

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES

ANA GABRIELLE DOS SANTOS RIBEIRO
FERNANDO SEIXAS ALVES
JOSÉ ALTAIR MARINS FERREIRA
LUCIANA MORENO DE SOUZA

SPEED DRINKS LTDA
AO SEU ALCANCE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração de Empresas da Universidade Candido Mendes, como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

RIO DE JANEIRO
2018



PLANO DE NEGÓCIOS

Speed Drinks Ltda



ANA GABRIELLE DOS SANTOS RIBEIRO
FERNANDO SEIXAS ALVES
JOSÉ ALTAIR MARINS FERREIRA
LUCIANA MORENO DE SOUZA

Orientadores:

Msc. Marcos Tavares Pedro
Msc. Nauro Thomaz Júnior

RIO DE JANEIRO
2018



UNIVERSIDADE
CANDIDO MENDES

“Pra quem tem fé, a vida nunca tem fim”
Trecho da música “Anjos (Pra quem tem fé)” – O Rappa



AGRADECIMENTOS

À Deus, pelo dom da vida e pelas bênçãos que nos fortalece dia a dia no cumprimento de nossas tarefas e alcance de nossos sonhos.

Aos nossos pais, que desde nossa infância, com muito carinho, paciência e amor, nos guiaram para sermos cidadãos responsáveis.

Ao corpo docente, mestres que depositaram em nós a semente da sabedoria e o desejo incessante pela busca do conhecimento.

Aos parentes e amigos, por muitas vezes sentirem nossas ausências, necessárias para a busca desta conquista, contudo sempre apresentando mão amiga e palavra de ânimo na difícil trajetória até a vitória.



Resumo

Speed Drinks será uma empresa brasileira, cuja fundação está prevista para ano de 2019, no Rio de Janeiro – Brasil.

Atuará no ramo de marketing digital através de um aplicativo multiplataforma, que tem como objetivo divulgar estabelecimentos que forneçam bebidas em uma determinada região, visando atender as necessidades de um mercado amplo de consumidores.

O ponto forte para clientes credenciados, será a divulgação dos seus estabelecimentos em uma plataforma digital que auxiliará o investimento em suas melhores ofertas, estimulando o crescimento de frequentadores dos locais, além de fornecer feedbacks sobre toda a ambiência dos espaços afim de manter a excelência de seus serviços como um todo. Além das vantagens dos clientes, os navegadores do aplicativo terão a possibilidade de comparar preços de diversos estabelecimentos que forneçam qualquer tipo de bebida, sejam elas light, alcoólicas, veganas etc, além de obter vantagens como usuários do app.

De início, atenderemos apenas o município do Rio de Janeiro, com previsão de ampliação de nossas atividades para todo território estadual.

Palavras-chave: Aplicativo. Bebidas. Localidades. Cliente. Satisfação.



Abstract

Speed Drinks will be a Brazilian company whose foundation is scheduled for 2019 in Rio de Janeiro - Brazil.

It will act in the digital marketing business through a multiplatform application, which aims to promote establishments that provide beverages in a specific region, aiming to meet the needs of a broad market of consumers.

The strong point for accredited clients will be the dissemination of their establishments in a digital platform that will help them invest in their best offers, stimulating the growth of locals, as well as providing feedback on the whole environment of the spaces in order to maintain the excellence of their services as a whole. In addition to the advantages of the customers, the application browsers will be able to compare prices of various establishments that provide any type of drink, whether light, alcoholic, vegan etc, and gain advantages as users of the app.

At the beginning, we will only attend the municipality of Rio de Janeiro, with a forecast of expansion of our activities for all state territory.

Keywords: App. Drinks. Places. Client. Satisfaction.



LISTA DE FIGURAS

Figura 1-Bebidas (refresco, cerveja e refrigerantes)	17
Figura 2-Protótipos	22
Figura 3-Logos (SINDRIO e Uber).....	24
Figura 4-Logos (Iugu, Youtube, Facebook, Startamus e Instagram)	29
Figura 5-Aplicação das 5 Forças de Porter.....	33
Figura 6-Protótipo (Bem-vindo).....	37
Figura 7-Ana.....	41
Figura 8-Fernando	41
Figura 9-Altair	42
Figura 10-Luciana.....	42
Figura 11-Mapa de localização	44
Figura 12-Fachada do condomínio	45
Figura 13-Sala de desenvolvimento	45
Figura 14-Sala de reunião.....	46
Figura 15-Almoxarifado	46
Figura 16-Toaletes.....	47
Figura 17-Copa.....	47
Figura 18-Modelo de estação de trabalho.....	48
Figura 19-Layout (sala de reunião)	48
Figura 20-Layout (sala comercial)	49
Figura 21-Logo (Speed Drinks).....	54



LISTA DE TABELAS

Tabela 1-Matriz SWOT	19
Tabela 2-Matriz de Competências Essenciais	22
Tabela 3-Análise SWOT do Serviço	28
Tabela 4-Stakeholders	31
Tabela 5-Análise da Concorrência	32
Tabela 6-Participação Societária	43
Tabela 7-Projeção de vendas (mensal)	53
Tabela 8-Projeção de vendas (anual).....	53
Tabela 9-Projeção de vendas (média anual)	54
Tabela 10-Projeção de clientes (adimplentes).....	57
Tabela 11-Projeção de clientes (inadimplentes).....	58
Tabela 12-Investimento inicial 1(imobilizados).....	59
Tabela 13-Investimento inicial 2(imobilizados).....	60
Tabela 14-Investimento inicial 3(imobilizados).....	61
Tabela 15-Investimento inicial 4(imobilizados).....	62
Tabela 16-Investimento inicial 1(despesas)	63
Tabela 17-Investimento inicial 2(despesas)	64
Tabela 18-Investimento inicial 3(despesas)	65
Tabela 19-Investimento inicial 4(despesas)	66
Tabela 20-Investimento inicial 5(despesas)	67
Tabela 21-Investimento inicial 1(intangíveis).....	68
Tabela 22-Investimento inicial 2(intangíveis).....	69
Tabela 23-Custos fixos (mensal)	70
Tabela 24-Custos fixos (anual).....	71
Tabela 25-Custos variáveis (mensal).....	72
Tabela 26-Custos variáveis (anual)	72
Tabela 27-Pacotes de preços.....	73
Tabela 28-Anexo III (Simples Nacional)	75
Tabela 29-Projeções de tributos	76
Tabela 30-Projeções de tributos (janeiro/20).....	76
Tabela 31-Cenário Pessimista	77



Tabela 32-Indicadores (cenário pessimista)	77
Tabela 33-Cenário Realista	78
Tabela 34-Indicadores (cenário realista)	78
Tabela 35-Cenário Otimista.....	79
Tabela 36-Indicadores (cenário otimista).....	79
Tabela 37-Análise dos Cenários	80
Tabela 38-Balanço Patrimonial	80
Tabela 39-Demonstração dos Resultados.....	81
Tabela 40-Fluxos de Caixa Projetados	81
Tabela 41-Indices Financeiros.....	82
Tabela 42-Ponto de Equilíbrio.....	83



LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1-Projeção de clientes.....	58
Gráfico 2-Investimento Inicial.....	69
Gráfico 3-Projeções dos Custos Fixos (anual)	71
Gráfico 4-Custos fixos (anual)	71
Gráfico 5-Fluxos de Caixa.....	82
Gráfico 6-Ponto de Equilíbrio	83



LISTA DE ABREVIATURAS

SINDRIO	Sindicato de Bares e Restaurantes do Município do Rio de Janeiro.
DAS	Documento de Arrecadação do Simples Nacional.
TI	Tecnologia da Informação.
VLT	Veículo Leve sobre Trilhos.
IGP-M	Índice Geral de Preços do Mercado.
IPCA	Índice de Preços ao Consumidor Amplo.
UML	Linguagem de Modelagem Unificada.
B2B	Business to Business (transações comerciais entre empresas).
B2C	Business to Commerce (transações comerciais entre empresas e o consumidor final através de uma plataforma E-Commerce).
QR code	Quick Response (resposta rápida).
App	Application (aplicativo).



SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	Sumário Executivo.....	16
1.2	Proposição do Plano de Negócio	17
1.3	Ramo de Atuação.....	17
1.4	Enfoque de Atuação da Empresa.....	17
1.5	Enfoque do Âmbito da Empresa.....	18
2	DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO	18
2.1	Planejamento Estratégico do Negócio	18
2.1.1	Missão da Empresa	18
2.1.2	Visão da Empresa	18
2.1.3	Valores Organizacionais	18
2.1.4	Matriz SWOT da Empresa.....	19
2.1.5	Análise SWOT da Empresa	19
2.1.6	Estratégia de Serviço.....	20
2.1.7	Serviços.....	20
2.1.8	Tecnologia.....	21
2.1.9	Matriz de Competências Essenciais.....	22
2.1.10	Pesquisa e Desenvolvimento.....	23
2.1.11	Alianças Estratégicas	23
2.1.12	Serviço Pós-Venda.....	24
2.1.13	Análise de Mercado	25
2.1.14	Descrição do Segmento de Mercado.....	27
2.1.15	Análise SWOT do Serviço.....	28
2.1.16	Análise do Perfil do Cliente (Segmentação).....	28
2.1.17	Análise do Perfil dos Fornecedores	28
2.1.18	Gestão de Stakeholders	29
2.1.19	Análise da Concorrência	31
2.1.20	Aplicação das 5 Forças de Porter.....	33



2.1.21	Objetivos	35
3	DESENVOLVIMENTO ESTRUTURAL	35
3.1	Descrição da Empresa	35
3.1.1	Fluxogramas.....	35
3.1.2	Organograma.....	40
3.1.3	Dados dos Empreendedores	40
3.1.4	Distribuição Societária.....	43
3.1.5	Estrutura Legal.....	43
3.1.6	Enquadramento Tributário	43
3.1.7	Localização	44
3.1.8	Responsabilidade Socioambiental	49
4	DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE MARKETING	49
4.1	Estratégia de Marketing.....	50
4.2	Serviço e seu Posicionamento	50
4.3	Estratégia de Precificação.....	51
4.4	Estratégia para Canais de Distribuição	51
4.5	Propaganda e Promoção	52
4.6	Projeção de Vendas.....	52
4.7	Logomarca	54
5	DESENVOLVIMENTO DO PLANO OPERACIONAL	55
5.1	Premissas Estruturais	55
5.2	Definição de Processos Operacionais.....	55
5.3	Premissas Operacionais	56
5.4	Estimativa do Volumes de Clientes.....	57
5.5	Políticas Operacionais	59
6	DESENVOLVIMENTO FINANCEIRO	59
6.1	Definição de Investimentos Permanentes.....	59



6.2	Estrutura dos Custos e Despesas Fixas e Variáveis.....	70
6.3	Preços dos Pacotes.....	72
6.4	Deduções sobre as Vendas.....	74
6.5	Cenário Pessimista.....	76
6.6	Cenário Realista.....	77
6.7	Cenário Otimista.....	78
6.8	Balço Patrimonial – Inicial e Projetados.....	80
6.9	Demonstração de Resultados – Inicial e Projetadas.....	81
6.10	Fluxos de Caixa Projetados.....	81
6.11	Fontes de Recursos.....	81
6.12	Índices Financeiros.....	82
7	CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO.....	84
8	CONCLUSÃO.....	84
	REFERÊNCIAS.....	85



1 INTRODUÇÃO

1.1 Sumário Executivo

No mundo contemporâneo a agilidade ganha valor imensurável e a globalização leva mais informações a cada vez mais pessoas. Consequentemente, de tempos em tempos o perfil da população de um determinado local sofre mudanças comportamentais, sociais, políticos, econômicos, ambientais e de consumo. Além disso, se torna nítida e notória como as novas gerações exigem dos prestadores de serviços e produtos adaptações reais de seus novos mundos. O perfil do consumidor ganha nova identidade seja qual for o produto ou serviço final e esse tema se torna ponto de atenção para qualquer empreendedor do século XXI.

Acompanhando as mudanças dessa Era de transformações tecnológicas tem sido destaque o aumento na procura por plataformas digitais para celulares e diante de necessidades de pesquisas eficientes, transparentes e o potencial de mercado de aplicativos próspero e promissor, a Speed Drinks teve seu início.

A proposta do aplicativo é que em uma busca rápida, o consumidor consiga comparar preços de diversos estabelecimentos que forneçam bebidas para o seu *happy hour*. O objetivo é que a hora do lazer se torne prática e com melhor custo benefício, no local onde estiver ou desejar. Para hora da diversão é levado em consideração que o público-alvo necessita de qualidade e melhor preço ao seu alcance. A pesquisa permite enxergar a tabela de preço dos estabelecimentos credenciados de forma online possibilitando a escolha do melhor local para compra e consumo seja qual for a categoria de bebida do consumidor final. A Empresa visa atingir pessoas de diversas classes sociais e econômicas que estão contidas no mundo globalizado e digital, onde procuram estar a par das melhores ofertas com mais velocidade.

A nossa projeção inicial é de atendermos todo o estado do Rio de Janeiro até 2021 e posteriormente aumentarmos para demais regiões do país. Teremos parceria com o SINDRIO para consulta do banco de dados de estabelecimentos de bares e restaurantes credenciados e locais potenciais da cidade para o negócio e parceria com a Uber oferecendo vales de passagens para os estabelecimentos credenciados no pacote Strong Drinks para utilizarem com seus clientes.

A Empresa iniciará suas atividades com um investimento inicial de aproximadamente R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil Reais).

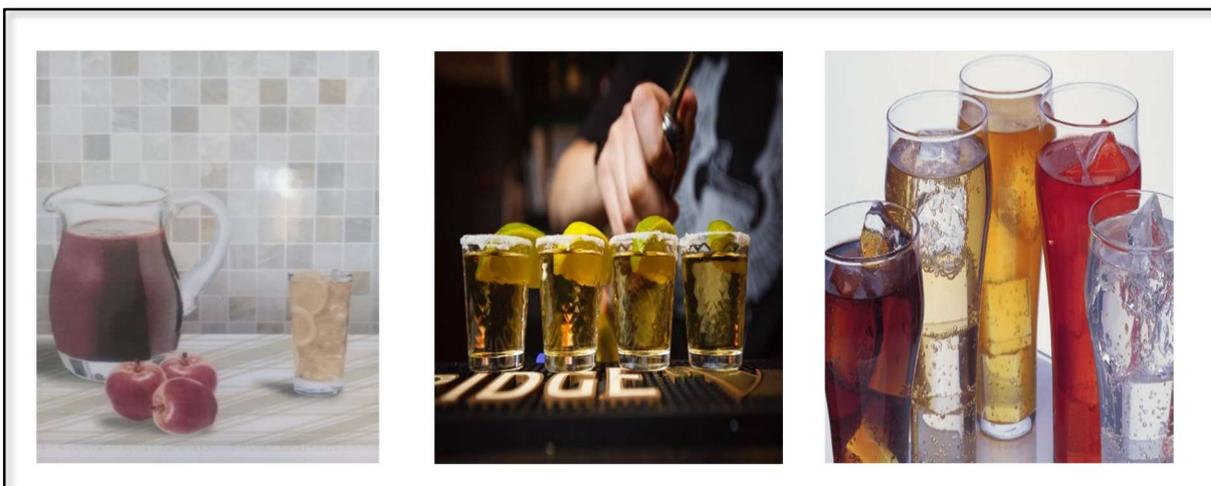


Figura 1-Bebidas (refresco, cerveja e refrigerantes)

1.2 Proposição do Plano de Negócio

A Speed Drinks será uma plataforma digital de conexão entre consumidores e comerciantes de bebidas diversas, que possuirá como canal um aplicativo que auxilia pesquisas sobre bebidas de estabelecimentos comerciais mais próximo do consumidor final. Os estabelecimentos serão nossos clientes primários e que estarão credenciados à ferramenta. Reforça-se que o nicho de mercado da Empresa são bares, restaurantes, lanchonetes, entre outros estabelecimentos do ramo de bebidas, exceto mercado e supermercados.

1.3 Ramo de Atuação

A Speed Drinks Ltda atuará no ramo de divulgação através de um aplicativo multiplataforma para públicos B2B (cliente primário) e B2C (cliente secundário) facilitando a pesquisa de preço e localização da bebida desejada. Será uma startup do setor secundário (serviço de comunicação), que por meio de uma ferramenta, localiza os estabelecimentos (bares, restaurantes, quiosques, entre outros) mais próximos dos usuários e permite pesquisa de tabelas de preços de bebidas de diversos locais.

1.4 Enfoque de Atuação da Empresa



Atuação no ramo de comunicação digital divulgando serviços de estabelecimentos que fornecem bebidas, permitindo pesquisas com foco nesse produto específico.

1.5 Enfoque do Âmbito da Empresa

A Speed Drinks focará na divulgação de estabelecimento que vendem bebidas, se limitando a esse produto específico. Como visão ampliada deseja ser referência no mercado concorrente de marketing digital, garantindo a qualidade na experiência do cliente e do serviço prestado.

2 DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO

2.1 Planejamento Estratégico do Negócio

2.1.1 Missão da Empresa

Promover a comunicação digital e saudável de estabelecimentos fornecedores de bebidas, com a missão de permitir pesquisas transparentes e online para usuários da plataforma, garantindo a interação entre os clientes e os consumidores da ferramenta.

2.1.2 Visão da Empresa

Atender até 2021 todo o estado do Rio de Janeiro, garantindo a qualidade dos serviços prestados afim de ser líder no mercado, utilizando a estratégia adequada para cada necessidade dos clientes.

2.1.3 Valores Organizacionais

Ética, integridade, transparência e sustentabilidade ambiental.



2.1.4 Matriz SWOT da Empresa

<i>MATRIZ SWOT</i>	Pontos Fortes	Pontos Fracos
	Força (S)	Fraqueza (W)
Internos (Organização)	<ul style="list-style-type: none">• <i>Tecnologia utilizada</i>• <i>Layout moderno</i>• <i>Navegabilidade intuitiva</i>	<ul style="list-style-type: none">• Custo de implantação do aplicativo.
Externos (Ambiente)	Oportunidades (O)	Ameaças (T)
	<ul style="list-style-type: none">• Inovação tecnológica• Agilidade e transparência• Parcerias potenciais• Usuários constantemente conectados	<ul style="list-style-type: none">• Inexistência de barreiras a novos entrantes• Facilidade de plágio do projeto.

Tabela 1-Matriz SWOT

2.1.5 Análise SWOT da Empresa

Alavancagem (SxO) – Em um mundo conectado, onde as empresas buscam visibilidade e os consumidores praticidade e preços, a Speed Drinks oferecerá uma experiência aos clientes e consumidores de engajamento, pelo prazer de um *happy hour* divertido. Em um mercado onde tudo acaba em festa, pois assim é o Rio de Janeiro.

Problema (WxT) – O “start” do aplicativo terá um custo alto e a possibilidade de novos concorrentes, será desafiador, porém estaremos atentos à novas tecnologias e aperfeiçoando o nosso aplicativo, através do feedback dos nossos clientes e pelo remarketing dos consumidores finais da nossa plataforma, e também pelo direcionamento estratégico do nosso gerente de marketing.

Blindagem (SxT) - A publicidade é fator determinante para o sucesso e rentabilidade dos nossos clientes, por isso evidenciaremos esforços na divulgação de dados de eventos, festas, shows etc, para mostrar o nosso compromisso com o bem-estar e saúde financeira dos nossos clientes. Apresentaremos também relatórios de consumidores atendidos no comércio pelo uso da nossa plataforma. Nosso objetivo é fortalecer o relacionamento para evitar eventuais perdas de clientes.



Limitação (WxO) – O custo de implantação e a possibilidade de ter o projeto copiado, forçará a investir pesado em divulgação do nosso aplicativo para obtermos algumas vantagens competitiva. Conseqüentemente, aumentaremos a nossa participação no mercado, alcançando no futuro todo o estado do Rio de Janeiro.

2.1.6 Estratégia de Serviço

Uma das fortes estratégias utilizadas é o investimento em marketing digital, auxiliando a divulgação do serviço dos estabelecimentos credenciados, agregando valor à marca e a ideia do negócio. A forma mapeada para o resultado positivo nessa linha de negócio, é realizar através da divulgação de ofertas, o melhor custo benefício para os clientes (B2B) e usuários (B2C), unindo toda a cadeia do aplicativo.

Campanhas de incentivo deverão ser realizadas constantemente para manter os credenciados e a satisfação de todos os consumidores. O foco na divulgação dos estabelecimentos, oferecendo orientações sobre divulgação e propostas com campanhas sazonais serão lançadas incentivando os locais a trabalharem as melhores ofertas em diversos períodos do ano. Além do trabalho com a base, investiremos em estratégias para captar novos clientes e atingir novos objetivos a cada 06 (seis) meses.

A ideia é vender o aplicativo como uma plataforma intuitiva e de fácil acesso para que o consumidor utilize como ferramenta cotidiana, tornando o serviço de fato diferenciado e a experiência para toda cadeia a melhor possível.

2.1.7 Serviços

O nosso aplicativo terá suas atividades voltadas ao serviço de comunicação para os clientes (B2B) e usuários (B2C).

A Speed Drinks como canal de marketing digital, divulgará e dará visibilidade aos nossos clientes, proporcionando a interação com seus consumidores. Nossos serviços serão:

- Pacotes de serviços personalizados (de acordo com o faturamento da empresa);
- Divulgação em plataforma digital;
- Consultoria personalizada aos nossos clientes (através dos dados gerados pelo uso do nosso aplicativo e pesquisa de mercado);



-
- Relatórios com divulgação aos nossos clientes (eventos, números de visualizações etc...); e
 - Mapeamento da situação socioeconômica dos usuários do aplicativo (através do cadastro).

2.1.8 Tecnologia

Para criação do aplicativo utilizaremos o desenvolvimento (design de interface), feita pela empresa Startamus, conforme discriminação abaixo:

Funcionalidade do aplicativo:

- Cadastro de Clientes (estabelecimentos);
- Cadastro de Produtos dos Estabelecimentos;
- Verificar a geolocalização para poder informar os locais próximos;
- Cadastro de Planos para os Estabelecimentos;
- Implementação de um gateway de pagamentos para gerenciar os planos; e
- Conforme a aplicativo for crescendo irão surgir outras exigências.

As etapas para desenvolvimento são:

- Entender a regra de negócio com o product owner;
- Listar as funcionalidades que terá;
- Preparar o UML (Modelagem do banco de dados);
- Definir as tecnologias que serão usadas; e
- Desenvolvimento da funcionalidade.

Tecnologias e softwares que serão utilizados:

- Trello (para organização das tarefas e planejamento dos sprints);
- Invision Studio (<https://www.invisionapp.com/studio>) para prototipação do aplicativo;
- Ruby on Rails para programação back-end;
- React Js para programação front-end;

- PostMark para envio de e-mails;
- IuguPagamentos como gateway de pagamentos; e
- Astah para diagramação do UML.

Trabalhando na construção tecnológica do aplicativo, a Empresa irá acompanhar através de *sprints* semanais a evolução do sistema.

Abaixo seguem os protótipos nas visões: Speed Drink, cliente e consumidor final:

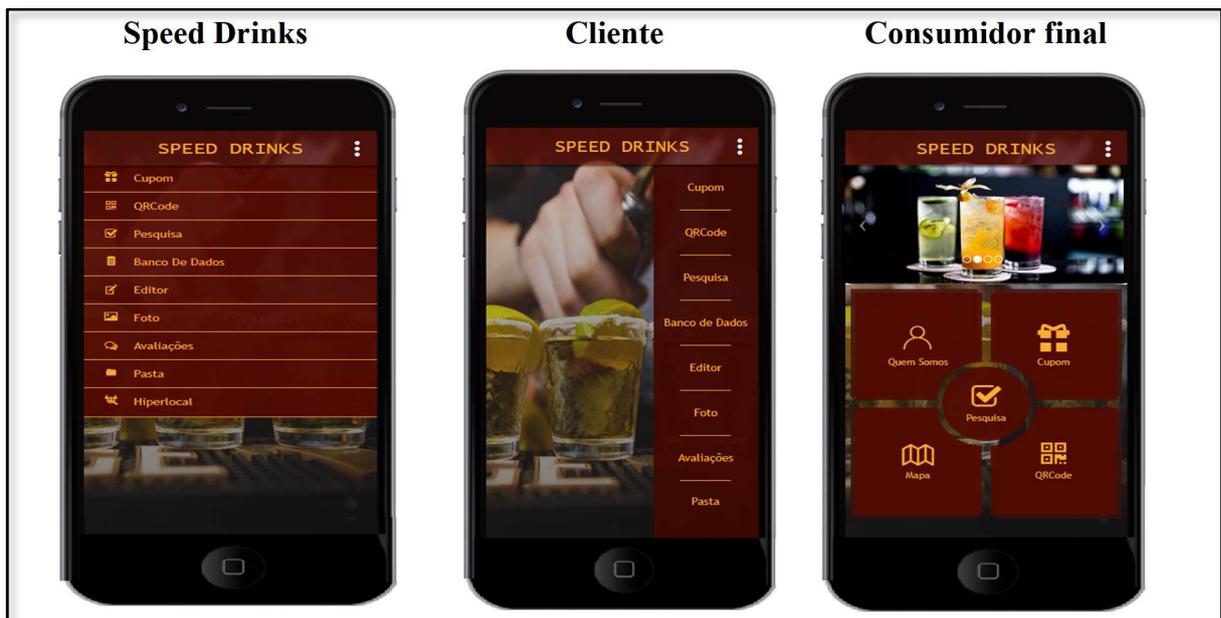


Figura 2-Protótipos

2.1.9 Matriz de Competências Essenciais

Competências	Classificação	Mercado	
		Existente	Novo
Conhecimento e Habilidades	Novo		
	Existente	X	
Capacidade de inovação	Novo	X	
	Existente		
Foco no negócio	Novo		
	Existente	X	

Tabela 2-Matriz de Competências Essenciais



Ir  atuar no mercado como um canal de marketing digital, utilizando-se dos seus conhecimentos e habilidades de marketing, para influenciar o aumento da demanda e incremento das receitas dos seus clientes. A ideia futura   transformar o aplicativo em uma rede social, e buscar sempre a inova o tecnológica para atrair e fidelizar nossos clientes. A Empresa se utilizará das inova es do marketing digital para impulsionar a divulga o dos clientes credenciados, pois entendemos que o nosso foco está na disruptura no uso dos meios de publicidade tradicionais, para o uso das inova es digitais que nos proporcionar  maior percep o de valor do nosso serviço e maior alcance na busca do nosso público-alvo.

2.1.10 Pesquisa e Desenvolvimento

O setor de P&D na Empresa será mapeado como essencial pois   uma forma de garantirmos que a plataforma está seguindo padrões tecnológicos avançados e de qualidade, afim de manter a competitividade no mercado, reduzindo qualquer porta de entrada de novos concorrentes.

Vale ressaltar que uma das pesquisas de desenvolvimento já realizadas   a transforma o da ferramenta em um app divertido e de intera o entre todos os usuários, permitindo uma conectividade como uma espécie de rede social intuitiva e objetiva de fácil acesso para qualquer cliente. O objetivo   que a longo prazo sejam desenvolvidas funcionalidades que permitam esse tipo de navega o.

A proposta   que a longo prazo seja criado uma reserva financeira para esse tipo de investimento, agregando valor tecnológica a plataforma, após inclusão da proposta do app no mercado consumidor.

2.1.11 Alianças Estratégicas

Alianças estratégicas são essenciais para o crescimento do negócio, gerando vantagens competitivas. E a Speed Drinks por sua vez, terá parcerias estratégicas no modelo de negócio sem participa o acionária, onde as empresas parceiras trabalham juntas, mas sem assumir compromisso em suas a es. As alianças serão com duas grandes empresas, sendo elas o Uber e SINDRIO.

A aliança com o Uber se dará através de trocas de publicidades, bem como o pagamento de 10% da receita total da Speed Drinks, no qual iremos adquirir um vale de viagens por m s para ser distribuído igualmente para o pacote Strong Drinks. Esse valor que a Speed Drinks



pagará não será o mesmo valor cobrado para um passageiro normal de Uber, pois o mesmo dará um desconto diferencial por entender que teremos uma parceria permanente. O diferencial desse pacote é que os estabelecimentos darão para cada cliente e usuário do aplicativo que consumir um valor mínimo de bebida pré-estabelecido, um vale viagem.

A principal vantagem da aliança é permitir que, caso os usuários consumam bebidas alcóolicas sejam incentivados a não dirigir e terem um deslocamento seguro e consciente.

Por outro lado, esse serviço estará disponível também para os consumidores que não bebem bebidas alcoólicas, isso se deve a comodidade de usufruir dos serviços do Uber. A Speed Drinks preza pela segurança de todos clientes e usuários e também pela responsabilidade social por trás do negócio e torna sua parceria com a Uber um diferencial em relação à concorrência.

Já na aliança estratégica com o SINDRIO a relação ganha a ganha será a divulgação da Empresa para que mais estabelecimentos se associem ao sindicato, que em contrapartida disponibilizará estatísticas de dados gastronômicos, de alimentação e entretenimento do Município do Rio de Janeiro em tempo real e detalhado, para que a Speed Drinks mantenha as melhores estratégias de negócio de acordo com o comportamento social e econômico da região investida.

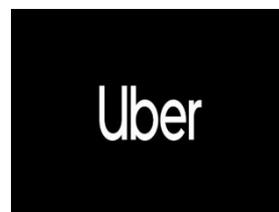


Figura 3-Logos (SINDRIO e Uber)

2.1.12 Serviço Pós-Venda

Com foco na qualidade na experiência do cliente, a Speed Drinks preza em entender a receptividade de seus clientes com seus serviços e para isso é essencial o acompanhamento do consumidor após a aquisição da plataforma através do trabalho de pós-venda.

Pesquisas frequentes no próprio aplicativo para entender como está a dinâmica de todos os clientes com a ferramenta em relação a tecnologia, funcionalidades e serviços serão realizadas com frequência e trabalhadas para garantirmos a qualidade dos serviços prestados.

Nesse item trabalharemos muito com marketing estratégico pois é essencial a fidelização dos estabelecimentos credenciados, o consumidor primário. E para tal, campanhas



e promoções serão feitas constantemente. O foco será auxiliar os estabelecimentos a se manterem no mercado com qualidade, assim a procura pelos locais e parceria conosco será constante.

Um dos pontos de atenção levantado pela Empresa é a relação consumidor primário e secundário. Algumas exigências serão necessárias para os estabelecimentos credenciados para que dessa forma a satisfação do consumidor final seja garantida. A ideia é que tabelas de preços sejam atualizadas com transparência e de forma online e caso algum estabelecimento não respeite essa premissa, será multado. Além disso, promoções de períodos em períodos deverão ser feitas como estratégia de marketing para atrair mais usuários para os estabelecimentos e para plataforma, como uma ação de pós-venda para fidelização dos clientes B2B no app. Estabelecimentos serão frequentemente avaliados e os locais que possuírem uma má avaliação constante serão descredenciados.

As ações estabelecidas visam manter o foco na qualidade no atendimento e transparência no serviço prestado pela Speed Drinks valorizando a relação pós-consumo de nossos clientes B2B e o público B2C (usuários finais).

2.1.13 Análise de Mercado

O cenário de consumo no Brasil vem acompanhando as mudanças no mundo moderno global e alguns dados obtidos através de pesquisas esclarecem sobre o quão forte o brasileiro está inserido no mercado tecnológico. Segundo estatísticas do IBGE, o país fechou o ano de 2016 com 116 milhões de pessoas conectadas à internet, o equivalente a 64,7% da população com idade acima de 10 anos, com mais de 60% das casas brasileiras possuindo acesso à internet naquele ano. Além disso, um fato curioso é que hoje o celular é considerado o equipamento preferido dos brasileiros para acessar internet, sendo o país o responsável por ocupar o segundo lugar no ranking de países com maior número de apps utilizados por mês.

Quando analisamos esses dados de forma regionalizada no Brasil, percebemos que as regiões Nordeste e Norte do país são as únicas a apresentar taxas de indivíduos conectados inferiores à média brasileira, de 52,3% e 54,3%, respectivamente, Centro-Oeste de 71,8% e no Sul, é de 67,9%, enquanto no Sudeste há a maior concentração desse indicador, tendo uma representatividade de 72,3%. Além da conectividade ampla na Região Sudeste, mais de 37% dos e-consumidores estão no Rio de Janeiro e em São Paulo, dando um norte inclusive para as melhores regiões para se investir em tecnologia e e-commerce no país.



Vale destacar também que em 2016 a proporção de mulheres conectadas foi maior do que dos homens 2 pontos percentuais, tendo maior concentração de usuários nos indivíduos de faixa etária entre 18 e 24 anos, tendo uma representatividade de 85% das pessoas conectadas e sendo a faixa etária onde a Speed Drinks visa atingir em sua maior parte.

Em 2017 foi realizado um estudo onde estimava-se o crescimento de 360% em 05 anos no mercado de aplicativos em todo o mundo atingindo um investimento entorno de US\$ 6,3 trilhões (dólares) mundialmente. E segundo o Jornal GGN, só no Brasil, o faturamento nesse tipo de plataforma é superior a US\$ 1,5 bilhão (dólares) anualmente.

O cenário do país na procura de aplicativos tem refletido inclusive na mão de obra especializada para criação desse tipo de plataforma. Mais cursos de graduação na área estão sendo procurados refletindo a redução no custo de desenvolvimento de um app, estimulando o investimento por esse tipo de ferramenta na nação. Além do país possuir forte espaço de atuação no segmento, uma vez que é responsável por quase 2% dos downloads de app de todo o mundo, além dos indicadores já citados.

São temas correlacionados, tecnologia avançada, apps e marketing digital. E quando falamos de marketing notamos o quão importante é o tema para qualquer empresa e inclusive para o cotidiano das pessoas. Saber divulgar sua imagem, vender o seu produto e/ou serviço é investir no sucesso de qualquer negócio. Através dessa mercadologia é possível alcançar o seu consumidor ideal e desejado, sendo auxiliado por ferramentas específicas que serão eficazes para o crescimento de um plano de negócio estruturado. E na Speed Drinks a alma do negócio está baseada em premissas de marketing digital, ou seja, a divulgação de serviço através de um aplicativo multiplataforma.

Esse nicho de mercado digital, de divulgação em canais de internet e plataformas de aplicativos vem crescendo constantemente no mundo e no Brasil e segundo a pesquisa digital Adspend 2018, da IAB Brasil, o mercado movimentou no país mais R\$14,8 bilhões (reais) em 2017, representando um crescimento superior a 25,4% em relação a 2016. Além disso, mais de 45% das empresas sul-americanas utilizam essa estratégia de negócio para alavancar seus resultados, pois além de todo o efeito obtido ainda possui um custo inferior ao mercado tradicional, sendo um chamarisco para as empresas startups, como a Speed Drinks.

Baseado nas análises de mercado, nota-se que diante do cenário econômico mundial e nacional é propício o sucesso na comercialização do plano de negócio da Empresa Speed Drinks que almeja grandes retornos financeiros e de valor para o projeto proposto.



2.1.14 Descrição do Segmento de Mercado

O investimento em uma multiplataforma de serviços digitais se deu devido ao grande retorno econômico por trás do modelo de negócio. Só no Brasil, por ano, hoje o mercado de anúncios pagos de aplicativos movimenta mais de US\$ 3 bilhões (dólares) e em marketing digital mais US\$ 9 bilhões (dólares), tendo uma estimativa de aproximadamente 70% de leads em empresas serem fruto da propaganda por esse canal de comunicação. Além desses fatos, o setor de bares e bebidas move a economia de todo o país empregando mais de 1.272.959 de trabalhadores no setor. E pensando no calor desse novo modo de pesquisas do consumidor, e mercado amplo no setor de consumo digital e bares e restaurantes iniciamos o projeto no aplicativo Speed Drinks.

O aplicativo será iniciado na cidade do Rio de Janeiro, pois é o local de moradia dos sócios da Empresa e que também identificaram no estado um potencial de mercado consumidor amplo. A cidade possui uma população estimada de 6.688.927 no seu território total, a segunda maior metrópole do Brasil, sendo considerado quase 100% da população concentrada em área urbana, com mais de 60% da população com rendimento mensal acima de 1/2 salário mínimo e é o segundo maior PIB do país, possuindo uma considerável população consumidora de serviços e produtos. Além disso, o Rio de Janeiro está entre as cidades mais caras do mundo, o que estimula o consumo em diversos setores, sendo só o setor de serviços, a maior parcela do PIB no estado com (65,52%).

O start nas Regiões da Zona Sul e Central do RJ é explicado devido a maior concentração de pontos turísticos nas Regiões e por possuírem um dos melhores índices de qualidade de vida da cidade. Há uma considerável concentração de bares e restaurantes nessas áreas, tendo quase 2.100 estabelecimentos só Zona Sul do RJ e aproximadamente 1600 no Centro RJ.



2.1.15 Análise SWOT do Serviço

Análise SWOT de Serviços		
Matriz SWOT	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Ambiente Interno	Força (S) <ul style="list-style-type: none">• Promover um serviço de qualidade com o uso de tecnologia avançada que permite pesquisas transparentes, rápidas, intuitivas e online.• Ferramenta de marketing digital para credenciados, prezando por um viés sustentável na sua divulgação.	Fraqueza (W) <ul style="list-style-type: none">• Necessidade de investimento alto no pós-vendas para fidelização do Público B2B. Dependência de aderência do consumidor primário para manter o negócio.
	Oportunidades (O) <ul style="list-style-type: none">• Oportunidade de crescimento da plataforma em outros serviços e locais para facilitar a busca pelo serviço de qualidade.	Ameaças (T) <ul style="list-style-type: none">• Concorrência com os próprios estabelecimentos. Risco dos credenciados se autopromoverem sem credenciamento ao aplicativo.

Tabela 3-Análise SWOT do Serviço

2.1.16 Análise do Perfil do Cliente (Segmentação)

O perfil de clientes da Speed Drinks serão estabelecimentos comerciais (restaurantes, *fast food*, *delicatessen*, lanchonetes, quiosques, bares e em diversos festivais), que estarão envolvidos com os consumidores de bebidas voltados para o ramo de entretenimento e gastronomia, cuja área de atuação abrangerá os mais diversos bairros do município do Rio de Janeiro.

O seu desempenho será inicialmente nas Zonas Sul e Central da cidade, uma vez que há maior concentração de consumidores nessas regiões.

2.1.17 Análise do Perfil dos Fornecedores

Os nossos fornecedores serão nossos terceirizados, no qual irão executar as atividades nas áreas de informação, marketing, divulgação, contábil, jurídica, serviços gerais e administrativa.



Para contribuir com o crescimento do aplicativo o fornecedor executará suas funções, além das atribuições normais, conforme a exigência da Speed Drinks, ou seja, com um olhar inovador, porém com um certo cuidado com as leis e normas locais.

As nossas negociações serão feitas através de análise baseada no perfil dos nossos clientes e do consumidor final.

A permanência dos principais fornecedores se dará pelo conjunto de eficiência, eficácia, inovação e total comprometimento com o objetivo da Empresa.

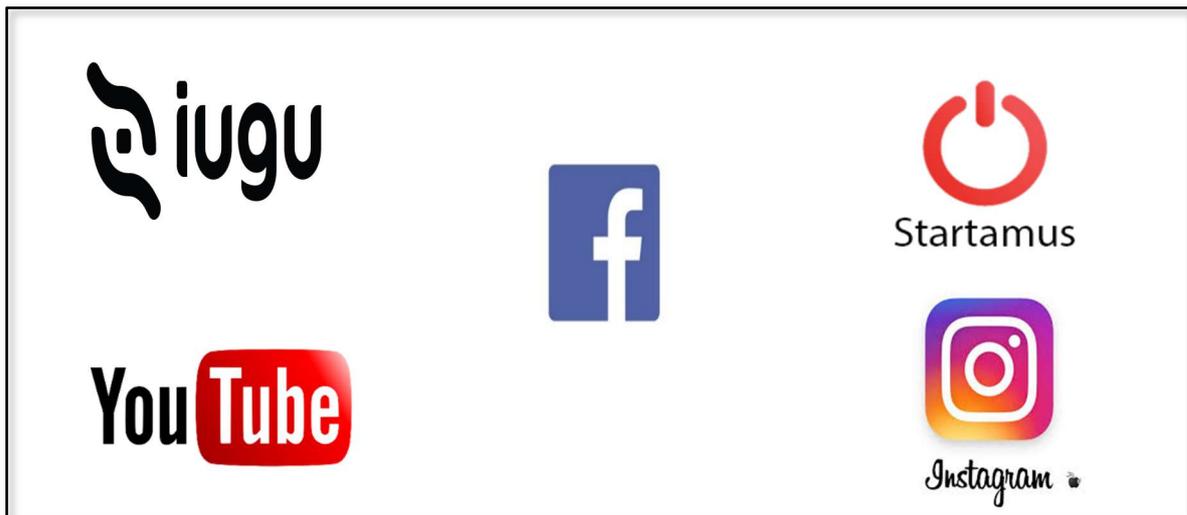


Figura 4-Logos (Iugu, Youtube, Facebook, Startamus e Instagram)

2.1.18 Gestão de Stakeholders

Podemos dividir os stakeholders em internos e externos. Os internos serão os gerentes e os profissionais terceirizados, já os externos serão os fornecedores (principalmente tecnologia), governo, concorrência (empresas de aplicativos), clientes (estabelecimentos de bebidas) e consumidores.

Os gerentes serão os responsáveis pela Empresa e todos farão parte do conselho administrativo. Eles têm todo o interesse em que a Empresa dê certo. Para isso trabalharão profissionalmente, privilegiando a ética, o trabalho em equipe e a meritocracia. Os profissionais terceirizados (jurídico, contábil, marketing, analista de desenvolvimento, entre outros) terão todo o apoio da equipe gerencial e serão valorizados, inclusive financeiramente, pois o sucesso da Empresa depende muito da atuação deles.

Os fornecedores (tecnologia) serão buscados no mercado de acordo com o histórico profissional de sucesso deles, e escolhidos dentre aqueles que apresentem produtos de qualidade



e preço compatível. Os fornecedores são muito importantes para o funcionamento do aplicativo e serão tratados estrategicamente, buscando-se alcançar “zero de problemas” na oferta de serviços. Em relação ao governo a Empresa cumprirá as regulamentações necessárias para o seu funcionamento. O serviço oferecido, já possui concorrentes diretos, por exemplo “GPS SKOL” e da “Parceiro Ambev”, sendo assim, a Empresa acompanhará a evolução tecnológica das ferramentas já existentes e de novos entrantes, ofertando um serviço de qualidade e a preço justo, buscando fidelização de seus clientes com seus serviços diferenciados. Os principais *stakeholders* serão os clientes. Sem eles a Empresa não existirá. Por isso, a Empresa terá todo um cuidado no quesito satisfação. Para isso, existirá um canal de relacionamento direto com eles que atenderá a todas as suas solicitações prontamente, além de oferecer um serviço de qualidade imune a reclamações.

Segundo pesquisa de uso de aplicativos no Brasil – junho de 2017:

“Os aplicativos que atualmente dominam a tela principal dos usuários são: **WhatsApp** presente em 66% das telas iniciais dos usuários, seguido por **Facebook** com 57,5%, **Instagram** com 32,4%, **Facebook Messenger** com 20,4% e **Uber** com 12,3%.” - Fonte: <https://www.dubsolucoes.com/single-post/Pesquisa-de-uso-de-aplicativos-no-Brasil---Junho-2017>

Utilizaremos estes aplicativos para divulgação da nossa marca, exceto o WhatsApp, para atingir um maior número de consumidores. Além disso, os consumidores serão monitorados para verificar suas preferências e satisfação com os estabelecimentos de bebidas a fim de melhor direcionamento do marketing.

Destacaremos, com uma apresentação detalhada, esses principais integrantes que demonstrará as forças no resultado da Empresa, e com esse histórico faremos os ajustes necessários para alcançarmos o nosso objetivo.



Nº	Stakeholders	Posição	Poder	Interesse	Atitudes
01	Concorrência	Contra	8	8	Intensificações da qualidade dos serviços e divulgação;
02	Fornecedores	Favor	6	8	Adimplência (pagamentos em dia) e parceria coesa;
03	Clientes	Favor	9	9	Conquista e fidelização;
04	Consumidor	Favor	9	9	Inovação, divulgação de várias promoções e satisfação;
05	Gerentes	Favor	9	10	Ambiente para criação de novas ideias, comissão e satisfação
06	Economia Atual	Contra/Favor	10	10	Pesquisa de mercado. Prospecção de clientes, ofertar serviços que sejam competitivos no mercado.

Tabela 4-Stakeholders

2.1.19 Análise da Concorrência

“O Brasil lidera a lista de países que têm os mercados mais competitivos do mundo para aplicativos mobile, de acordo com uma pesquisa chamada "2016 App Olympics", feita pela empresa Cheetah Ad Platform.”- Fonte: <https://www.tecmundo.com.br/apps/105145-brasil-tem-mercado-competitivo-aplicativos-moveis.htm>

Mostraremos a seguir uma matriz com alguns concorrentes com serviços similares, porém esses exemplos só divulgam bebidas alcoólicas e com objetivo de entretenimento e para o consumidor final.



Concorrentes	Pontos Fortes	Pontos Fracos	Formas de Neutralização
Untappd	Fazer check-in para mostrar em qual bar a pessoa está.	Só trabalha com cerveja	Inovando com oferecimento de novos serviços.
Pede Cana	Ajuda a calcular a conta de quantos chopp consumidos. Atuação nas principais cidades brasileiras.	Só atua em bares e com chopp. Disponível somente no iTunes	Atualização com alguns itens de entretenimento e disponibilidade futura de acesso online. Com as projeções atuaremos em todo Brasil.
GPS SKOL	Opera junto com o GPS do aparelho celular e localiza, bares e mercados mais próximo do usuário e convida amigos que estejam próximo.	Só disponibiliza cerveja da marca Skol e somente em bares e mercados.	Projeção da expansão dos serviços para mercados e supermercados e criação de itens de entretenimento.

Tabela 5-Análise da Concorrência

Sendo assim, é preciso ficar atento à concorrência para não perder mercado. Nosso serviço é direcionado aos estabelecimentos que vendem bebidas e já existem alguns aplicativos de busca no mercado semelhantes, o que facilita a entrada de novos entrantes no mercado competitivo que se torna grande em virtude do baixo custo. Por isso, estaremos acompanhando o negócio dos concorrentes e manteremos a excelência de nossos serviços afim de evitar qualquer barreira. Para isso, buscaremos satisfazer nossos credenciados e usuários de forma a fidelizá-los, investindo em inovações tecnológica e comerciais, diversos benefícios, mantendo e ampliando nossa carteira de clientes para que a existência de nossa Empresa seja preservada ao longo do tempo.

2.1.20 Aplicação das 5 Forças de Porter

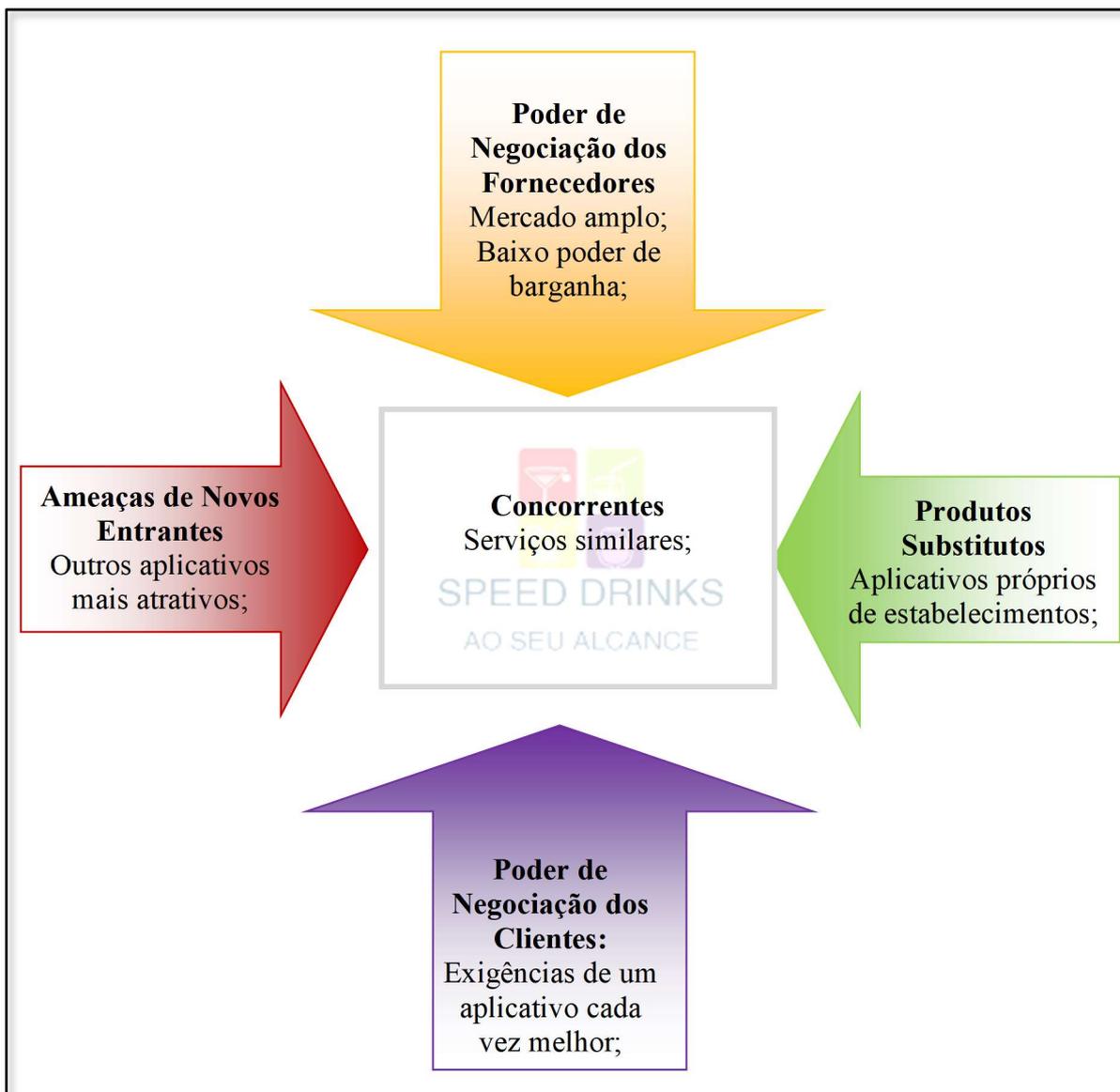


Figura 5-Aplicação das 5 Forças de Porter

Ameaças de novos Entrantes

Com o mercado cada vez mais competitivo, o aumento crescente de aplicativos vem a ser uma ameaça, pelo nosso negócio ser muito fácil de copiar e porque a competitividade na área tecnológica em relação aos aplicativos é muito grande. O nosso risco no mercado é muito grande e para diminuirmos criaremos barreiras de negociação com os nossos fornecedores para obtermos vantagens nos custos, criação de um marketing forte para que a nossa marca seja conhecida num curto período, inovação com alta tecnologia, estar sempre atualizado em relação ao mercado e colocar em primeiro lugar a satisfação de nossos clientes.



Produtos Substitutos

Como produtos substitutos temos o aplicativo próprio dos estabelecimentos que não farão parte do nosso negócio, pois terão alguns clientes (entendemos que de início a maioria não fechará negócio conosco por não conhecer bem o nosso aplicativo, por ele ser novo no mercado), que não se sentem confiantes e também pela instabilidade econômica que vivemos no atual momento.

A dificuldade, talvez, no início em termos desses produtos substitutos, só acelera o nosso desempenho para sermos cada vez mais o primeiro no mercado.

Concorrentes

Apesar da existência de concorrentes, o mercado ainda é pouco explorado, com grandes oportunidades de inserção, principalmente quando falamos de tecnologia avançada.

A plataforma ainda possui uma fragilidade de plágio, porém com investimentos em tecnologia de ponta e acompanhamento do mercado de Marketing Digital o aplicativo torna-se competitivo no mercado concorrente.

Poder de Negociação dos Fornecedores

O poder de barganha e negociação é muito baixo, pois há um número muito grande de empresas na área de TI, marketing, fornecedores de material de escritórios.

Todos os nossos fornecedores são importantes, porém os nossos destaques são TI e marketing, por nossa identidade ser um canal de marketing, com isso temos que ter um vínculo de relacionamento com esses dois fornecedores muito bom, para não ter mudanças radicais, caso haja uma mudança de fornecedores. Entendemos que cada empresa tem a sua cultura e respeitamos isso, porém se não estivermos satisfeitos, podemos substituir os fornecedores por outros melhores, isso ocorre por que temos uma grande quantidade de opções. Essa troca será feita por pesquisa de preços e credibilidade.

Poder de Negociação dos Clientes

Os clientes (estabelecimentos) podem exigir uma tarifa menor e um aplicativo cada vez mais atraente.

O nosso aplicativo fica mais atraente porque visamos a inovação a todo tempo, como ter mais de uma opção de busca, ter propagandas atualizadas e também os pacotes que serão



muito atrativos, como é o caso do pacote com valor mais elevado que tem os serviços do Uber, por ser nosso parceiro.

2.1.21 Objetivos

Atingir uma meta de crescimento que satisfaça os nossos clientes com o nosso serviço cada vez mais diversificado e inovador, dessa forma fidelizamos e atraímos novos clientes. Do mesmo modo proporcionamos satisfação ao consumidor final a ponto de estar sempre conectado em nosso aplicativo.

3 DESENVOLVIMENTO ESTRUTURAL

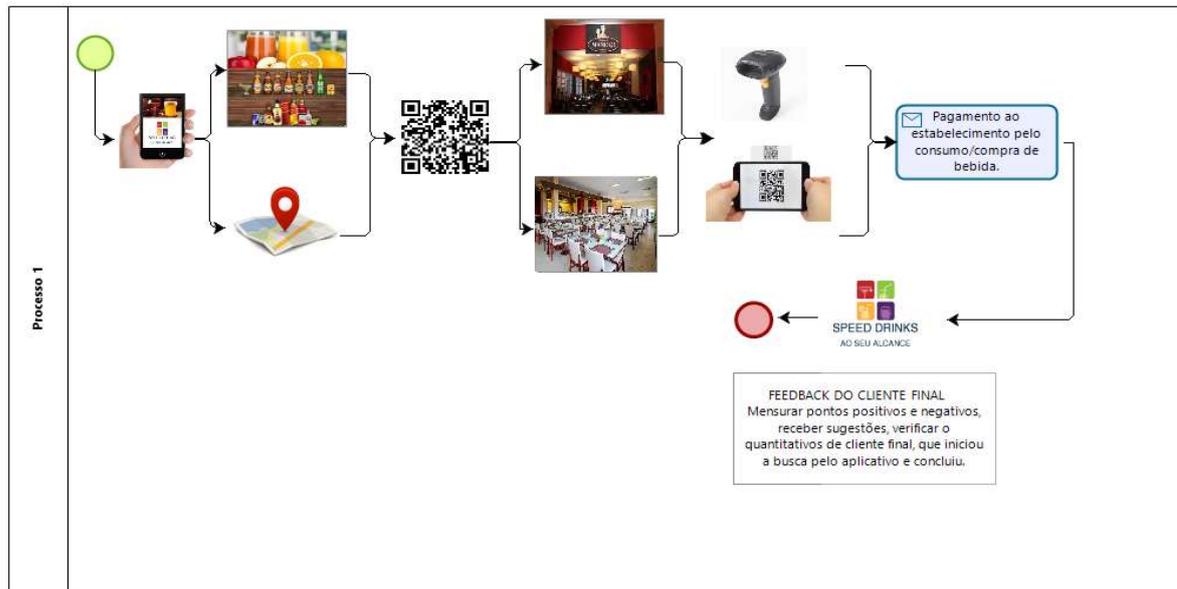
3.1 Descrição da Empresa

3.1.1 Fluxogramas

Fluxograma da funcionalidade do aplicativo com o consumidor final:

O consumidor deverá baixar o aplicativo, criar um cadastro ou ele pode ainda usar a sua conta em redes sociais, por exemplo, ao utilizar o Facebook para se inscrever no nosso serviço, estará permitindo que o Speed Drinks acesse as informações pessoais em sua conta do Facebook, tais como seu nome, e-mail, gênero, idade e telefone (caso o tenha cadastrado no Facebook). As informações que poderemos obter, nesse caso, dependem das suas configurações de privacidade junto ao serviço de rede social, depois escolhe a bebida/local (coloca o CEP ou ativa o local no dispositivo móvel ou o endereço, caso não saiba o CEP), aparecerá a bebida, com os valores, o local (com todos os dados: estoque, endereço, se tem serviço de entrega, telefone, forma de pagamento e horário de funcionamento), gera o QR code, logo em seguida o consumidor vai até o local, ou o estabelecimento faz serviço delivery, seja ele bar, restaurantes, lanchonetes entre outros. Quando ocorrer o ato do pagamento, o estabelecimento solicitará o código, é onde acontece a leitura que garante a vinculação do estabelecimento com Speed Drinks, após o pagamento o estabelecimento (caso o nosso cliente opte pelo pacote Strong Drinks), informará se o seu consumidor terá o benefício do Uber, caso tenha, o mesmo será direcionado para o aplicativo. No final de todo o trâmite a Speed Drinks (através do aplicativo) perguntará ao cliente o grau de satisfação, se tem alguma sugestão ou crítica e o que poderia melhorar no aplicativo.

Ocorre, também, a divulgação das bebidas para o consumidor. Eles recebem diariamente diversas promoções.

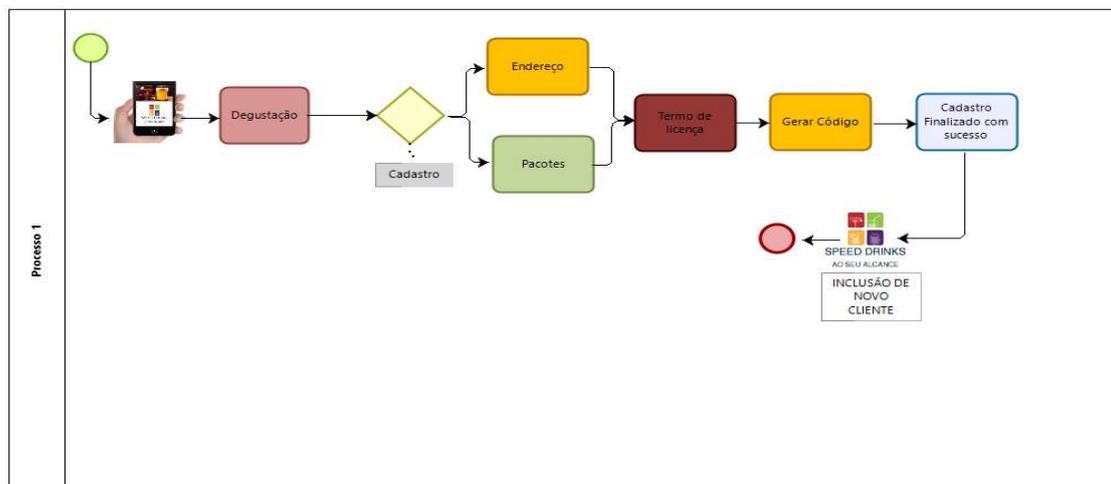


Fluxograma da funcionalidade do aplicativo com o nosso cliente (comerciante):

O nosso cliente, baixa o aplicativo, escolhe o recurso “degustação” (nesse item o estabelecimento será informado de todos os detalhes de como funciona), esse recurso dá a oportunidade de o estabelecimento degustar por 15 dias, após esse período o mesmo passa a ser cobrado, caso não cancele antes. Nesse recurso ele vai em “cadastro”, escolhe o pacote para pagamento, inserindo os dados bancários e vai optar por descontar no cartão de crédito ou débito automático e o cadastro do Qr code para interligar o estabelecimento ao Speed Drinks, depois informa o endereço, no final dessa tela o cliente verá o termo de licença para utilização e terá que marcar em aceitar, em seguida clicar em gerar código, o aplicativo irá gerar um código no qual o cliente receberá um torpedo pelo número de celular cadastrado, terá que inserir esse código no aplicativo que será finalizado automaticamente e o cadastro será finalizado com sucesso. O cliente verá a seguinte mensagem, após todo esse procedimento:



Figura 6-Protótipo (Bem-vindo)



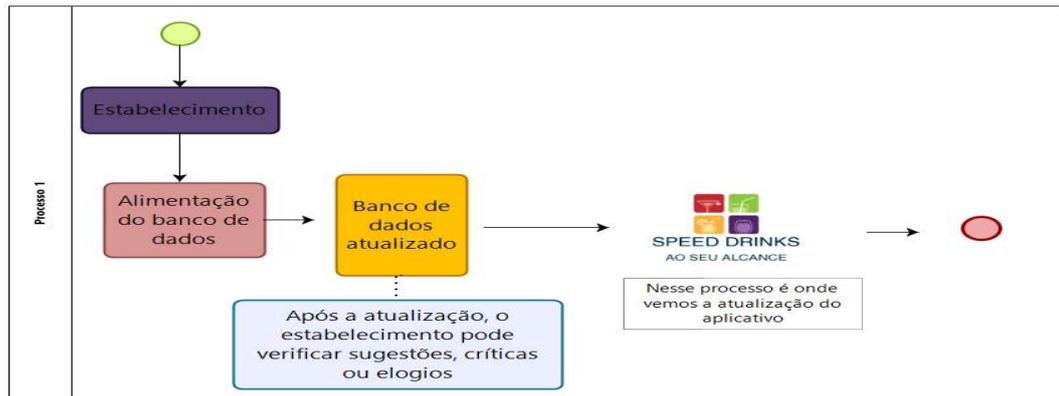
Em seguida o cliente terá que alimentar o banco de dados (inserindo as bebidas com suas devidas características, se consta em estoque, coloca valor, as promoções necessárias, entre outras).

O nosso aplicativo estará atrelado ao sistema do estabelecimento, quando o mesmo incluir ou der baixa na venda, automaticamente essas informações irá para o aplicativo, deixando a Speed Drinks atualizada. Para o cliente final vai aparecer se consta ou não a bebida em estoque, referente a quantidade requisitada. As promoções que constar no aplicativo serão

únicas com o estabelecimento, além da informação dos preços normais que não estejam em promoção.

O cliente terá acesso as sugestões, reclamações e elogios. Terá também acesso a quantidade de vezes que foi visualizado através do aplicativo e verá também quantos consumidores finalizaram o acesso através da geração do Qr code.

Abaixo o fluxograma da alimentação no aplicativo



Fluxograma de funcionalidade do aplicativo para a Speed Drinks:

Nós da Speed Drinks, verificamos diariamente todos os nossos cadastros com os fornecedores, assim como todas as atualizações com os nossos clientes.

Quando é inserido um novo cliente, recebemos um sinal de alerta dos nossos celulares, e é nesse momento que o setor de marketing entra em contato com esse cliente, através do próprio aplicativo e damos liberdade para o mesmo elaborar as promoções futuras vinculada ao nosso aplicativo (essas promoções são diferenciadas, pois são próprias do estabelecimento com a Speed Drinks), logo que recebemos essas promoções, elaboramos a estratégia de marketing e negociamos com o nosso cliente.

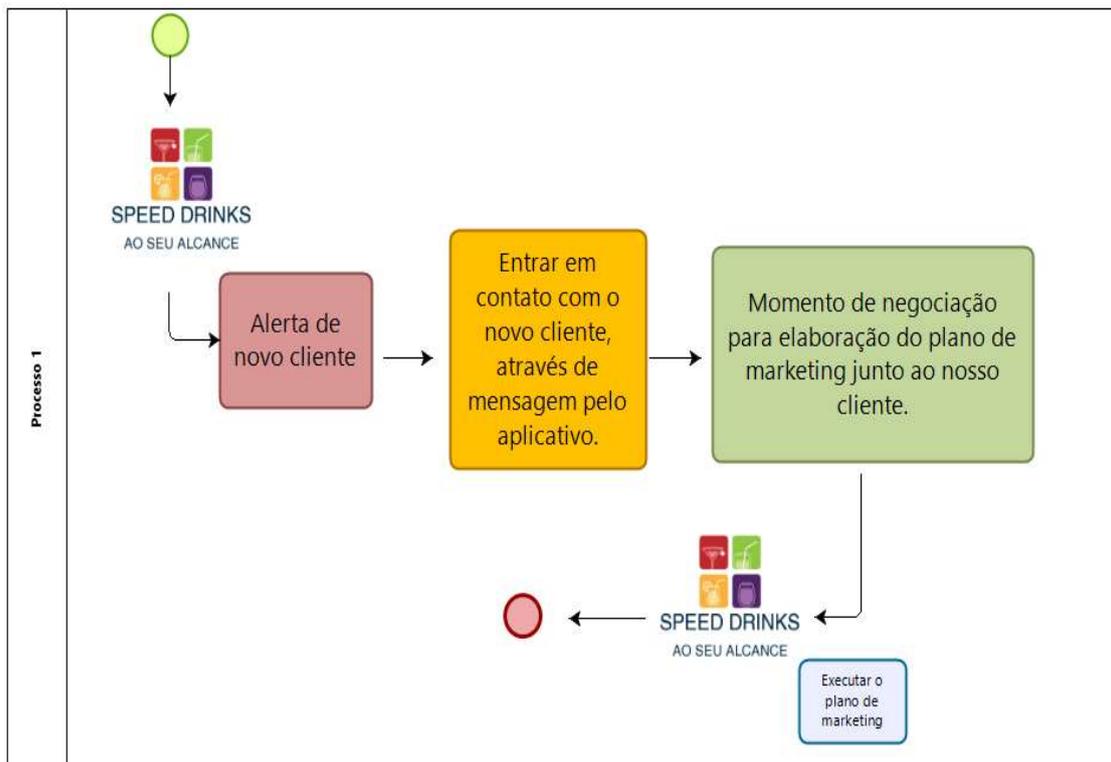
Em nosso aplicativos vemos também quantas pessoas baixaram o nosso aplicativo, as sugestões, críticas, elogios, os estoques de cada cliente, as promoções, podemos gerar um relatório da quantidade de pessoas que geraram o código “Qr code”, o gráfico de qual pacote é mais utilizado, temos a opção de ver como está a situação econômica da região que a Speed Drinks atua para melhorar cada vez mais a nossa estratégia. Para sabermos da situação econômica contamos com a parceria do SINDRIO e a pesquisa de mercado que a nossa equipe faz mensalmente.



Com todos esses retornos é que podemos elaborar a nossa estratégia para estarmos com atendimento impecável com os nossos clientes.

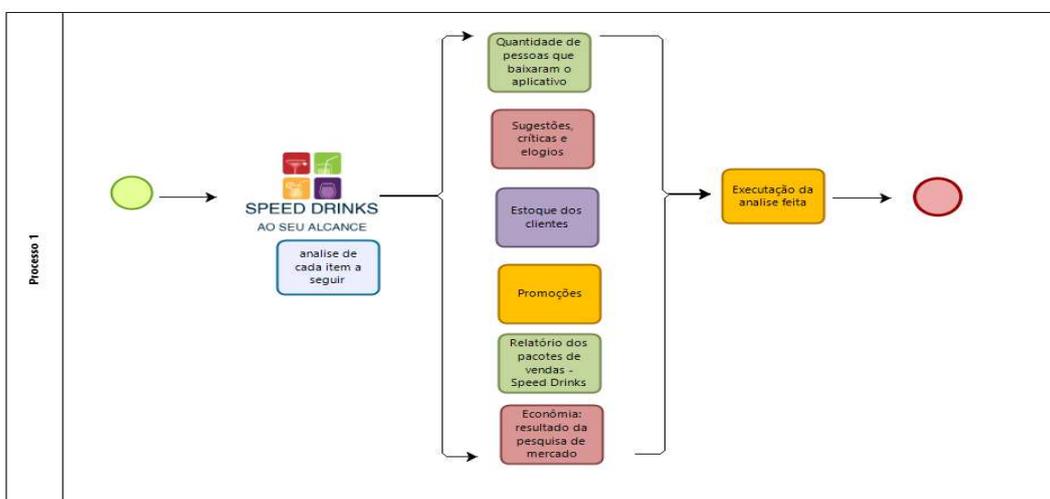
Mostraremos por fluxograma algumas etapas que a Speed Drinks verifica em certos períodos.

Cadastro de cliente novo:



Análise diária, semanal e mensal.

Powered by
bizagi
Modeler



Powered by
bizagi
Modeler



3.1.2 Organograma

O nosso organograma será visualizado para termos a dimensão da estrutura da nossa Empresa.

Não será posto todos os terceirizados para a informação não ficar muito poluída, entretanto abordaremos em outros tópicos.



Fonte: Autores

3.1.3 Dados dos Empreendedores

Neste tópico será abordado os dados dos responsáveis pela administração da Speed Drinks Ltda.

A intenção é a relevância dos dados que servirá como base para capacitar os administradores a projetar uma empresa que funcione com maior eficácia e eficiência.

Esta apresentação é importante para deixar claro as convicções e os objetivos de cada sócio-gerente, ou seja, mostrar ao longo desse trabalho que o objetivo é chegar ao sucesso com a colaboração de cada um da equipe, executando suas experiências e conhecimentos.

A princípio a Empresa não terá funcionários, os sócios com os terceirizados é que comandarão as atividades, mas futuramente, com o crescimento, a intenção é contratar.

A seguir, segue em ordem alfabética os nomes da equipe gerencial (sócios), com alguns dados pessoais, experiências profissionais, características empreendedoras, a função que exercerá e os objetivos futuros, não só na sua área como de toda organização.



**ANA GABRIELLE DOS SANTOS
RIBEIRO**

Brasileira, 25 anos, está cursando o 7º período da faculdade de Administração pela Universidade Candido Mendes. Sua experiência profissional é na área de estratégia e desenvolvimento de negócios. Exercerá a função de Gerente Administrativa, fazendo parte do Conselho Administrativo. Como empreendedora a sua principal característica é a visão estratégica da Empresa. Tem como objetivo, ordenar recursos, propiciando um ambiente favorável as novas mudanças.



Figura 7-Ana



Figura 8-Fernando

FERNANDO SEIXAS ALVES

Brasileiro, 53 anos, está cursando o 8º período da faculdade de Administração pela Universidade Candido Mendes, sua experiência profissional é na área de especialização de regulação em saúde suplementar. Como empreendedor a sua principal característica é a inovação, exercerá a função de Gerente de Marketing e ao mesmo tempo fará parte do Conselho Administrativo. Tem como objetivo, captar novos clientes através da inovação do marketing digital, proporcionando a satisfação desejada dos clientes.



**JOSÉ ALTAIR MARINS
FERREIRA**

Brasileiro, 45 anos, está cursando o 8º período da faculdade de Administração pela Universidade Candido Mendes, sua experiência profissional é na área financeira. Como empreendedor a sua principal característica é a perseverança, exercerá a função de Gerente de Informação e ao mesmo tempo fará parte do Conselho Administrativo. Tem como objetivo a inovação do aplicativo para garantir a liderança no mercado.



Figura 9-Altair



Figura 10-Luciana

LUCIANA MORENO DE SOUZA

Brasileira, 37 anos, está cursando o 8º período da faculdade de Administração pela Universidade Candido Mendes, sua experiência profissional é na área financeira. Como empreendedora a sua principal característica é o planejamento, exercerá a função de Gerente Financeira e ao mesmo tempo fará parte do Conselho Administrativo. Tem como objetivo, aumentar a receita financeira contribuindo com o crescimento em todo o estado.



3.1.4 Distribuição Societária

Por causa da instabilidade econômica que acomete o município do Rio de Janeiro, faremos a participação societária através das nossas economias, invés de optarmos por empréstimos.

SÓCIOS	PARTICIPAÇÃO SOCIETÁRIA	VALORES (EM R\$)
<i>Ana Gabrielle</i>	25%	50.000,00
<i>Fernando</i>	25%	50.000,00
<i>José Altair</i>	25%	50.000,00
<i>Luciana</i>	25%	50.000,00
TOTAL	100%	200.000,00

Tabela 6-Participação Societária

3.1.5 Estrutura Legal

A Speed Drinks Ltda é uma Empresa de pequeno porte, que possui 4 (quatro) sócios-gerentes e vários terceirizados conforme organograma informado no item 3.1.2.

3.1.6 Enquadramento Tributário

A Speed Drinks Ltda, será enquadrada no regime tributário Simples Nacional, sendo:

- 1ºano o faturamento será aproximadamente R\$ 605.000,00, cuja alíquota é 13,50%;
- 2ºano o faturamento será aproximadamente R\$ 1.000.000,00, cuja alíquota é 16%;
- 3ºano o faturamento será aproximadamente R\$ 1.600.000,00, cuja alíquota é 16%;
- 4ºano o faturamento será aproximadamente R\$ 1.705.000,00, cuja alíquota é 16%; e
- 5ºano o faturamento será aproximadamente R\$ 1.780.000,00, cuja alíquota é 16%.

3.1.7 Localização

A Empresa Speed Drinks Ltda está localizada na cidade do Rio de Janeiro, pois fica próxima de uma vasta rede bancária, uma das saídas do metrô da Cinelândia encontra-se na calçada do prédio, VLT passa em frente, vários pontos de ônibus ao redor, o aeroporto Santos Dumont fica a uma distância de 1,2 Km e uma ampla área comercial.

O contrato de locação será feito pela proprietária Sr^a Ilana Bei Jor e a Speed Drinks Ltda com ajuste anual pelo IGP-M, válido por 24 meses. Após a vigência o mesmo pode ser prorrogado pelo mesmo período.

A sala onde funcionará o escritório, será no Condomínio São Borja situado à Av. Rio Branco, 277, sala 604, Centro, Rio de Janeiro – RJ, prédio com segurança, circuito interno de tv, brigadista e excelente portaria:

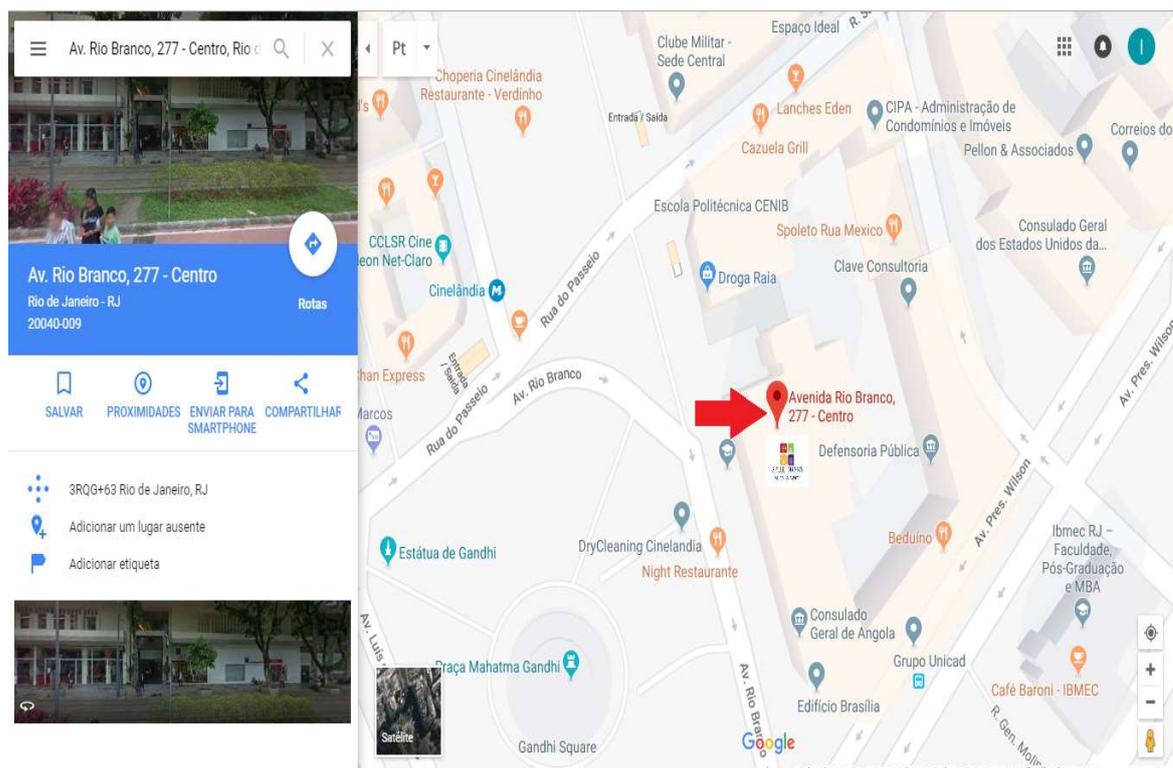


Figura 11-Mapa de localização



Fachada do Condomínio:



Figura 12-Fachada do condomínio

Sala de Desenvolvimento (onde ficarão os sócios-gerentes):



Figura 13-Sala de desenvolvimento



Sala de Reunião:



Figura 14-Sala de reunião

Almoxarifado:

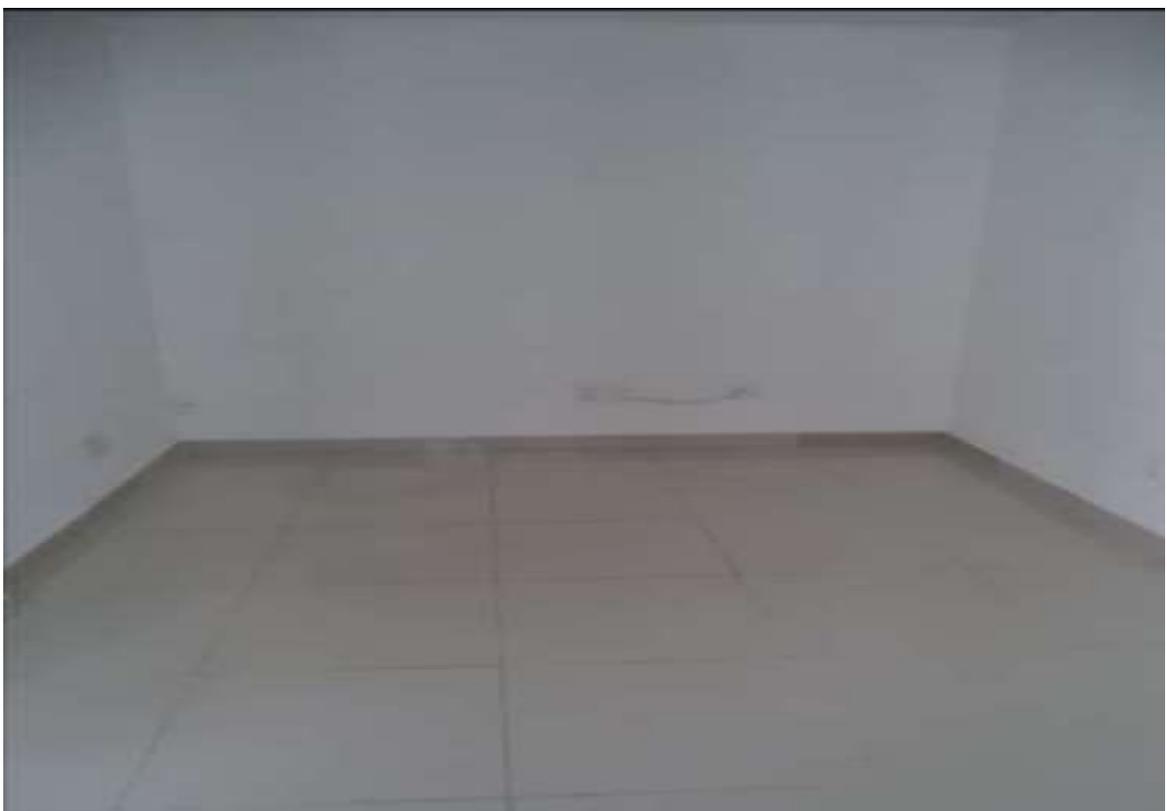


Figura 15-Almoxarifado



Toaletes:



Figura 16-Toaletes

Copa:



Figura 17-Copa



Modelo da Estação de Trabalho:



Figura 18-Modelo de estação de trabalho
Fonte: vgmóveis

Layout da Sala de Reunião



Figura 19-Layout (sala de reunião)
Fonte: Floor Planeer



Layout:

Sala comercial com uma área de 63m², contendo dois banheiros, 1 copa e 3 salas, conforme imagem abaixo:



Figura 20-Layout (sala comercial)

3.1.8 Responsabilidade Socioambiental

A Speed Drinks é a favor da proibição de distribuição de canudos plásticos e de qualquer objeto plástico que venha prejudicar o meio ambiente. O apoio é independente da existência de leis e decretos, pois mesmo que não existisse a Lei nº 1691 de 2015, haveria o incentivo a proibição desses atos. A respectiva Lei surge para reforçar a crença da Empresa: a utilização de materiais recicláveis torna o mundo cada vez melhor para se viver.

A nossa contribuição também será em apoiar o Projeto Tamar, por meio de patrocínios em eventos, onde serão dados canudos de bambu, com vista a um fortalecimento de conscientização ao desuso de canudos plásticos, contribuindo para um mundo melhor.

A Speed Drinks apoia todas as formas de preservação da natureza, por entender que são ações para a manutenção do meio ambiente mais limpo e saudável, herança esta que será deixada para as próximas gerações.



4 DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE MARKETING

4.1 Estratégia de Marketing

A Speed Drink utilizará a estratégia de marketing digital, onde atingirá os estabelecimentos como: restaurantes, bares, quiosques, lanchonetes, fast food e festivais (em certas ocasiões).

Sabemos que o público desses estabelecimentos é variado, faremos junto com os estabelecimentos uma estratégia de marketing para cada faixa etária de idade e gostos, sem perder o foco também, do local. Serão aplicadas como ações de marketing a divulgação dos estabelecimentos e seus serviços e promoções através de panfletagem, páginas no Facebook, Instagram, Google, Youtube e além das divulgações junto ao Uber e SINDRIO. As redes sociais serão as principais ferramentas de divulgação devido ao baixo custo e pela quantidade de pessoas que visualizam.

Teremos o retorno dos usuários que já tiveram contato com a Speed Drinks, através do remarketing (ferramenta do Google Ads que marca e identifica os usuários que já visitaram o aplicativo e passa a exibir os nossos anúncios).

Acreditamos que além de todas as divulgações já mencionadas, teremos uma grande participação através do Uber, por ser um aplicativo bem conhecido, abrange todas as localidades e por ser um dos nossos parceiros. Com a nossa expansão essa parceria só aumentará.

Para conversar e entender os nossos futuros clientes que estarão conectados, aproveitaremos da forma mais estratégica as oportunidades e traçaremos um planejamento de marketing digital. Este planejamento deve ser engajado em ações práticas que nos aproximemos dos nossos futuros clientes e do público final.

4.2 Serviço e seu Posicionamento

O objetivo da Speed Drinks será oferecer um aplicativo mais atraente para os nossos clientes, alcançando a sua fidelização e satisfazendo os seus desejos, impulsionando o consumidor a busca por um ambiente almejado com a bebida de sua preferência o mais próximo de sua localização com um preço atrativo.



A ideia original é que o serviço seja como uma rede social para os consumidores, visto que, o nosso posicionamento inicial é alcançar 5% do mercado de 11.000 estabelecimentos no município do Rio de Janeiro, conforme dados informados pelo SINDRIO.

Abrangeremos todo o município, mas a princípio daremos uma ênfase nas Zonas Sul e Central, por se tratar de um público maior ao consumo de bebidas.

Para aumentarmos a nossa base de clientes, daremos continuidade a nossa estratégia de marketing digital junto ao SINDRIO e buscaremos o feedback dos nossos clientes para aprimorarmos o nosso serviço.

4.3 Estratégia de Precificação

Para determinarmos a estratégia de precificação teremos uma tática de marketing digital, onde vamos utilizar os custos operacionais, concorrência e a percepção de valor junto ao nosso cliente, diante desses dados iremos montar 2 pacotes que serão pagos mensalmente e ofereceremos, também, pacotes avulsos com preços sazonais nos períodos comemorativos, para aqueles que ainda não fazem parte da nossa clientela.

4.4 Estratégia para Canais de Distribuição

O serviço de marketing digital prestado aos nossos clientes será através do nosso aplicativo, em que servirá de canal para divulgação das suas bebidas e promoções.

Já a estratégia para canais de distribuição que a Speed Drinks utilizará será através das publicidades nas redes sociais como Facebook, Youtube, Google, Instagram e visitas presenciais para apresentarmos os serviços que o aplicativo oferece.

Faremos a divulgação do nosso aplicativo em todo o município do Rio de Janeiro. Começaremos no município por sabermos que não podemos arriscar de início numa área maior. Escolhemos justamente essa região por todo o corpo estrutural da Empresa está instalado no município, pelo clima tropical que faz os cariocas curtirem um *happy hour* e as praias, pelos dias de jogos que reuni várias pessoas e pelos vários eventos que a cidade proporciona. Diante de um cenário tão belo e promissor a Speed Drinks, através dos seus sócios, chegou ao consenso em que o Rio de Janeiro é o local perfeito para o lançamento do seu projeto.



4.5 Propaganda e Promoção

Com a finalidade de divulgação do aplicativo, utilizaremos publicidades nas redes sociais, Youtube, Google, através das parcerias com o Uber e SINDRIO e visitas presenciais.

A promoção será feita conforme o perfil de cada cliente, abordaremos um número maior de promoções em datas comemorativas com preços sazonais de pacotes avulsos para captar clientes novos e de fidelizarmos os clientes já existentes com promoções diferenciadas.

4.6 Projeção de Vendas

Será feita uma projeção de vendas para atingir 550 estabelecimentos ao final do primeiro ano. Esta meta será perseguida atingindo-se a média mensal dos estabelecimentos da meta anual, isto é, faremos estratégias para alcançarmos mensalmente carteira de novos clientes, em uma média de 46 estabelecimentos por mês. Além disso, como teremos apenas dois pacotes disponíveis (Strong Drinks e Soft Drinks), dividimos a meta destes pacotes da seguinte maneira: atingir 60% da meta com o Soft Drinks e 40% da meta com o Strong Drinks. Assim, buscar-se-á conseguir 18 novos estabelecimentos com o pacote Strong Drinks e 28 novos estabelecimentos com o pacote Soft Drinks para cada mês para o ano de 2019.

Faremos, também, uma projeção no período de 5 anos com as carteiras de clientes e índice de inflação (IPCA), porém esse índice de 3,89% será fixado a partir do ano 2021.

Todas as projeção de carteiras de clientes são baseadas nos dados informado pelo SINDRIO, que consta 11.000 estabelecimentos no município do Rio de Janeiro.

E por fim, teremos uma projeção de vendas no período de 5 anos somente com de crescimento de 22,22% compreendendo a média de 550 a 1500 estabelecimentos.

PROJEÇÃO DE VENDAS PARA 2019							
Pacotes	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.
Strong Drinks	5.175,92	10.351,84	15.527,76	20.703,68	25.879,60	31.055,52	36.231,44
Soft Drinks	2.583,36	5.166,72	7.750,08	10.333,44	12.916,80	15.500,16	18.083,52
Total	7.759,28	15.518,56	23.277,84	31.037,12	38.796,40	46.555,68	54.314,96



PROJEÇÃO DE VENDAS PARA 2019						
Pacotes	Agost.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Acumulado
Strong Drinks	41.407,36	46.583,28	51.759,20	56.935,12	61.886,00	403.496,72
Soft Drinks	20.666,88	23.250,24	25.833,60	28.416,96	30.888,00	201.389,76
Total	62.074,24	69.833,52	77.592,80	85.352,08	92.774,00	604.886,48

Tabela 7-Projeção de vendas (mensal)

PROJEÇÃO DE VENDAS – PERÍODO DE 2019 A 2023 (R\$)							
ANOS	2019		2020		2021		
Pacotes	ANO	BASE	IPCA	IPCA	META:	IPCA	META:
Strong Drinks	403.496,72		666.666,00		1.062.327,84		
Soft Drinks	201.389,76		332.307,36		528.716,16		
Total	604.886,48		998.973,36		1.591.044,00		
PROJEÇÃO DE VENDAS – PERÍODO DE 2019 A 2023 (R\$)							
ANOS	2022		2023		ACUMULADO		
Pacotes	ANO	BASE	IPCA	IPCA			META:
Strong Drinks	1.134.510,72		1.184.820,00		4.451.821,28		
Soft Drinks	569.682,72		594.945,00		2.227.041,00		
Total	1.704.193,44		1.779.765,00		6.678.862,28		

Tabela 8-Projeção de vendas (anual)



PROJEÇÃO DE VENDAS (MÉDIA DE CRESCIMENTO NO PERÍODO DE 2019 A 2023) - (R\$)					
ANOS	2019	2020	2021	2022	2023
Strong Drinks	241.954,59	295.716,90	361.425,20	441.733,88	539.887,14
Soft Drinks	362.931,89	443.575,36	542.137,80	662.600,81	809.830,72
Total	604.886,48	739.292,26	903.563,00	1.104.334,69	1.349.717,86

Tabela 9-Projeção de vendas (média anual)

4.7 Logomarca

A logomarca, foi escolhida em reunião, no qual teve 3 votos a 1. Essa logo tem tudo a ver com o nosso futuro negócio, pois “Speed Drinks”, é um nome bem sugestivo, elegante e inovador, através das cores, representa o povo brasileiro com a sua alegria e festas.

O nosso negócio será tão rápido que se encontrará na palma da mão de cada pessoa. Acrescentamos vários tipos de bebidas, por isso a nossa logo, tem desenho de sucos, refrigerante, entre outros, é um mix de bebidas.

Entendemos que não podemos excluir as pessoas que não bebam bebidas alcóolicas, pois queremos ter uma participação maior no mercado, atraindo todo o público satisfazendo os seus desejos.



Figura 21-Logo (Speed Drinks)



Cada detalhe da logo foi definida com um propósito. Portanto, cada cor possui um significado estudado separadamente e trabalhado pela Estratégia de Marketing, despertando emoções e sentimentos universais nos clientes e potenciais clientes:

- **Vermelho:** incentiva a tomada de ações rápidas, baseadas nas emoções. Também é a cor da paixão e da intensidade. Pode aumentar as batidas do coração e a pressão sanguínea.
- **Amarelo:** estimulante, alegre e acolhedor. Esse tom age como um verdadeiro despertador e tem tudo a ver com a luz do dia, além de estimular o funcionamento cerebral.
- **Verde:** saúde, esperança, natureza e riqueza são as principais lembranças.
- **Roxo:** representa o sucesso, a criatividade, a inteligência, o respeito e a juventude. É uma das cores favoritas do público feminino.

Fonte - <http://www.profissionaldeecommerce.com.br>

5 DESENVOLVIMENTO DO PLANO OPERACIONAL

5.1 Premissas Estruturais

A Speed Drinks terá 4 (quatro) gerentes, conforme informado no item 3.1.3 e diversos terceirizados nas áreas administrativa, financeira, marketing e TI.

Os profissionais envolvidos na Speed Drinks terão como prioridade a inovação, as satisfações dos clientes, com um atendimento eficaz e eficiente, pois sabem que estão num mercado que tem um grande potencial de crescimento.

5.2 Definição de Processos Operacionais

Os serviços oferecidos pela Speed Drinks para os nossos clientes estão expostos detalhadamente, auxiliando no entendimento de cada processo.

Busca por bebidas: teremos as bebidas dos nossos clientes disponíveis em nosso aplicativo para divulgação para os seus consumidores. Isso ocorrerá após o consumidor acessar (terá que



baixar o aplicativo em seu aparelho) o Speed Drinks e fazer uma busca precisa, através do filtro, da bebida e estabelecimento desejado, colocando CEP, local (disponível nos aparelhos móveis) ou o endereço de onde quer a busca. Para busca ficar mais precisa, tem a opção de escolha por preços e promoções. A Speed Drinks fará com que as pessoas consumam a bebida desejada, próximo da onde estejam e com um preço acessível.

Promoções: divulgaremos promoções diárias dos estabelecimentos. Iremos trabalhar nos preços acordados com os estabelecimentos e com a nossa equipe de marketing para que alcancemos o maior público desejado.

Benefícios: teremos vários benefícios oferecidos com o Uber (disponibilizaremos um vale mensal para o pacote Strong Drinks), com o SINDRIO (análise de mercado).

Eventos: faremos vários eventos durante o ano, junto ao SINDRIO para divulgação de vários estabelecimentos através do nosso aplicativo.

Pesquisa de mercado: faremos com a nossa equipe de marketing e o SINDRIO, uma pesquisa de mercado para sabermos como se comporta os consumidores dos estabelecimentos após a colocação da Speed Drinks no mercado.

Após essa análise elaboraremos inovações para atrairmos mais consumidores.

5.3 Premissas Operacionais

A Speed Drinks tem como premissas básicas para o sucesso do negócio, a qualidade tecnológica e o forte investimento em Marketing digital. Sendo assim, a Empresa irá investir em tecnologia de ponta e inovação comercial. Disponibilizaremos pesquisas de mercado e planos estratégicos de Marketing sustentável agregando valor na navegação inovadora da plataforma, oferecendo aos clientes de toda a cadeia, excelência na qualidade do serviço disponível.

Trabalharemos pacotes de serviços de acordo com o perfil de cada credenciado e suas exigências.



5.4 Estimativa do Volumes de Clientes

Segundo a reportagem da revista Exame, hoje os aplicativos estão presentes em quase todas as etapas do cotidiano, sem distinção de classe social. As empresas desenvolvedoras de apps aumentam em número e lutam para acompanhar as tendências do segmento, em que estar atento às necessidades dos consumidores é regra de sobrevivência.

Conforme dados informados pelo SINDRIO, o município do Rio de Janeiro tem uma média de 11.000 estabelecimentos (bares, restaurantes entre outros), e com essas informações é que desenvolveremos o nosso aplicativo com um custo muito abaixo do mercado e projetaremos esse divisor na demanda de novos clientes.

A indústria de bebidas no período de janeiro-julho de 2018, obteve um índice de crescimento de 4%, frente a igual período de 2017, conforme análise feita pelos dados do IBGE. A queda da taxa SELIC, hoje a 6,4% a.a., também expôs o aumento de consumo.

Mesmo com a crise econômica que assola o Brasil, o mercado mobile cresce cada vez mais, pois há uma perfeita oportunidade do empreendedorismo social e devido a esse crescimento estimamos que no primeiro ano, ela terá aproximadamente 550 clientes.

Portanto, partindo desta premissa, a Speed Drinks, fará uma projeção da média de clientes adimplentes e inadimplentes no período de 5 anos.

PROJEÇÃO DE CLIENTES ADIMPLENTES						
ANOS	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
% (base 11.000)	5%	8%	12,27%	13,18%	13,64%	52%
CLIENTES	550	880	1350	1450	1500	5.730

Tabela 10-Projeção de clientes (adimplentes)

Faremos, também, uma projeção de margem de clientes inadimplentes no mesmo período.

Para os clientes inadimplentes faremos o controle através de ações preventivas ou corretiva, vai depender de cada situação.

- **Ação Preventiva:** iremos estabelecer ações para diminuirmos ou evitarmos os problemas. Essas ações farão com que o número de clientes inadimplentes caia. Algumas dessas ações é



manter o cadastro dos clientes atualizados, privilegiar bons pagadores, oferecer descontos para pagamentos à vista, emissão e controle de nota fiscal e controlar todas as receitas.

Serão ações simples, realizadas antes do vencimento de cada título, e que servirá como auxílio para prevenção de grandes índices de inadimplentes.

- **Ação Corretiva:** a definição será com uma boa política de cobrança, com o objetivo de receber os títulos em atrasos. Com essas medidas adotadas, teremos um bom poder de reação ao problema. Para isso, teremos um controle rigoroso sobre todas as contas a receber, tanto as já vencidas quanto as que estão para vencer. Ao identificar o atraso no pagamento, faremos uma busca para entender o que ocasionou o erro e buscaremos uma solução.

Com estas ações devemos considerar como o cliente será abordado: por qual canal, quando, que penalidade deve ser aplicada, como a dívida poderá ser renegociada, e quando ela será repassada à via judicial.

As regras e prazos para cada ação devem ser cumpridas, porém não terá desvio das regras que o Código de Defesa do Consumidor dita. Segue planilha de clientes inadimplentes:

PROJEÇÃO DE CLIENTES INADIMPLENTES						
ANOS	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
% (base 11.000)	0,64%	2,11%	4,83%	0,68%	0,59%	8,85%
CLIENTES	70	232	531	75	65	973

Tabela 11-Projeção de clientes (inadimplentes)

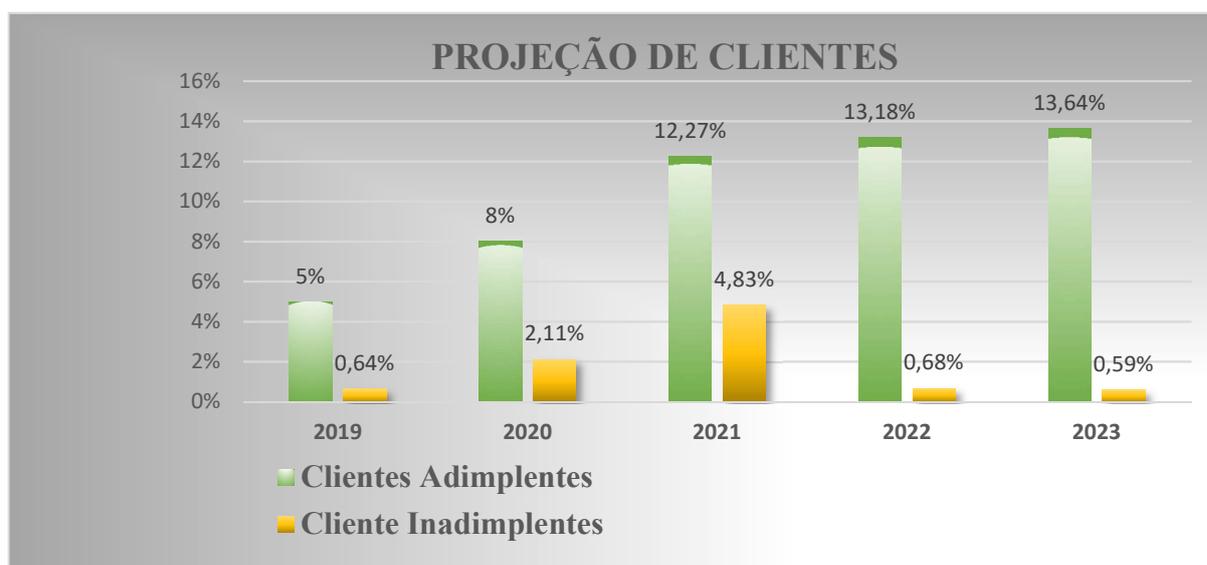


Gráfico 1-Projeção de clientes



5.5 Políticas Operacionais

Mostrar uma boa imagem é fator primordial para Empresa, devido a isso teremos uma política operacional de respeito com o cliente, analisando as suas exigências, qualificando os trabalhos operacionais para ter um atendimento de excelência e enriquecendo mais as nossas pesquisas e tecnologia para propor um aplicativo sempre inovador e atraente.

6 DESENVOLVIMENTO FINANCEIRO

6.1 Definição de Investimentos Permanentes

A Speed Drinks Ltda terá como investimento inicial o valor de R\$ 144.996,81 (cento e quarenta e quatro mil, novecentos e noventa e seis Reais e oitenta e um centavos) em imobilizados, despesas, intangíveis e capital de giro, visto que ocorrerá aumento na quantidade de investimentos à medida que a Empresa apresentar crescimento. Segue abaixo a descrição dos itens com dados obtidos em 06/09/18, cuja cotação do dólar foi de *R\$ 4,14, valor extraído pelo site do BACEN:

DEPARTAMENTOS	IMOBILIZADOS	UN.	VALOR	DEPRECIACÃO
Tecnologia	Servidor Dell PowerEdge	1	R\$ 7.230,00	5 anos
	Notebook Dell	4	R\$ 7.199,96	5 anos
	Impressora Multifuncional laser HP	1	R\$ 795,00	5 anos
	Roteador Wireless	1	R\$ 39,99	5 anos
	Telefone móvel - Samsung J6	4	R\$ 1.996,00	5 anos
	Telefone fixo Intelbras	1	R\$ 79,00	5 anos
	Monitor LED de 15.6" Dell (servidor)	1	R\$ 292,00	5 anos

Tabela 12-Investimento inicial 1(imobilizados)



DEPARTAMENTOS	IMOBILIZADOS	UN.	VALOR	DEPRECIACÃO
Tecnologia	Mouse USB (servidor)	1	R\$ 3,40	5 anos
	Teclado USB (servidor)	1	R\$ 11,88	5 anos
Equipamentos	Purificador de Água Consul CPB34AS Branco C/ Eficiência Bacteriológica - Refrigerado (Bivolt)	1	R\$ 378,95	10 anos
	Ar Condicionado Split Hi-Wall Eletrolux 9.000 BTUs Frio	2	R\$ 2.118,00	10 anos
	Forno de Micro- ondas Brastemp BMS45CB com Display LCD - 32 Litros	1	R\$ 319,00	10 anos
	Cafeteira Elétrica Arno CAFP – Preta	1	R\$ 69,90	10 anos
	Frigobar Philco 70 litros	1	R\$ 709,00	10 anos

Tabela 13-Investimento inicial 2(imobilizados)



DEPARTAMENTOS	IMOBILIZADOS	UN.	VALOR	DEPRECIACÃO
Mobiliário em Geral	Cadeira Secretaria Giratoria Polo Com Braco T – PRETO	8	R\$ 1.039,92	10 anos
	Armário Arquivo New City 4 Gav Pasta Suspensa com Chave	1	R\$ 377,99	10 anos
	Saboneteira + Toalheiro Dispenser Para Papel Toalha Branco	2	R\$ 91,80	10 anos
	Cesto Redondo Escritório Office 10,5L Preto	2	R\$ 125,80	10 anos
	Lixeira em Aço Inox 5 Litros 167862 (banheiros/copa)	3	R\$ 87,00	10 anos
	Tapete Capacho emborrachado Personalizado	1	R\$ 139,90	5 anos
	Letras Caixa em Aço Inox de 20cm de Altura - porta de entrada	1	R\$ 27,00	10 anos
	Conjunto De Talheres 36 Peças Tramontina	1	R\$ 59,00	10 anos

Tabela 14-Investimento inicial 3(imobilizados)



DEPARTAMENTOS	IMOBILIZADOS	UN.	VALOR	DEPRECIAÇÃO
Mobiliário em Geral	Dispenser para Copos Cristal/Inox P/ Copos 200 Ml. Globo	1	R\$ 23,97	10 anos
	Dispenser para copos 50ml em cristal/inox 4901 Globo CX 1 UM	1	R\$ 22,60	10 anos
	Conjunto de Pratos Fundos 6 Peças	1	R\$ 39,90	-
	Conjunto de 2 Potes Açúcar/Café	1	R\$ 13,90	10 anos
	Açucareiro Em Aço Inox Art House	1	R\$ 11,50	10 anos
	Bandeja Retangular	1	R\$ 22,90	10 anos
	Tampa protetora para micro-ondas	1	R\$ 9,90	10 anos
	Mesa de reunião oval	1	R\$ 665,00	10 anos
	Mesa Estação Delta Trabalho	4	R\$ 2.199,96	10 anos
	Mesa de Escritório Gala Carvalho (servidor)	1	R\$ 157,99	10 anos
	Armário Multiuso 0424 2 portas Anis Carraro	1	R\$ 179,55	10 anos
	Total		54	R\$26.537,66

Tabela 15-Investimento inicial 4(imobilizados)



DESPESAS COM MANUTENÇÃO	DISCRIMINAÇÃO	UN.	INVESTIMENTO INICIAL
Material de Limpeza (estoque inicial)	Detergente Minuano 500ml	1	R\$ 1,37
	Pano Perfex Rosa 60 X 33cm com 5 Unidades Ypê	1	R\$ 1,99
	Pano de Chão	2	R\$ 2,00
	Desinfetante Pinho Sol L 500ml P 450ml	1	R\$ 2,89
	Água Sanitária Globo 2 Litros	1	R\$ 5,47
	Álcool Líquido 70° Inpm Com 1 Litro Tupi	1	R\$ 5,27
	Sabão em Pó Apyce	1	R\$ 2,99
	Lustra Móveis Poliflor lavanda - 200ml	1	R\$ 2,21
	Flanela pacote c/ 6 unid.	1	R\$ 4,62
	Esponja Dupla Face 3M Scotch Brite	2	R\$ 2,14
	Palha de aço nº 2 Grossa 25g Assolan	2	R\$ 1,98
	Balde Plástico Capacidade P/ 15 Litros	1	R\$ 2,79

Tabela 16-Investimento inicial 1(despesas)



DESPESAS COM MANUTENÇÃO	DISCRIMINAÇÃO	UN.	INVESTIMENTO INICIAL
Material de Limpeza (estoque inicial)	Vassoura doméstica	1	R\$ 13,60
	Rodo De Limpeza 30Cm Condor	1	R\$ 12,78
	Pá para Lixo Preto em Polipropileno	1	R\$ 6,89
	Escova para Vaso Sanitário com Pote Suporte	1	R\$ 11,90
	Luva Latex Borracha Tamanho P	1	R\$ 5,30
	Pedra Sanitaria Desodor 40 Gramas	6	R\$ 6,90
	Papel Higiênico Personal Vip Folha Dupla Pacote com Leve 16 e Pague 15 Rolos Compacto	1	R\$ 17,90
	Sabonete Líquido Erva Doce 1 L	1	R\$ 9,90
	Papel Toalha Interfolhado Folha Dupla 02 Dobras 100% Celulose Inovatta 22 Cm X 21,6 Cm c/ 200 unidades	1	R\$ 11,80
	Saco para lixo 8 L – 50 unidades	1	R\$ 7,99

Tabela 17-Investimento inicial 2(despesas)



DESPESAS COM MANUTENÇÃO	DISCRIMINAÇÃO	UN.	INVESTIMENTO INICIAL
Material de escritório (estoque inicial)	Lápis preto técnico HB / 2B / 4B / 6B SMC9000MIX Faber Castell BT 4 UM	1	R\$ 2,76
	Caneta esferográfica cristal fina 0,8mm azul/preta/vermelha 835240 Bic BT 3 UM	4	R\$ 3,88
	Borracha branca látex	4	R\$ 3,56
	Papel Sulfite 75g Alcalino 210x297 A4 Chamex Office Ipaper PT 500 FL	1	R\$ 19,50
	Alfinete para mapa CX 100 UM	1	R\$ 1,35
	Grampeador 26/6 25fl preto O-250 Easy Office CX 1 UM	1	R\$ 19,30
	Grampo p/grampeador 26/6 galvanizado 63230 Spiral Grampos CX 5000 UM	1	R\$ 5,20
	Clips nr.3/0 galvanizado c/500g	1	R\$ 13,40

Tabela 18-Investimento inicial 3(despesas)



DESPESAS COM MANUTENÇÃO	DISCRIMINAÇÃO	UN.	INVESTIMENTO INICIAL
Material de escritório (estoque inicial)	Perfurador de papel 02 furos p/ 10 fls.	1	R\$ 19,89
	Blocos Adesivos Post-It 4 Cores Tropical 50 Folhas 4 Blocos - 3m	1	R\$ 6,58
	Régua em poliestireno 30 cm cristal 981.0 Acrimet PT 1 UM	2	R\$ 4,24
	Envelope saco off set branco 90g 229x324 40SOS90 Celucat BT 10 UM	1	R\$ 6,30
	Fita Adesiva/durex 12x10 Laranja Fluorescente	1	R\$ 0,80
	Suporte Para Fita Adesiva 12x33 Iara	1	R\$ 6,00
	Bloco de anotação	4	R\$ 23,60
	Cartão de visita – 1000 unidades	4	R\$ 59,96
	Confecção de panfletos com 400 un.	5	R\$ 299,95
	Cola branca 110gr	1	R\$ 1,84

Tabela 19-Investimento inicial 4(despesas)



DESPESAS COM MANUTENÇÃO	DISCRIMINAÇÃO	UN.	INVESTIMENTO INICIAL
Material de escritório (estoque inicial)	Quadro de Aviso Cortiça Stalo Moldura de Madeira Neo 90x60	1	R\$ 39,90
	Corretivo Líquido Liquid Paper a Base de Água	4	R\$ 8,60
Material de copa (estoque inicial)	Copo plástico descartável 200ml PP transparente Copobras PT 100 UM	1	R\$ 6,50
	Copo plástico descartável 50ml PS branco sm-050 Copobras PT 100 UM	1	R\$ 2,60
	Filtro De Papel Melitta 102	1	R\$ 3,28
	Café torrado e moído 500g Pilão PT 1 UM	1	R\$ 12,49
	Açúcar Refinado com 1kg União	1	R\$ 2,55
	Adoçante Líquido Sucralose com 75ml	1	R\$ 5,00
	Mexedor plástico para café 500 Um.	1	R\$ 6,60
	Total		77

Tabela 20-Investimento inicial 5(despesas)



INTANGÍVEIS	DISCRIMINAÇÃO	VALOR TOTAL
Informática	Honorários para criação do aplicativo (incluindo todas as etapas).	R\$ 14.400,00
	*Registro no Google Play.	R\$ 103,50
	*Registro no Apple Store,	R\$ 409,86
	Hospedagem	R\$ 26,00
	Domínio	R\$ 56,99
	Certificado SSL	R\$ 490,99
	Software Office 365 Personal BR	R\$ 596,00
	Norton Internet Security	R\$ 132,00
	Iugu cobranças negócios	R\$ 199,00
	Setup de ativação de conta pelo Iugu cobranças negócios	R\$ 380,00
Marketing	Criação de logomarca	R\$ 590,00
	Serviço de coquetel para divulgação da marca	R\$ 5.100,00
	Serviço de panfletagem em pontos estratégicos	R\$ 419,00
	Divulgação no Google	R\$ 600,00
	Divulgação no Facebook	R\$ 750,00
	Divulgação no Youtube	R\$ 600,00
	Divulgação no Instagram	R\$ 750,00
Contabilidade	Honorário para legalização da Empresa	R\$ 2.000,00
	Taxa na JUCERJA: CNPJ Inscrição Estadual: isenta Inscrição na Previdência social	R\$ 450,00
	Taxa Alvará, contendo inscrição municipal – Prefeitura	R\$ 900,00

Tabela 21-Investimento inicial I(intangíveis)



INTANGÍVEIS	DISCRIMINAÇÃO	VALOR TOTAL
Contabilidade	Certificado Digital	R\$ 225,00
Bombeiro	Execução de Projeto de Segurança Contra Incêndio e Pânico e aprovação junto ao CBMERJ, incluindo 02 extintores de CO2 de 6kg e 02 extintores AP de 10lts	R\$ 8.900,00
	Licença da taxa dos bombeiros – CBMERJ	R\$ 600,00
Jurídico	Registro e serviço da marca e patente, por empresa contratada.	R\$ 1.350,00
	Seguro fiança para aluguel da sala.	R\$ 3.045,00
Total		R\$ 43.073,34

Tabela 22-Investimento inicial 2(intangíveis)

CAPITAL DE GIRO:

O nosso Capital de Giro será no valor de R\$ 74.659,50 (setenta e quatro mil, seiscentos e cinquenta e nove Reais e cinquenta centavos), para manter as atividades, com suas obrigações em dia, mesmo que algum contrato de pacote dos nossos serviços seja rescindido.

Para manter a saúde financeira, projetaremos para 6 (seis meses) o Capital de Giro.

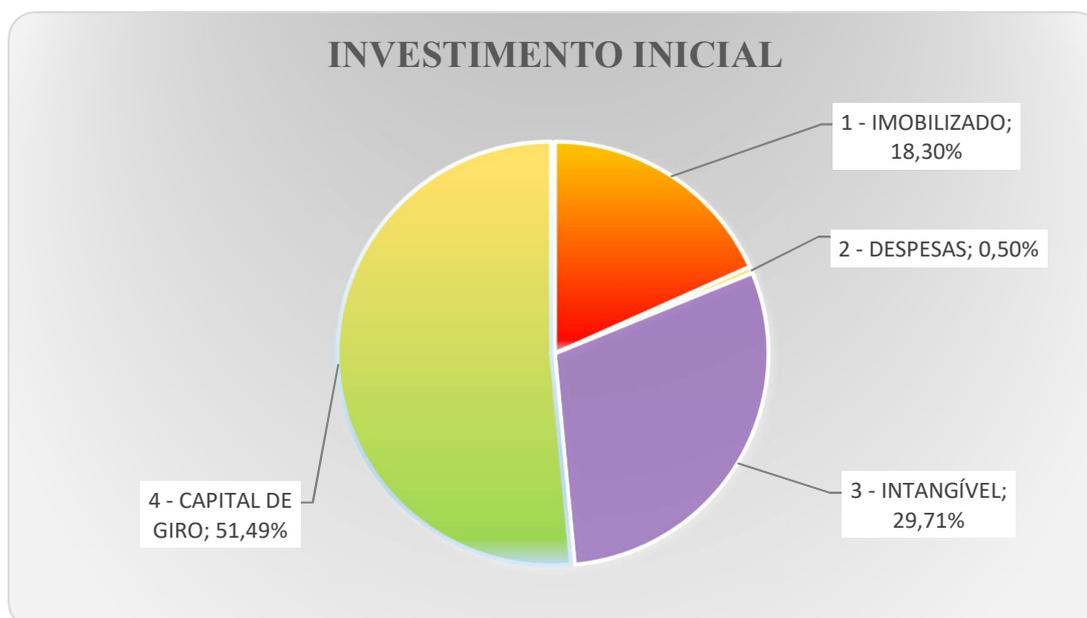


Gráfico 2-Investimento Inicial



6.2 Estrutura dos Custos e Despesas Fixas e Variáveis

Neste tópico mostraremos a estrutura dos custos fixos e a média dos custos variáveis mensal e as projeções para os cinco primeiros anos para os custos fixos, no qual serão usados os índices de inflação IPCA e IGP-M (aluguel da sala), índices fixados a partir do ano 2021. É de suma importância sabermos a decisão a ser tomada em relação ao planejamento estratégico, em qual direção devemos nos posicionarmos. O entendimento destas informações propicia um maior controle na gestão. A tendência é ter um aumento significativo conforme o crescimento da Empresa, através do comprometimento, eficácia e de todo o conhecimento dos envolvidos.

SETOR	CUSTOS FIXOS	VALOR (R\$)
Administrativo	Serviços Gerais (limpeza).	200,00
	Aluguel	1.515,69
	Condomínio	1.015,00
	Energia elétrica (média)	281,00
	Plano de telefonia móvel.	319,96
	Pacote do plano de telefone fixo e internet	179,99
	Seguro da sala	37,50
	IPTU	212,33
	Taxa de incêndio	6,08
	Recarga de extintor	18,33
	Taxa do registro da marca – INPI	5,83
	Honorário para registro da marca	22,50
	Utensílios de escritório	140,00
	Utensílios de limpeza	80,00
Contabilidade	Honorários Contábil	954,00
	Pró-labore	5.340,00
	GPS (INSS 11% + cota patronal 20%)	1.860,00
Tecnologia	Manutenção e atualização do aplicativo	180,00
	Hospedagem	26,00
	Domínio	8,12
	Certificado SSL	40,92
Total		12.443,25

Tabela 23-Custos fixos (mensal)



PROJEÇÕES DOS CUSTOS FIXOS (R\$)			
SETOR	2019	2020	2021
	IPCA: 4,19% *IGP-M:4,53%	IPCA:4,04% *IGP-M: 4,19%	IPCA: 3,89% *IGP-M: 4,10%
Administrativo	48.410,52	50.366,31	52.325,55
Contabilidade	97.848,00	101.801,06	105.761,12
Tecnológico	3.060,48	3.184,12	3.307,99
TOTAL	149.319,00	155.351,49	161.394,66

PROJEÇÕES DOS CUSTOS FIXOS (R\$)		
SETOR	2022	2023
	IPCA: 3,89% *IGP-M:4,10%	IPCA: 3,89% *IGP-M: 4,10%
Administrativo	51.508,73	53.555,55
Contabilidade	109.875,23	114.149,37
Tecnológico	3.436,67	3.570,35
TOTAL	164.820,63	171.275,28

Tabela 24-Custos fixos (anual)

* Os ajustes anuais serão feitos pelo índice do IPCA, exceto contrato de locação que será pelo IGP-M, cujos valores estão inclusos na tabela acima.

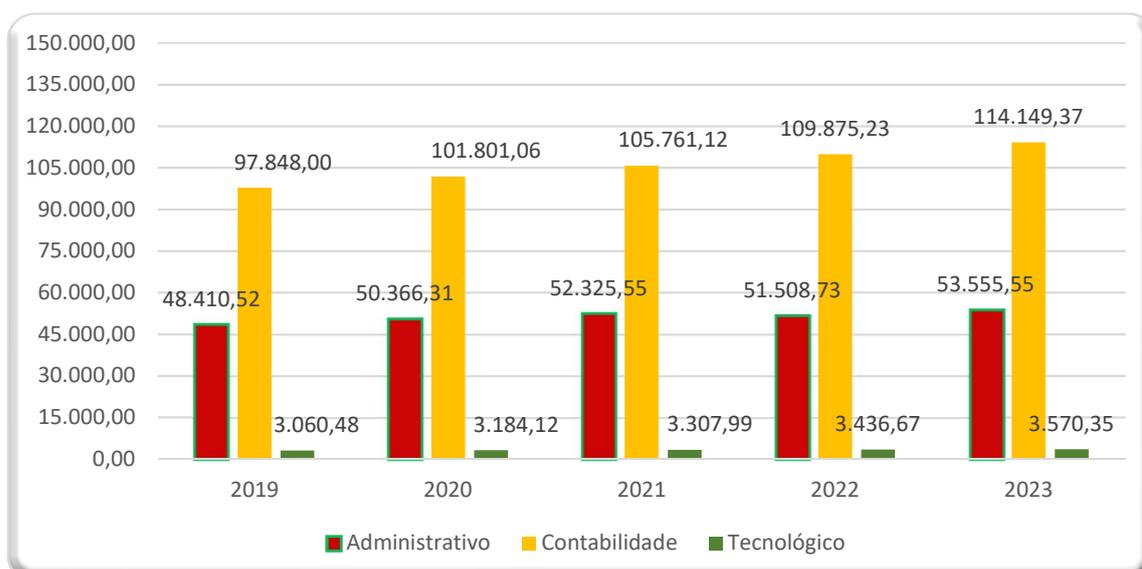


Gráfico 4-Custos fixos (anual)



SETOR	CUSTOS VARIÁVEIS	VALOR (R\$)
Marketing	Divulgação no Google	600,00
	Divulgação no Facebook	750,00
	Divulgação no Youtube	600,00
	Divulgação no Instagram	750,00
	Assessoria de Marketing	350,00
Tecnologia	Iugu cobranças (R\$ 1,90 para cada pagamento no cartão de crédito)	87,40
	Manutenção dos notebooks	100,00
Jurídico	Honorários Advocáticos	2.379,99
Contabilidade	Impostos	465,56
Administração	Uber	775,93
Total		6.858,88

Tabela 25-Custos variáveis (mensal)

PROJEÇÕES DOS CUSTOS VARIÁVEIS (R\$)			
SETOR	2019	2020	2021
	IPCA: 4,19%	IPCA: 4,04%	IPCA: 3,89%
Marketing	38.133,54	39.674,14	41.217,46
Tecnologia	2.339,07	3.040,34	4.016,17
Jurídico	29.756,54	30.958,70	32.162,99
Contabilidade	76.701,49	79.800,23	82.904,46
Administração	60.489,00	99.897,34	159.104,40
TOTAL	207.419,64	253.370,75	319.405,48

SETOR	2022	2023
	IPCA: 3,89%	IPCA: 3,89%
Marketing	42.820,82	44.486,55
Tecnologia	4.266,13	4.419,44
Jurídico	33.414,13	34.713,94
Contabilidade	86.129,44	89.479,88
Administração	170.419,34	177.976,50
TOTAL	337.049,86	351.076,31

Tabela 26-Custos variáveis (anual)



6.3 Preços dos Pacotes

Os preços dos pacotes serão oferecidos com base no mercado de bebidas e a economia do município do Rio de Janeiro, como compreendemos a atual crise econômica que o município vem passando, viabilizamos os pacotes através de análise de mercado, informado no item 2.1.13.

Faremos alguns pacotes extras nos períodos sazonais, como Páscoa, dia dos pais, dia das mães, dia dos namorados, Natal entre outros. Esses pacotes terão um preço menor do que os pacotes fixos, por ser tratar de períodos curtos e queremos, também, agregar novos clientes. Faremos também para os clientes existentes, para o mesmo período, uma divulgação diferenciada para que o mesmo não se sinta inferiorizado.

O reajuste dos pacotes ocorrerá uma vez ao ano conforme o índice de inflação pelo IPCA. A projeção do IPCA para ano de 2019 será 4,19%. Faremos uma projeção de aumento de clientes mensal para atingirmos em dezembro/2019 a quantidade de 550 clientes, começaremos com 46 clientes. Diante das informações, mostraremos os preços dos nossos pacotes iniciais.

Nomenclatura dos Pacotes	Serviços	%	Quantidade de clientes	Precificação dos Pacotes	Receita mensal para cada pacote
Strong Drinks	5 disparos por semana (R\$ 1,25 para cada 10.000 usuários) – complexos	40%	18	R\$ 281,25	R\$ 5.062,50
Soft Drinks	2 disparos por semana (R\$ 1,04 para cada 10.000 usuários) – simples	60%	28	R\$ 93,96	R\$ 2.630,88
Total		100%	46	R\$ 375,21	R\$ 7.693,38

Tabela 27-Pacotes de preços



Para o pacote Strong Drinks teremos os seguintes serviços:

- Serão feitos 5 disparos por semana através de imagens e animações;
- Contemplará o estabelecimento com vale em passagens no Uber, ressaltando que haverá limite de viagens mensais, dividido pelo total de clientes desta modalidade;
- Pesquisas periódicas de análise de mercado com o SINDRIO; e
- Divulgação de promoções únicas elaboradas junto com cada estabelecimento.

Já para o pacote Soft Drinks serão feitos 2 disparos (através de imagens) por semana e pesquisas periódicas de análise de mercado com o SINDRIO.

6.4 Deduções sobre as Vendas

Através de análise concluímos que a Speed Drinks terá o enquadramento tributário pelo Simples Nacional. Como houve mudanças, o cálculo a partir de 2018 é diferenciado dos anos anteriores, bem como, alterações em alguns anexos referente ao limite de faturamento.

Para demonstrar como ficará o imposto, seguem projeções no período inicial e no final de 2019.

ANEXO III – TABELA SIMPLES NACIONAL 2018 - SERVIÇOS

(Vigência: 01/01/2018)

Faixas	Receita Bruta em 12 meses (R\$)	Alíquota	Valor a Deduzir (em R\$)
1ª Faixa	Até 180.000,00	6,00%	-
2ª Faixa	De 180.000,01 a 360.000,00	11,20%	9.360,00
3ª Faixa	De 360.000,01 a 720.000,00	13,50%	17.640,00
4ª Faixa	De 720.000,01 a 1.800.000,00	16,00%	35.640,00
5ª Faixa	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	21,00%	125.640,00
6ª Faixa	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	33,00%	648.000,00



Percentual de Repartição dos Tributos						
Faixas	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS (*)
1ª Faixa	4,00%	3,50%	12,82%	2,78%	43,40%	33,50%
2ª Faixa	4,00%	3,50%	14,05%	3,05%	43,40%	32,00%
3ª Faixa	4,00%	3,50%	13,64%	2,96%	43,40%	32,50%
4ª Faixa	4,00%	3,50%	13,64%	2,96%	43,40%	32,50%
5ª Faixa	4,00%	3,50%	12,82%	2,78%	43,40%	33,50%(*)
6ª Faixa	35,00%	15,00%	16,03%	3,47%	30,50%	-

(*) O percentual efetivo máximo devido ao ISS será de 5%, transferindo-se a diferença, de forma proporcional, aos tributos federais da mesma faixa de receita bruta anual. Sendo assim, na 5ª faixa, quando a alíquota efetiva for superior a 14,92537%, a repartição será:

	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS
5ª Faixa, com alíquota efetiva superior a 14,92537%	(Alíquota efetiva – 5%) x 6,02%	(Alíquota efetiva – 5%) x 5,26%	(Alíquota efetiva – 5%) x 19,28%	(Alíquota efetiva – 5%) x 4,18%	(Alíquota efetiva – 5%) x 65,26%	Percentual de ISS fixo em 5%

Tabela 28-Anexo III (Simples Nacional)

Exposto a previsão de vendas dos pacotes de serviços para o primeiro mês do ano de 2019, onde o mesmo estará na 1ª faixa da tabela do Simples Nacional, a estimativa é de pagamento de alíquota de imposto de renda de 4,00% sobre o faturamento total, havendo a incidência de imposto sobre serviços (ISS) de 33,50%. Abaixo exemplificaremos, com os valores projetados, como ficará o cálculo da alíquota efetiva (pagamento do DAS, Documento de Arrecadação do Simples Nacional, onde unifica o recolhimento de impostos, repassando cada um deles automaticamente para as contas do estado, município e da União), para o primeiro mês de atividade.

- Período de Apuração (PA) = 1º mês;
- Receita Bruta do mês = R\$ 7.759,28;
- Receita Bruta proporcional a 12 meses = R\$ 7.759,28 x 12 = R\$ 93.111,36;
- Alíquota do imposto é de 6,00%, de acordo com a tabela do Simples Nacional; e
- Sendo assim, o valor do imposto neste caso será de R\$ 465,56.



Será gerada uma única guia mensalmente cujo vencimento será todo dia 20 de cada mês referente ao mês anterior. Para o mês de janeiro/19 a base de cálculo é o citado acima, com as devidas distribuições dos impostos conforme tabela abaixo.

DAS Simples	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS (*)
% Distribuído	0,24%	0,21%	0,77%	0,17%	2,60%	2,01%
R\$ Distribuído	18,62	16,29	59,68	12,94	202,05	155,96

Tabela 29-Projeções de tributos

Entretanto, se fizemos a projeção para o mês de janeiro de 2020 o cálculo passa ser outro, conforme tabela abaixo:

Receita Bruta 12 meses		Alíquota Nominal		Valor Referencial I		Valor a Deduzir		Valor Referencial II
604.886,48	X	13,50%	=	81.659,67	-	17.640,00	=	64.019,67
Valor Referencial II		Receita Bruta 12 meses		Alíquota Efetiva		Faturamento do mês		Simples a Pagar
64.019,67	/	604.886,48	=	10,58%	X	109.508,68	=	11.586,02

DAS Simples	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS (*)
% Distribuído	0,42%	0,37%	1,44%	0,31%	4,59%	3,44%
R\$ Distribuído	463,44	405,51	1.580,33	342,95	5.028,33	3.765,46

Tabela 30-Projeções de tributos (janeiro/20)

6.5 Cenário Pessimista

Mesmo com uma economia estável, a taxa SELIC em queda, um mercado promissor e a contração da inflação, subentende que a economia futura é favorável a novos investimentos, porém não se pode arriscar com grandes investimentos onde terá uma transição de governo em que, de uma certa forma, afeta as negociações, podendo esta ser positiva ou negativa e um país



que está saindo aos poucos de uma grande crise. Em função disso, teremos um cenário pessimista onde teremos uma redução de vendas de 22,22% para 10% e um aumento de inflação de 4,19% a.a. para 7% a.a.

Assim sendo, a busca pelo app. será gradual diante de uma economia futura incerta. Dessa forma, segue abaixo a projeção do cenário pessimista.

Cenário Pessimista
Taxa de Crescimento: 10%

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita de Vendas	604.886,48	665.375,13	731.912,64	805.103,90	885.614,30
(-) Custos e Despesas Variáveis	81.659,67	89.825,64	117.106,02	128.816,62	141.698,29
Margem de Contribuição	523.226,81	575.549,49	614.806,62	676.287,28	743.916,01
Índice de Margem de Contribuição	86,50%	86,50%	84,00%	84,00%	84,00%
(-) Custos e Despesas Fixas	168.758,51	175.555,16	182.377,37	189.466,60	196.833,30
Fluxo Líquido de Caixa	354.468,29	399.994,33	432.429,25	486.820,68	547.082,71
Fluxo de Caixa Acumulado	126.002,98	525.997,31	958.426,55	1.445.247,24	1.992.329,95
Ponto de Equilíbrio	195.096,55	202.953,94	217.115,92	225.555,48	234.325,35

Tabela 31-Cenário Pessimista

Indicadores	
Valor Presente Líquido	R\$ 808.102,00
Taxa Interna de Retorno	113,21%
Pay Back Simples	9 meses e 25 dias
Pay Back Descontado	11 meses e 19 dias

Tabela 32-Indicadores (cenário pessimista)

6.6 Cenário Realista

No cenário realista a Empresa será comparada com outros serviços similares do mesmo setor, com base no crescimento constante no mercado de aplicativo, com a queda da taxa SELIC



para 6,40% a.a. e a recuperação lenta da economia. Mesmo com esse cenário, a Speed Drinks entrará no mercado com uma postura conservadora porém flexível, pois como a economia ainda não está propícia para grandes investimentos, entretanto ela utilizará uma média de crescimento das vendas de 22,22% cuja inflação está projetada em 4,19%, ao longo de 5 anos, onde o retorno de investimento está determinado para 9 meses e 4 dias no Pay Back simples e 10 meses e 24 dias no Pay Back descontado, com uma projeção de carteira de 1500 clientes ao final de 2023 e ciente que se ocorrer nesse período um aumento superior ao projetado, ela irá alavancar os investimentos para um crescimento mais rápido.

Diante desta perspectiva, a procura pelo app. irá aumentar, exigindo um serviço diferenciado que venha a conquistar novos clientes, incrementando ainda mais suas receitas. Dessa forma, segue abaixo a projeção do cenário realista.

Cenário Realista
Taxa de Crescimento: 22,22%

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita de Vendas	604.886,48	739.292,26	903.563,00	1.104.334,69	1.349.717,86
(-) Custos e Despesas Variáveis	81.659,67	118.286,76	144.570,08	176.693,55	215.954,86
Margem de Contribuição	523.226,81	621.005,49	758.992,92	927.641,14	1.133.763,00
Índice de Margem de Contribuição	86,50%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%
(-) Custos e Despesas Fixas	168.758,51	175.555,16	182.377,37	189.466,60	196.833,30
Fluxo Líquido de Caixa	354.468,29	445.450,33	576.615,54	738.174,54	936.929,71
Fluxo de Caixa Acumulado	126.002,98	571.453,32	1.148.068,86	1.886.243,40	2.823.173,11
Ponto de Equilíbrio	195.096,55	208.994,24	217.115,92	225.555,48	234.325,35

Tabela 33-Cenário Realista

Indicadores	
Valor Presente Líquido	R\$ 1.195,876,00
Taxa Interna de Retorno	160,67%
Pay Back Simples	9 meses e 4 dias
Pay Back Descontado	10 meses e 24 dias

Tabela 34-Indicadores (cenário realista)



6.7 Cenário Otimista

Para o cenário otimista o investimento inicial será de R\$ 100.000,00, onde a projeção de crescimento de vendas de 22,22% (cenário realista) passa para 30%, com uma perspectiva de diminuição da inflação de 4,19% para 3% a.a, com a mesma carteira de clientes dos cenários realista e pessimista (no primeiro ano estima-se uma base de 550 clientes e ao final de 2023, 1500 clientes).

Diante desse cenário, a atratividade para o aumento de investimento será grande com uma Taxa Interna de Retorno de 214,43%, no período de 5 anos, onde inovaremos a nossa base com serviços inovadores. De acordo com esses dados, segue demonstrações contábeis do cenário otimista.

Cenário Otimista

Taxa de Crescimento: 30%

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita de Vendas	604.886,48	786.352,42	1.022.258,15	1.328.935,60	1.727.616,28
(-) Custos e Despesas Variáveis	81.659,67	125.816,39	163.561,30	212.629,70	276.418,60
Margem de Contribuição	523.226,81	660.536,04	858.696,85	1.116.305,90	1.451.197,67
Índice de Margem de Contribuição	86,50%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%
(-) Custos e Despesas Fixas	168.758,51	175.555,16	182.377,37	189.466,60	196.833,30
Fluxo Líquido de Caixa	354.468,29	484.980,88	676.319,48	926.839,30	1.254.364,38
Fluxo de Caixa Acumulado	126.002,98	610.983,86	1.287.303,33	2.214.142,64	3.468.507,01
Ponto de Equilíbrio	195.096,55	208.994,24	217.115,92	225.555,48	234.325,35

Tabela 35-Cenário Otimista

Indicadores	
Valor Presente Líquido	R\$ 1.481.167,00
Taxa Interna de Retorno	214%
Pay Back Simples	8 meses e 19 dias
Pay Back Descontado	10 meses e 6 dias

Tabela 36-Indicadores (cenário otimista)



Análise dos Cenários

Cenários	Pessimista	Realista	Otimista
Investimento Inicial	R\$ 162.715,42	R\$ 144.996,81	R\$ 133.716,06
Variação nas Receitas	10%	22,22%	+30%
Variação nos Custos	10%	22,22%	+30%

Indicadores

VPL	R\$ 808.102,00	R\$ 1.195.876,00	R\$ 1.481.167,00
TIR	113,21%	160,67%	214,43%
Pay Back Simples	9 meses e 25 dias	9 meses e 4 dias	8 meses e 19 dias
Pay Back Descontado	11 meses e 19 dias	10 meses e 24 dias	10 meses e 6 dias

Tabela 37-Análise dos Cenários

6.8 Balanço Patrimonial – Inicial e Projetados

Este item destina-se a apresentação do Balanço Patrimonial inicial e projetados para os próximos 5 anos, afim de avaliar o desempenho da Empresa.

Empresa: Speed Drinks Ltda

Realizado em: dezembro de 2018

em R\$

Ativo	0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Caixa	0	248.148	578.356	1.009.987	1.566.753	2.277.681
Ativo Fixo	144.997	144.997	144.997	144.997	144.997	144.997
Depreciação Acumulada	0	(28.999)	(57.999)	(86.998)	(115.997)	(144.997)
Ativo Fixo Líquido	144.997	115.997	86.998	57.999	28.999	0
Total de Ativos	144.997	364.145	665.354	1.067.986	1.595.752	2.277.681
Passivo	0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Capital Próprio	144.997	144.997	144.997	144.997	144.997	144.997
Lucro Acumulado	0	219.148	520.358	922.989	1.450.755	2.132.684
Total de Passivos	144.997	364.145	665.354	1.067.986	1.595.752	2.277.681

Tabela 38-Balanço Patrimonial



6.9 Demonstração de Resultados – Inicial e Projetadas

Os dados da Demonstração dos Resultados serão com base na projeção do cenário realista, onde consta um crescimento de 22,22% a.a. com a inflação de 4,19% a.a., e uma taxa média requerida do aplicativo de 18% a.a., no período de 2019 a 2023.

DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS						
	0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receitas		604.886	739.292	903.563	1.104.335	1.349.718
Custos Totais		356.739	409.084	471.932	547.570	638.789
Lucro Bruto		248.148	330.209	431.631	556.765	710.928
Despesas		0	0	0	0	0
Depreciação		28.999	28.999	28.999	28.999	28.999
Lucro Tributável		219.148	301.209	402.632	527.766	681.929
Imposto de Renda		0	0	0	0	0
Lucro Líquido		219.148	301.209	402.632	527.766	681.929

Tabela 39-Demonstração dos Resultados

6.10 Fluxos de Caixa Projetados

Segue abaixo o Fluxo de Caixa Projetados (cenário realista) para o período dos 5 primeiros anos com uma taxa de crescimento de 22,22% a.a.

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita de Vendas	604.886,48	739.292,26	903.563,00	1.104.334,69	1.349.717,86
(-) Custos e Despesas Variáveis	81.659,67	118.286,76	144.570,08	176.693,55	215.954,86
Margem de Contribuição	523.226,81	621.005,49	758.992,92	927.641,14	1.133.763,00
Índice de Margem de Contribuição	86,50%	84,00%	84,00%	84,00%	84,00%
(-) Custos e Despesas Fixas	168.758,51	175.555,16	182.377,37	189.466,60	196.833,30
Fluxo Líquido de Caixa	354.468,29	445.450,33	576.615,54	738.174,54	936.929,71
Fluxo de Caixa Acumulado	126.002,98	571.453,32	1.148.068,86	1.886.243,40	2.823.173,11
Ponto de Equilíbrio	195.096,55	208.994,24	217.115,92	225.555,48	234.325,35

Tabela 40-Fluxos de Caixa Projetados



Fluxo de Caixa

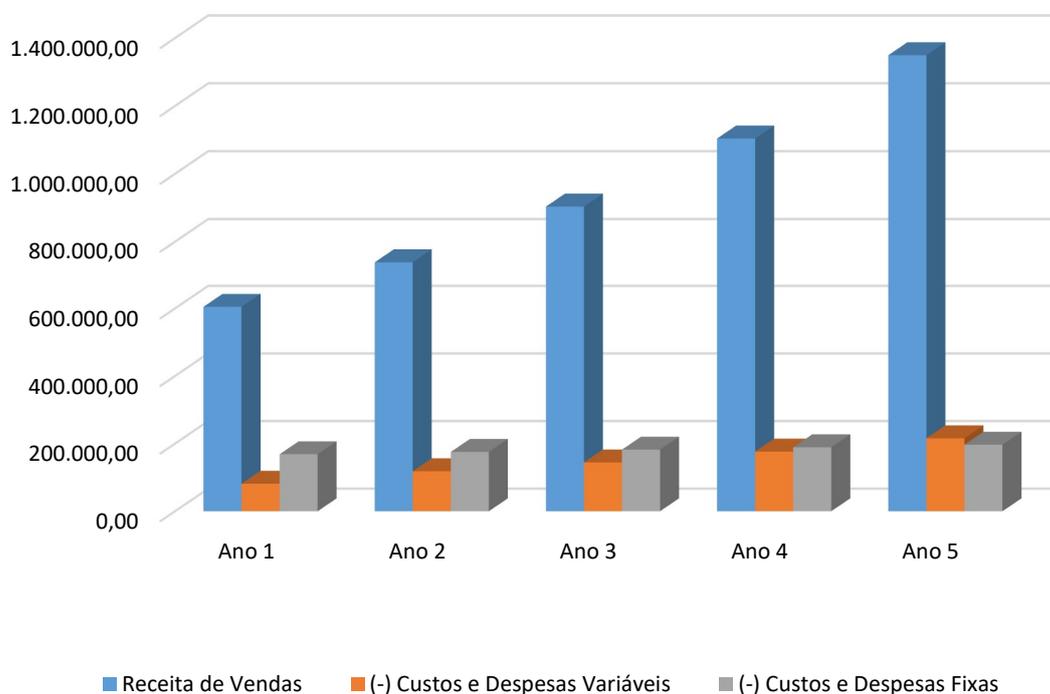


Gráfico 5-Fluxos de Caixa

6.11 Fontes de Recursos

A Empresa iniciará suas atividades com 100% de recursos próprios.

6.12 Índices Financeiros

Dados	Valores
Valor Presente Líquido	R\$ 1.195,876,00
Taxa Interna de Retorno	160,67%
Pay Back Simples	9 meses e 4 dias
Pay Back Descontado	10 meses e 24 dias

Tabela 41-Índices Financeiros



PONTO DE EQUILÍBRIO

Dados	Valores
Preço	168,88
Custo Variável Médio	68,32
Custo Fixo Total	12.443

Pontos de Equilíbrio	
Quantidade PE	124
Receita PE	20.897

Cálculo do Lucro	
Quantidade desejada	550
Receita Total	92.884
Custo Variável Total	37.576
Custo Fixo Total	12.443
Lucro	42.865

Tabela 42-Ponto de Equilíbrio

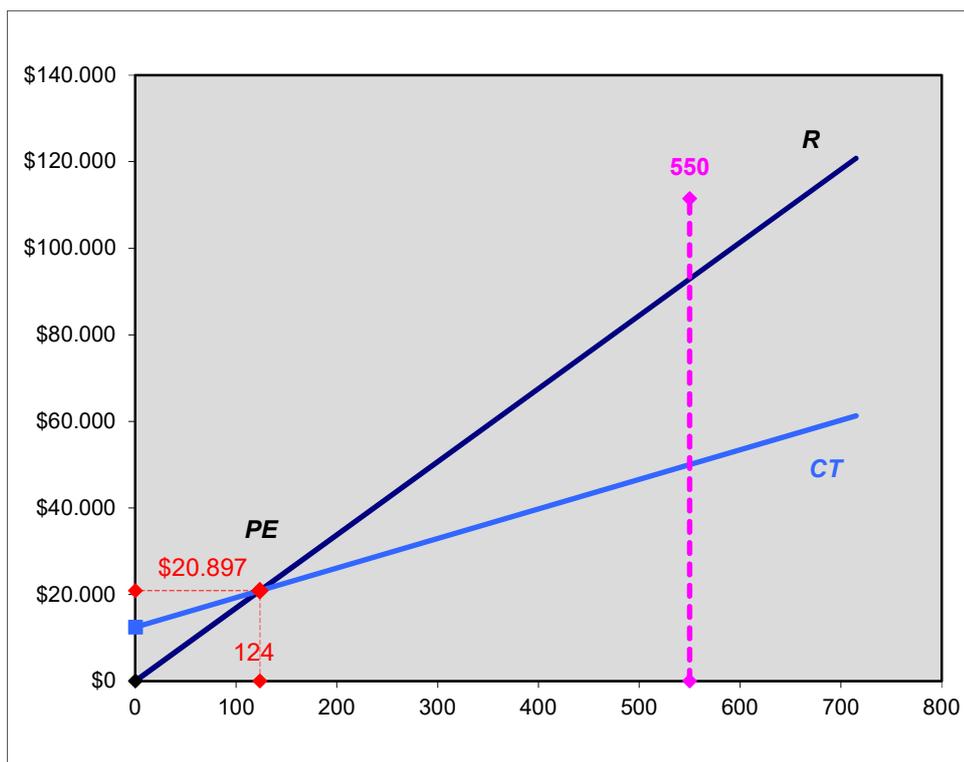


Gráfico 6-Ponto de Equilíbrio



7 CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO

A implantação inaugural da Speed Drinks Ltda está prevista para início de janeiro de 2019, onde faremos os ajustes finais, como a limpeza da sala, arrumação, vistoria do Corpo de Bombeiros, testes nos computadores e arrumação de todos os documentos legais de funcionamento junto aos órgãos competentes. A inauguração está marcada para o dia 19 de janeiro de 2019, que será no Clube Militar no Rio de Janeiro.

O custo com o espaço será de responsabilidade do SINDRIO, onde iniciaremos a nossa parceria e o coquetel entre outros serviços ficará a cargo da Speed Drinks.

O início das atividades está programado para o dia 21 de janeiro do mesmo ano.

8 CONCLUSÃO

O plano de negócio da Empresa *startup* Speed Drinks Ltda foi elaborado com premissas de um empreendimento de pequeno porte, sendo uma organização por cotas societárias, onde cada sócio possui uma responsabilidade limitada.

O projeto consiste em oferecer marketing digital divulgando estabelecimentos que comercializam bebidas, através de um aplicativo multiplataforma para Android e IOS no Brasil. Inicialmente será comercializado nas Zonas Sul e Central do Município do Rio de Janeiro para clientes B2B e para o público B2C (usuários finais).

A possibilidade de investimento maior em tecnologia avançada, diversificando a proposta do negócio de maneira atualizada e estruturada mantém a proposta do negócio forte no mercado amplo, facilitando o destaque da empresa na concorrência.

Diante do cenário macroeconômico, de todas as análises e pesquisas realizadas para investimento no negócio, seguindo todo o fluxo de caixa desenhado e aplicando os valores e missões propostos no projeto há uma tendência real e notório do retorno bem-sucedido do negócio investido. Dessa forma, a Speed Drinks chegará ao “alcance”, como já diz seu slogan, de diversos usuários, tornando-se destaque no mercado competitivo.



REFERÊNCIAS

BUSCA POR VALORES DE MATERIAIS DE LIMPEZA, disponível em <https://www.extra.com.br>, (acessado em 05 de setembro de 2018).

BUSCA POR VALORES DE MATERIAIS DE ESCRITÓRIO, disponível em <https://www.kalunga.com.br/>, (acessado em 05 de setembro de 2018).

BUSCA POR VALORES DE MATERIAIS DE ESCRITÓRIO, disponível em <https://www.americanas.com.br/>, (acessado em 06 de setembro de 2018).

BUSCA POR VALORES DO IUGU COBRANÇAS DE NEGÓCIOS, disponível em <https://iugu.com/plano-cobrancas/>, (acessado em 06 de setembro de 2018).

VERIFICAÇÃO DA COTAÇÃO DO DÓLAR DOS EUA PARA O DIA 06/09/18, disponível em <https://www4.bcb.gov.br/pec/taxas/port/ptaxnpsq.asp>, (acessado em 20 de setembro de 2018).

CONSULTA DE VALORES NO YOUTUBE, disponível em <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/advertise/pricing/>, (acessado em 20 de setembro de 2018).

CONSULTA DE VALORES NO GOOGLE, disponível em https://ads.google.com/intl/pt-BR_br/start/?sourceid=awo&subid=br-pt-ha-g-aw-c-eto_1-b_bm!o2~-718518430-283526975194-kwd-, (acessado em 20 de setembro de 2018).

CONSULTORIA EM PLANO DE MARKETING, disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/consultoria-em-plano-de-marketing,af873011c626b510VgnVCM1000004c00210aRCRD>, (acessado em 20 de setembro de 2018).

INFORMAÇÃO SOBRE MERCADO DE RESTAURANTES E BARES NO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO, disponível em <http://www.sindrio.com.br/>, (acessado em 25 de setembro de 2018).



TENDÊNCIAS PARA O MERCADO DE APPS EM 2018, disponível em <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/tendencias-para-o-mercado-de-apps-em-2018/>, (acessado em 14 de outubro de 2018).

TENDÊNCIA DO AUMENTO DE PRODUÇÃO DE BEBIDAS EM 2018 PELO IBGE, disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/22461-producao-industrial-varia-0-2-em-julho>, (acessado em 14 de outubro de 2018).

PESQUISA DE APLICATIVO PARA MESAS E BARES PARA O CONSUMIDOR FINAL, disponível em <https://vejario.abril.com.br/cidades/dez-aplicativos-para-a-mesa-de-bar-2/>, (acessado em 09 de novembro de 2018).

META DE INFLAÇÃO, disponível em https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/50618/Res_4671_v1_O.pdf, (acessado em 09 de novembro de 2018).

CONSULTA AS LEIS DO SIMPLES NACIONAL, disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm (acessado em 09 de novembro de 2018).

CONSULTA DA PROJEÇÃO DO IPCA, disponível em <https://www3.bcb.gov.br/expectativas/publico/?wicket:interface=:1:::>, (acessado em 09 de novembro de 2018).

TENDÊNCIA DO AUMENTO DE PRODUÇÃO DE BEBIDAS EM 2018 PELO IBGE, disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/22461-producao-industrial-varia-0-2-em-julho>, (acessado em 14 de outubro de 2018).

VERIFICAÇÃO DA ECONOMIA DO ANO DE 2019, disponível em <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,mercado-financieiro-eleva-ipca-para-2019-e-mantem-previsao-do-pib,70002289574>, (acessado em 10 de novembro de 2018).



CENÁRIO MACROECONOMICO 2016-2019 – MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, disponível em www.planejamento.gov.br/apresentacoes/apresentacoes-2015/ppa-2016_19-vfinal.pdf, (acessado em 19 de novembro de 2018).

CRESCIMENTO DE MERCADO DE SOFTWARE E SERVIÇOS DE TI DEVE MANTER ATÉ 2021, disponível em <https://computerworld.com.br/2018/04/23/mercado-de-software-e-servicos-de-ti-deve-manter-crescimento-ate-2021-preve-estudo/>, (acessado em 13 de novembro de 2018).

INDÚSTRIA DE APLICATIVOS, disponível em <https://jornalggn.com.br/noticia/brasil-movimenta-us-15-bi-na-industria-de-aplicativos>, (acessado em 11 de novembro de 2018).

MARKETING DIGITAL, disponível em <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/empresas-ja-veem-as-midias-sociais-como-a-principal-prioridade-de-marketing-digital-para-2018/>, (acessado em 11 de novembro de 2018).

MARKETING DIGITAL, disponível em <http://www2.indiga.com.br/7-estatisticas-que-vaote-convencer-investir-em-marketing-digital/>, (acessado em 11 de novembro de 2018).

PESQUISA DE DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIO, disponível em <http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/a-importancia-da-area-de-pesquisa-e-desenvolvimento/82548/>, (acessado em 11 de novembro de 2018).

INFORMAÇÕES DE ECONOMICA DO PAÍS, disponível em <https://carteirarica.com.br/taxa-selic/>, (acessado em 16 de novembro de 2018).

INFORMAÇÕES DE DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO NO NEGÓCIO, disponível em <http://www.fecomercio.com.br/noticia/empresas-aplicam-tecnicas-de-customer-experience-para-melhorar-eficiencia>, (acessado em 16 de novembro de 2018).

ESTRATÉGIA DE SERVIÇO, disponível em <http://facilit.com.br/blog/2016/08/30/importancia-estrategia-empresarial/>, (acessado em 16 de novembro de 2018).



IMPORTÂNCIA DA ESTRATÉGIA DE SERVIÇO, disponível em <http://www.adm.ufba.br/pt-br/publicacao/importancia-estrategia-servicos-oferecidos-pela-diebold-procompa-industria-eletronica-seu>, (acessado em 16 de novembro de 2018).

DADOS SOBRE APLICATIVOS, disponível em <https://www.ig.com.br/tudo-sobre/aplicativo/>, (acessado em 16 de novembro de 2018).

ESTATÍSTICAS SOBRE VOLUME DE BARES E RESTAURANTE NO BRASIL E RIO DE JANEIRO, disponível em <http://www.sindrio.com.br/>, (acessado em 16 de novembro de 2018).

ESTATÍSTICAS SOBRE VOLUME DE BARES E RESTAURANTE PELA CAPITAL DO RIO DE JANEIRO, disponível em <http://www.sindrio.com.br/>, (acessado em 16 de novembro de 2018).

ESTATÍSTICAS SOBRE EMPREGABILIDADE DE BARES E RESTAURANTES NO RIO DE JANEIRO, disponível em <http://www.sindrio.com.br/>, (acessado em 16 de novembro de 2018).

USUÁRIOS DE INTERNET NO BRASIL, disponível em <https://www.ibge.gov.br/>, (acessado em 16 de novembro de 2018).

DADOS PLATAFORMAS DE APLICATIVOS, disponível em <https://exame.abril.com.br/negocios/>, (acessado em 16 de novembro de 2018).

DADOS DE PESQUISA DIGITAL, disponível em Digital Adspend, IAB Brasil, (acessado em 16 de novembro de 2018).

TENDÊNCIAS PARA O MERCADO DE APPS EM 2018, disponível em <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/tendencias-para-o-mercado-de-apps-em-2018/>, (acessado em 14 de outubro de 2018).

ALIANÇAS ESTRATÉGICAS, disponível em <http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/aliancas-estrategicas/45205/>, (acessado em 25 de novembro de 2018).



EXECUÇÃO DE PROJETO DE SEGURANÇA CONTRA INCÊNDIO E PÂNICO E APROVAÇÃO JUNTO AO CBMERJ, disponível no orçamento abaixo:



A/C Luciana

Lucianamoreno2506@gmail.com

Rio de Janeiro, 13 de Setembro 2018.

Prezados Senhores Atendendo a solicitação de V. S^ª. Estamos encaminhando orçamento para Execução de Projeto de Segurança Contra Incêndio e Pânico e aprovação junto ao CBMERJ (Corpo de Bombeiro Militar do Estado do Rio de Janeiro)

ITEM I: Projeto de Segurança Contra Incêndio e Pânico

A CONTRATANTE devesa fornecer o - Projeto completo do Sistema de Segurança Contra Incêndio e Pânico de acordo com que preceitua o Decreto 897 de 21/Set/76 do COSCIP, executado pelo Programa AUTOCAD, que compreende:

- Detalhamento de Projetos:
 - Vistoria no local para possíveis adequações das instalações; - Projeto de Sistema de Hidrantes; - Projeto de Sinalização de emergência; - Projeto de Proteção por extintores. - Detalhes elucidativos através de desenho esquemático. - Minuta; - Memoriais; - Cálculo Hidráulico.
- Para tanto, o cliente deverá nos enviar:
 - Jogo de projetos arquitetônicos em arquivo digital (DWG); - Cópia da Identidade do Proprietário; - Cópia do Contrato Social e ou Ata; - Cópia da Proposta assinada; - Cópia da Escritura do imóvel (RGI);

ITEM II: Observações:

OBS I. É de responsabilidade do CONTRATANTE o pagamento das taxas referentes a ART e DAEM

PROJETOS E INSTALAÇÕES

Credenciada junto ao CBMERJ nº 02/03-021
Inmetro - Man-Ext- 002200 - CREA 1998202241
Rua Pedro Alves, 275 - Santo Cristo
CNPJ: 33.275.074/0001-90 • EST: 81.609.381



21 2233-7444 | 21 2233-7516



zina@zinaequipamentosincendio.com



www.zinaequipamentosincendio.com



**ENGENHARIA
DE INCÊNDIO**

OBS II: A CONTRATADA somente fornecerá o arquivo final em DWG após o término do pagamento deste contrato sendo fornecido o jogo de plantas em PDF para os recolhimentos das devidas plotagens e assinaturas.

OBS III: Caberá À CONTRATADA a plotagem de dois jogos de cada planta.

OBS IV: A CONTRATADA se compromete a fazer até três alterações nos projetos caso haja possíveis mudanças de layout.

OBS V: É de responsabilidade da CONTRATADA cumprir possíveis despachos de indeferimento emitidos pelo Corpo de Bombeiros do Estado do Rio de Janeiro desde que os mesmos não sejam de responsabilidade do cliente tais como: Documentações, envio de arquitetura diferente do real, e informações irreais.

OBS VI: A partir do momento que for dado entrada no processo junto ao Corpo de Bombeiros o referido projeto e processo ficam em custódia do mesmo logo a CONTRATADA não se responsabiliza pelo tempo de análise do Corpo de Bombeiros

Extintor

02 unidade de CO2 de 6kg

Extintor de incêndio tipo CO2 com 6kg de capacidade fabricado em conformidade com as Normas da ABNT, pintado em epóxi na cor vermelho segurança, provido de válvula em latão forjado com marcação de peso cheio e peso vazio, mangotinho de borracha com trama de aço trançada internamente e comprimento de 0.90m provido de punho anatômico e difusor de rosca de metal modelo MK, carregado e em ordem de funcionamento com respectivo selo do INMETRO.

02 unidade de AP de 10lts

Extintor de incêndio modelo Água Pressurizada com 10lts, montado em corpo de aço carbono e seja mesmo material fosforizado, possuindo pintura e acabamento na cor vermelho segurança, provida de válvula de latão forjado, manômetro com corpo de aço inox e mangote de borracha sintética com terminais rosca de latão laminado empatado por meio mecânico.

PROJETOS E INSTALAÇÕES

Credenciada junto ao CBMERJ nº 02/03-021
Inmetro - Man-Ext- 002200 - CREA 1998202241
Rua Pedro Alves, 275 - Santo Cristo
CNPJ: 33.275.074/0001-90 • EST: 81.609.381



21 2233-7444 | 21 2233-7516



zina@zinaequipamentosincendio.com



www.zinaequipamentosincendio.com



REDE DE CHUVEIROS AUTOMÁTICOS - SPRINKLERS.

O sistema de sprinkler será instalado e interligado ao sistema de combate a incêndio, interligados e distribuídos numa rede de tubos horizontais e verticais devidamente dimensionados, que alimentarão os chuveiros automáticos com elemento termo-sensível projetados para serem acionados em temperaturas pré-determinadas, lançando automaticamente água sob a forma de aspersão sobre determinada área, com vazão e pressão especificadas, para controlar ou extinguir um foco de incêndio.

Será realizada a instalação 06 **bicos de sprinklers** 68°C, pendentes e cromados, para atendimento do projeto existente.

“Os bicos de Sprinkler, chuveiros Automáticos, a serem utilizados serão de 1/2” de 68° C e as canoplas serão em chapa de aço estampado com acabamento cromo auto-brilho, ambos de fabricantes homologados pela ABNT. Os bicos serão devidamente vedados a fim de evitar possíveis vazamentos após a pressurização do sistema,

Para a realização da vedação, serão utilizados fita teflon nos bicos, e nas tubulações pasta vedante tipo vedajunta e sisal.

Serão previstos testes na rede, bem como todos os sistemas e equipamentos serão testados hidrosticamente.

VALOR TOTAL DO INVESTIMENTO: R\$ 8.900,00

03 - PRAZO DE ELABORAÇÃO:

O projeto será executado em até 25 dias úteis após a aprovação do orçamento.

04 - VALIDADE DA PROPOSTA:

A presente proposta é válida por 30 dias.

05 - FORMA DE PAGAMENTO:

A combinar

PROJETOS E INSTALAÇÕES

Credenciada junto ao CBMERJ nº 02/03-021
Inmetro - Man-Ext- 002200 - CREA 1998202241
Rua Pedro Alves, 275 - Santo Cristo
CNPJ: 33.275.074/0001-90 • EST: 81.609.381



21 2233-7444 | 21 2233-7516



zina@zinaequipamentosincendio.com



www.zinaequipamentosincendio.com