



**PLANO DE NEGÓCIO:  
DRINKS SOUND LTDA**

**BELO HORIZONTE  
2020**

**JOÃO DE PAULA NETO**  
**JOÃO VITOR PEREIRA MENDES**

**PLANO DE NEGÓCIO:**  
**DRINKS SOUND LTDA**

Trabalho apresentado à disciplina de Elaboração de Projetos (TCC) do Curso de Administração da Faculdade Minas Gerais - FAMIG - como requisito parcial para conclusão do curso de Administração.

Orientador: Maximiliano F. de Oliveira.

**BELO HORIZONTE**  
**2020**

## SUMÁRIO

<b>1 - SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>1</b>
1.1 PRINCIPAIS PONTOS DO NEGÓCIO.....	1
1.2 – EMPREENDEDORES E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL .....	1
1.3 – DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	2
1.4 – MISSÃO .....	2
1.5 – VISÃO .....	2
1.6 – FORMA JURÍDICA.....	2
1.7 – ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO .....	2
1.8 – CAPITAL SOCIAL .....	3
1.9 – FONTE DE RECURSOS.....	3
<b>2 – ANÁLISE DE MERCADO.....</b>	<b>4</b>
2.1 – CLIENTES .....	4
2.2 – CONCORRENTES .....	5
2.3 – FORNECEDORES .....	7
3.1 – PRODUTOS E SERVIÇOS.....	9
3.2 – PREÇO.....	17
3.3 – DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO .....	18
<b>3.4 – DISTRIBUIÇÃO E VENDAS.....</b>	<b>20</b>
3.5 – LOCALIZAÇÃO.....	20
<b>4 - PLANO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>21</b>
4.1 – ANÁLISE DE SWOT .....	21
4.2 – BSC.....	22
<b>5 – PLANO OPERACIONAL .....</b>	<b>27</b>
<b>6 - PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>43</b>
6.1 - INVESTIMENTO INICIAL.....	43
6.1.1 – Investimentos fixos .....	43
6.1.2 – Investimentos pré-operacionais.....	44
6.1.3 – Estoques iniciais.....	44
6.1.4 – Capital de Giro .....	44
6.1.5 – Investimento total e fontes de recursos.....	46
6.2 – GASTOS COM PESSOAL .....	47

6.3 – REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS .....	47
6.4 - PROJEÇÃO DE CUSTOS E DESPESAS .....	47
6.5 – CUSTOS DO PRODUTO OU SERVIÇO .....	49
6.6 – PREVISÃO DE VENDAS .....	49
6.7 – IMPOSTOS SOBRE FATURAMENTO .....	50
<b>6.8 – PROJEÇÕES FINANCEIRAS .....</b>	<b>51</b>
6.8.1 – Fluxo de caixa .....	51
6.8.2 – Projeção de resultados .....	53
6.9.1 – Valor Presente Líquido (VPL).....	53
6.9.2 – Prazo de Retorno do Investimento (Payback).....	54
6.9.3 – Taxa Interna de Retorno (TIR).....	54
6.9.4 – Ponto de Equilíbrio (PE) .....	54
6.9.5 – Lucratividade (lucro líquido sobre a receita total).....	55
6.9.6 – Rentabilidade (lucro líquido sobre o investimento total).....	56
<b>7 – ELEVATOR PITCH .....</b>	<b>58</b>
<b>8 – BUSINESS MODEL CANVAS .....</b>	<b>59</b>
<b>9 – FEIRA DO EMPREENDEDOR .....</b>	<b>60</b>
<b>10 – CONCLUSÃO.....</b>	<b>61</b>

## **1 - SUMÁRIO EXECUTIVO**

### **1.1 - Principais pontos do Negócio**

A Drinks Sound é uma empresa voltada para o ramo de eventos com o intuito de oferecer para seus parceiros e clientes uma estrutura de *drinks* variados e som de muita qualidade, com profissionais qualificados, bem treinados e com larga experiência no ramo. A ideia de criar este negócio surgiu do proprietário João Vitor Pereira Mendes, com anos de experiência em produção de eventos e aprendizado em todas as áreas, porém com o maior foco no bar e som. O diferencial da empresa é o comprometimento e qualidade com o serviço prestado.

Serão utilizadas sempre boas estruturas (móvel), profissionais uniformizados, qualificados e treinados, além de todas as frutas usadas para produzir os drinks serem frescas juntamente com as bebidas alcoólicas de melhor qualidade e o DJ com repertório magnífico.

Os clientes da Drinks Sound serão eventos corporativos, festas de casamento, festas de 15 anos, aniversários, festas de fim de ano, *buffets* e cerimoniais, atendendo pessoas físicas e jurídicas.

Para iniciar negócio será necessário um investimento de R\$ 129.351,80 e tem como prazo de retorno 0,7 anos e uma lucratividade de 25,88%, como será demonstrada no plano financeiro.

### **1.2 – Empreendedores e experiência profissional**

João Vitor Pereira Mendes – Com mais de 6 anos em experiência no ramo de eventos, um profissional dedicado e com muita sede de crescimento. Apaixonado pela área comercial, com grandes participações e desenvolvimentos de projetos em grandes empresas.

João de Paula Neto – Graduando em administração de empresas atualmente servidor público na esfera municipal (Prefeitura Municipal de Belo Horizonte), atua em uma unidade básica de saúde, nas áreas de atendimento a pacientes. Tem como característica visão de planejamento e larga experiência em gestão pública.

### **1.3 – Dados do empreendimento**

Razão Social - Drinks Sound Ltda. – pela característica do empreendimento não é necessário um endereço físico.

### **1.4 – Missão**

Servir *drinks* de qualidade e fazer do seu evento inesquecível com as músicas mais animadas.

### **1.5 – Visão**

Ser uma empresa de referência, reconhecida como a melhor opção por clientes, colaboradores, comunidade, fornecedores e investidores, pela qualidade dos produtos, serviços e relacionamento.

### **1.6 – Forma jurídica**

A forma jurídica aplicada pela será sociedade LTDA com capital social dividido em partes iguais entre os dois sócios.

### **1.7 – Enquadramento tributário**

O enquadramento tributário da Drinks Sound LTDA é o simples nacional, pelo fato de oferecer as menores alíquotas de acordo com o faturamento e pelo ganho de eficiência no cálculo dos impostos.

Os tributos para esse enquadramento são: IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP); DAS;

## 1.8 – Capital social

Para o início do empreendimento será necessário um desembolso de R\$ 129.351,80 em que estão incluídos todos os custos para abertura da empresa, os valores estão detalhados no Plano Financeiro.

Quadro 1 – Capital Social

<b>Capital Social</b>	
João De Paula Neto	R\$ 64.675,90
João Vitor Pereira Mendes	R\$ 64.675,90
<b>Total</b>	<b>R\$ 129.351,80</b>

Fonte: autores (2020)

## 1.9 – Fonte de recursos

Ambos os sócios arcarão com o investimento inicial, portanto, a fonte de recurso utilizada na Drinks Sound será a de capital próprio.

## 2 – ANÁLISE DE MERCADO

### 2.1 – Clientes

A Drinks Sound tem por finalidade oferecer um serviço de tenda de drinks variados alcoólicos e não alcoólicos. Além disso, oferece a diversão completa, há a opção de fechar pacotes incluindo, além do bar, DJ residente e DJ de apresentação para evento de pequeno, médio e grande porte. Inicialmente a Drinks Sound atenderá somente eventos realizados na grande Belo Horizonte.

Os principais clientes são: eventos corporativos, festas de casamento, festas de 15 anos, aniversários, festas de fim de ano, *buffets* e cerimoniais. O foco será festas de pequeno, médio e grande porte, atendendo as classes média e alta.

Entramos em inúmeros sites para saber sobre quais empresas oferecem serviços semelhantes à Drinks Sound, foi identificada a existência de aproximadamente 200 empresas que atuam no setor, com uma estimativa de três eventos por fim de semana, realizados por cada uma dessas empresas, totalizando aproximadamente 12 eventos por mês.

Pode-se concluir que há um mercado de aproximadamente 2.400 eventos por mês e 28.800 por ano. Vale ressaltar que a empresa está sujeita a fatores que envolvem a sazonalidade, pois se trata de um ramo que se concentram em determinadas épocas do ano, por exemplo, o mês de janeiro, em geral período de férias das pessoas.

Para minimizar tais efeitos a empresa adotará estratégias ao longo do ano, como, por exemplo, a oferta de descontos entre 5 e 10%, para festas marcadas para o mês de janeiro, período sabidamente de menor demanda por eventos.

Por outro lado, o final de ano é uma época que a ser explorada. É a época que mais existem eventos, podem-se citar festas de confraternizações de empresas, réveillons, aniversários, casamentos, boates etc. Nessa época do ano, será necessário investir em treinamentos para aumentar a capacidade produtiva da empresa, treinando mais pessoas de acordo com a demanda para aumentar o faturamento. Será lançada mão de promoções para alavancar vendas acima dos

concorrentes que estão citadas no item 3.2, a ideia é utilizar a ferramenta genérica liderança em custo total, fornecendo serviços de alta qualidade, porém com o preço menor.

## 2.2 – Concorrentes

Para identificar os maiores concorrentes da Drinks Sound foram realizadas buscas de sites no Google. Após essas buscas, foram identificadas as empresas Show Bar, Stage Bar e One Bar. Empresas que atuam em Belo Horizonte e região metropolitana.

### 2.2.1 - Show Bar

- Endereço: Avenida Alphonsus Guimarães, 262, Belo Horizonte.
- E-mail: comercial@showbardinks.com.br
- Telefones (31) 987125777, (31) 25271167
- Empresa requisitada, alta procura forte no mercado de festas. Bons produtos, preço tabelado.
- Condições de pagamento: Normalmente entrada de 30 ou 50% e restante quitado até 10 dias antes do evento, dependendo do número de convidados.
- Número de lojas: 1
- Número de funcionários: 4
- Tipos de festas oferecidas: casamento, formatura e aniversário, todos eles incluindo empresariais e showrooms.
- Serviços disponibilizados: Bares de *drink*, bares temáticos de *gin*, uísque, vodka, energético, dentre outros.
- Canais de venda: e-mail e telefone
- Publicidade: Facebook e Instagram
- Tempo de entrega: Horas antes do evento
- Garantias oferecidas: Tudo o que for contratado vai redigido em contrato e assinado pelas partes, com multa para os dois lados em caso de descumprimento.
- Preço cobrado: Depende do número de convidados, das marcas de bebidas oferecidas no evento, de quem vai oferecer a bebida (cliente ou empresa) e dos serviços solicitados.

### 2.2.2 - Stage Bar

- Endereço: Rua José Rodrigues Pereira, 821, Buritis, Belo Horizonte.
- Telefones: (31)995106910, (31)997327645
- Número de lojas: 1
- Boas qualidades de produtos normalmente utilizam o mesmo fornecedor
- Preço cobrado: varia de acordo com o número de convidados
- Condições de pagamento: 30% de entrada e o restante até 10 dias antes do evento
- Serviços disponibilizados: barman
- Canais de venda: e-mail e Instagram
- Publicidade: Instagram e Facebook
- Tempo de entrega: Horas antes do evento
- Garantias oferecidas: contrato comum e mão de obra

### 2.2.3 - One Bar

- Endereço: Rua Líbero Leoni, 26 – Buritis – Belo Horizonte.
- Telefones: (31)983226877
- Número de lojas: 1
- Número de funcionários: 5
- Conhecidos pela boa qualidade dos produtos que utilizam, normalmente utilizam o mesmo fornecedor; compram no Ceasa.
- Preço cobrado: de acordo com o número de convidados, condições especiais para maior quantidade de convidados.
- Condições de pagamento: 10% de entrada e o restante 5 dias do evento
- Serviços disponibilizados: barman
- Canais de venda: Instagram e e-mail
- Publicidade: Instagram
- Tempo de entrega: Horas antes do evento
- Garantias oferecidas: Contrato de prestação de serviços após degustação

## **2.3 – Fornecedores**

A Drinks Sound não possui estoque de materiais, todos os materiais usados nos eventos são alocados de acordo com cada porte de evento.

A opção será por realizar o pagamento sempre na hora da compra de todos os tipos de fornecimentos necessários. 100% a vista, exceto a locação de utensílios e montagem do bar em que o pagamento será 50% antecipado e 50% no dia da festa, para não afetar o fluxo de caixa.

Foram levantados os seguintes fornecedores.

### **2.3.1 - Locação de utensílios para montagem do Bar.**

- Júnior Festas - Responsável pelo fornecimento de todos os utensílios para montagem do bar tais como; taças, móveis, vasilhames, estrutura em geral. Endereço / Contatos: Rua Platina, 481 - Prado Belo Horizonte (MG). <http://www.juniorfestas.com.br>. (31)3371-2586 [juniorfestas@juniorfestas.com.br](mailto:juniorfestas@juniorfestas.com.br).
- Divinas Festas - Responsável pelo fornecimento de todos os utensílios para montagem do bar tais como; taças, móveis, vasilhames, estrutura em geral. Endereço/Contatos: Av. Américo Vespúcio 1701 – Caiçara. <https://www.divinafestamg.com.br/> / (31) 3464-3446 - Whatsapp: (31) 98481-6087.

### **2.3.2 - Ingredientes para produção de drinks.**

- Ceasa Centrais de abastecimento de Minas Gerais - Responsável pelo fornecimento de todas as frutas necessárias para o preparo dos drinks. Endereço - BR-040, s/n - Kennedy, Contagem - MG, 32145-000.
- Oásis Bebidas - Mais de 19 anos no mercado. Responsável pela distribuição das bebidas quando se trata de eventos com drinks sofisticados. Endereço/Contatos: Rua Minerva, 475 - Caiçara / Belo Horizonte. <https://www.oasisbebidas.com.br/vodka>.

- Villefort Atacadista - Responsável pelo fornecimento de bebidas comuns para a preparação de drinks, vodcas populares, tônics, creme de leite, leite condensado, água com gás e energéticos. Endereço / Contatos: Av. Dom Pedro II, 1600 - Carlos Prates, Belo Horizonte - MG, 30710-010. <http://www.villefort.com.br/>.

### **2.3.3 - Equipamentos, manutenção e cabos em geral - Som e DJ.**

- Electronics Service Center LTDA - Responsável pela manutenção de todo o equipamento de som. Endereço/Contatos: Av. Pres. Tancredo Neves, 3445 - Castelo, Belo Horizonte - MG, 31330-430. <http://www.electronics.com.br/>.
- Serenata - Responsável pelo fornecimento de todos os cabos de ligação de equipamentos, tais como: XDJ, caixa passiva e ativa. Endereço/Contatos: Av. Olegário Maciel, 151 - Belo Horizonte - MG. (31) 3211-1313. <https://www.serenatanet.com.br/>.
- Eletro X - Responsável pelo fornecimento de toda a estrutura de iluminação quando necessário, tais como: Globos, Par led, movingestropos, etc. Endereço/Contatos: Shopping Oiapoque - Av. Oiapoque, 156 - Centro, Belo Horizonte - MG, 30111-070.

### 3 – PLANO DE MARKETING

#### 3.1 – Produtos e serviços

A Drinks Sound é uma empresa do ramo de eventos o objetivo é levar para os eventos/confraternizações drinks especiais e DJs com o estilo de música solicitado pelo contratante no momento de finalizar o contrato e a negociação.

Todos os drinks são feitos com produtos frescos e de qualidade, além do mais todos os profissionais possuem larga experiência em drinks e eventos, bem vestidos e uniformizados e utilizam materiais esterilizados sempre com álcool.

Abaixo alguns produtos e serviços ofertados:

Figura 1 - Mojito - Composto de rum, limão e hortelã.



Fonte: (COOK, 2020).

O *drink* mojito é servido no copo *long drink* com 300 ML, acompanhado de canudinho e plaquinhas com frases extrovertidas. Para fazer esse *drink* é utilizado o Rum Bacardi 10 anos Gran Reserva.

Figura 2 - Pina Colada - Composto de rum, abacaxi e leite de coco.



Fonte: (CYBERCOOK, 2020).

O *drink* pina colada é servido na taça Windsor em 380 ML, acompanhado de canudinho e plaquinhas com frases extrovertidas. Para fazer esse *drink* é utilizado o Rum Bacardi 10 anos Gran Reserva.

Figura 3 - Caipi de Kiwi



Fonte: (PICUKI, 2020).

A caipi de kiwi é servida no copo Ilhabela (apropriado para caipirinhas) com 350 ML, acompanhado de canudinho e plaquinhas com frases extrovertidas. Para produzir este *drink* é utilizada a vodka Absolut.

Figura 4 - Caipi de Morango



Fonte: (GETNINJAS, 2020).

A caipi de morango é servida no copo Ilhabela (apropriado para caipirinhas) com 350 ML, acompanhado de canudinho e plaquinhas com frases extrovertidas. Para produzir este *drink* é utilizada a vodka Absolut.

Figura 5 - Caipi de Limão



Fonte: (CYBER COOK, 2020).

A caipi de limão é servida no copo Ihabela (apropriado para caipirinhas) com 350 ML, acompanhado de canudinho e plaquinhas com frases extrovertidas.

Figura 6 - Gin Tônica Tradicional - Gin, água tônica, limão e pepino.



Fonte: (SEM MEDIDA, 2020).

O *drink* Gin tônica é servido em uma taça com 600 ML, acompanhado de canudinho e plaquinhas com frases extrovertidas. Para produzir este *drink*, são utilizados Gin Tanqueray e a água tônica da Antártica, trazendo mais sabor ao *drink*.

Figura 7 - Gin Tônica Gourmet - Gin água tônica, limão e canela.



Fonte: (PINTEREST, 2020).

O *drink* Gin tônica é servido em uma taça com 600 ML, acompanhado de canudinho e plaquinhas com frases extrovertidas. Para produzir este *drink*, é utilizado o Gin Tanqueray e a água tônica da Antarctica, trazendo mais sabor ao *drink*.

Além dos drinks citados, a empresa oferece serviço de DJs com repertório de acordo com a necessidade de cada evento, seja casamento, 15 anos, festas de fim de ano de empresas, conforme fotos abaixo.

Figura 8 - DJ Nandim



Fonte: Autores (2020).

Trata-se de um DJ open Format, especializado em diversos tipos de músicas, com experiência em inúmeros eventos como residente e apresentações. Apresenta-se com um par de pen-drives da marca Pionner, fone da Pionner, Controladora XDJ – RX2 – Pionner e microfone da marca Super Lux.

Figura 9 - DJ Caio Moreira



Fonte: Autores (2020).

DJ com maior presença de palco, experiência em shows de apresentações para público de pequeno, médio e grande porte, especializado em músicas da atualidade em vários estilos. Recomendado para festas de 15 anos. Sua apresentação possui efeitos especiais e momentos incríveis, utiliza um par de CDJ – 350 Pioneer, com o Mixer DJX – 750 Pioneer.

Figura 10 - DJ Nescau MPC



Fonte: Autores (2020).

DJ com estilo musical variado de acordo com o público destaca-se em shows e apresentações. Apresenta em seus shows, sempre muito bem vestido ao seu estilo, com o equipamento Pioneer CDJ – 400.

### 3.2 – Preço

A estratégia de preço utilizada é a de adequação de mercado que levará em conta o custo de compra com os fornecedores, o porte de cada tipo de evento e o preço da concorrência. A variação de preço é alterada de acordo com o tempo, porte e tipo de serviço. O Quadro 2 apresenta algumas das modalidades de festa disponíveis e o preço estimado.

Quadro 2 - Formato de festas

Modalidades De Festa	Valor
Festa Bar E DJ	R\$5.500,00
Festa Bar	R\$3.500,00
Festa DJ	R\$2.500,00

Fonte: Autores (2020)

- Serão disponibilizadas 3 opções de serviço, o bar, o DJ e o bar e o DJ;

- Na tabela consta uma média de valores com o serviço, tempo e quantidade de convidados, porém podem ser alterados para mais ou para menos, depende muito da negociação da venda;

O pagamento deverá ser 50% antecipado e 50% no dia do evento para que seja reservada a data da festa.

Serão disponibilizadas algumas opções para que seja negociado o preço, são elas:

- Sendo indicação de algum cliente anterior, terá 5% de desconto no preço final, sendo Bar e DJ.
- Clientes que pagarem 100% antecipado terão 3,5% de desconto.
- Clientes que possuírem a partir de 15 mil de seguidores no Instagram e realizar uma postagem sobre a empresa, terão 8,5% de desconto.

O pagamento deverá ser realizado por depósito em conta corrente, transferência bancária, dinheiro ou cartão de crédito, conforme for mais viável para o cliente.

### **3.3 – Divulgação e promoção**

A Drinks Sound disponibiliza meios de divulgação on-line e físicos para atingir os seus clientes.

Abaixo a lista de todos os meios de comunicação e de interação:

#### **3.3.1 - Divulgação na internet**

A Drinks Sound estará presente nas redes sociais (Instagram, Facebook e Whatsapp) onde postará vídeos atrativos, promoções diárias sorteios e muito mais. A empresa irá procurar parcerias para realizar os sorteios, exemplo: Será feito uma publicação no Instagram e no Facebook sorteando um relógio e um vale-desconto para seu evento onde existirão regras para participar deste prêmio, mas estarão todas bem explicadas na descrição da publicação. O intuito será ganhar seguidores e atingir um número alto de visualizações gerando, assim, uma demanda.

Já no Whatsapp terão dias que haverá postagens com a promoção relâmpago, exemplo: Será feito um post com a seguinte promoção **“QUEM VISUALIZOU NOSSO STATUS E INDICAR UM CLIENTE DENTRO DE 30 MINUTOS, ESSE CLIENTE TERÁ 5% DE DESCONTO”**. Com essa estratégia espera-se conseguir clientes que vieram de indicação.

Será criado site atrativo e com todas as informações necessárias para o cliente se interessar nos serviços, a empresa deixará bem claro qual a missão, visão e valores da empresa em que será possível visualizar fotos do layout tanto de bar quando de DJ.

Além disso, se o visitante do site deixar seu e-mail e telefone o mesmo concorrerá a um pen drive com músicas de seu estilo, receberá um contato com a oferta dos serviços da empresa.

Outro meio a ser realizado, será enviar e-mails com carta de apresentação para o departamento de RH de diversas empresas para despertar o interesse em contratar a Drinks Sound para suas festas de fim de ano ou outros eventos que forem de sua necessidade.

### **3.3.2 - Divulgação física**

A divulgação será a partir da contratação de *freelancers* uniformizados para panfletar em porta de escolas de ensino fundamental.

Outra estratégia será de deixar com o *maitre* do evento em realização folhetos com os contatos da empresa, e a distribuição nas mesas como forma de captar clientes potenciais entre os convidados do evento promovido pela empresa.

Para os eventos em que a contratação for a modalidade bar e o DJ, será negociado com o cliente um desconto se este permitir a divulgação da empresa através do microfone, além de sortear vouchers de desconto (muito bom o plano, mas pensem que pode acontecer de nesses sorteios vocês atraírem um público que não é o seu o mesmo vale).

### **3.4 – Distribuição e vendas**

As vendas serão realizadas basicamente através de meios de comunicação on-line – site, Instagram, Facebook, Whatsapp e e-mail.

No Anexo no final do trabalho constam prints das redes sociais e site.

Além dos meios de comunicação on-line, o sócio proprietário João Vitor responsável pela área comercial irá realizar pesquisas sobre *buffets* e cerimoniais para agendar reuniões com o objetivo de firmar parcerias, tendo em vista que o *Buffet* pode realizar a venda casada, sendo neste ponto a parceria com a empresa.

### **3.5 – Localização**

A Drinks Sound não terá escritório físico, todo o contato com cliente será através de ligação, Whatsapp, e-mail ou agendamento de reuniões presenciais com o cliente para apresentar o trabalho.

## **4 - PLANO ESTRATÉGICO**

### **4.1 – Análise de SWOT**

A Drinks Sound tem um grande poder de liderança. Para manter este poder e mudar o cenário em relação a fraquezas, a empresa se preocupa com o fato de não ter escritório físico, atendendo somente pela internet. Boa parcela da população ainda se sente insegura para adquirir produtos e serviços online.

A oferta de um atendimento diferenciado, que será realizado com rapidez e precisão. Pelo fato de a empresa não contar com estoque pode acarretar de não ser encontrado determinado produto para preparação de alguns drinks, fato que torna-se um desafio para a empresa em alguns momentos.

No momento do atendimento ao cliente, deixará claro para cada um deles a possibilidade de substituição da matéria prima utilizada para a preparação dos drinks, trazendo rápida solução. Por não contar com escritório físico, será possível trabalhar com um custo menor para os clientes, uma vez que alguns desembolsos fixos não entrarão na estrutura de custos da empresa. A economia destes valores traz vantagem competitiva para a empresa, colocando-a a frente seus concorrentes. A acessibilidade online amplia a presença da empresa, e facilita a repercussão da marca.

Quadro 3 - Análise de Swot

<b>Fatores Internos</b>	<b>S: Forças</b> Atendimento Comodidade Qualidade do serviço Custo baixo	<b>W: Fraquezas</b> Ausência de escritório físico Marca não reconhecida
<b>Fatores Externos</b>	<b>O: Oportunidades</b> Crescente grau de exigência dos clientes Crescimento do número de consumidores Festas de final de ano	<b>T: Ameaças</b> Crise econômica Forte concorrência

Fonte: Autores (2020)

## 4.2 – BSC

### **Perspectiva: Cliente - atendimento**

**Objetivo estratégico:** Melhorar o atendimento ao cliente

**Indicador:** Número de e-mails e orçamentos para atender

**Meta:** Responder 75% dos e-mails em até 45 minutos

**Plano de ação:** automação de e-mails e mensagens automáticas

### **Atendimento**

Com um bom atendimento e comprometimento, uma das estratégias indispensáveis para a empresa é sempre investir em treinamentos, pois se considera que quando a empresa investe na capacitação e empatia de uma equipe, excelentes resultados são alcançados, o que pode impulsionar a competitividade. Além disso, estudos de Philip Kotler, referência na análise de marketing mundial apontam que, um bom atendimento faz com que o cliente se torne um propagandista da marca, na proporção de 1-3, enquanto um mau atendimento gera uma propaganda negativa de 1-11.

### **Perspectiva: Comodidade – processos internos**

**Objetivo estratégico:** melhorar a qualidade dos serviços prestados

**Indicador:** Clientes em espera para atendimento

**Meta:** 70% dos clientes atendidos em no máximo duas horas

**Plano de ação:** aprimorar o atendimento com encurtamento do tempo de espera de cada cliente

### **Comodidade**

A empresa estará aberta e disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana, nos feriados e finais de semana. Para boa parte das empresas com lojas físicas, atendimento pós-horário comercial e em dias não úteis acarreta pagamento de encargos extras para funcionários, dentre outras despesas operacionais.

A Estrutura de funcionamento da Drinks Sound e seu estilo de empresa on-line, além de trazer conveniência para o cliente, que pode entrar em contato a qualquer momento.

A receita que antes seria dedicada ao suprimento dos custos de manutenção física pode, portanto, ser redirecionada para estratégias de marketing, mídias sociais e aumento geral de visibilidade da marca.

### **Perspectiva: Processos internos - qualidade do serviço**

**Objetivo estratégico:** oferecer sempre serviços de qualidade

**Indicador:** operação, produção, distribuição e vendas.

**Meta:** serviços e produtos com 100% de qualidade

**Plano de ação:** aprimorar a qualidade dos serviços, alinhando a qualidade dos parceiros.

### **Perspectiva: financeira – custo baixo**

**Objetivo estratégico:** diminuir as despesas e gastos

**Indicador:** crescimento da receita.

**Meta:** aumentar em 15% a receita líquida até o fim do terceiro ano

**Plano de ação:** qualidade e preço baixo até chegar ao cliente final

### **Custo baixo**

Os gastos básicos da empresa são com marketing, matéria prima, transporte, telefone e internet. É notório que, a estruturação da empresa em um local físico acarretaria num aumento substancial das despesas, o que inclui aluguel, impostos e manutenção básica do local.

Observando esse quadro, fica evidente a economia gerada, uma vez que se aperfeiçoam o lucro e se reduz as despesas básicas, aumentando assim o poder de competitividade. Com menores gastos, os clientes pagam menos pelo serviço oferecido.

**Perspectiva: aprendizado e crescimento – crescente grau de exigência dos clientes**

**Objetivo estratégico:** produtividade dos colaboradores, satisfação dos clientes.

**Indicador:** percentual clientes insatisfeitos

**Meta:** ter índice de reclamação direta do cliente inferior a 3% dos atendimentos realizados até o fim do ano

**Plano de ação:** equipe eficiente e eficaz para alcançar os resultados

**Crescente grau de exigência dos clientes**

O sentimento de prazer ou desapontamento está presente em cada cliente. Para que o cliente esteja satisfeito, é necessário que a empresa seja eficiente e eficaz, alcançando resultados planejados e utilizando a quantidade mínima de recursos.

**Perspectiva: aprendizado e crescimento – crescimento do número de consumidores**

**Objetivo estratégico:** expandir a empresa

**Indicador:** capacitação e treinamento

**Meta:** fidelizar clientes

**Plano de ação:** Investir de forma contínua na divulgação da empresas através de redes sociais, interagindo com as contas de redes sociais dos clientes ao ofertar produtos e serviços direcionados para estes e incentivá-los a divulgar a marca e em contrapartida recebendo benefícios específicos.

**Crescimento do número de consumidores**

A Drinks Sound tem o objetivo de expandir. E foi pensando nisso que capacitou seus funcionários com ótimos treinamentos para manter os clientes fidelizados, aumentando assim a lucratividade.

**Perspectiva: processo interno – festas de final de ano**

**Objetivo estratégico:** Ampliar a capacidade produtiva

**Indicador:** aumento da procura por eventos

**Meta:** fechar contratos com 4 produtoras de eventos de virada de ano a partir do segundo ano

**Plano de ação:** Oferecer combos promocionais com descontos por antecedência de fechamento

### **Festas de final de ano**

Com a proximidade do final do ano, crescem as confraternizações nas empresas, grupos de amigos e familiares. Visando esse cenário, a Drinks Sound sai na frente por ter ótimos funcionários, bons produtos e o melhor custo-benefício.

**Perspectiva: clientes – ausência de escritório físico**

**Objetivo estratégico:** melhorar a qualidade dos serviços prestados

**Indicador:** insegurança ao utilizar serviços on-line

**Meta:** ampliar e manter o número de clientes

**Plano de ação:** detalhar no site o quanto é seguro e garantido o serviço disponibilizado.

### **Ausência de escritório físico**

Muitas vezes, os clientes são seduzidos a adquirir um produto quando o veem, tocam, ou tem algum de seus sentidos estimulados. Este é um contraponto dos empreendimentos virtuais, no geral. Não é fácil fazer com que, os visitantes do site se tornem clientes e, apesar do crescimento do número das lojas virtuais nos últimos anos, algumas pessoas se sentem inseguras ao utilizar os serviços on-line.

Outro problema recorrente se concentra no fato de que certos clientes têm receio de que as coisas não saiam como o planejado, ou que a comunicação de suas necessidades não seja feita da melhor forma possível, pois, como em um ambiente virtual as equipes de atendimento são reduzidas, o cliente poderá demorar a ser atendido ou não será escutado por alguém pessoalmente.

Para minimizar esses problemas, a Drinks Sound, em seu site e redes sociais, sempre faz uso de boas fotos, que mostram claramente seus drinks e traz para os clientes a percepção as principais características dos serviços ofertados.

Também nas redes sociais, será feito uso de vídeos que podem ser publicados, atraindo vários visitantes e deixando claro para eles, com riqueza de detalhes, se são o que eles querem e o que lhes atende. Quanto mais rico e detalhado for o portfólio, mais próximo de se tornar um cliente o visitante do site estará.

**Perspectiva: processos internos – marcas não reconhecida**

**Objetivo estratégico:** aumentar a parceria de profissionais envolvidos com marketing

**Indicador:** clientes que optam por marcas mais reconhecidas

**Meta:** ter uma carteira de 50 clientes fixos até o fim do terceiro ano

**Plano de ação:** fazer uso do marketing para expandir o nome da empresa

**Marca não reconhecida**

Dentre vários objetivos, um dos principais da Drinks Sound é trazer para empresa mais reconhecimento para marca. E pensando nisso, chegou-se a conclusão que através de parcerias, trabalhos com propaganda e marketing, e bons profissionais trazendo seu foco a personalidade da empresa, afirmando o valor da empresa, expandido e desenvolvendo a marca.

**Crise econômica**

Toda empresa estará sujeita a situações economicamente desfavoráveis, principalmente micro e pequenos negócios, que normalmente encaram dificuldades para se manter vivos; falta de entrega dos fornecedores, atraso nos pagamentos, quebra de compromissos, que dificultam e às vezes inviabilizam a continuidade no mercado de trabalho. Uma das formas para evitar esse cenário, é diminuir os custos sendo criativo, aumentando os prazos.

**Perspectiva: financeira – forte concorrência**

**Objetivo estratégico:** vencer a concorrência

**Indicador:** competitividade e estratégia

**Meta:** ter uma parcela de 5% do mercado que hoje pertence à concorrência até metade do segundo ano

**Plano de ação:** investir mais em estratégias de marketing

**Forte concorrência**

Existem algumas estratégias que podem auxiliar a empresa para vencer a concorrência. Pesquisar e conhecer seu concorrente é fundamental para saber como agir. O ideal é agregar mais valor ao produto e investir mais em estratégias de marketing.

## 5 – PLANO OPERACIONAL

### 5.1 – Layout

O layout da empresa é bastante prático, são dois layouts, um para o bar de *drinks* e um para o DJ, conforme fotos abaixo:

Figura 11: layout para bar de drinks



Fonte: Autores (2020).

Figura 12 - Layout do bar de drinks, com DJ ao fundo.



Fonte: Autores (2020).

- Conforme fotos acima, o layout é bastante atrativo. Composto por bar mans todos uniformizados.
- Leds formando a palavra BAR;
- Compoteiras de vidro para armazenamento das frutas;
- Taças para drinks de Gim contendo 600 ml;
- Copos long drinks para diversos drinks contendo 300 ml;
- Canudos;
- Garrafas com tampas de shots para doses de vodka;
- Coqueteleiras;
- Atrás do balcão contém caixa térmica com o gelo para o preparo dos drinks;
- Garrafasde vodka e Gim

As Figuras 13 a 16 apresentam imagens reais dos DJS em apresentações:

Figura 13 - Layout da mesa do DJ



Fonte: Autores (2020).

Figura 14 - DJ Nandim



Fonte: Autores (2020).

Figura 15 - Layout mesa do DJ



Fonte: Autores (2020).

Figura 16 - Layout mesa do DJ



Fonte: Autores (2020).

- Conforme fotos acima o Layout de DJ depende da estrutura que a festa fornecer;
- Quando o evento disponibiliza um painel de LED é possível colocar o nome do DJ ou logomarca;
- Mesa para apoio de equipamento;
- Forro personalizado com a logo Drinks Sound
- 1 Par de CDJ 2000 e um mixer 2000– Pionner;
- Case para CDJ;
- Cabos XLR, P10, RCA e pilhas Duracell;
- Extensões;
- Fone marca Pionner.
- Quatro pen drives, sendo dois reservas.
- Fonte e microfone;

- Efeitos especiais quando contratado, guerb 15 segundos, bomba e silverjet.

## 5.2 – Capacidade produtiva

Contará uma equipe com 40 barmen e 2 DJs qualificados, treinados e de confiança que atuarão como *freelancer*.

Cada festa exigirá uma quantidade de pessoas trabalhando e o volume de utensílios que a serem locados para realizar o evento, pode-se calcular a capacidade máxima de produção de acordo com esses funcionários treinados e qualificados, que poderá aumentar de acordo com a demanda e o tamanho de eventos.

Exemplo:

Para cada 30 convidados é necessário um barman. Como exemplo uma festa que possui 300 convidados, serão disponibilizados 10 barmans.

A capacidade produtiva é calculada 100% com o tamanho da festa, pois a organização atenderá festas de pequeno médio e grande porte.

## 5.3 – Processos operacionais

A Drinks Sound oferece para o evento bar móvel com uma carta de drinks variadas de acordo com a necessidade de cada cliente e DJ para animação da festa.

Os barmen sempre se apresentarão uniformizados para realizar o evento da melhor maneira possível, eles são responsáveis por fazer todas as opções inseridas no cardápio. Para realizar os *drinks* são necessários ingredientes e utensílios, como coqueteleira e taças/copos, abaixo está o passo a passo dos processos de produção dos drinks de acordo com os sabores mais pedidos.

### Mojito

#### INGREDIENTES

- 1 limão
- 1 dose de rum branco (50 ml)

- ramos de hortelã
- 1 colher (chá) de açúcar
- cubos de gelo a gosto
- Club soda ou água com gás para completar

#### MODO DE PREPARO

- Lave e seque bem os ramos de hortelã e o limão
- Junte dois ramos de hortelã e esfregue bem as folhas no interior e na borda de um copo alto. Ele deve ficar bem perfumado
- Numa tábua, corte o limão com a casca ao meio e despreze as sementes. Corte uma das metades em quatro partes e transfira para um copo alto. Adicione o açúcar, as folhas de hortelã restantes e, com um macerador, amasse bem. Junte a dose de rum e misture.
- Preencha o copo com cubos de gelo e complete com club soda (ou água com gás). Sirva a seguir

#### **Pina Colada**

##### INGREDIENTES

- 1 e 1/2 doses de rum
- doses de suco de abacaxi
- 1 dose leite de coco
- 1 dose leite condensado
- 6 pedras de gelo

##### MODO DE PREPARO

- Coloque os ingredientes em ordem em uma coqueteleira
- Bata por aproximadamente 10 segundos
- Enfeite um copo com calda de chocolate e um pedaço pequeno de abacaxi

#### **Caipi de kiwi**

##### INGREDIENTES

- 1 dose da bebida (cerca de 50 ml)
- 1 kiwi sem a casca picado
- 1 colher de sopa de açúcar
- Gelo

## MODO DE PREPARO

- 1- Descasque e corte o kiwi em cubinhos.
- 2- Coloque dentro de uma coqueteleira ou shakeira e adicione o açúcar.
- 3- Macere bem até obter todo o sumo da fruta.
- 4- Acrescente o gelo e a cachaça.
- 5- Agite bem até misturar tudo.
- 6- Sirva seu drink geladinho.

## **Caipi de morango**

### INGREDIENTES

- 1 dose da bebida (cerca de 50 ml)
- Cerca de 6 morangos
- 1 colher de sopa de açúcar
- Gelo
- 

### MODO DE PREPARO

- Bater dois morangos com um pouco de vodka no liquidificador
- Depois, cortar o restante dos morangos em pedacinhos pequenos
- Em um copo, misturar os morangos cortados com o suco que foi batido
- Acrescentar o açúcar e a vodka

## **Caipi de limão**

### INGREDIENTES

- 1 dose da bebida (cerca de 50 ml)
- 1 limão cortado em 4 com casca sem a tirinha branca do meio e as sementes
- Açúcar
- Gelo

### MODO DE PREPARO

- Lave, seque e corte as extremidades do limão. Corte a fruta em 8 gomos, da seguinte maneira: corte em 4 partes no sentido do comprimento e, cada parte, em 2 metades

- Transfira os gomos do limão para um copo baixo, junte o açúcar e amasse com um pilão. Complete com os cubos de gelo, despeje a cachaça e sirva a seguir.

### 5.3.1 - Fluxograma de atendimento barman

Figura 17 – Fluxograma atendimento

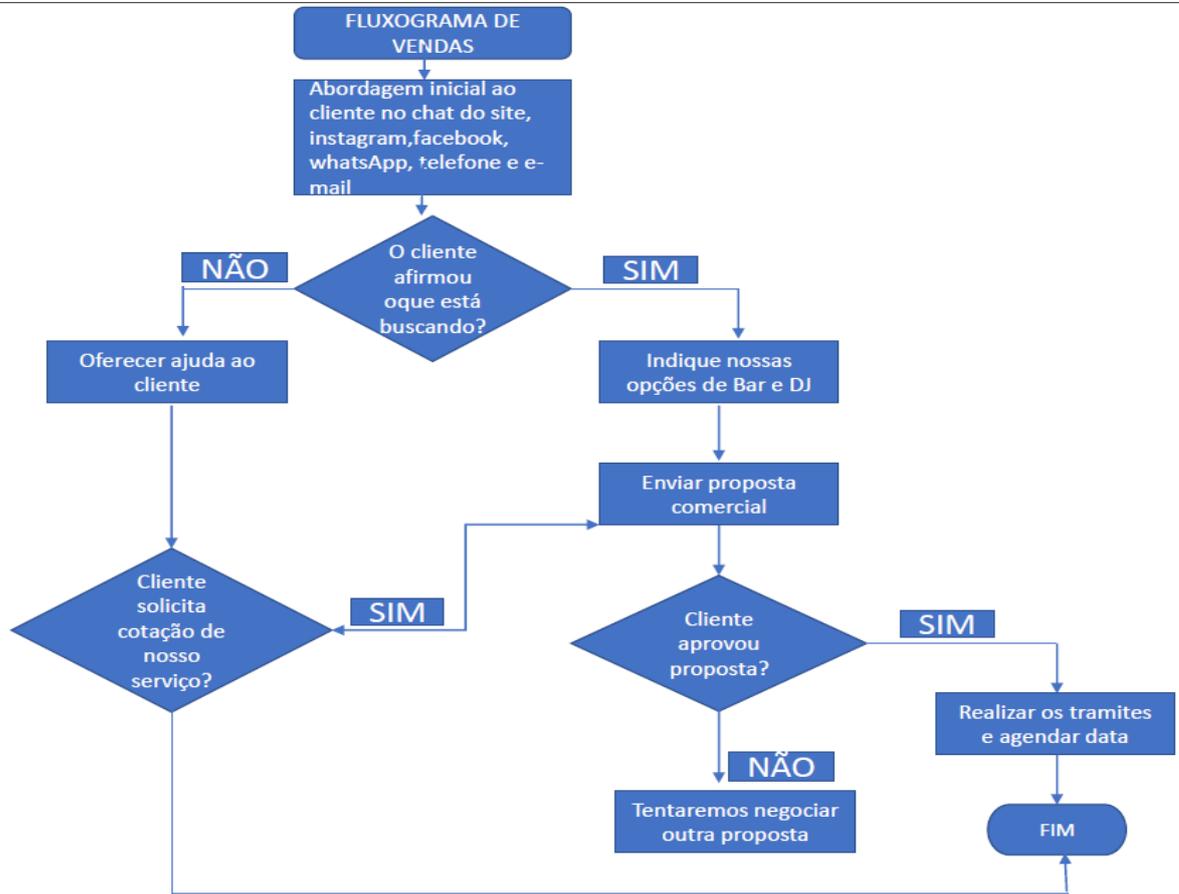


Fonte: Autores (2020)

O fluxograma de atendimento é muito importante e não se pode ficar de fora do planejamento ao criar o plano de negócio, para a Drinks Sound prestar um atendimento de qualidade é primordial, inicialmente o Barman atende o convidado e logo após escolhe o sabor do drink e se será com álcool ou não.

### 5.3.2 - Fluxograma de venda

Figura 18 – Fluxograma vendas



Fonte: Autores (2020)

A figura 18 representa o fluxograma de vendas da Drinks Sound, onde inicia-se na abordagem ao cliente em nossos meios de venda, logo após o cliente confirmar o que está buscando é realizado todo o atendimento desde a abordagem até o negócio.

## 5.4 - Plano de pessoal

### 5.4.1 – Atribuições dos sócios

A Drinks Sound é composta por dois sócios proprietários, João De Paula e João Vitor Pereira Mendes. A opção foi por não contratar funcionários registrados com carteira assinada, somente freelancers para o evento, a parte anterior será realizada por ambos.

Abaixo as funções de cada sócio.

- Sócio diretor – João Vitor Pereira Mendes, atualmente é responsável pela parte comercial da empresa, captação de leads, processo de venda e contato com o cliente. Acompanhamento diário dos canais de venda online (Site, Instagram, Whatsapp, e-mail, telefone), manutenção e atualização de todo o site. Responsável também, pela contratação de toda a equipe que irá trabalhar durante o evento.
- Sócio diretor – João de Paula Neto, é responsável pela parte financeira da empresa, toma conta do fluxo de caixa, contas a pagar/receber, e outras atividades do departamento financeiro. Realiza contato com todos os fornecedores, compra e locação de utensílios em geral para o funcionamento da empresa, basicamente a logística em geral.
- Sempre presentes nos eventos, ambos sócios proprietários para coordenarem todo o processo para realização da confraternização, exceto em ocasiões em ocorram mais de 2 festas, situação em que será deixado um maitre.

#### **5.4.2 – Pessoal**

A Drinks Sound optou por não ter nenhum tipo de funcionário registrado com carteira assinada, serão todos freelancers, pois atuará somente em eventos. Abaixo estão citadas todas as exigências, e descrição dos cargos contendo todas as funções detalhadas para o bom funcionamento do serviço.

Quadro 4 - Descrição dos cargos: Barman

<b>Denominação do Cargo</b>	
Barman	
<b>Descrição Sucinta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender os convidados, servindo os drinks, preparando segundo receita ou preferência, de acordo com seu desejo.</li> <li>• Zelar pela esterilização, higiene, organização e manutenção dos utensílios do bar.</li> <li>• Manter livre de contaminação ou de deterioração as frutas sob sua guarda.</li> <li>• Zelar pela guarda, conservação, manutenção e limpeza dos equipamentos, instrumentos e materiais utilizados, bem como do local de trabalho.</li> </ul>	
<b>Especificação do Cargo/Pré-Requisitos</b>	
Escolaridade Mínima	Ensino fundamental completo
Curso de Formação/ Especializações Necessárias	Cursos de qualificação caso não tenha experiência.
Experiência Anterior	Eventos em geral onde trabalhou como bar man.

Fonte: Autores (2020)

Quadro 5 - Descrição dos cargos: Copeiro

<b>Denominação do Cargo</b>	
Barman	
<b>Descrição Sucinta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zelar pela esterilização, higiene, organização e manutenção dos utensílios do bar.</li> <li>• Manter livre de contaminação ou de deterioração as frutas sob sua guarda.</li> <li>• Zelar pela guarda, conservação, manutenção e limpeza dos equipamentos, instrumentos e materiais utilizados, bem como do local de trabalho.</li> <li>• Recolher todos os copos de drinks desocupados em torno do evento;</li> <li>• Conferir todos os utensílios no início e no final de cada evento;</li> </ul>	
<b>Especificação do Cargo/Pré-Requisitos</b>	
Escolaridade Mínima	Ensino fundamental completo
Curso de Formação/ Especializações Necessárias	Cursos de qualificação caso não tenha experiência.
Experiência Anterior	Eventos em geral onde trabalhou como copeiro.

Fonte: Autores (2020)

Quadro 6 - Descrição dos cargos: Maitre

<b>Denominação do Cargo</b>	
Maitre	
<b>Descrição Sucinta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordenar, supervisionar e planejar as atividades do evento;</li> <li>• Zelar pelas boas condições de higiene nos locais.</li> <li>• Zelar pela boa condição dos uniformes, apresentação pessoal dos funcionários;</li> <li>• Zelar pela segurança no local de trabalho;</li> <li>• Supervisionar o atendimento ao convidado;</li> </ul>	
<b>Especificação do Cargo/Pré-Requisitos</b>	
Escolaridade Mínima	Ensino médio completo
Curso de Formação/ Especializações Necessárias	Cursos de qualificação e liderança.
Experiência Anterior	Eventos em geral onde trabalhou como maitre.

Fonte: Autores (2020)

Quadro 7 - Descrição dos cargos: DJ

<b>Denominação do Cargo</b>	
DJ	
<b>Descrição Sucinta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comandar a pista de dança;</li> <li>• Anunciar aniversariantes, valsa ou noivos quando necessário;</li> <li>• Tocar todos os ritmos de acordo com o público;</li> </ul>	
<b>Especificação do Cargo/Pré-Requisitos</b>	
Escolaridade Mínima	Ensino médio completo
Curso de Formação/ Especializações Necessárias	Cursos de qualificação e som básico.

Fonte: Autores (2020)

Quadro 8 - Descrição dos cargos: Produtor de Palco

<b>Denominação do Cargo</b>	
Produtor de palco	
<b>Descrição Sucinta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordenar, supervisionar e planejar as atividades do palco.</li> <li>• Auxiliar o DJ em tudo que for necessário;</li> <li>• Realizar a montagem de equipamentos para o DJ;</li> <li>• Passar som;</li> <li>• Passar microfone;</li> </ul>	
<b>Especificação do Cargo/Pré-Requisitos</b>	
Escolaridade Mínima	Ensino médio completo
Curso de Formação/ Especializações Necessárias	Cursos de qualificação e básico de som
Experiência Anterior	Eventos em geral onde trabalhou como produtor de palco.

Fonte: Autores (2020)

## 6 - PLANO FINANCEIRO

### 6.1 - Investimento inicial

Para abertura da empresa o maior investimento será em equipamentos para tecnologia que inclui dois smartphones, dois notebooks além de um investimento no desenvolvimento da logomarca da empresa e na divulgação que inclui camisetas com a marca e investimentos além da de ações com mídia física como panfletos e on-line, como demonstra o Quadro 8.

Quadro 9 - Investimento Inicial

<b>Investimento inicial</b>	
Item	Preço
2 notebooks	R\$5.000,00
2 smartphones	R\$2.600,00
Desenvolvimento logomarca	R\$200,00
Contratação de escritório de contabilidade	R\$ 4000,00
Panfletos	R\$400,00
Divulgação	R\$2.500,00
<b>Total</b>	<b>R\$14.700,00</b>

Fonte: Autores (2020)

#### 6.1.1 – Investimentos fixos

O investimento necessário será em equipamentos que incluem notebooks e aparelhos celulares para conduzir as atividades da empresa, não será necessário nenhum investimento em estrutura física como apresentado no Quadro 9.

Quadro 10 - Investimentos Fixos

<b>Investimentos fixos</b>	
Item	Preço
2 notebooks	R\$5.000,00
2 smartphones	R\$2.600,00
<b>Total</b>	<b>R\$7.600,00</b>

Fonte: Autores (2020)

### 6.1.2 – Investimentos pré-operacionais

Para iniciar as atividades da empresa será necessário investir diretamente na divulgação da empresa, e os investimentos serão distribuídos em mídias físicas e digitais, como apresentado no Quadro 10.

Quadro 11 - Investimentos pré-operacionais

<b>Investimentos pré-operacionais</b>	
Desenvolvimento logomarca	R\$200,00
Divulgação	R\$400,00
Panfletos	R\$2.500,00
<b>Total</b>	<b>R\$3.100,00</b>

Fonte: Autores (2020)

### 6.1.3 – Estoques iniciais

A empresa trabalhará com todos os serviços terceirizados, não sendo necessário o investimento em estoques.

### 6.1.4 – Capital de Giro

Para o capital de giro, considera-se uma estimativa mínima de seis meses de valores disponíveis para conduzir a o dia a dia da empresa, esta será uma estratégia conservadora a ser adotada de forma que tais valores serão alocados em um investimento de alta liquidez e baixo risco.

Estes serão valores que serão utilizados para o pagamento dos DJs, que atuarão de forma autônoma e das empresas que fornecerão materiais para as festas a serem promovidas pela empresa, somado a outros gastos projetados pela empresa, conforme detalhado no Quadro 11.

Quadro 12 - Capital de Giro

<b>CAPITAL DE GIRO</b>		
Pagamentos Seis Primeiros Meses		Obs.
Salário Sócios	R\$ 11.536,80	
Telefonia (Contratação De Um Plano Corporativo Para Telefonia E Internet).	R\$ 375,00	
Contratação De Escritório Contabilidade E Advocacia	R\$ 2.000,00	
Pagamento Dos DJs	R\$ 12.000,00	75 Festas Com DJ Por Ano A R\$300,00=R\$63.000 Por Ano R\$5250,00*6 Meses
Prestadores De Serviço (Maitre, Copeira, Barman).	R\$16.875,00	
Pagamento Dos Locatários De Materiais (Copos E Outros Materiais)	R\$ 67.365,00	110 festas por ano
Estrutura De Bar	R\$ 4.500,00	120 Por Festa 110 Festas Por Ano
Total	R\$ 114.651,80	
Necessidade Líquida De Capital De Giro		
Dado	Valor	Obs.
Salário Sócios	R\$11.536,80	
Telefonia (Contratação De Um Plano Corporativo Para Telefonia E Internet).	R\$375,00	
Contratação De Escritório Contabilidade E Advocacia	R\$2.000,00	
Pagamento Dos DJs	R\$12.000,00	
Prestadores De Serviço (Maitre, Copeira, Barman).	R\$16.875,00	
Pagamento Dos Locatários De Materiais (Copos E Outros Materiais)	R\$67.365,00	
Estrutura De Bar	R\$4.500,00	
Total	R\$ 114.651,80	
Em Dia	R\$ 3.821,73	
Caixa Mínimo		
Custo Diário/Itens	Valor	Custo Diário
Salário Sócios	R\$ 11.536,80	R\$ 384,56

Telefonia (Contratação De Um Plano Corporativo Para Telefonia E Internet).	R\$ 375,00	R\$ 12,50
Contratação De Escritório Contabilidade E Advocacia	R\$ 2.000,00	R\$ 66,67
Pagamento Dos DJs	R\$ 12.000,00	R\$ 400,00
Prestadores De Serviço (Maitre, Copeira, Barman).	R\$ 16.875,00	R\$ 562,50
Pagamento Dos Locatários De Materiais (Copos E Outros Materiais)	R\$ 67.365,00	R\$ 2.245,50
Estrutura De Bar	R\$ 4.500,00	R\$ 150,00
Total		
Total	R\$ 114.651,80	R\$ 3.821,73
Caixa Mínimo		R\$ 3.821,73

Fonte: autores (2020)

### 6.1.5 – Investimento total e fontes de recursos

É estimado um desembolso total de R\$129.351,80 para início das operações como demonstrado no Quadro 12.

Quadro 13 - Resumo Dos Investimentos

<b>Resumo Dos Investimentos</b>	
Investimento Fixo	R\$ 7.600,00
Investimento Pré Operacional	R\$ 7.100,00
Capital De Giro	R\$ 114.651,80
<b>Total</b>	<b>R\$ 129.351,80</b>

Fonte: Autores (2020)

O investimento será feito integralmente pelos sócios com recursos próprios que dividirão os custos para abertura da empresa como apresentado no Quadro 13.

Quadro 14 - Fonte de Recursos

<b>Fonte De Recursos</b>	
Recursos Próprios	R\$ 129.351,80
Recursos De Terceiros	R\$ 0,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 129.351,80</b>

Fonte: Autores (2020)

## 6.2 – Gastos com pessoal

Inicialmente a empresa não contará com funcionários, com toda a gestão do negócio será realizada pelos dois sócios.

## 6.3 – Remuneração dos sócios

Os sócios serão remunerados pelo salário mínimo vigente e já foi realizada a projeção de crescimento destes desembolsos ao longo dos cinco anos do projeto, como demonstrado no Quadro 14.

Quadro 15 - Remuneração dos Sócios

<b>Sócios</b>	<b>Salários</b>	<b>Descontos</b>	<b>Total</b>
Sócio 1	R\$ 1.045,00	R\$ 83,60	R\$ 961,40
Sócio 2	R\$ 1.045,00	R\$ 83,60	R\$ 961,40
<b>Total</b>	<b>R\$ 2.090,00</b>	<b>R\$ 167,20</b>	<b>R\$ 1.922,80</b>

Fonte: Autores (2020)

## 6.4 - Projeção de custos e despesas

A empresa terá como custos o pagamento dos DJS em cada festa e os custos com o pagamento dos locadores de materiais e estrutura das festas, é estimado um crescimento destes valores ao longo da execução do projeto em torno de 5% a cada ano, conforme apresentado no Quadro 15.

Quadro 16 - Custos Fixos

<b>Custos Fixos Estimados</b>			
Custos	Valor Total	Valor Unitário	Quantidade Necessária
Telefonia (Contratação De Um Plano Corporativo Para Telefonia E Internet).	R\$ 750,00		-
Contratação De Escritório Contabilidade E Advocacia	R\$ 4.000,00		-
Pagamento Dos DJs	R\$ 24.000,00	300	80
Pagamento dos locatários de materiais (Copos E Outros Materiais)	R\$ 134.730,00	R\$ 1.796,40	75
Estrutura De Bar	R\$ 9.000,00	120	75
Prestadores De Serviço (Maitre, Copeira, Barman).	R\$ 33.750,00	450	75
Total Ano	R\$ 206.230,00		
<b>Crescimento dos custos fixos 5%</b>			
Ano 2	R\$ 10.311,50	R\$ 216.541,50	
Ano 3	R\$ 10.827,08	R\$ 227.368,58	
Ano 4	R\$ 11.368,43	R\$ 238.737,00	
Ano 5	R\$ 11.936,85	R\$ 250.673,85	
Totais	R\$ 12.533,69	R\$ 933.320,93	

Fonte: Autores (2020)

### 6.5 – Custos do produto ou serviço

Pelo fato de a maior parte das atividades da empresa ser terceirizadas, o maior custo será com a contratação das empresas que prestarão serviços nas festas, como, por exemplo, com a estrutura da festa, contratação dos DJs e materiais a serem utilizados nas festas, como apresentado no Quadro 16.

Quadro 17 - Custo do Serviço Prestado

<b>Custo Do Serviço Prestado</b>	
Pagamento Dos DJs	R\$ 24.000,00
Pagamento Dos Locatários De Materiais (Copos E Outros Materiais)	R\$ 134.730,00
Estrutura De Bar	R\$ 9.000,00
Prestadores De Serviço (Maitre, Copeira, Barman).	R\$ 33.750,00
<b>Total Ano</b>	<b>R\$ 203.276,40</b>

Fonte: autores (2020)

### 6.6 – Previsão de vendas

A estimativa da empresa é a realização de 140 festas por ano classificadas em três categorias. Estes valores são estimados, pois já se considera meses em que a demanda por eventos é mais baixa, como o mês de janeiro, além do fato de se buscar uma estratégia de inicialmente com eventos de menor porte pelo fato de a empresa contar com uma estrutura pequena conforme descrito no Quadro 17.

Quadro 18 - Projeção de Vendas

<b>Modalidades De Festa</b>			
<b>Vendas Anuais Quantidade</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Festa Bar E DJ	75	R\$5.500,00	R\$412.500,00
Festa Bar	30	R\$3.500,00	R\$105.000,00
Festa DJ	35	R\$2.500,00	R\$87.500,00
<b>Total</b>	<b>140</b>		<b>R\$605.000,00</b>
		Média compra (un)	R\$4.321,43

Fonte: Autores (2020)

É feita uma projeção de crescimento em torno de 2% ao ano do mercado, como apresentado no Quadro 18.

Quadro 19 - Projeção de Crescimento

<b>Projeção De Crescimento</b>		
<b>Ano</b>	<b>Percentual</b>	<b>Valor Final Ano</b>
	2,00	
2	R\$ 12.100,00	R\$ 617.100,00
3	R\$ 12.342,00	R\$ 629.442,00
4	R\$ 12.588,84	R\$ 642.030,84
5	R\$ 12.840,62	R\$ 654.871,46

Fonte: Autores (2020)

## 6.7 – Impostos sobre faturamento

A opção da empresa será pelo regime tributário do Simples Nacional pelo ganho de eficiência no cálculo dos impostos e por oferecer as menores alíquotas de acordo com seu faturamento, como demonstra o Anexo III da Tabela do Simples Nacional de acordo com o Quadro 19.

Quadro 20 - Tabela Simples Nacional

<b>Faixa</b>	<b>Alíquota</b>	<b>Valor a deduzir (em R\$)</b>	<b>Receita bruta em 12 meses (em R\$)</b>
1ª Faixa	6,00%	–	Até 180.000,00
2ª Faixa	11,20%	9.360,00	De 180.000,01 a 360.000,00
3ª Faixa	13,50%	17.640,00	De 360.000,01 a 720.000,00
4ª Faixa	16,00%	35.640,00	De 720.000,01 a 1.800.000,00
5ª Faixa	21,00%	125.640,00	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00
6ª Faixa	33,00%	648.000,00	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00

Fonte: SEBRAE, 2013.

A partir desta consulta chega-se à estimativa de impostos a serem pagos ao longo dos cinco anos do projeto conforme o Quadro 20.

Quadro 21 - Impostos Sobre o Faturamento

<b>Impostos</b>					
<b>Simplex Nacional</b>					
<b>Período</b>	<b>Faturamento</b>	<b>Alíquota</b>	<b>Valor</b>	<b>Dedução</b>	<b>Imposto A Pagar</b>
Ano 1	R\$ 605.000,00	13,50%	R\$ 81.675,00	R\$ 17.640,00	R\$64.035,00
Ano 2	R\$ 617.100,00	13,50%	R\$ 83.308,50	R\$ 17.640,00	R\$65.668,50
Ano 3	R\$ 629.442,00	13,50%	R\$ 84.974,67	R\$ 17.640,00	R\$67.334,67
Ano 4	R\$ 642.030,84	13,50%	R\$ 86.674,16	R\$ 17.640,00	R\$69.034,16
Ano 5	R\$ 654.871,46	13,50%	R\$ 88.407,65	R\$ 17.640,00	R\$70.767,65

Fonte: Autores (2020)

## 6.8 – Projeções financeiras

### 6.8.1 – Fluxo de caixa

A partir da elaboração do projeto, chega-se ao fluxo de caixa apresentado no Quadro 14, em que é possível observar toda a projeção financeira da empresa ao longo dos cinco anos do projeto como apresentado no Quadro 21.



Fluxo De Caixa Operacional/ Lucro Líquido		-R\$ 129.351,80	R\$ 149.098,60	R\$ 145.188,07	R\$ 140.889,99	R\$ 136.181,13	R\$ 243.531,66
---	--	-----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Fonte: Autores (2020)

### 6.8.2 – Projeção de resultados

A partir dos resultados apresentados no fluxo de caixa, chega-se a um resultado com índices de lucratividade e rentabilidade de 4,44 e 1,88 valores que também contribuem para indicar a viabilidade tendo em vista que apontam uma rentabilidade de 88% do investimento inicial e que o projeto devolve aqueles valores que foram investidos.

### 6.9 – Análise de Investimento

A partir das projeções financeiras apresentadas e do fluxo de caixa elaborado, verifica-se a viabilidade do negócio ao apresentar resultados positivos ao longo dos cinco anos.

Para efeito de comparação foi escolhida a aplicação do mesmo valor referente ao investimento inicial em uma Letra de Crédito pelo período de cinco anos a uma taxa de juros pré-fixada de 11% ao ano o rendimento ainda foi inferior ao retorno financeiro que o projeto apresenta de acordo com o apresentado no quadro Quadro 22.

#### Quadro 23 - Custo de Oportunidade

<b>Custo De Oportunidade</b>	
Valor Aplicado	-R\$ 129.351,80
Taxa	11,00%
Período Anos	5
Valor Futuro	R\$ 217.965,31

Fonte: Autores (2020)

#### 6.9.1 – Valor Presente Líquido (VPL)

O projeto apresenta um VPL de R\$ 401.659,93 com uma taxa de atratividade de 15%, valores que indicam a viabilidade do projeto.

### 6.9.2 – Prazo de Retorno do Investimento (Payback)

Outro fator que demonstra a viabilidade do projeto é o tempo de payback que neste caso na análise de fluxos e simples e descontados apresentam resultados já no primeiro ano, como apresentado no Quadro 24.

Quadro 24 - Payback Simples e Payback Descontado

Payback	0	1	2	3	4	5
	-R\$ 129.351,80	R\$ 149.098,60	R\$ 145.188,07	R\$ 140.889,99	R\$ 136.181,13	R\$ 243.531,66
		R\$ 19.746,80	R\$ 164.934,87	R\$ 305.824,86	R\$ 442.005,99	R\$ 685.537,65
Payback Descontado	0	1	2	3	4	5
	-R\$ 129.351,80	R\$ 133.123,75	R\$ 115.743,04	R\$ 100.282,71	R\$ 86.545,57	R\$ 138.186,40
		R\$ 3.771,95	R\$ 119.514,99	R\$ 219.797,70	R\$ 306.343,27	R\$ 444.529,68

Fonte: Autores (2020)

### 6.9.3 – Taxa Interna de Retorno (TIR)

A TIR do projeto é 112,45%, é outro fator que aponta para a sua viabilidade tendo em vista que aliado a um VPL positivo são dois fatores a ser analisado para a viabilidade, o que leva o empreendedor a iniciar seu negócio.

### 6.9.4 – Ponto de Equilíbrio (PE)

A empresa apresenta um ponto de Equilíbrio de R\$ 852,19 valores que indicam também para a viabilidade ao indicar valores baixos para que opere com viabilidade como descrito no Quadro 24.

Quadro 25 - Ponto de Equilíbrio

<b>Ponto De Equilíbrio</b>	
Despesas Fixas	
Pagamento Dos Dj's	R\$24.000,00
Pagamento Dos Locatários De Materiais (Copos E Outros Materiais)	R\$134.730,00
Estrutura De Bar	R\$9.000,00
Prestadores De Serviço (Maitre, Copeira, Barman).	R\$33.750,00
Total Ano	R\$201.480,00
<b>Custos E Despesas Variáveis</b>	
Energia	R\$1.000,00
Deslocamento	R\$1.500,00
Total	R\$2.500,00
<b>Margem De Contribuição</b>	
Receita	R\$605.000,00
Custos E Despesas Variáveis	R\$2.500,00
Total	R\$242,00
<b>Ponto De Equilíbrio</b>	
Custo E Despesa Fixa	R\$206.230,00
Margem De Contribuição	R\$242,00
Resultado	R\$852,19

Fonte: Autores (2020)

**6.9.5 – Lucratividade (lucro líquido sobre a receita total)**

O projeto apresenta uma lucratividade de 25,88% sendo outro indicador de sua viabilidade ao apresentar valores do quanto à empresa lucra em relação à sua receita como pode ser verificado no Quadro 25.

Quadro 26 - Lucratividade

<b>Lucratividade</b>						
	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>	<b>Lucratividade</b>
Receita Bruta	R\$ 605.000,00	R\$ 617.100,00	R\$ 629.442,00	R\$ 642.030,84	R\$ 654.871,46	
Lucro Líquido	R\$ 149.098,60	R\$ 145.188,07	R\$ 140.889,99	R\$ 136.181,13	R\$ 243.531,66	
Lucratividade Anual	0,24644	0,23527	0,22383	0,21211	0,37188	25,88%
<b>IL</b>						
Ano 0	R\$ 129.351,80					
Ano 1	R\$ 133.123,75					
Ano 2	R\$ 115.743,04					
Ano 3	R\$ 100.282,71					
Ano 4	R\$ 86.545,57					
Ano 5	R\$ 138.186,40					
Total	R\$ 573.881,48					
IL	4,44					

Fonte: Autores (2020)

**6.9.6 – Rentabilidade (lucro líquido sobre o investimento total)**

O projeto apresenta uma rentabilidade de 126%, que se for comparada com mercado são resultados positivos tendo em vista o fato de serem valores superiores a aplicações financeiras de renda fixa disponíveis no mercado atualmente, como apresentado no Quadro 26.

Quadro 27 - Rentabilidade

<b>Rentabilidade</b>						
<b>Investimento Inicial</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>	<b>Rentabilidade</b>
R\$ 129.351,80	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	
Lucro Líquido	R\$ 149.098,60	R\$ 145.188,07	R\$ 140.889,99	R\$ 136.181,13	R\$ 243.531,66	
Rentabilidade	115,27%	112,24%	108,92%	105,28%	188,27%	
<b>Rentabilidade</b>						
<b>Ano</b>		<b>Valor</b>				
Ano 1		1,15				
Ano 2		1,12				
Ano 3		1,09				
Ano 4		1,05				
Ano 5		1,88				

Fonte: Autores (2020)

A partir da análise de todos os indicadores é possível verificar a viabilidade do negócio, mesmo os empreendedores adotando uma estratégia conservadora e a opção por preservar caixa com investimentos mais baixos e volume de atendimento menor.

Pelo fato entrar em um mercado competitivo e ter um volume de atendimento baixo, ainda sim, há resultados positivos em todos os aspectos apontados, assim como os resultados do fluxo de caixa.

Seguindo-se sempre a mesma lógica de se comparar o projeto com investimentos de mercado, ainda sim, há pontos que o projeto retorna melhor que aplicações, como demonstrado nos quadros ao longo deste capítulo, gerando retornos aos empreendedores.

## 7 – ELEVATOR PITCH

A Empresa oferece serviços de barmen e DJs, ela se destaca por ser uma empresa de referência reconhecida como melhor opção por clientes, colaboradores, e fornecedores, pela qualidade de nossos produtos e serviços, torna seu evento inesquecível com as melhores e mais animadas músicas, e os melhores drinks.

Empreendimento que traz a grande vantagem de ter um pequeno investimento e bons lucros e sem a necessidade de ter um capital mínimo ou inicial para estoque, aluguel, físico, e com enorme alcance de público devido à visibilidade e encurtamento de distâncias e com rendimento financeiro de 2% ao ano.

Pra você que está procurando drinks e som de qualidade não deixe de contatar a Drinks Sound, trata-se de uma empresa que oferece aos seus clientes uma estrutura magnifica de bar móvel, com funcionários experientes uniformizados e diferenciados além de um DJ super qualificado com o intuito de fazer da sua comemoração marcante e especial.

A empresa tem o intuito de entrar no mercado para se tornar uma empresa referência conhecida como a melhor opção por clientes, colaboradores, e fornecedores pela qualidade, eficiência e comprometimento de nossos produtos e serviços.

Empreendimento bastante viável para você que quer fazer do seu sonho uma realidade é necessário investir inicialmente apenas R\$ 129.351,80 além do mais, o prazo de retorno do investimento será já no primeiro ano e possui um ponto de equilíbrio de R\$1.051,71, valores que indicam também, a viabilidade do negócio.

## 8 – BUSINESS MODEL CANVAS

Quadro 28 - Canvas

<b>Parcerias principais:</b> . Ceasa . Freelancers . Buffets . Cerimoniais . Maitres	<b>Atividades principais:</b> . Drinks . DJs . Treinamentos . Divulgações	<b>Proposta de valor:</b> . Qualidade no serviço . Comodidade . Preço baixo	<b>Relacionamento com clientes:</b> . Maitres . Panfletagem . Instagram	<b>Seguimento de clientes:</b> • Eventos corporativos • Festas de 15 anos • Festas de final de ano • Festas de casamento
	<b>Recursos principais:</b> • Físicos (Freelancers) • Humanos (Criatividade) (Publicidade)		<b>Canais:</b> . E-mails . Instagram . Facebook . Whatsapp	
<b>Custos</b> . Matéria prima . Marketing . Fornecedor			<b>Fontes de Receita</b> . Drinks . DJs	

Fonte: Autores (2020)

## **9 – FEIRA DO EMPREENDEDOR**

Não foi possível realizar a feira por conta da pandemia causada pelo COVID– 19.

## **10 – CONCLUSÃO**

Após finalizar o plano de negócio, é nitidamente notório que a Drinks Sound LTDA é um negócio viável. A empresa se encaixa em um mercado com grande potencial de crescimento, com clientes cada vez mais exigentes.

Para efeito de comparação foi escolhida a aplicação do mesmo valor referente ao investimento inicial em uma Letra de Crédito pelo período de cinco anos a uma taxa de juros pré-fixada de 11% ao ano o rendimento ainda foi inferior ao retorno financeiro que o projeto apresenta.

O prazo de retorno do investimento será já no primeiro ano e possui um ponto de equilíbrio de R\$1.051,71, valores que indicam também, a viabilidade do negócio.

## REFERÊNCIAS

BULGACOV, S. **Manual de gestão empresarial**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

COOK, Cyber. **Receita de Mojito**. Disponível em: <<https://cybercook.com.br/receitas/bebidas/receita-de-mojito-9786>>. Acesso em: 18 jun. 2020.

CYBERCOOK. **Receita de Piña Colada**. Disponível em: <<https://cybercook.com.br/receitas/bebidas/receita-de-pina-colada-113999>>. Acesso em: 18 jun. 2020.

CYBER COOK. **Receita de Caipirinha de Saquê com Limão e Manjeriçã**. Disponível em: <<https://cybercook.com.br/receitas/bebidas/receita-de-caipirinha-de-saque-com-limao-e-manjericao-12179>>. Acesso em: 18 jun. 2020.

CHÉR, R. **O meu próprio negócio**. 2. ed. São Paulo: Negócio, 2002.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed., rev. e atual. São Paulo: Saraiva 2012.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2014.

CHIAVENATO, I. **Teoria geral da administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.695p. v.1.

DOLABELA, F. D. **O segredo de Luísa**. 14. ed. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J; BIM, A; FREITAS, G; USHIKUBO, R. **Plano de Negócios com o Modelo Canvas**: Guia Prático de Avaliação de Ideias de Negócio a Partir de Exemplos. Rio de Janeiro: LTC, 2018.

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira**. 12 ed. São Paulo, 2010. 775p.

GETNINJAS. **Como fazer uma deliciosa caipirinha de morango?** Disponível em: <<https://www.getninjas.com.br/guia/eventos/bartenders/como-fazer-uma-caipirinha-de-morango-deliciosa/>>. Acesso em: 18 jun. 2020.

HORNGREN, C. T; DATAR, S. M; FOSTER, G. **Contabilidade de custos: uma abordagem gerencial**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. 526p. v. 1.

HORNGREN, C. T; DATAR, S. M; FOSTER, G. **Contabilidade de custos: uma abordagem gerencial**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. 310p. v. 2.

IRELAND, D; HOSKISSON, R. E; HITT, M. A. **Administração Estratégica**. 3 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LESSA, J. F; VASCONCELLOS, A. C.; MAGALHÃES, M. H. A. (Col.); BORGES, S. M. (Col.). **Manual para normalização de publicações técnico-científicas**. 8. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014. 258p.

LINS, L. S. **Empreendedorismo: uma abordagem prática e descomplicada**. São Paulo: Atlas, 2015.

OLIVEIRA, D. P. R. **Estratégia empresarial e vantagem competitiva: como estabelecer, implementar e avaliar**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010. PWC. PricewaterhouseCoopers Brasil. **Como criar um plano de negócio**. Brasil, 2010. Disponível em: <https://endeavor.org.br/>. Acesso em: 11/07/2016.

PICUKI. **Caipi de kiwi**. Disponível em: <<https://www.picuki.com/tag/drinkeiro>>. Acesso em: 18 jun. 2020.

PINTEREST. **Pinterest.** Disponível em:  
<<https://br.pinterest.com/pin/794815034218351105/>>. Acesso em: 18 jun. 2020.

ROSS, S. A; WESTERFIELD, R. W; JAFFE, Jeffrey F. **Administração financeira; corporatefinance.** 2. ed. Tradução: SANVICENTE, Antonio Zoratto. São Paulo: Atlas, 2010. 776p.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como elaborar um plano de negócio.** Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 11/07/2016.

SPILLER, E. S. et. al. **Gestão de Serviços e Marketing Interno.** 4<sup>a</sup> Ed. Rio de Janeiro: FGV editora, 2011.

SEM MEDIDA. **Pepino Gin Tônica - Sem Medida Espaço Gastronômico.** Disponível em:  
<<http://semmedida.com/receitas/pepino-gin-tonica/>>. Acesso em: 18 jun. 2020.

## APÊNDICE A

A Drinks Sound possui um site interativo para captação de leads. Segue abaixo link <https://www.wix.com/website/builder?storyId=86c7218c-c50b-410a-9de7-66404cebc084&editorSessionId=68271153-c915-40bb-a2e7-7d8583712032&referralInfo=dashboard#!/builder/story/86c7218c-c50b-410a-9de7-66404cebc084:8baefee9-c754-460f-8554-d316ff1ac139/preview>

As Figuras 1 a 11 do apêndice são prints de tela retirados do site da empresa, a fim de demonstrar como é o layout do site.

Figura 1



Fonte: Autores (2020)

Figura 2



Fonte: Autores (2020)

Figura 3



Fonte: Autores (2020)

Figura 4

<p>MOJITO</p>	<p>GIM TÔNICA</p>	<p>PINA COLADA</p>
<p><i>Um verdadeiro clássico</i></p>	<p><i>O favorito dos clientes</i></p>	<p><i>Simples e especial</i></p>
<p>Nossos bartenders criativos e simpáticos se superaram mais uma vez com uma nova versão de nosso(a) popular Mojito. Aprecie</p>	<p>Deixe os mixologistas especialistas encontrarem o equilíbrio certo com o(a) nosso(a) Gim tônica especial.</p>	<p>Composto de Rum, abacaxi e leite de coco. Essencial para quem é amante de uma bebida doce e saborosa</p>

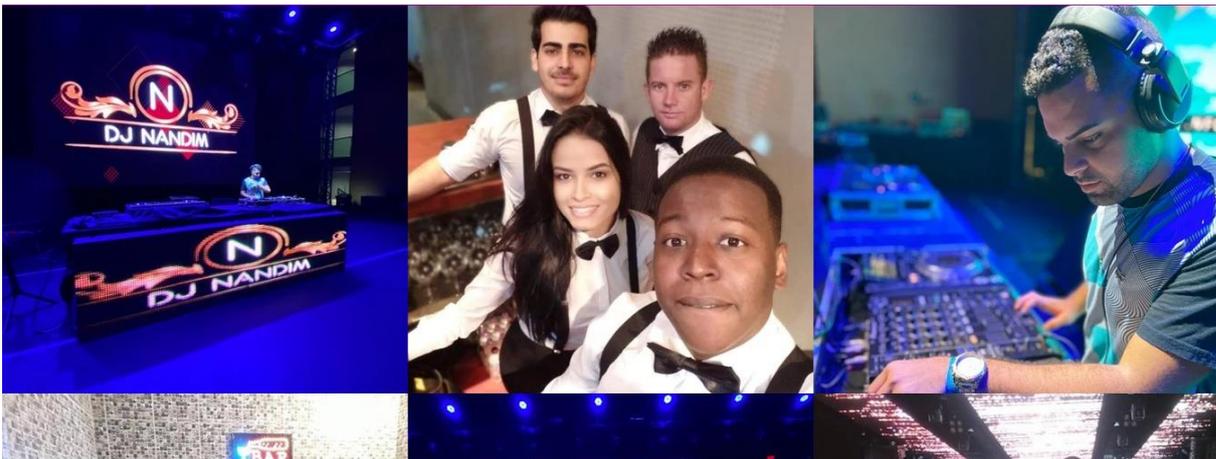
Fonte: Autores (2020)

Figura 5



Fonte: Autores (2020)

Figura 6



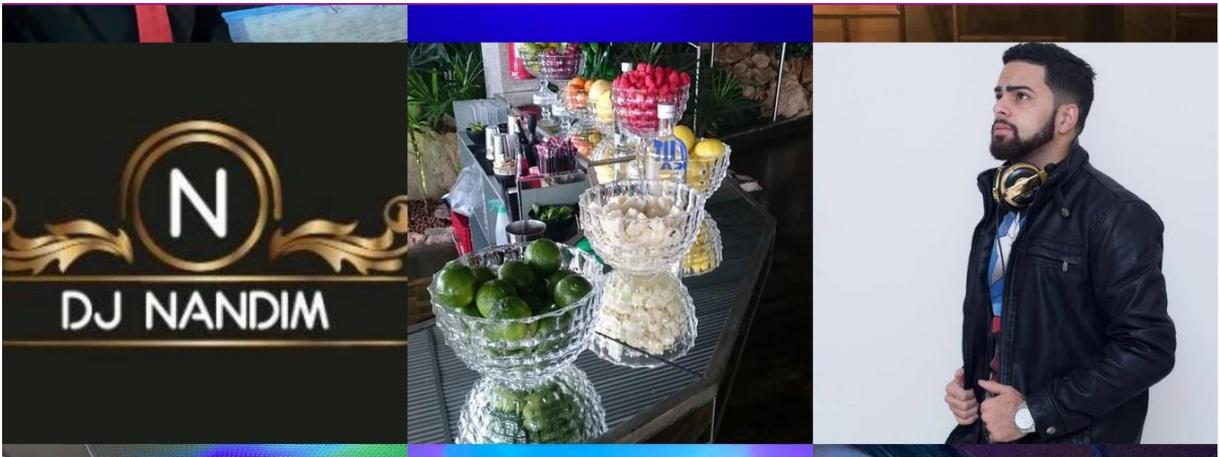
Fonte: Autores (2020)

Figura 7



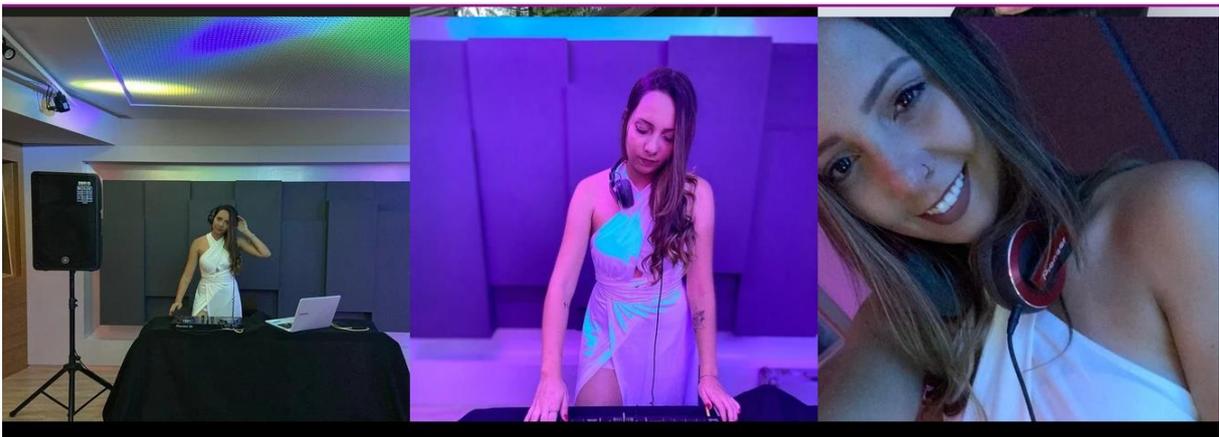
Fonte: Autores (2020)

Figura 8



Fonte: Autores (2020)

Figura 9



Fonte: Autores (2020)

Figura 10

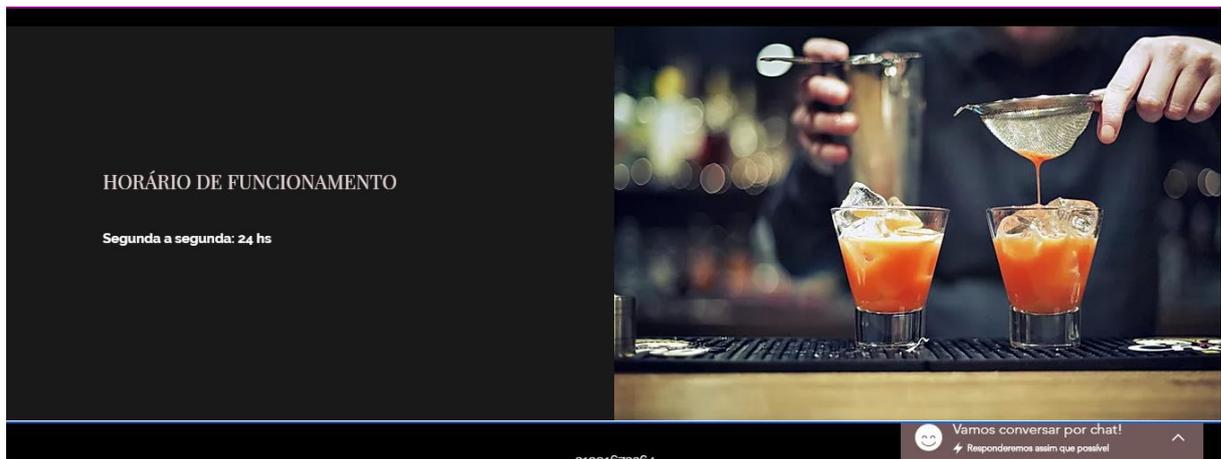
SOLICITE JÁ SEU  
ORÇAMENTO E  
CONCORRA A UM PEN  
DRIVE DE ACORDO COM  
SEU ESTILO MUSICAL

bydrinks@gmail.com  
31991673264  
f t in

Nome \_\_\_\_\_ Email \_\_\_\_\_  
Telefone \_\_\_\_\_ Endereço \_\_\_\_\_  
Assunto \_\_\_\_\_  
Digite sua mensagem aqui...  
Enviar

Fonte: Autores (2020)

Figura 11



Fonte: Autores (2020)

## APÊNDICE B

Esse link se trata-se do vídeo de apresentação para a banca de avaliadores.

[https://www.youtube.com/watch?v=ml9NS6V\\_pFI&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=ml9NS6V_pFI&feature=youtu.be)