

**EETEC DE SAPOPEMBA**

**PLANO DE NEGÓCIO: HORDEUM CONSULTORIA**

**SÃO PAULO-DEZEMBRO DE 2022**

**ETEC DE SAPOPEMBA**

**PLANO DE NEGÓCIO: HORDEUM CONSULTORIA**

Trabalho de conclusão do Curso de Marketing  
da Etec de Sapopemba  
Cauã Lucas dos Santos Freitas  
Laíz de Sousa Dias  
Mariana Fernandes de Almeida  
Raíssa Melanie França dos Santos

Orientador(a): Eliane Calmon

**SÃO PAULO-DEZEMBRO DE 2022**

## Sumário

<b>Digite o título do capítulo (nível 1)</b> .....	<b>1</b>
Digite o título do capítulo (nível 2) .....	2
Digite o título do capítulo (nível 3) .....	3
<b>Digite o título do capítulo (nível 1)</b> .....	<b>4</b>
Digite o título do capítulo (nível 2) .....	5
Digite o título do capítulo (nível 3) .....	6

## **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo a elaborar um plano de negócios para uma consultoria voltada para o atendimento de empresas que atuam no setor que envolvem bebidas alcoólicas, como: restaurantes, bares, buffets, baladas e etc. A intenção do trabalho é verificar a viabilidade e possível lucratividade ao se estabelecer o negócio, e tem como objetivo poder guiar a atuação da empresa.

Palavras Chaves: Consultoria, Bebidas Alcoólicas, plano de negócio

## **INTRODUÇÃO**

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro do Fígado (Ibrafig) mostra que 55% da população brasileira tem o hábito de consumir bebidas alcoólicas. O estudo que será apresentado foi desenvolvido por causa de um grupo de alunos da Etec, com o intuito de desenvolver uma consultoria voltada para o setor de bebidas alcoólicas. A empresa será denominada como “Hordeum”, do latim hórdeo, que significa cevada. Um grão que auxilia no crescimento, no aprendizado e na luta contra o envelhecimento precoce, além de ser fonte de alimento para pessoas e animais. Partilhando essas características do grão, nosso nome carrega esses aspectos que buscamos entregar aos nossos clientes, o “crescimento”. Primeiramente, será abordado o contexto no qual o trabalho foi desenvolvido. Em seguida, será apresentado o problema tratado pela proposta, assim como os objetivos que devem resultar do estudo e a justificativa para tal realização. Por fim, será ilustrada a estrutura a qual o trabalho seguirá.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### **Empreendedorismo**

A definição de empreendedor evoluiu com o passar do tempo, mediante às mudanças ocorridas na área econômica mundial as quais tornaram-se cada vez mais complexas, assim desde o início na idade média, o indivíduo que administrava ou participava de grandes projetos de produção era chamado de empreendedor, por ser nato no gerenciamento de uma organização (DORNELAS, 2011).

### **Empreendedor**

Segundo Dornelas (2008) “empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: 1) tem iniciativa para criar um novo

negócio e paixão pelo que faz; 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3) aceita assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar”.

## Características dos Empreendedores de Sucesso

Empreendedores bem-sucedidos são vistos como pessoas realizadoras, persistentes e energéticos, além de possuir características visionárias e de

liderança. Como Bernardi (2007) afirma, as chances de sucesso do empreendimento advêm das características da personalidade empreendedora, de um bom planejamento do negócio e a correta modelagem do mesmo, porém o próprio autor ainda questiona o porquê de ainda existir insucessos mesmo atendendo a todos estes requisitos.

### Plano de negócio

O plano de negócio é a ferramenta principal para o sucesso do empreendimento, nele são caracterizadas todas as etapas de abertura da empresa.

É um documento preparado pelos empreendedores em que são descritos todos os elementos externos e internos relevantes com frequência uma integração dos planos funcionais como os de marketing, finanças, produção e recursos humanos, enfim sendo um documento que reúne informações sobre as características, condições e necessidades do futuro empreendimento, com o objetivo de analisar sua potencialidade e sua viabilidade e facilitar sua implantação.

## Plano de Marketing

O planejamento de marketing é uma ferramenta essencial para conhecer o cliente e chegar a fundo de suas ideias. Segundo Peter Drucker (apud KOTLER; KELLER, 2006, p. 4) dizem que:

Pode-se considerar que sempre haverá a necessidade de vender. Mas o objetivo do marketing é tornar supérfluo o esforço de venda. O objetivo do marketing é conhecer, entender o cliente tão bem que o produto ou serviço seja adequado a ele e se venda sozinho. Idealmente, o marketing deveria resultar em um cliente disposto a comprar. A única coisa necessária então seria tornar o produto ou serviço disponível.

## Motivação

Ter uma marca reconhecida e bem sucedida é importante para uma empresa. Mediante ao Bar do pai de uma aluna da Etec de Sapopemba, os alunos da Etec decidiram realizar uma pesquisa para que haja uma melhoria na questão visual da empresa e na fidelização de clientes.

## Problema

A empresa na qual foi realizada a pesquisa, não possui logotipo, redes sociais para divulgação, funcionários qualificados para o atendimento, não havia muitos clientes. Dessa forma, é possível notar que a falta de uma consultoria para auxiliar uma “marca/empresa” pode impactar direta ou indiretamente

## Hipótese

Acredita-se que através do branding seria mais fácil fidelizar clientes e atrair consumidores. Logo a empresa poderá possuir um lucro maior e um reconhecimento de marca.

## Objetivo

Segundo o site da [pebmed.com.br](http://pebmed.com.br) “A venda online de bebidas alcoólicas subiu 93,9%, com 248,9 mil compras realizadas. A pesquisa analisou o consumo de 24 de fevereiro a 3 de maio e comparou os resultados com o mesmo período de 2019”.

Levando em consideração o atual cenário sobre o crescimento das bebidas alcoólicas em geral em nosso cotidiano, a consultoria Hordeum tem como objetivo:

1. Elaborar um plano de negócios
2. Criar uma identidade visual para o cliente
3. Orientar através de estratégias adequadas e voltadas para o mercado, baseadas em ações de marketing direcionadas
4. Reconhecimento de marca
5. Avaliar lucro, gastos, investimentos.

Logo, com a consultoria Hordeum, o cliente sabe por onde começar, o que fazer, como atrair público, ter sua identidade visual etc.

A pesquisa que a consultoria faz para seu cliente é de forma online nos primeiros momentos, com perguntas básicas e para ir conhecendo o cliente.

Em seguida, visitas ao local onde se localiza ou o bar, restaurante, buffet e etc. são realizadas para que haja uma melhoria.

A consultoria visa crescer a empresa do cliente tanto na economia, quanto no conhecimento da marca, um bom exemplo para que isso aconteça são as redes sociais.

## Justificativa

É necessário realizar a justificativa da consultoria, uma vez que foi apresentada os objetivos e a motivação do projeto. A empresa na qual a pesquisa está sendo realizada precisa de uma identidade visual, atrair clientes, redes sociais para um meio de comunicação e divulgação e reconhecimento de marca. Através da consultoria, seria apresentada proposta do projeto, como, logotipo, valores, retorno do investimento. Em suma, tudo se relaciona ao branding, visando atrair clientes e chamar atenção no mercado.



## Missão, Visão e Valores

**Missão:** Atuar com bares e casas noturnas, contribuindo para a criação de valores aos nossos clientes, através de orientações estratégicas adequadas e orientadas para o mercado, baseadas em ações de marketing direcionadas ao segmento da empresa.

**Visão:** Ser uma consultoria referência nacional, com o objetivo de oferecer aos clientes e aliados uma relação com grande durabilidade.

**Valores:** Agimos dentro de princípios éticos, firmes e íntegros, seguindo as normas de conduta estabelecidas pela legislação. Não agimos com a desigualdade de pessoas, tratamos todas com cordialidade. Nossa comunicação é guiada pela empatia, respeito e transparência.

## Metodologia

A empresa será denominada como “Hordeum”, do latim hórdeo, que significa cevada. Um grão que auxilia no crescimento, no aprendizado e na luta contra o envelhecimento precoce, além de ser a fonte de alimento para pessoas e animais.

Partilhando dessas características do grão, nosso nome carrega esses aspectos que buscamos entregar aos nossos clientes, o “crescimento”.

## Identidade Visual

As cores podem ser percebidas e interpretadas de diferentes formas por diferentes pessoas, e transmitem sensações diferentes para cada indivíduo. Em nossa consultoria as cores também seguem esta mesma linha de pensamento, onde queremos transmitir por cada cor usada uma mensagem definida.

Intencionamos por meio da cor bege transmitir a autoconfiança, leveza e conforto. A cor amarela transmite concentração e alegria. Na cor preta transmitimos respeito, elegância e força.

“Na psicologia é associado a: estímulo, energia, aquecimento, alegria, otimismo, esperança e espontaneidade. Efeitos: Aumenta um pouco a pressão sanguínea.

Estimula o lado racional do cérebro. Ajuda na tomada de decisão, trazendo clareza de ideias. ” [www.pardeideias.com]

## Tipografia

Optamos por duas fontes para a tipografia. Para a palavra em destaque, Hordeum, utilizamos a Libre Baskerville por ser clássica e imprimir respeito. Já na segunda palavra, consultoria, e o restante como textos complementares, optamos por um contraste que fosse moderno e facilmente legível. Dessa forma, decidimos pela fonte Montserrat.

## Contato

Email: [hordeumconsultoria@gmail.com](mailto:hordeumconsultoria@gmail.com) Instagram: @hordeum\_consultoria

Facebook: Hordeum Consultoria/ @Hordeum.Consultoria Telefone: (11)96296-3886

## Departamento da Hordeum

Responsável	Setor
Cauã Lucas	Design Visual
Laíz Dias	Administração/Financeiro
Mariana Fernandes	Gestão da Qualidade
Raíssa Melanie	Redes Sociais

## Preço

O preço de cada produto oferecido será evidenciado no plano financeiro no decorrer do projeto, o qual foi formado através de pesquisas feitas em relação a outras empresas que já atuam na área (em outras regiões), e levando em consideração a disposição de pagamentos que as empresas estudadas na pesquisa de campo estão dispostas a investir.

## Praça

A Hordeum Consultoria está localizada na cidade de São Paulo - SP, mercado pouco explorado em relação ao de serviço específico prestado pela empresa, não há concorrentes evidentes.

## Publicidade, propaganda e promoções

A definição de promoção é toda a comunicação e venda ao público-alvo potencial, que segundo Philip Kotler: “É um termo genérico para vários instrumentos, que são endereçados aos consumidores, ao comércio ou à própria força de vendas do fabricante”

A publicidade é a alma do negócio e vamos seguir esses passos para propagação:

1. Divulgação em propaganda do youtube/instagram
2. Publicação em redes sociais
3. Workshops abertos para o público sobre os serviços oferecidos.
4. As promoções feitas para os clientes foram com base na fidelidade do cliente.

## Plano financeiro

O nosso cliente base Point do Palmeiras, com a orientação da Hordeum Consultoria de marketing digital, atingiu o aumento de 20% no primeiro mês. Com grande abrangência nas visibilidades em redes sociais, embarcou também no grande

potencial do evento da Copa do Mundo, tendo cada vez mais reconhecimento da marca e aumento das vendas.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Úrsula Neves Jornalista formada pela Universidade Estácio de Sá (UNESA), pós-graduada em Comunicação com o Mercado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e em Gestão Estratégica da Comunicação pelo Instituto de Gestão e Comunicação (IGEC/FACHA).

Disponível em: <https://pebmed.com.br/consumo-de-bebidas-alcoolicas-cresce-939-na-quarentena/>

[https://ibrafig.org.br/noticias/mais-da-metade-da-populacao-brasileira-consome-bebidas-alcoolicas-todos-os-dias-e-maioria-desconhece-impacto-na-saude-do-seu-figado-revela-pesquisa-datafolha-para-ibrafig/\[www.pardeideias.com\]](https://ibrafig.org.br/noticias/mais-da-metade-da-populacao-brasileira-consome-bebidas-alcoolicas-todos-os-dias-e-maioria-desconhece-impacto-na-saude-do-seu-figado-revela-pesquisa-datafolha-para-ibrafig/[www.pardeideias.com])

