados, por meio de feedbacks e avaliações
- Participar de pelo menos 3 feiras ou eventos do setor por ano, para aumentar a visibilidade
- Participar de 12 eventos (um por mês), selecionar feiras, festivais e eventos comunitários relevantes com base em pesquisas de mercado.
- Capturar pelo menos 100 contatos para a lista de e-mails.

6.8. Composto de Marketing

6.8.1. Produto

A empresa Negroni está começando sua jornada e tem como missão oferecer uma experiência única no consumo de bebidas. Nosso objetivo é trazer comodidade e variedade para nossos clientes, com uma seleção de bebidas que vão além do comum. Através do nosso bar móvel, queremos atender a todos que buscam qualidade e um toque especial nas suas festas e eventos.

6.8.2. Preço

(Apêndice 4)

- Desenvolvimento de produto
- Planos para festa (50 a 150) pessoas
- Bebidas personalizadas
- As bebidas variam de R\$5,00 a \$35,00 reais

6.8.3. Praça

Região metropolitana de São Paulo

6.8.4. Promoção

Redes sociais

(Apêndice 5 e 6)

- Instagram: @Negroni
- TikTok: @Negroni
- Whatsapp
- Email: negronibar@gmail.com.br

6.8.5. Pessoas

Treinamento de atendimento ao cliente:

A empresa investe em treinamentos introdutórios e treinamentos complementares mensais para melhor qualidade do serviço oferecido.

Através do treinamento ao cliente existe a propagação de estratégias para lidar com situações inesperadas e complexas e, também, para fidelizar o cliente a partir de um serviço prestado de forma atenciosa e diferenciadas.

Treinamento de segurança:

O treinamento de segurança tem como objetivo orientar os funcionários e fornecedores da empresa a realizar suas funções de forma segura e adequada, a fim de evitar possíveis acidentes de trabalho e doenças ocupacionais.

Programa de integração:

O programa de integração tem como finalidade introduzir o novo colaborador à empresa, fazê-lo se sentir acolhido e preparado para iniciar seu trabalho na organização. Será apresentado ao colaborador a história e cultura da empresa, além de interagir com seus colegas de trabalho, com atividades em grupo.

6.8.5.2. Avaliação, Reconhecimento e Recompensa

O bar móvel Negroni investe em treinamentos introdutórios e complementares anuais para garantir a excelência no serviço oferecido. Durante o treinamento introdutório, propagamos a missão, visão, valores e estratégias de mercado, com o objetivo de manter a equipe alinhada e engajada com os propósitos e objetivos do bar. Priorizamos um relacionamento transparente e constante com todos os profissionais envolvidos, promovendo um ambiente de colaboração. Quanto à comunicação, utilizamos e-mail corporativo, grupos de mensagens e murais de informações em nossos eventos para manter a equipe informada e conectada.

6.8.5.3. Remuneração

A remuneração dos empregados da empresa é de R\$ 1.500,00 mensais, oferecendo uma compensação justa de acordo com as funções desempenhadas e o mercado de trabalho.

7. METODOLOGIA

7.1. Pesquisa de Mercado/Campo (Apêndice 7 a 12)

Foi realizada uma pesquisa, a partir de entrevistas pessoais, mediante a aplicação de um questionário estruturado, com cerca de 6 perguntas. A pesquisa de mercado foi realizada de forma virtual pela plataforma do Google Forms com total de 64 pessoas.

7.2. Internet

O site SEBRAE auxiliou na orientação para realizar o plano de marketing, financeiro e operacional.

8. PLANO OPERACIONAL

8.1. Layout Geral

O empresa terá um armazém destinado ao armazenamento de bebidas, utensílios e equipamentos utilizados nas operações diárias, garantindo organização e eficiência no controle de estoque. Além disso, o local conta com uma área para reuniões internas, facilitando a comunicação entre as equipes. O espaço também dispõe de estacionamento para o trailer, permitindo o transporte seguro de produtos e sua manutenção.

Armazém

(Apêndice 16)

O ambiente tem 150 m² e é dividido em várias áreas funcionais.

8.1.1. Armazém

A cozinha administrativa é equipada com fogão, pia, geladeira e um armário, permitindo que os funcionários preparem refeições e armazenem utensílios de cozinha. A área de convivência, com televisão, dispõe de uma mesa redonda com assentos, onde a equipe pode realizar reuniões ou relaxar durante os intervalos. A televisão contribui para um ambiente de descanso e lazer, ideal entre atendimentos ou eventos. O banheiro, essencial para o conforto da equipe, contém um vaso sanitário e uma pia, garantindo as necessidades básicas de higiene.

O armazém principal é destinado ao armazenamento de bebidas, utensílios e outros equipamentos essenciais para o funcionamento diário. Ele é organizado para facilitar o acesso aos itens armazenados. Os utensílios, como copos e misturadores, ficam em uma área específica, enquanto as bebidas são armazenadas em grandes estantes e contêineres. Um refrigerador próximo mantém os produtos frescos à temperatura ideal.

Além disso, há um espaço reservado para o trailer, onde o bar itinerante da Negroni é preparado com bebidas e utensílios antes de ser transportado para eventos, destacando a função logística do armazém.

8.1.2. Trailer

(Apêndice 13 a 15)

O trailer tem possuem uma área útil de cerca de 15 a 30 m²

O trailer da Negroni é projetado para maximizar a eficiência no serviço e a organização dos recursos, com o espaço cuidadosamente distribuído para garantir funcionalidade e fluidez no atendimento aos clientes.

O layout do trailer inclui dois freezers, essenciais para o armazenamento de ingredientes que precisam ser mantidos a baixas temperaturas. Ao lado dos freezers, há uma geladeira que complementa o armazenamento refrigerado, permitindo o acesso fácil a bebidas e outros itens que necessitam de refrigeração.

Adjacente à geladeira, encontra-se uma bancada destinada à montagem das bebidas. Essa bancada é o ponto central para a preparação das bebidas, facilitando o acesso aos ingredientes e equipamentos necessários. Próxima à bancada, há uma pia, que serve para a limpeza e manutenção de utensílios, garantindo a higiene e a eficiência no processo de preparo.

Uma mesa com computador é utilizada para anotar os pedidos e gerenciar as operações do dia a dia. O computador é uma ferramenta essencial para a organização dos pedidos e a gestão do inventário. Ao lado da mesa, encontra-se o balcão de atendimento, projetado para interagir diretamente com os clientes, permitindo a entrega das bebidas e a realização das transações de forma eficiente.

Por fim, um armário de armazenamento é utilizado para organizar utensílios, equipamentos e outros suprimentos necessários para o funcionamento do trailer.

8.2. Mapa de Risco

(Apêndice 17 e 18)

Armazém

A empresa Negroni identificou riscos ergonômicos leves na sala de reuniões e médios na garagem do trailer e na área de armazenamento de bebidas e utensílios. Foram também constatados riscos leves de acidentes no banheiro, garagem e cozinha, além de riscos biológicos no banheiro e na área de armazenamento. Riscos físicos foram verificados na cozinha e no armazenamento.

Trailer

O mapa de riscos do trailer da empresa Negroni aponta riscos leves de acidentes e físicos, nas proximidades dos freezers e geladeira, além de risco químico leve na área de armazenamento.

8.3. Capacidade de atendimento

A capacidade de atendimento mensal da Negroni, um bar itinerante especializado em eventos, varia conforme a demanda. A empresa é frequentemente contratada para eventos de diferentes portes, com capacidade de atender de 50 a 150 pessoas por evento o que pode se levar a média de consumo pode variar entre 300 a 600 drinks. Com essa flexibilidade, a Negroni consegue realizar múltiplos eventos ao longo do mês, ajustando sua equipe e estrutura conforme necessário, garantindo excelência no atendimento e na entrega de serviços personalizados.

O horário de funcionamento varia conforme o evento, garantindo flexibilidade total para atender tanto eventos diurnos quanto noturnos.

8.4. Fluxograma atendimento

8.4.1. Atendimento presencial (Apêndice 19)

O atendimento presencial no bar itinerante da Negroni, segue um fluxo simples e eficiente para garantir a melhor experiência ao cliente. Tudo começa com a chegada do cliente ao local onde o bar está montado. Ao se aproximar, ele tem a oportunidade de visualizar o cardápio, que estará ao lado do balcão de atendimento. No cardápio, o cliente encontra uma seleção de bebidas, podendo escolher entre as opções oferecidas ou as que fazem parte do pacote contratado para o evento. Após decidir o que deseja consumir, o cliente realiza o pedido diretamente ao atendente presente no balcão ou, caso o sistema do local permita, através de um sistema digital disponível no próprio bar. Em seguida, é feito o pagamento, que pode ser efetuado de diversas formas, como dinheiro, cartão de crédito ou débito, ou ainda por meio de pagamento via QR Code, o que facilita e agiliza o processo.

Para eventos fechados, em que as bebidas já estão incluídas no pacote, a etapa de pagamento é desconsiderada, tornando o processo ainda mais rápido para os convidados. Uma vez que o pedido foi realizado e, se necessário, pago, a equipe da Negroni começa o preparo das bebidas solicitadas. Após o preparo, as bebidas são entregues ao cliente diretamente no balcão ou por garçons, dependendo da estrutura do evento. Por fim, após desfrutar da bebida e do serviço, o cliente tem a possibilidade de deixar um feedback sobre o atendimento, seja através de meios digitais ou diretamente aos atendentes no local. Esse retorno é sempre valorizado pela Negroni

para aprimorar cada vez mais a experiência oferecida. Este processo garante que todos os clientes, em qualquer tipo de evento, tenham um atendimento ágil, personalizado e de alta qualidade, mantendo o padrão de excelência da marca Negroni.

8.4.2. Atendimento online (Apêndice 20)

O atendimento online é especificamente para o agendamento de eventos da Negroni é projetado para ser simples, eficiente e altamente personalizado, permitindo que o cliente realize de forma prática, diretamente de seu dispositivo. O processo começa quando o cliente acessa o inicia o contato via WhatsApp. Ao fazer isso, ele recebe uma mensagem automática de boas-vindas, como: "Olá, somos a Negroni! Transformando momentos em memórias inesquecíveis (ou melhor, em bebidas). Se preferir, toque no menu para ver as opções."

Em seguida, o cliente é direcionado para escolher entre diferentes opções no menu, como os planos disponíveis, agendamento de evento, falar diretamente com um atendente, obter informações sobre prazos de pagamento, ou resolver questões relacionadas a trocas e cancelamentos. Caso o cliente opte por agendar um evento, ele será solicitado a fornecer informações essenciais, como nome completo, data e local do evento, telefone de contato, e-mail e CPF. Após a coleta desses dados, o cliente recebe uma confirmação via e-mail, com todos os detalhes sobre o agendamento e as formas de pagamento disponíveis.

Para aqueles que preferem um atendimento mais pessoal, a Negroni também oferece a opção de falar diretamente com um atendente via chat, que estará disponível para esclarecer dúvidas ou auxiliar em qualquer etapa do processo. Após a escolha do plano e o fornecimento das informações necessárias, o cliente recebe instruções detalhadas sobre as formas de pagamento, que podem incluir boleto bancário, cartão de crédito ou transferência. Depois que o pagamento é efetuado, o cliente recebe a confirmação e o agendamento do evento é oficializado, garantindo que todos os detalhes estão corretos.

No dia do evento, a equipe da Negroni se prepara para comparecer no local e horário agendados, levando o bar itinerante e todos os itens contratados, garantindo que a experiência seja exatamente como planejado.

8.5. Processos de aquisição de materiais

Para garantir um serviço impecável, realizamos cotações cuidadosas e selecionamos os fornecedores fixos de bebidas alcoólicas, utensílios e equipamentos essenciais para o funcionamento do nosso trailer. Também mantemos uma planilha com

alternativas para qualquer eventualidade, garantindo que sempre possamos oferecer a melhor experiência aos nossos clientes.

8.6. Necessidade do pessoal

Gerente/Proprietário Gerencia o negócio, controla o estoque, cuida das finanças e da equipe.

Bartender: Prepara e serve drinks, criando uma experiência agradável para os clientes.

Atendente de Caixa: Recebe pagamentos, controla o fluxo de caixa e orienta os clientes.

Segurança: Garante a segurança do ambiente, controlando o fluxo de pessoas.

Auxiliar de Limpeza: Mantém o trailer limpo e organizado, garantindo higiene e conforto.

Assistente Administrativo: Cuida de questões burocráticas, como controle de estoque e comunicação com a contabilidade.

8.7. Vantagens Competitivas

Diferenciação de Produto: Oferecer bebidas internacionais cria exclusividade e atrai curiosos e fãs de novas experiências.

Variedade Cultural: Apelo para turistas e clientes interessados em outras culturas.

Atendimento Personalizado: Explicações detalhadas e recomendações agregam valor.

Experiência Única: Atmosfera temática e eventos imersivos tornam o trailer memorável.

Mobilidade: A flexibilidade do trailer permite alcançar diversos públicos em diferentes locais.

Nicho de Mercado: Consumidores jovens buscam exclusividade e qualidade.

Marketing Orgânico: Experiências únicas geram compartilhamento nas redes sociais.

Parcerias Estratégicas: Colaborações com fornecedores internacionais e eventos fortalecem a marca.

Sustentabilidade: Práticas ambientais atraem consumidores conscientes.

Engajamento Local: Participação em eventos fortalece o vínculo com a comunidade.

8.8. Identificação de fornecedores críticos

Distribuidores de Bebidas: Importadores e distribuidores locais e artesanais, essenciais para garantir uma variedade de produtos.

Equipamentos de Bar: Fornecedores de geladeiras, máquinas de gelo e utensílios para garantir a operação do trailer.

Embalagens e Copos: Fornecedores de copos sustentáveis e personalizados para reforçar a identidade visual.

Petiscos e Snacks: Fornecedores de alimentos complementares para acompanhar as bebidas.

Sistemas de Pagamento: Fornecedores de máquinas de cartão e sistemas de gestão de estoque para facilitar as transações e controle.

Logística: Transportadoras para garantir a entrega pontual de bebidas e insumos.

Marketing e Identidade Visual: Agências de marketing e design gráfico para promover o trailer e criar uma identidade forte.

Consultorias: Serviços jurídicos e contábeis para ajudar com licenças e regulamentações necessárias.

8.9. Requisitos de tempo

De acordo com a necessidade média de estoque, a reposição dos produtos em nosso armazém de bebidas alcoólicas é feita a cada 15 dias. Esse processo é baseado no cálculo da capacidade de atendimento e no estoque de segurança, garantindo que nunca falem bebidas e outros insumos essenciais para atender bem nossos clientes.

8.10. Descrição de parceria

Fornecedores de Bebidas: Garantem acesso a produtos exclusivos e um fornecimento constante.

Eventos e Festivais: Proporcionam visibilidade e atraem clientes através de eventos e festivais.

Estabelecimentos Locais: Criam oportunidades de cross-promotion e eventos conjuntos com bares e restaurantes.

Food Trucks e Alimentação: Oferecem combinações de bebidas e comidas, aumentando a atratividade.

Empresas de Marketing: Promovem o trailer através de campanhas publicitárias e gerenciamento de redes sociais.

Fornecedores de Tecnologia: Facilitam pagamentos e gerenciamento de estoque com sistemas modernos.

Organizações Locais: Aumentam a base de clientes e engajamento através de eventos comunitários e patrocínios.

Fornecedores de Logística: Garantem entrega eficiente de bebidas e insumos.

Consultorias Jurídicas e Contábeis: Asseguram conformidade com regulamentações e leis locais.

8.11. Gestão de estoque e inventário

O método PEPS (Primeiro a Entrar, Primeiro a Sair) é mais adequado para uma empresa de venda de bebidas alcoólicas, pois garante que os produtos mais antigos sejam vendidos primeiro, o que é crucial para evitar perdas devido à expiração de validade, especialmente em bebidas perecíveis ou sazonais. Com o PEPS, o estoque é renovado mais rapidamente, garantindo que a empresa sempre venda produtos dentro de suas melhores condições. Além disso, esse método proporciona uma visão mais clara do custo real das mercadorias vendidas, já que os preços mais antigos refletem diretamente no custo dos produtos que estão sendo retirados do estoque. Isso pode aumentar a precisão na formação dos preços de venda e na avaliação do lucro.

8.12. Gestão de qualidade

A empresa Negroni garante um padrão de qualidade nos serviços oferecidos de bebidas típicas, e qualidade de atendimento com profissionais especializados e experientes em suas respectivas funções. Para padronizar e melhorar a qualidade dos serviços no estabelecimento a Negroni utiliza o método de avaliação direta, na qual os clientes podem avaliar sua experiência e as bebidas consumidas. Contudo, a empresa preza por segurança em relação as bebidas oferecidas, contando com a certificação e inspeção da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária).

8.13. Gestão de segurança e saúde

Nos murais de comunicado interno, o mapa de risco da empresa é exposto para funcionários. Já para o conhecimento do cliente, o mapa de risco se encontra na recepção.

A empresa está devidamente equipada com equipamentos obrigatórios de segurança, como: extintores, câmeras de segurança e alarmes de incêndio, além de que os colaboradores possuem treinamento em caso de acidentes.

8.14. Gestão de impacto ambiental e social

Para amenizar o impacto ambiental e ajudar a sociedade, a empresa Negroni investe em um recolhimento de tampas de garrafas das bebidas oferecidas para destinar para compra de cadeiras de rodas a hospitais e instituições que necessitam de cadeiras de rodas.

8.15. Sistemas de informação e automação

A empresa Negroni prioriza a segurança no ambiente de trabalho, portanto, disponibilizam meio tecnológicos, como:

- Dispositivos móveis com acesso a Wi-fi gratuito (notebook) para registro dos pedidos
- Acesso à rede de internet móvel (wifi gratuito)
- Ar condicionado
- Televisão
- Travas em refrigeradores e armazéns internos do bar móvel

9. PLANO FINANCEIRO

9.1. Estimativa dos investimentos fixos

O investimento refere-se aos ativos necessários para a inauguração da empresa. Neste tópico, realizamos a análise de móveis, máquinas, equipamentos, utensílios e insumos, especificando a quantidade, o preço unitário e o valor total de cada item. Os dados estão organizados em tabelas e, ao somar os subtotais, o total final é de R\$ 135.946,95.

9.2. Capital de Giro (Apêndice 30)

O capital de giro é a quantia que uma empresa dispõe para atender suas despesas operacionais e sustentar suas atividades. De forma simplificada, ele representa a diferença entre os recursos disponíveis, como dinheiro em caixa, estoques, saldos em contas bancárias e contas a receber, e as obrigações financeiras que devem ser pagas, como salários, pagamentos a fornecedores e impostos. Assim, o capital de giro da Negroni é de R\$ 7.821,61.

9.2.1. Estimativa do estoque inicial (Apêndice 24)

Os insumos ou produtos são aqueles que permanecem fisicamente na empresa até serem incorporados ao processo produtivo ou encaminhados para a venda direta ao consumidor final. O estoque inicial da Negroni soma R\$ 4.312,54.

9.2.2. Contas a receber (Apêndice 25)

Contas a receber são os valores que uma empresa espera receber de seus clientes ou de terceiros. Esses montantes referem-se a vendas feitas a prazo, onde o pagamento será realizado em uma data futura, conforme acordado entre a empresa e o cliente. Segundo os cálculos, a Negroni possui um prazo médio total de 22 dias .

9.2.3. Fornecedores

O prazo médio de compras permanece em torno de 15 dias para o pagamento de seus débitos junto aos fornecedores.

9.2.4. Necessidade média de estoque

(Apêndice 27)

A necessidade média de estoque calculada é de 15 dias, com base na capacidade de atendimento e projeção de vendas mensal.

9.2.5. Necessidade líquida de capital de giro

A somatória do prazo médio de vendas com a necessidade de estoque, subtraindo o valor em dias do prazo de compras resulta na necessidade líquida de capital de giro. A necessidade de capital de giro da empresa, totaliza 2,4 dias.

9.2.6. Caixa mínimo

(Apêndice 29)

Representa o valor em dinheiro que a empresa precisa ter disponível para Cobrir os custos até que as contas a receber de clientes entrem no caixa. O caixa Mínimo da Negroni, encontra-se no valor de R\$ 3.509,07.

9.2.7. Necessidade líquida de Capital de giro

A soma do prazo médio de vendas com a necessidade de estoque, subtraindo o valor em dias do prazo de compras, resulta na necessidade líquida de capital de giro. Assim, a necessidade de capital de giro da empresa é de 2,4 dias.

9.3. Investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré-operacionais são fundamentais para assegurar que a empresa esteja preparada para funcionar de forma eficiente e eficaz ao iniciar suas atividades. Esses custos são geralmente considerados parte do investimento inicial para a criação de um novo negócio e costumam ser amortizados ao longo do tempo. Assim, o investimento pré-operacional da empresa totaliza R\$ 13.100,00.

9.4. Investimento Total

O investimento total é crucial para a formulação de um plano financeiro robusto, assegurando que a empresa disponha dos recursos necessários para enfrentar o período inicial de dificuldades financeiras e alcançar estabilidade e crescimento em um prazo médio. Assim, o investimento total da empresa é de R\$135.946,95.

(o apêndice é a descrição dos investimentos que está na parte da Capital de giro)

9.5. Estimativa do faturamento mensal da empresa

(Apêndice 31 a 42)

Foram realizadas projeções das vendas dos 12 primeiros meses de início das atividades da empresa, considerando as necessidades do público-alvo localizado nas proximidades para determinar o número de serviços vendidos. O valor total do faturamento anual foi de R\$ 1.276.861,00.

9.6. Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e Terceirizações

9.7. Estimativa dos custos de comercialização

(Apêndice 43)

De acordo com o faturamento anual, a empresa se caracteriza como empresa de pequeno porte (EPP). Se enquadra na tributação do Simples Nacional, sendo descontado a Alíquota de 10% sobre a receita anual, totalizando o valor de R\$127.686,10 de Impostos (subtotal 1).

O simples nacional abrange os seguintes impostos:

IRPJ: Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas.

CSLL: Contribuição Social sobre o Lucro Líquido.

PIS: Programas de Integração Social.

COFINS: Contribuição para Financiamento da Seguridade.

INSS: Instituto Nacional do Seguro Social.

IPI: Imposto sobre Produtos Industrializados.

ISS: Imposto sobre Serviços de qualquer Natureza.

Ainda na mesma tabela, encontra-se o valor de R\$17.768,61 , referente as taxas de cartão de crédito, comissão e propaganda (subtotal 2, gastos com vendas). A soma dos dois subtotais atinge o valor de R\$ 140.454,71.

9.8. Estimativa dos custos com mão de obra (Apêndice 44)

Nesta tabela, foram calculados os salários de funcionários CLT (Consolidação Das Leis Trabalhistas), o pró-labore dos sócios e o pagamento fixo das empresas Terceirizadas, resultando nos valores de R\$ 1.800, à R\$ 2.800 , Respectivamente.

A organização cooperará com todos os pagamentos trabalhistas e Previdenciários para os funcionários celetistas.

9.9. Estimativa do custo com depreciação (Apêndice 45)

A depreciação corresponde perda de valor que certos ativos sofrem devido ao uso ou desgaste natural.

Os itens da empresa a serem depreciados correspondem as obras, móveis,

Máquinas, equipamentos e utensílios. Na tabela é possível verificar a vida útil desses ativos em anos e o valor de sua depreciação anual e mensal. O valor total da depreciação mensal é de R\$1401,20.

9.10. Estimativa dos custos fixos operacionais mensais (Apêndice 46)

Custo fixo refere-se a todos os valores constantes, que independente das Vendas terão que ser arcados mensalmente. Segundo os cálculos a empresa tem um custo fixo mensal de R\$35.238,30.

9.11. Demonstrativo de resultados (Apêndice 47)

Com o demonstrativo de resultado do exercício é possível averiguar o resultado do exercício anual da empresa, prevendo se ela terá lucro ou prejuízo. A Negroni baseou-se nas tabelas anteriores para efetuar os cálculos e resultou em lucro líquido de R\$ 253.305,03.

9.12. Indicadores de viabilidade (Apêndice 48)

Para esta análise a Negroni utilizou alguns indicadores que comprovam que o negócio é viável, sendo eles a lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno de investimentos.

9.12.1. Lucratividade (Apêndice 49)

Esse indicador está ligado às vendas da empresa e reflete sua competitividade no mercado. Quanto maior a lucratividade, maiores são as oportunidades de investimento e competitividade. A Negroni apresenta uma lucratividade de 19,84%, enquanto a média do mercado varia entre 10% e 15%.

9.12.2. Rentabilidade (Apêndice 50)

A rentabilidade mede o retorno do investimento da empresa para os sócios, indicando a atratividade do negócio. Nesse contexto, a empresa obteve uma rentabilidade de 51,12%.

9.12.3. Demonstrativo de resultado

Com o demonstrativo de resultado do exercício, é possível avaliar o desempenho anual da empresa, determinando se haverá lucro ou prejuízo. A Negroni utilizou as tabelas anteriores para realizar os cálculos, resultando em um lucro líquido de R\$ 253.305,03.

9.12.4. Prazo de retorno do investimento

O prazo do investimento é o período durante o qual um investidor mantém um ativo antes de vendê-lo ou resgatá-lo. Já o Prazo de Retorno de Investimento é o tempo necessário para recuperar o valor investido por meio dos fluxos de caixa gerados pelo investimento. Diante disso, o prazo de retorno do investimento da empresa é de, aproximadamente, 6 meses.

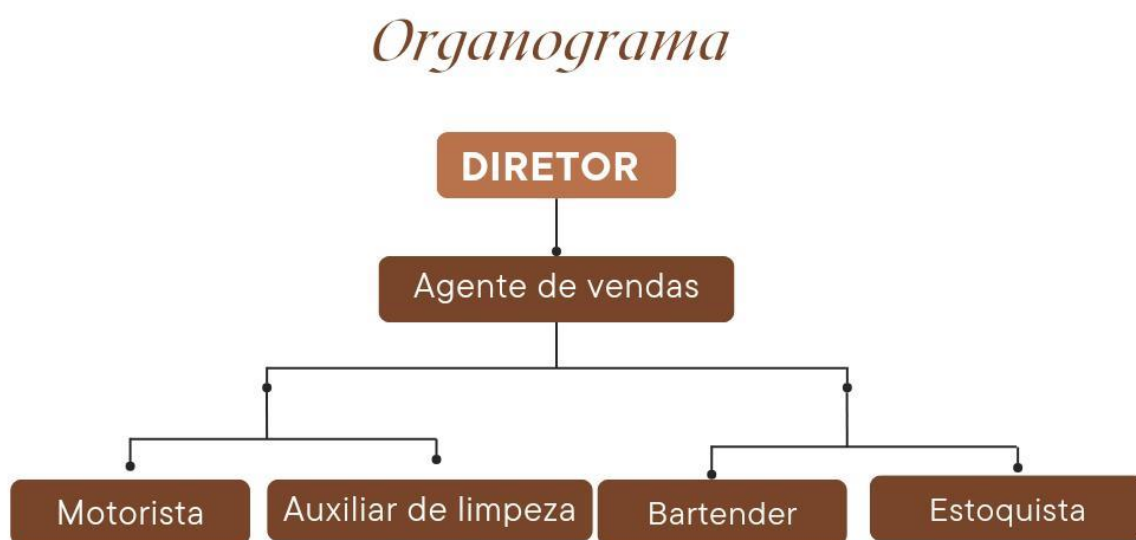
10. CONCLUSÃO

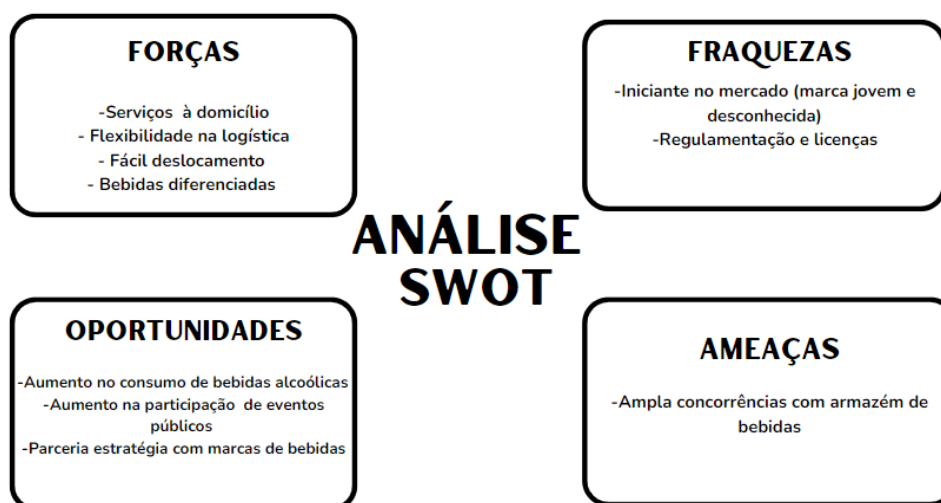
O grupo aprendeu na elaboração deste trabalho como apresentar o plano de negócio da empresa Negroni. Uma empresa que atua no setor de bebidas alcoólicas em um trailer, que disponibiliza o serviço para as pessoas confraternizarem em espaços de lazeres que desejarem.

Para ser comprovada a viabilidade do negócio, foram realizadas diversas pesquisas via internet, contando também o com sumário executivo, plano operacional, plano de marketing, plano financeiro, além de outros processos necessários para a abertura do empreendimento.

Conclui-se que a empresa Negroni uma organização exequível, tendo uma boa aceitação no mercado.

11. APÊNDICE

**Apêndice 1 – Organograma**



Apêndice 2 – Análise Swot

NEGRON



Apêndice 3 – Logomarca

PLANOS PARA FESTA

50 PESSOAS Bebidas Alcoólicas R\$ 9.000	50 PESSOAS Chopp (100L) R\$ 3.500	100 PESSOAS Bebidas Alcoólicas R\$ 13.000
100 PESSOAS Chopp (150L) R\$ 4.500	150 PESSOAS Bebidas Alcoólicas R\$ 18.000	150 PESSOAS Chopp (250L) R\$ 6.500

Apêndice 4 – Pacotes



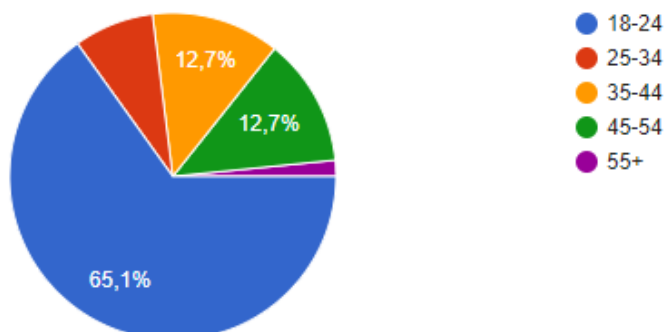
Apêndice 5 – Instagram



Apêndice 6 – Instagram

1- Qual sua Faixa etária?

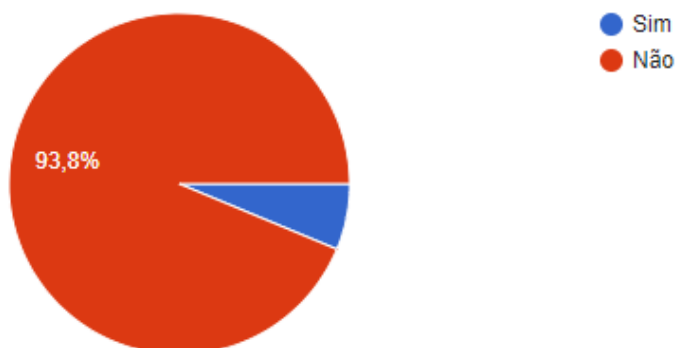
63 respostas



Apêndice 7 – Pesquisa de mercado

2- Você já contratou um bar itinerante?

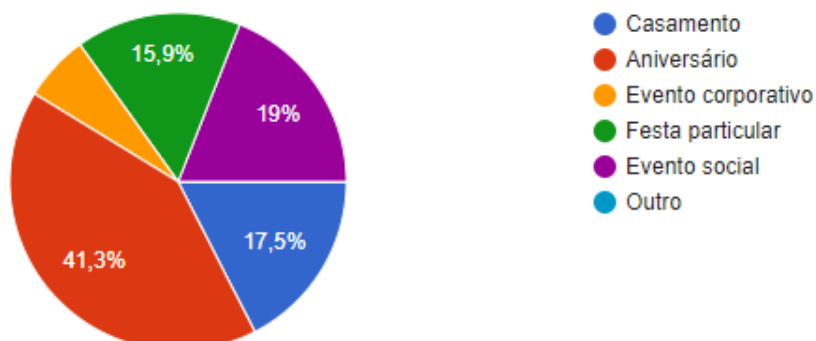
64 respostas



Apêndice 8 – Pesquisa de mercado

3- Para qual tipo de evento você contrataria um bar itinerante?

63 respostas

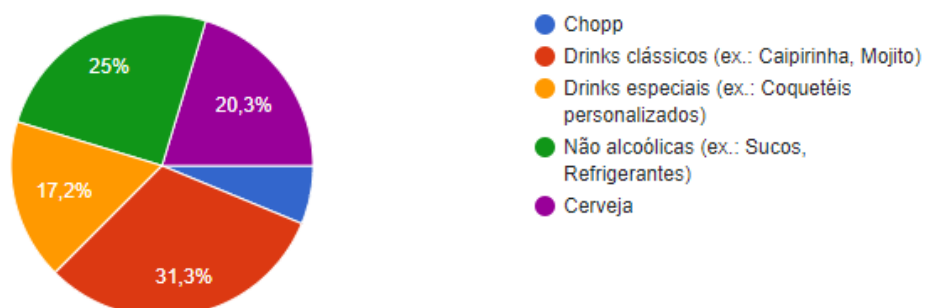


Apêndice 9 – Pesquisa de mercado

4- Quais tipos de bebidas você costuma consumir em eventos?

Copi

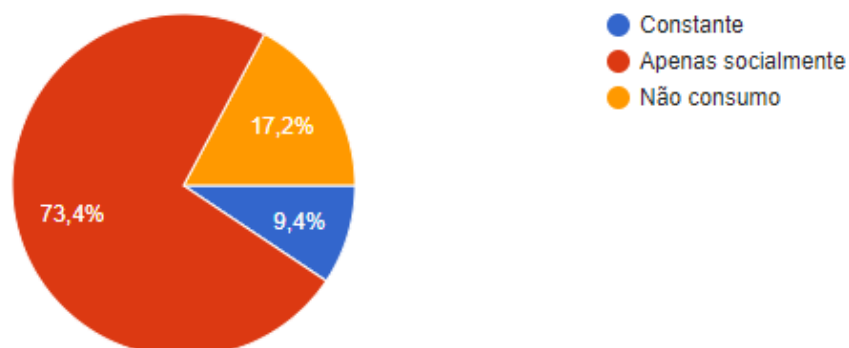
64 respostas



Apêndice 10 – Pesquisa de mercado

5- Como você descreveria a sua frequência de consumo de bebidas alcoólicas?

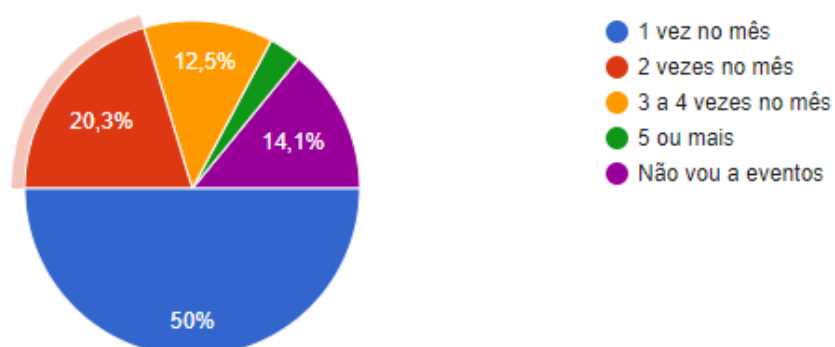
64 respostas



Apêndice 11 – Pesquisa de mercado

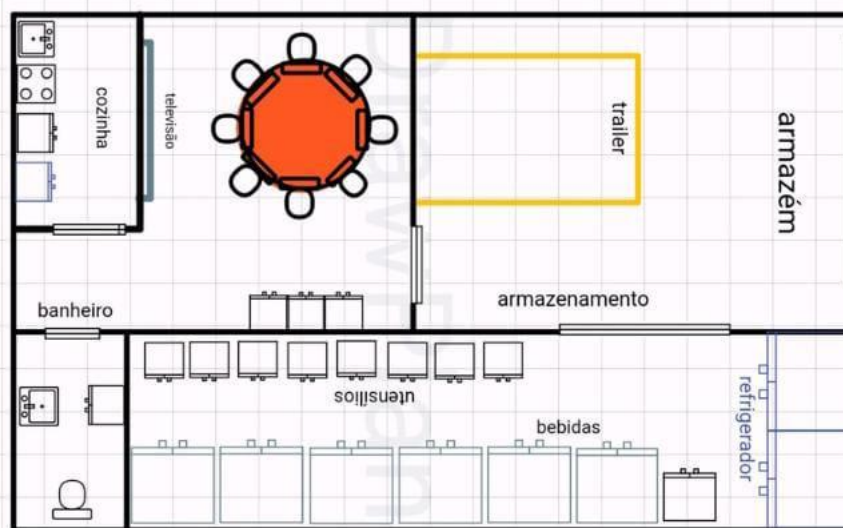
6- Com qual frequência você costuma ir em eventos? (ex: casamentos, festas, etc...)

64 respostas

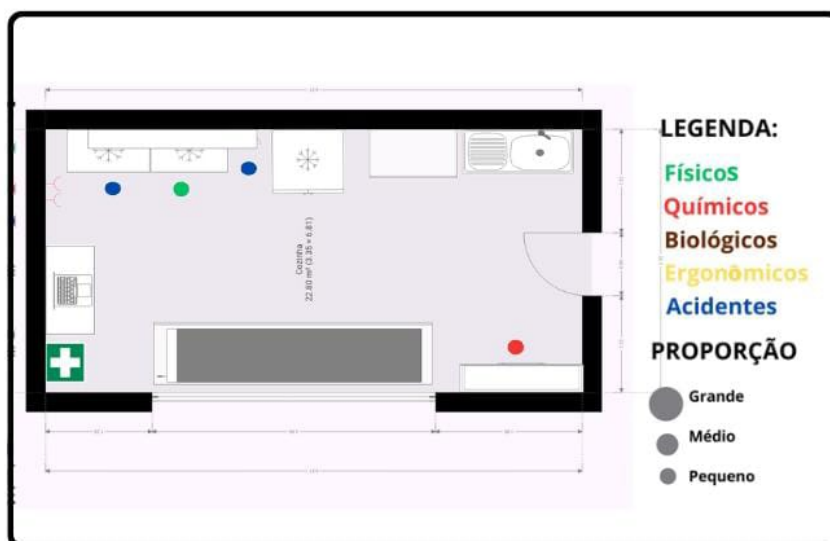


Apêndice 12 – Pesquisa de mercado

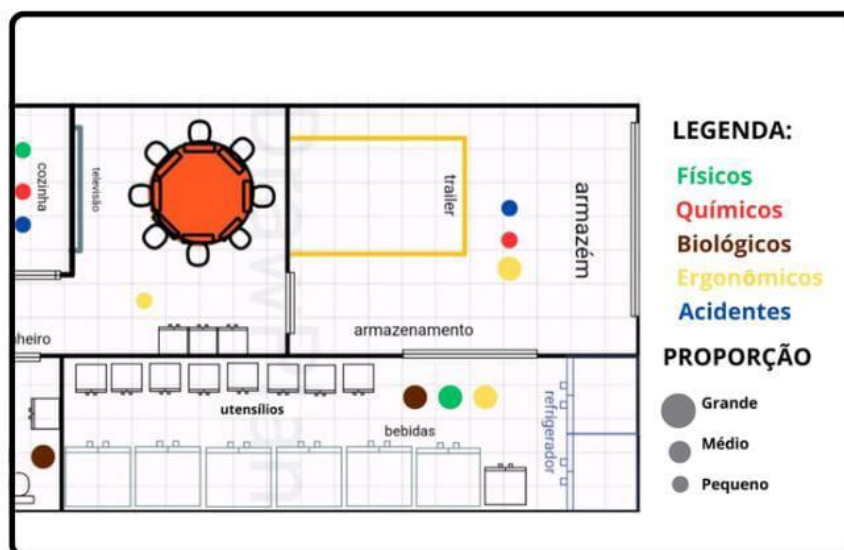
Apêndice 15 – Planta do Trailer em 3D



Apêndice 16 – Planta do Armazém

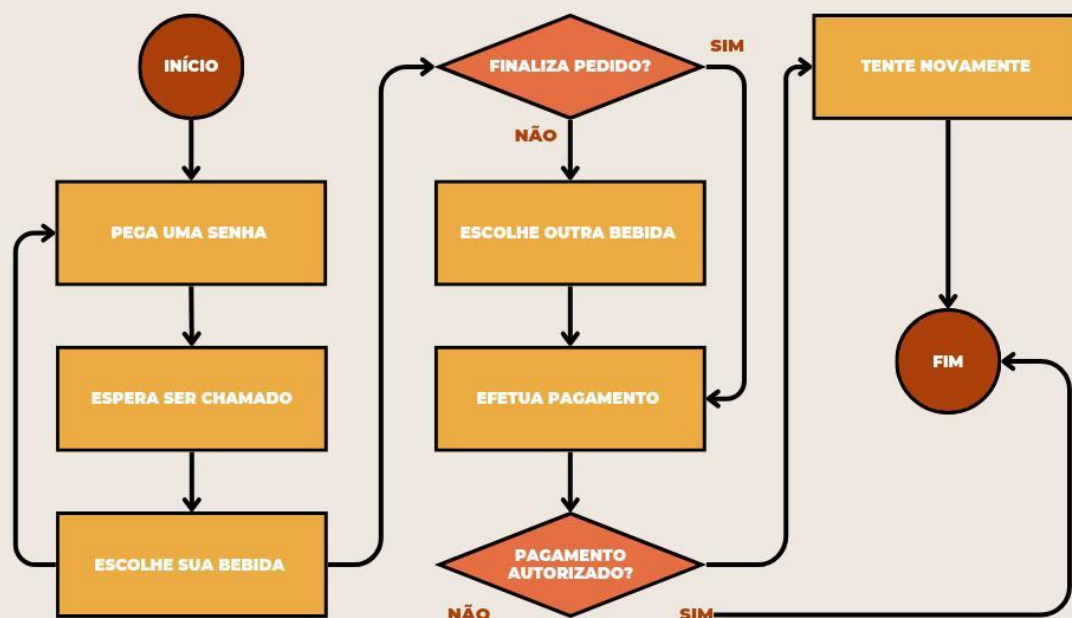


Apêndice 17 – Mapa de Risco do Trailer



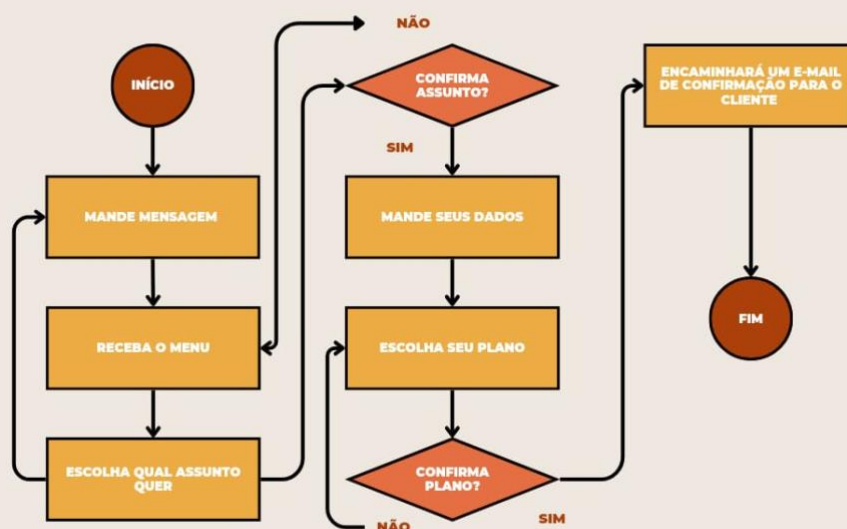
Apêndice 18 – Mapa de Risco do Armazém

FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO



Apêndice 19 – Fluxograma de Atendimento

FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO (ONLINE)



Apêndice 20 – Fluxograma de Atendimento Online

MÓVEIS				
DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL	
Copa/ Cozinha				
Gabinete com pia e armário	1	R\$ 271,51	R\$	271,51
Microondas	1	R\$ 519,00	R\$	519,00
Mesa de jantar com 4 lugares	1	R\$ 389,85	R\$	389,85
Cadeira	4	R\$ 33,84	R\$	135,36
Bebedouro	1	R\$ 281,51	R\$	281,51
Porta	1	R\$ 154,99	R\$	154,99
Toalete				
Gabinete com cuba e espelho	1	R\$ 275,40	R\$	275,40
Privada	1	R\$ 259,90	R\$	259,90
Porta	1	R\$ 154,99	R\$	154,99
Espelho	1	R\$ 64,90	R\$	64,90
Escritório/Sala de Reunião				
Mesa de centro	1	R\$ 590,37	R\$	590,37
Cadeira	8	R\$ 33,84	R\$	270,72
Armário	2	R\$ 169,90	R\$	339,80
Porta	1	R\$ 154,99	R\$	154,99
Estoque				
Prateleira	6	R\$ 99,00	R\$	594,00
Armário	8	R\$ 337,88	R\$	2.703,04
Porta	1	R\$ 154,99	R\$	154,99
Trailer				
Faca	3	R\$ 24,90	R\$	74,70
Avental	4	R\$ 26,30	R\$	105,20
Kit coqueteleira	4	R\$ 108,90	R\$	435,60
Lixeira com tampa	2	R\$ 56,90	R\$	113,80
Saco de lixo	100	R\$ 0,10	R\$	10,00
Pá de gelo	3	R\$ 15,90	R\$	47,70
Kit de primeiros socorros	1	R\$ 68,00	R\$	68,00
Abridor de garrafas	1	R\$ 24,48	R\$	24,48
Peneira inox	4	R\$ 10,99	R\$	43,96
Descascador	3	R\$ 8,90	R\$	26,70
Toca de cabelo	4	R\$ 7,50	R\$	30,00
Pano de limpeza	5	R\$ 3,30	R\$	16,50
		TOTAL		R\$ 7.315,32

Apêndice 21 – Móveis e Utensílios

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS			
DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
Copa/ Cozinha			
Microondas	1	R\$ 428,97	R\$ 428,97
Extintor de incêndio Pó químico BC 4KG	1	R\$ 126,64	R\$ 126,64
			R\$ -
			R\$ -
			R\$ -
Toalete			
Sabonete Líquido	1	R\$ 8,98	R\$ 8,98
Papel Higienico	12	R\$ 10,99	R\$ 131,88
			R\$ -
			R\$ -
Escritório/Sala de Reunião			
Computador	1	R\$ 1.043,28	R\$ 1.043,28
Telefone fixo	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Ventilador de parede	1	R\$ 230,00	R\$ 230,00
Impressora	1	R\$ 341,10	R\$ 341,10
Relógio	1	R\$ 19,90	R\$ 19,90
Televisão	1	R\$ 899,99	R\$ 899,99
Extintor de incêndio Pó químico BC 4KG	1	R\$ 126,64	R\$ 126,64
Estoque			
Prateleira inox	6	R\$ 253,35	R\$ 1.520,10
Carrinhos de mão	4	R\$ 199,90	R\$ 799,60
Geladeira	4	R\$ 1.385,30	R\$ 5.541,20
Extintor de incêndio Pó químico BC 4KG	1	R\$ 126,64	R\$ 126,64
Freezer	4	R\$ 3.419,05	R\$ 13.676,20
Trailer			
Computador	1	R\$ 1.043,28	R\$ 1.043,28
Bancada de inox	1	R\$ 429,16	R\$ 429,16
Freezer	1	R\$ 3.419,05	R\$ 3.419,05
Geladeira	2	R\$ 1.385,30	R\$ 2.770,60
Liquidificador Profissional	2	R\$ 359,99	R\$ 719,98
Relógio	1	R\$ 19,90	R\$ 19,90
Balança digital	4	R\$ 19,30	R\$ 77,20
Chopeira	2	R\$ 1.790,00	R\$ 3.580,00
Caixa registradora, porta cédulas	1	R\$ 146,13	R\$ 146,13
Maquininha	2	R\$ 226,80	R\$ 453,60
		TOTAL	R\$ 37.710,02

Apêndice 22 – Máquinas e Equipamentos

TOTAL DO INVESTIMENTO FIXO	
Sub-total	R\$ 115.025,34

Apêndice 23 – Subtotal

	ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL	Qtde.	valor unit.	Total
1	Barril de Chopp (50L)	2	R\$ 890,00	R\$ 1.780,00
2	Limão	25	R\$ 1,00	R\$ 25,00
3	Pacote de açúcar (1kg)	2	R\$ 4,50	R\$ 9,00
4	Energético tradicional (2L)	10	R\$ 11,30	R\$ 113,00
5	Gln Seagers (1L)	2	R\$ 42,89	R\$ 85,78
6	Vermute rosso	2	R\$ 89,90	R\$ 179,80
7	Campari (1L)	2	R\$ 58,90	R\$ 117,80
8	Vodka (1L)	5	R\$ 33,90	R\$ 169,50
9	Tequila (750ml)	5	R\$ 135,00	R\$ 675,00
10	Triple sec	3	R\$ 60,00	R\$ 180,00
11	Velho Barrero (910ml)	5	R\$ 13,90	R\$ 69,50
12	Vermute doce	2	R\$ 72,90	R\$ 145,80
13	Xarope de Ágave	2	R\$ 109,18	R\$ 218,36
14	Refrigerante	30	R\$ 3,50	R\$ 105,00
15	Água	30	R\$ 1,40	R\$ 42,00
16	Água c/ gás	15	R\$ 2,50	R\$ 37,50
17	Whiskey	5	R\$ 65,90	R\$ 329,50
18	Gelo de coco	15	R\$ 2,00	R\$ 30,00
19	Copo plástico 500ml	100	R\$ 0,35	R\$ 35,00
20	Canudo biodegradável preto	100	R\$ 0,16	R\$ 16,00
TOTAL				R\$ 4.312,54

Apêndice 24 – Estoque Inicial

Prazo médio de vendas	(%)	número de dias	Média ponderada
a vista	94%	0	0
a prazo (1)	4%	30	1,2
a prazo (2)	2%	60	1,2
a prazo (3)	-	-	-
Prazo médio total			2,4

Apêndice 25 – Contas a receber

Prazo médio de compras	(%)	número de dias	Média ponderada
a vista	50%	0	0
a prazo (1)	25%	30	7,5
a prazo (2)	25%	60	15
a prazo (3)	-	-	-
Prazo médio total			22,5

Apêndice 26 – Contas a pagar

	Número de dias
Necessidade média de estoques	15

Apêndice 27 – Média de estoque

	Número de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	2,4
2. Estoques – necessidade média de estoques	22,5
Subtotal 1 (item 1 + 2)	24,9
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	22,5
Subtotal 2	22,5
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2)	2,4

Apêndice 28 – Necessidade Líquida de Capital de Giro

1. Custo fixo mensal (Quadro 5.11)	R\$	38.818,30
2. Custo variável mensal (Subtotal 2 do quadro 5.12)	R\$	8.625,08
3. Custo total da empresa (item 1 + 2)	R\$	47.443,38
4. Custo total diário (item 3 ÷ 30 dias)	R\$	1.581,45
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (vide resultado do quadro anterior)		2,40
Total de B – Caixa mínimo (item 4 x 5)	R\$	3.795,47

Apêndice 29 – Caixa Mínimo

Investimentos financeiros	R\$
A – Estoque inicial	R\$ 4.312,54
B – Caixa mínimo	\$ 3.795,47
Total do capital de giro (A + B)	R\$ 8.108,01
DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	R\$
Investimentos fixos	R\$ 115.025,34
Capital de giro	R\$ 8.108,01
Investimento pré-operacional	R\$ 13.100,00
TOTAL	R\$ 136.233,35

Apêndice 30 – Resumo Capital de Giro

		Outubro	
Produto	Preço de venda	Quant.	Receita
Negroni	R\$ 35,00	30	R\$ 1.050,00
Londres	R\$ 35,00	31	R\$ 1.085,00
México	R\$ 30,00	27	R\$ 810,00
Rússia	R\$ 25,00	30	R\$ 750,00
Brasil	R\$ 25,00	36	R\$ 900,00
Escócia	R\$ 20,00	35	R\$ 700,00
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	50	R\$ 1.000,00
Água	R\$ 5,00	35	R\$ 175,00
Água c/ gás	R\$ 7,00	15	R\$ 105,00
Refrigerante	R\$ 8,00	20	R\$ 160,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	3	R\$ 27.000,00
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	1	R\$ 3.500,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00	2	R\$ 26.000,00
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00		R\$ -
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	1	R\$ 18.000,00
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00	2	15000
TOTAL			R\$ 96.235,00

Apêndice 31 - Faturamento Outubro

		Novembro	
Produto	Preço de venda	Quant.	Receita
Negroni	R\$ 35,00	32	R\$ 1.120,00
Londres	R\$ 35,00	25	R\$ 875,00
México	R\$ 30,00	39	R\$ 1.170,00
Rússia	R\$ 25,00	56	R\$ 1.400,00
Brasil	R\$ 25,00	45	R\$ 1.125,00
Escócia	R\$ 20,00	50	R\$ 1.000,00
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	68	R\$ 1.360,00
Água	R\$ 5,00	52	R\$ 260,00
Água c/ gás	R\$ 7,00	20	R\$ 140,00
Refrigerante	R\$ 8,00	35	R\$ 280,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	2	R\$ 7.000,00
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	1	R\$ 3.500,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00	2	R\$ 13.000,00
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00		R\$ 0,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	1	R\$ 9.500,00
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00	1	R\$ 7.500,00
TOTAL			R\$ 49.230,00

Apêndice 32 - Faturamento Novembro

		Dezembro	
Produto	Preço de venda	Quant.	Receita
Negroni	R\$ 35,00	850	R\$ 29.750,00
Londres	R\$ 35,00	854	R\$ 29.890,00
México	R\$ 30,00	589	R\$ 17.670,00
Rússia	R\$ 25,00	603	R\$ 15.075,00
Brasil	R\$ 25,00	752	R\$ 18.800,00
Escócia	R\$ 20,00	581	R\$ 11.620,00
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	743	R\$ 14.860,00
Água	R\$ 5,00	350	R\$ 1.750,00
Água c/ gás	R\$ 7,00	275	R\$ 1.925,00
Refrigerante	R\$ 8,00	565	R\$ 4.520,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	3	R\$ 10.500,00
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	2	R\$ 7.000,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00	1	R\$ 6.500,00
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00	1	R\$ 5.500,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	2	R\$ 19.000,00
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00	1	R\$ 7.500,00
TOTAL			R\$ 201.860,00

Apêndice 33 - Faturamento Dezembro

		Janeiro	
Produto	Preço de venda	Quant.	Receita
Negroni	R\$ 35,00	45	R\$ 1.575,00
Londres	R\$ 35,00	46	R\$ 1.610,00
México	R\$ 30,00	49	R\$ 1.470,00
Rússia	R\$ 25,00	39	R\$ 975,00
Brasil	R\$ 25,00	45	R\$ 1.125,00
Escócia	R\$ 20,00	66	R\$ 1.320,00
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	87	R\$ 1.740,00
Água	R\$ 5,00	40	R\$ 200,00
Água c/ gás	R\$ 7,00	38	R\$ 266,00
Refrigerante	R\$ 8,00	54	R\$ 432,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	3	R\$ 10.500,00
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	2	R\$ 7.000,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00	1	R\$ 6.500,00
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00	1	R\$ 5.500,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	2	R\$ 19.000,00
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00	1	R\$ 7.500,00
TOTAL			R\$ 66.713,00

Apêndice 34 - Faturamento Janeiro

			Fevereiro	
Produto	Preço de venda	Quant.	Receita	
Negroni	R\$ 35,00	1540	R\$ 53.900,00	
Londres	R\$ 35,00	1378	R\$ 48.230,00	
México	R\$ 30,00	1467	R\$ 44.010,00	
Rússia	R\$ 25,00	1250	R\$ 31.250,00	
Brasil	R\$ 25,00	1156	R\$ 28.900,00	
Escócia	R\$ 20,00	1020	R\$ 20.400,00	
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	900	R\$ 18.000,00	
Água	R\$ 5,00	754	R\$ 3.770,00	
Água c/ gás	R\$ 7,00	450	R\$ 3.150,00	
Refrigerante	R\$ 8,00	890	R\$ 7.120,00	
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	2	R\$ 7.000,00	
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	2	R\$ 7.000,00	
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00	1	R\$ 6.500,00	
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00	3	R\$ 16.500,00	
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	2	R\$ 19.000,00	
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00		R\$ 0,00	
TOTAL			R\$ 314.730,00	

Apêndice 35 - Faturamento Fevereiro

			Março	
Produto	Preço de venda	Quant.	Receita	
Negroni	R\$ 35,00	52	R\$ 1.820,00	
Londres	R\$ 35,00	58	R\$ 2.030,00	
México	R\$ 30,00	65	R\$ 1.950,00	
Rússia	R\$ 25,00	73	R\$ 1.825,00	
Brasil	R\$ 25,00	49	R\$ 1.225,00	
Escócia	R\$ 20,00	67	R\$ 1.340,00	
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	85	R\$ 1.700,00	
Água	R\$ 5,00	62	R\$ 310,00	
Água c/ gás	R\$ 7,00	43	R\$ 301,00	
Refrigerante	R\$ 8,00	78	R\$ 624,00	
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	1	R\$ 3.500,00	
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	3	R\$ 3.500,00	
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00	1	R\$ 13.000,00	
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00	2	R\$ 4.500,00	
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00		R\$ -	
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00	2	R\$ 6.500,00	
TOTAL			R\$ 44.125,00	

Apêndice 36 - Faturamento Março

Produto	Preço de venda	Abril	
		Quant.	Receita
Negroni	R\$ 35,00	86	R\$ 3.010,00
Londres	R\$ 35,00	65	R\$ 2.275,00
México	R\$ 30,00	72	R\$ 2.160,00
Rússia	R\$ 25,00	84	R\$ 2.100,00
Brasil	R\$ 25,00	68	R\$ 1.700,00
Escócia	R\$ 20,00	74	R\$ 1.480,00
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	96	R\$ 1.920,00
Água	R\$ 5,00	56	R\$ 280,00
Água c/ gás	R\$ 7,00	32	R\$ 224,00
Refrigerante	R\$ 8,00	79	R\$ 632,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	2	R\$ 7.000,00
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	4	R\$ 14.000,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00		R\$ 0,00
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00	3	R\$ 16.500,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	1	R\$ 9.500,00
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00		R\$ 0,00
TOTAL			R\$ 62.781,00

Apêndice 37 - Faturamento Abril

Produto	Preço de venda	Maio	
		Quant.	Receita
Negroni	R\$ 35,00	74	R\$ 2.590,00
Londres	R\$ 35,00	72	R\$ 2.520,00
México	R\$ 30,00	87	R\$ 2.610,00
Rússia	R\$ 25,00	81	R\$ 2.025,00
Brasil	R\$ 25,00	89	R\$ 2.225,00
Escócia	R\$ 20,00	90	R\$ 1.800,00
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	76	R\$ 1.520,00
Água	R\$ 5,00	65	R\$ 325,00
Água c/ gás	R\$ 7,00	34	R\$ 238,00
Refrigerante	R\$ 8,00	82	R\$ 656,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	1	R\$ 3.500,00
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	2	R\$ 7.000,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00	4	R\$ 26.000,00
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00		R\$ 0,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	1	R\$ 9.500,00
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00	3	R\$ 22.500,00
TOTAL			R\$ 85.009,00

Apêndice 38 - Faturamento Maio

		Junho	
Produto	Preço de venda	Quant.	Receita
Negroni	R\$ 35,00	430	R\$ 15.050,00
Londres	R\$ 35,00	387	R\$ 13.545,00
México	R\$ 30,00	410	R\$ 12.300,00
Rússia	R\$ 25,00	360	R\$ 9.000,00
Brasil	R\$ 25,00	376	R\$ 9.400,00
Escócia	R\$ 20,00	361	R\$ 7.220,00
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	463	R\$ 9.260,00
Água	R\$ 5,00	115	R\$ 575,00
Água c/ gás	R\$ 7,00	51	R\$ 357,00
Refrigerante	R\$ 8,00	402	R\$ 3.216,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	3	R\$ 10.500,00
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	2	R\$ 7.000,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00		R\$ 0,00
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00	2	R\$ 11.000,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	3	R\$ 28.500,00
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00		R\$ 0,00
TOTAL			R\$ 136.923,00

Apêndice 39 - Faturamento Junho

		Julho	
Produto	Preço de venda	Quant.	Receita
Negroni	R\$ 35,00	230	R\$ 8.050,00
Londres	R\$ 35,00	115	R\$ 4.025,00
México	R\$ 30,00	96	R\$ 2.880,00
Rússia	R\$ 25,00	125	R\$ 3.125,00
Brasil	R\$ 25,00	93	R\$ 2.325,00
Escócia	R\$ 20,00	85	R\$ 1.700,00
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	180	R\$ 3.600,00
Água	R\$ 5,00	80	R\$ 400,00
Água c/ gás	R\$ 7,00	35	R\$ 245,00
Refrigerante	R\$ 8,00	170	R\$ 1.360,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	3	R\$ 10.500,00
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	1	R\$ 3.500,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00	2	R\$ 13.000,00
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00	3	R\$ 16.500,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	1	R\$ 9.500,00
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00		R\$ 0,00
TOTAL			R\$ 80.710,00

Apêndice 40 - Faturamento Julho

		Agosto	
Produto	Preço de venda	Quant.	Receita
Negroni	R\$ 35,00	92	R\$ 3.220,00
Londres	R\$ 35,00	85	R\$ 2.975,00
México	R\$ 30,00	86	R\$ 2.580,00
Rússia	R\$ 25,00	99	R\$ 2.475,00
Brasil	R\$ 25,00	110	R\$ 2.750,00
Escócia	R\$ 20,00	74	R\$ 1.480,00
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	103	R\$ 2.060,00
Água	R\$ 5,00	62	R\$ 310,00
Água c/ gás	R\$ 7,00	48	R\$ 336,00
Refrigerante	R\$ 8,00	95	R\$ 760,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	2	R\$ 7.000,00
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	3	R\$ 10.500,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00	3	R\$ 19.500,00
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00		R\$ 0,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	1	R\$ 9.500,00
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00	1	R\$ 7.500,00
TOTAL			R\$ 72.946,00

Apêndice 41 - Faturamento Agosto

		Setembro	
Produto	Preço de venda	Quant.	Receita
Negroni	R\$ 35,00	103	R\$ 3.605,00
Londres	R\$ 35,00	98	R\$ 3.430,00
México	R\$ 30,00	116	R\$ 3.480,00
Rússia	R\$ 25,00	93	R\$ 2.325,00
Brasil	R\$ 25,00	120	R\$ 3.000,00
Escócia	R\$ 20,00	86	R\$ 1.720,00
Chopp (500ml)	R\$ 20,00	112	R\$ 2.240,00
Água	R\$ 5,00	84	R\$ 420,00
Água c/ gás	R\$ 7,00	46	R\$ 322,00
Refrigerante	R\$ 8,00	124	R\$ 992,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 3.500,00	3	R\$ 10.500,00
apenas chopp (100 L)	R\$ 3.500,00	1	R\$ 3.500,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 6.500,00	2	R\$ 13.000,00
apenas chopp (150 L)	R\$ 5.500,00		R\$ 0,00
Bebidas alcoólicas	R\$ 9.500,00	2	R\$ 19.000,00
apenas chopp (250 L)	R\$ 7.500,00	2	R\$ 15.000,00
TOTAL			R\$ 82.534,00

Apêndice 42 - Faturamento Setembro

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1. Impostos			
Impostos Federais			
SIMPLES	10%	R\$ 1.276.861,00	R\$ 127.686,10
Subtotal 1			R\$ 127.686,10
2. Gastos com vendas			
Comissões	0,5%	R\$ 1.276.861,00	R\$ 7958,43
Propaganda	1,00%	R\$ 1.276.861,00	R\$ 12.768,61
Taxa de administração do cartão de crédito	0,00%	R\$ 1.276.861,00	R\$ 0,00
Subtotal 2			R\$ 12.768,61
TOTAL (Subtotal 1 + 2)			R\$ 140.454,71

Apêndice 43 – Imposto

FUNÇÃO	Nº de Empregados	Salário Mensal (R\$)	(%) de encargos sociais	Encargos sociais (R\$)	Total (R\$)
1. Agente de vendas	1	R\$ 2.200,00	25%	R\$ 550,00	R\$ 2.750,00
2. bartender fixos	2	R\$ 2.000,00	15%	R\$ 300,00	R\$ 2.300,00
3. Assistente de estoque	1	R\$ 1.800,00	15%	R\$ 270,00	R\$ 2.070,00
4. Auxiliar de limpeza	1	R\$ 1.600,00	15%	R\$ 240,00	R\$ 1.840,00
5. Motorista	1	R\$ 2.300,00	15%	R\$ 345,00	R\$ 2.645,00
TOTAL					R\$ 11.605,00

Apêndice 44 - Custo de Mão de Obra CLT

Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
5.2.1 – Obras civis/reformas, Instalação de eletricidade e encanamento	R\$ 15.000,00	30 anos	R\$ 500,00	R\$ 41,67
5.2.2 – Máquinas e equipamentos	R\$ 13.759,32	7,5	R\$ 1.834,58	R\$ 152,88
5.2.3 – Móveis e máquinas	R\$ 3.598,24	7,5	R\$ 479,76	R\$ 39,98
5.2.4 – Veículos	R\$ 70.000,00	5 anos	R\$ 14.000,00	R\$ 1.166,67
5.2.5- Outros				
TOTAL	R\$ 102.357,56	15	R\$ 16.814,34	R\$ 1.401,20

Apêndice 45 - Depreciação

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Aluguel	R\$ 9.000,00
IPTU	R\$ 44,10
Água	R\$ 65,00
Energia elétrica	R\$ 250,00
Telefone	R\$ 53,00
Pró-labore	R\$ 10.500,00
Salários + encargos	R\$ 11.605,00
Material de limpeza	R\$ 350,00
Material de escritório	R\$ 250,00
Combustível	R\$ 550,00
Taxas diversas	R\$ 4.000,00
Depreciação	R\$ 1.401,20
Outras despesas	R\$ 750,00
Total	R\$ 38.818,30

Apêndice 46 - Custo operacional mensal

Descrição	R\$
Receita total	R\$ 1.276.861,00
Custos variáveis totais	R\$ 600.696,41
Subtotal	R\$ 676.164,59
Margem de contribuição	R\$ 676.164,59
Custos fixos totais	R\$ 465.819,56
Resultado operacional	R\$ 210.345,03

Apêndice 47 – Demonstrativo de resultado

margem de contribuição		PE	
receita total	R\$ 1.276.861,00	custo fixo total	R\$ 465.819,56
custo variavel total	R\$ 460.241,70	margem de contribuição	R\$ 0,64
TOTAL	R\$ 0,64	TOTAL	R\$ 728.352,65

prazo de retorno	
investimento total	R\$ 135.946,95
lucro líquido	R\$ 210.345,03
TOTAL	0,65

Apêndice 48 – Viabilidade

lucratividade	
receita total	R\$ 1.276.861,00
lucro líquido	R\$ 210.345,03
TOTAL	16,47%

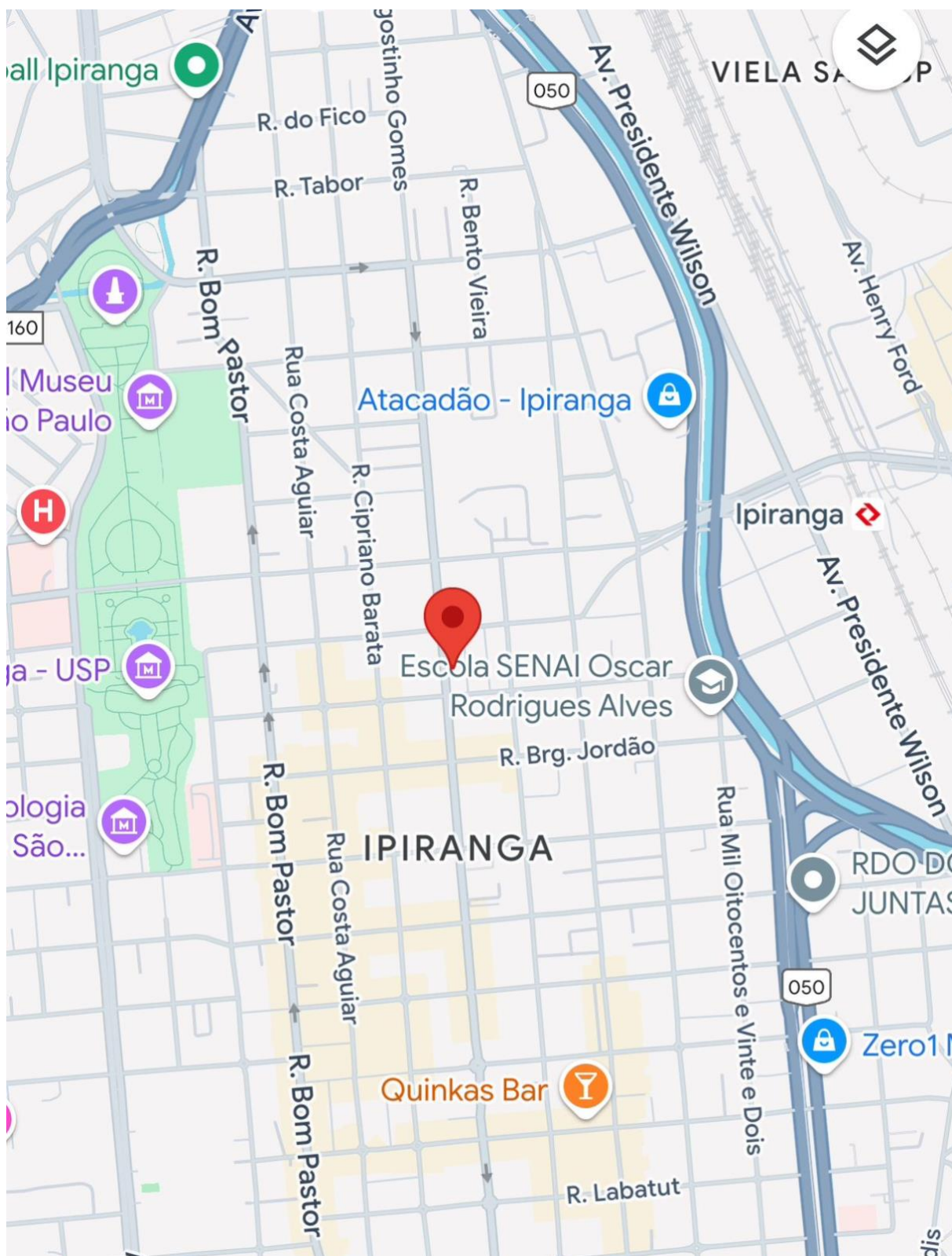
Apêndice 49 – Lucratividade

rentabilidade	
lucro líquido	R\$ 210.345,03
investimento total	R\$ 135.946,95
TOTAL	154,73%

Apêndice 50 – Rentabilidade

12. ANEXO

R. Agostinho Gomes, 1677 – Ipiranga, São Paulo



Anexo 1 - Local do armazém

13. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://exame.com/casual/30-dos-millennials-tem-preguica-de-sair-para-beber-com-amigos/>

<https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2024/01/10/consumo-de-bebidas-alcoolicas-em-casa-aumenta-em-mais-de-40.ghml>

https://reidoalvara.com.br/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwzva1BhD3ARIsADQuPnX0ya7SKW9v8GHzpJgOGZ-3bMH_E9a71nPdo0GADLjIwd5FdkfwxBwaAmINEALw_wcB

<https://organismobrasil.com.br/mudancas-no-consumo-alcoolico-8-fatores-chave-para-2023/>

<https://guiadacervejabr.com/entrevista-apex-exportacao-cervejas-brasileiras/>

<https://www.duasrodas.com/blog/mercado-de-bebidas-alcoolicas/>

<https://blog.compra-agora.com/fornecedores-de-bebidas/>

<https://montarumnegocio.com.br/fornecedores-de-bebidas/>

<https://www.folhavoria.com.br/geral/noticia/09/2024/setor-de-feiras-e-eventos-projeta-crescimento-de-19-em-2024>

