

DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário

Ramo de Atividade: comércio

Tipo de Negócio: distribuidora de bebidas

Produtos Ofertados/Produzidos: bebidas em geral

Investimento inicial: R\$ 220 mil

Área: 600m²

APRESENTAÇÃO

A Bohemia foi a primeira cerveja a ser fabricada no Brasil, em 1853. Sempre produzida em quantidades limitadas na fábrica de Petrópolis (RJ), com água pura e cristalina da montanha, mantém há 147 anos sua fórmula original de fabricação. Acostumado ao sabor das cervejas européias, o suíço Joseph Villiger inaugurou a Manufatura de Cerveja Brahma Villiger & Companhia em 1888, lançando comercialmente a Brahma chopp.

Em 13 de março de 1889, foi publicado no jornal “A Província de São Paulo” (hoje O Estado de São Paulo) o primeiro anúncio de uma cerveja brasileira: “Cerveja Antartica encontra-se à venda na Rua Boa Vista, 50 A”.

A marca Franziskaner-Bräu, popularmente conhecida como “Franciscana”, foi registrada por Villiger. Também foi lançada a cerveja Caracu, pelo Major Carlos Roiz Pinto, na cidade de Rio Claro (SP), ambas em 1899. Depois da Franziskaner-Bräu, a Brahma passou a produzir as marcas Ypiranga, Pilsener, München, Bock-Ale, Guarany e Brahma-Porter.

Em 1914 foi registrada a Malzbier da Brahma. Seguido do lançamento do Chopp da Brahma, em 1934, que foi engarrafado e passou a se chamar Brahma Chopp.

A Brahma Extra, com extrato forte e encorpado, foi lançada em 1943.

A Skol lançou a primeira cerveja em lata do Brasil, em folha de flandres em 1971. A próxima novidade nesse mercado veio 7 anos depois: a garrafa personalizada de vidro na cor âmbar pela introduzida pela Brahma Chopp. Esta mesma cervejaria, na década de 80 lançou a Brahma Beer, própria para exportação; cerveja light, com baixa fermentação e baixo teor alcoólico; e a cerveja Malt 90, mais clara, tipo Pilsen, de médio teor alcoólico, sabor suave e agradável. Ainda nessa década a Skol lançou a primeira cerveja em lata de alumínio.

A década de 90 foi marcada pela Skol Fest (lata de cinco litros); pelo lançamento da Skol Pilsen, em embalagem descartável de vidro de 350ml com tampa de rosca, chamada de long neck, e em lata de alumínio com 500ml; Skol Ice; six pack; Bock e Polar Pilsen; o lançamento da cerveja Bavária Premium e a primeira cerveja sem álcool do Brasil, a Kronenbier, pela Antartica; Brahma lançou a cerveja Miller Genuine Draft.

Finalmente entramos no século XXI e a cerveja continua com seu lugar garantido na preferência brasileira. No ano 2000 ocorreu uma importante alteração no mercado das cervejas. Surgiu a Companhia de Bebidas das Américas – AmBev a partir da fusão das maiores e mais tradicionais empresas do setor no país: as centenárias Companhia Antartica Paulista e Companhia Cervejaria Brahma.

O objetivo imediato da histórica união foi consolidar uma organização capaz de ultrapassar as fronteiras do país e difundir as principais marcas brasileiras em todo o mundo.

A AmBev é a maior empresa de bebidas da América Latina e ocupa a sétima

posição no ranking mundial. Essa posição de liderança é fundamental para que seus produtos sejam competitivos com os dos gigantes do setor, o que proporciona divisas para o país e o reconhecimento da excelência da produção nacional.

MERCADO

No ano 2000 ocorreu uma importante alteração no mercado das cervejas. Surgiu a Companhia de Bebidas das Américas – AmBev a partir da fusão das maiores e mais tradicionais empresas do setor no país: as centenárias Companhia Antarctica Paulista e Companhia Cervejaria Brahma.

O objetivo imediato da histórica união foi consolidar uma organização capaz de ultrapassar as fronteiras do país e difundir as principais marcas brasileiras em todo o mundo. A AmBev é a maior empresa de bebidas da América Latina e ocupa a sétima posição no ranking mundial. Essa posição de liderança é fundamental para que seus produtos sejam competitivos com os dos gigantes do setor, o que proporciona divisas para o país e o reconhecimento da excelência da produção nacional.

Tornar-se um especialista no produto ou linha de produto é a mais comum das práticas comerciais. Você pode variar a oferta de bebidas na sua distribuidora e ser especialista em uma, por exemplo: a cerveja que geralmente é o carro chefe do negócio. O especialista de produto goza de prestígio pela qualidade e variedade, mas deve tomar cuidado, pois sua posição pode se fragilizar em função de oscilações no mercado, ou de mudanças nas orientações de seus consumidores, ou mesmo decorrente da evolução tecnológica. O empreendedor não pode se esquecer que os clientes não compram produtos, mas necessidades por eles satisfeitas. Dizendo de outra maneira, clientes não compram exatamente cerveja, mas sim o prazer em degustá-la. É o problema que Theodore Levitt denominava de “miopia de produto”.

Uma boa sugestão na definição do rumo que seu empreendimento vai tomar é encontrar um nicho. É importante especializar-se e, claro, não descuidar das outras competências da gestão.

Conhecer as características dos seus futuros clientes, porque preferem comprar tais produtos, quando fazem suas compras e quais são suas tendências de consumo são avaliações essenciais para o sucesso do seu empreendimento.

LOCALIZAÇÃO

A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar seu negócio é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. O local deve oferecer infra-estrutura adequada e condições que propiciem o seu desenvolvimento. É fundamental avaliar a facilidade do acesso a partir do perfil de sua clientela, oferecer estacionamento e opções de entrega domiciliar para aqueles que preferem receber as mercadorias em casa ou em seus estabelecimentos (serviço muito comum nesse ramo).

A escolha do local para instalar seu negócio é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. Lembre que as atividades econômicas da maioria das cidades é regulamentada em conformidade com um Plano Diretor Municipal (PDM). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar no imóvel escolhido por você. Esse deve ser seu primeiro passo para avaliar a implantação de sua empresa (na Prefeitura de Vitória esse documento é fornecido a partir de consulta no site <http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

Feita a "Consulta Prévia ao PDM", certifique-se de que o local escolhido oferece a infra-estrutura adequada à sua instalação e propicie seu crescimento. É

fundamental avaliar a facilidade do acesso para os clientes, lembrando aí que o perfil de sua clientela é determinante para essa definição.

ESTRUTURA

A estrutura básica deve contar com uma área mínima de 600 m², que será distribuída entre o escritório; galpão que será distribuído entre recepção, classificação das mercadorias, estoque, expedição; e banheiros e vestiários para os funcionários. No projeto deve ser considerado o fluxo de veículos de grande porte para carga e descarga.

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos implementados dependerão substancialmente da estrutura que vai ser montada, variando de acordo com o processo e mecanismo de trabalho adotado. Um projeto básico contará com:

- Prateleiras adaptadas para suportar peso;
- Empilhadeiras;
- Carrinhos manuais;
- Computador para controle de estoque (entrada e saída);
- Emissor de Notas Fiscais;
- Veículo de carga para fazer entregas.

INVESTIMENTOS

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando uma distribuidora de pequeno porte, voltada para um fluxo de 5.000 litros/mês, montada numa área de 600m², será necessário um investimento de R\$ 220 mil aproximadamente.

Obs.: o valor aqui estimado não contempla a área física do empreendimento.

Investindo em AUTOMAÇÃO

Uma tendência cada vez mais presente nas empresas que buscam o sucesso é automatizar as diversas atividades desenvolvidas. A automação melhora o dinamismo dos serviços oferecidos, reduzindo filas, tempo de espera, agilizando a emissão de notas fiscais, entre outros. Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes.

Investigue de que forma a adoção de um equipamento dessa natureza pode ser capaz de incrementar seus lucros.

PESSOAL

Na hora de selecionar as pessoas que irão trabalhar na sua empresa, você deve levar em consideração as habilidades específicas exigidas para cada tipo de atividade que desenvolverão. Na linha de produção, por exemplo, é fundamental que empregue mão-de-obra qualificada, que na maioria dos casos não se encontra pronta no mercado, tendo assim, que formá-la usando as diversas opções de treinamento. Já na área de vendas, saber ouvir, ter boa vontade, flexibilidade e ser persistente, são mais relevantes.

Mas existem características que são comuns a profissionais de todas as áreas: pessoas felizes com a vida, criativas, ágeis, prestativas e que tenham iniciativa.

Essas características podem ser desenvolvidas através de treinamentos periódicos, lembrando que não só os funcionários e gerentes devem ser treinados, mas também, o dono do empreendimento deve sempre se atualizar para se manter competitivo no mercado.

Na distribuidora você vai precisar inicialmente de 6 empregados, sendo: 1 na área administrativa, 3 no galpão, e 2 na entrega.

PROCESSOS PRODUTIVOS

Para uma Distribuidora de bebidas, o empreendedor precisará seguir um certo caminho para finalizar o seu serviço. Será necessário a recepção da matéria - prima, o depósito desse material, além da seleção e separação.

Após isso será necessário o acondicionamento desses produtos em depósitos separados. Após isso a expedição irá ver os pedidos feitos pelo escritório para levantar as necessidades e encaminhar para o cliente final.

Vale ressaltar que o empreendedor deve pensar em trabalhar com vários produtos, a escolher os que são mais atraentes para o seu público, como cervejas, refrigerantes, chás, bebidas mistas, conhaques, energéticos, espumantes, champagnes, prosecco, groselhas, ice, licores, miniaturas, refrigerantes, run, sidras, sucos, vinhos, vodkas e whiskies.

COMEÇANDO

Uma vez colocado em funcionamento o novo negócio, inicia-se um novo desafio: a sua gestão competitiva, capaz de oferecer ao mercado os melhores produtos e serviços e assegurar o retorno do capital investido. Gerenciar o negócio significa colocar à prova o talento, o conhecimento e a experiência do empreendedor.

Administrar é o processo de organizar o que foi planejado, assegurando a liderança e o controle na execução do trabalho de todos que fazem parte direta ou indiretamente da empresa. É usar os recursos administrativos disponíveis com vistas a alcançar os objetivos estabelecidos. E é aqui que entra a importância da busca contínua de informações. Estas podem ser adquiridas através da leitura, vídeos técnicos e administrativos, em feiras, palestras, treinamentos, e outros eventos. O próprio SEBRAE oferece muitos cursos de aperfeiçoamento: Administração Básica para Pequenas Empresas, Técnicas para Negociações, Lucratividade – Crescer, Sobreviver ou Morrer, Análise e Planejamento Financeiro, Controles Financeiros, Desenvolvimento das Habilidades Gerenciais, Gestão de Pessoas, entre outros.

CLIENTES

Para ganhar projeção no mercado você deve lançar um olhar crítico sobre seu futuro negócio, analisá-lo do ponto de vista do consumidor e a partir daí definir a clientela que pretende conquistar. Você pode começar identificando segmentos específicos e levantar informações como renda, idade, classe social, nível de instrução, etc., para traçar o perfil dos futuros consumidores do produto que sua empresa venderá.

Você deve, ainda, definir se vai atuar no mercado consumidor direto ou no mercado indireto e manter sempre atualizado um cadastro de clientes.

DIVULGAÇÃO

O ditado popular diz que “a propaganda é a alma do negócio”, mas a gente pode continuar dizendo que os “músculos” também são importantes. Assim, entendemos

que dotar os clientes internos (funcionários, os "músculos" do negócio) de informações sobre os produtos oferecidos é a chave para vendê-los ao cliente externo.

Voltando à "alma do negócio", concluímos que para atingir o consumidor e garantir as vendas, você deve planejar o seu marketing. E como fazer isso? A primeira sugestão é fazer uma análise da sua realidade: identifique quais são os custos de seus serviços, adapte-os e busque a otimização de sua alocação. Mantenha seus consumidores motivados, partindo para uma revisão da sua estrutura de comercialização, avaliando paralelamente, se essa estrutura atinge seu mercado-alvo com sucesso. Lembre-se que o marketing deve ser contínuo e sistêmico.

Considere ainda, que num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar as preferências e necessidades de seus clientes em relação às funções, finanças, facilidade, "feeling" (sensibilidade) e futuro.

As empresas devem ter consciência de que a qualidade nos serviços prestados é, ainda, a melhor forma de tornar-se conhecida e sólida num mercado competitivo. A propaganda boca a boca é fator de fortalecimento das marcas.

DIVERSIFICAÇÃO

Para alcançar o sucesso neste mercado é importante oferecer diferenciais. Procurar novas formas de apresentar os produtos tornando-os mais atrativos que os do concorrente. Incrementar as vendas, usando os meios de comunicação disponíveis no mercado, optando pelo atendimento a estabelecimentos comerciais e implementar sistemas de vendas diversificados. Uma boa forma de diversificar seu leque de atuação é agregando valor ao produto principal.

Montar cestas ou Kits de bebidas acompanhadas de copos específicos e iguarias para o famoso "tira-gosto", e embrulhar para presente é uma ótima opção para incrementar as vendas.

LEMBRETES

- Numa economia que tende à estabilização, saber definir o preço certo dos seus produtos é uma das ferramentas mais importantes da sua empresa. Harmonizar o desejo do consumidor e a expectativa de ganho do proprietário é o grande desafio.
- Enquanto o consumidor sempre deseja pagar menos e ter mercadorias de qualidade, o sonho do empresário é obter o melhor retorno, com o menor custo.
- Uma sugestão é buscar inspiração para essa "arte" em cursos que orientem o empreendedor a equacionar essa questão, como por exemplo, aqueles que ensinam a formação de preços.

NOTÍCIAS

Sentença proíbe distribuidora de vender bebidas alcoólicas em rodovias

24 de Abril de 2008

A Cia Brasileira de Distribuição, detentora das redes de supermercados Sé, Pão de Açúcar, Barateiro, Compre Bem e Extra, está proibida de comercializar bebidas alcoólicas em seus estabelecimentos localizados nas rodovias federais e adjacências. A decisão, em sentença, é do juiz federal João Batista Gonçalves, da 6ª Vara Cível de São Paulo.

Em seu entendimento, a Medida Provisória nº 415/2008, que proíbe a comercialização de bebidas alcoólicas em rodovias federais, cumpriu os requisitos

legais para sua edição, sendo legítima sua validade. Destacou, ainda, que o artigo 50 da Lei nº 9.503/97, do Código de Trânsito Brasileiro, também expressa as exigências de segurança no uso das áreas adjacentes às rodovias e estradas.

Ainda que até o momento inexistisse decisão no Supremo Tribunal Federal sobre a questão, "o entendimento que vem sendo majoritariamente firmado pelos tribunais ratifica a manutenção da MP nº 415/08 e do respectivo Decreto nº 6.366/08", diz o juiz.

Para João Gonçalves, é importante lembrar que no momento em que bares, restaurantes e demais estabelecimentos destinados explicitamente ao consumo imediato encontrarem-se vedados de vender bebidas alcoólicas à beira da rodovia, "por óbvio o interessado em consumi-las tenderá a 'furar' a proibição passando a comprá-las nos mercados".

Embora a medida provisória seja recente, o juiz argumenta que houve redução de vítimas fatais em 11,7% no trânsito do carnaval deste ano, "resultado suficiente para se observar a aparente efetividade da norma, cujos efeitos estatísticos poderão ser ainda mais sentidos com o decorrer do tempo".

Por fim, afirma que a atual situação coloca em confronto os direitos de natureza econômico-comercial e o direito à vida, à integridade física e à segurança, dentre outros. "Assim, enquanto outras medidas se fizerem insatisfatórias na redução do alto índice de acidentes, sejam fatais ou não, em rodovias, medidas como as adotadas são de salutar recepção".

Fonte: Justiça Federal do Estado de São Paulo - <http://www.jusbrasil.com.br/noticias/123835/sentenca-proibe-distribuidora-de-vender-bebidas-alcoolicas-em-rodovias>

CURSOS E TREINAMENTOS

Os cursos de empreendedorismo dão base para estruturar o seu plano de negócios, planejar a empresa e desenvolver características próprias e indispensáveis a empreendedores.

Iniciando um Pequeno Grande Negócio

Empretec

Administração Básica para Pequenas Empresas

O Administração Básica para Pequenas Empresas tem o objetivo de levar aos empresários informações sobre as principais áreas da administração de uma pequena empresa. É um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935

Ed. Sebrae – Centro

Vitória/ES

CEP: 29010-003

Tel.: 0800 - 570 0800

EVENTOS

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos que ocorrerão dentro da sua área (tipo, data, local de realização). Os eventos como feiras, roda de negócios, congressos,

etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

FIPAN - FEIRA INTERNACIONAL DA PANIFICAÇÃO, CONFEITARIA E DO VAREJO INDEPENDENTE DE ALIMENTOS 2009

Data: 21 a 24 de Julho de 2009

Local: ExpoCenter Norte

Organização: Seven Promoções e Propaganda

Rua Frei Caneca, 91 - 9º andar

São Paulo/SP

CEP: 01307-001

Tel.: (11) 3159-4223

E-mail: seven@sevenbr.com.br

<http://www.fipan.com.br>

FISPAL FOOD SERVICE

Data: 15 a 18 de Junho de 2009

Local: ExpoCenter Norte

Organização: FISPAL - Agência Internacional Privada de Desenvolvimento do Mercado de Alimentos.

Rua Ministro Nelson Hungria, 239 - cj. 04

Real Parque - São Paulo/SP

CEP: 05690-050

Tel.: (11) 3759-7090

Fax (11) 3759-7185

E-mail: falecom@fispal.com

SABOR ES - FEIRA DA GASTRONOMIA, HOTELARIA E TURISMO

Local: Parque de Exposições Floriano Varejão - Pavilhão de Carapina - Rodovia Governador Mário Covas "Rodovia do Contorno" - BR 101 - Carapina - Serra (ES)

Organização: Milanez & Milaneze

Av. José Rato, 1117

Bairro de Fátima

Serra (ES)

29160-790

Tel.: (27) 3434-0600

Fax.: (27) 3434-0601

E-mail.: milaneze@milanezmilaneze.com.br

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cabe sugerir consulta à "**CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA**", que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site:

http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixaba.pdf

Essa atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- Lei Federal nº. 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor. Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996, Lei nº 9.870/1999, Lei nº 11.785/2008 e Lei nº 11.800/2008.

- Lei Municipal nº. 6.080/2003 – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória. Altera os artigos nºs 20,27,43 e 67 da Lei nº 5.954/03 - Regulamentada pelo Decreto nº 11.975/04. Ref.Proc. 5766168/03. Lei nº 6412-05-acrescenta inciso IX ao § 2º. Alterada pelas Leis nºs 6679/06 e 6680/06. Acrescentado inciso IX ao § 2º do Art. 99, pela Lei nº 7.063/07. Regulamentado inciso III do Art. 194, pelo Decreto nº 13.853/08. Acrescentado artigos pela Lei nº 7598/08.

- Lei nº 4.742/98 - Dispõe sobre horário de funcionamento dos estabelecimentos prestadores de serviços, comerciais e industriais no município de Vitória – Alterada pela Lei nº 4.875/1999 e Revogada pela Lei nº 6.080/2003.

- Lei nº 4 987/99 - Dispõe sobre a proibição da venda de bebidas alcoólicas à menores de 18 anos, no município de Vitória.

REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;
- Registro na Secretaria de Estado da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social - INSS”;
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua borracharia para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.

ENTIDADES

PROCON – VITÓRIA

Casa do Cidadão João Luiz Barone
 Av. Maruípe, 2544 – Itararé, Vitória/ES
 CEP: 29.045-230
 Tel.: (27) 3382-5545
<http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

CENTRAL FÁCIL

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433 - Santa Luiza - Vitória (ES)
CEP: 29045-401
Fone: (27) 2127 - 3000

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS JURÍDICAS

Praça Costa Pereira, 30
Centro - Vitória (ES)
CEP: 29.010-080.
Tel: (27) 3132-1600
E - mail: cartorio@cartoriosarlo.com.br
<http://www.cartoriosarlo.com.br>

SEMUS - SEC. MUNICIPAL DE SAÚDE – VIGILÂNCIA SANITÁRIA DO MUNICÍPIO DE VITÓRIA

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 1185
Forte São João
Vitória (ES)
29.010-331
Tel.: (27) 3132-5058 / 3132 - 5059
<http://www.vitoria.es.gov.br/secretarias/saude/home.asp>

SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO

Av. Jerônimo Monteiro, 96
Ed. Aureliano Hoffman
Centro
Vitória (ES)
29010-002
E-mail: webmaster@sefaz.es.gov.br
<http://www.sefaz.es.gov.br>

ASSOCIAÇÃO BRAISILEIRA DE RESTAURANTES E EMPRESAS DE ENTRETENIMENTO – ABRASEL / ABREDI

Rua Itápolis, 1468
Pacaembu
São Paulo (SP)
Tel./fax: (11) 3663-6391 / 3663-1872
E-mail: abredi@abredi.org.br
<http://www.abrasel.com.br>

ASSOCIAÇÃO BRAISILEIRA DE RESTAURANTES E EMPRESAS DE ENTRETENIMENTO – ABRASEL / ABREDI - ESPÍRITO SANTO

Rua Frederico Lagassa, 30, salas 201 a 206
Ed. Scheila
Vitória (ES)
Tel. (27) 3038-1271
E-mail: abrasedes@abrasel.com.br
<http://www.abraseles.com.br>

Regional Sul

Rua Estrela do Norte, 31 - Sumaré
Cachoeiro de Itapemirim , ES – 29304-490

Telefax (28) 3518-0516
E-mail: regionalsul@sindbares.com.br

Regional Noroeste

Rua Alexandre Calmon 372 - Centro
Colatina , ES – 29700-040
E-mail: regionalnoroeste@sindbares.com.br

SINDBARES - SINDICATO DE RESTAURANTE BARES E SIMILARES DO ES.

Rua Frederico Lagassa, 30, salas 201 a 206
Ed. Scheila
Vitória (ES)
Tel. (27) 3038-1271
E-mail: sindbares@sindbares.com.br
<http://www.sindbares.com.br>

ABIR - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE REFRIGERANTES E BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS

Praça Floriano 19 / 24º andar
Cinelândia
Rio de Janeiro/RJ
Cep: 20031-050
Tel.: (21) 2262-3426

FORNECEDORES E FABRICANTES

O SEBRAE/ES se isenta de responsabilidades quanto à forma da atuação das empresas no mercado.

COCA-COLA

Brasal Refrigerantes
CSG 06 Lotes 1 e 2 - Taguatinga Sul
Brasília/DF
CEP: 72035-600
Tel.: (61) 3356-9999
Fax: (61) 3356-4748
<http://www.cocacoladf.com.br>

CIA DE BEBIDAS IPIRANGA

Av Dom Pedro I 2270
Ribeirão Preto/SP
CEP: 14055-630
Tel.: (16) 4009-2000

CIA FLUMINENSE DE REFRIGERANTES

Av Dom Pedro II 87
Porto Real/RJ
CEP: 27570-000
Tel.: (24) 3354-4717 / 3353-2252

REFRESCOS BANDEIRANTES INDÚSTRIA E COMÉRCIO

Rodovia Deputado Rezende Monteiro - Km 9,5

Setor Barcelos
Trindade/GO
CEP: 75380-000
Tel.: (62) 3236-2000 / 2069
Fax: (62) 3236-2006 / 2007

RIO DE JANEIRO REFRESCOS
Rua André Rocha 2299 - Jacarepaguá
Rio de Janeiro/RJ
CEP: 22710-561
Tel.: (21) 2429-1700
Fax: (21) 2429-1605

SOROCABA REFRESCOS
Rodovia Raposo Tavares - Km 104
Sorocaba/P
CEP: 18052-280
Tel.: (15) 3229-9900

SPAL - INDÚSTRIA BRASILEIRA DE BEBIDAS
Av Eng Alberto de Zagottis 352
Jurubatuba, São Paulo/SP
CEP: 04675-230
Tel.: (11) 2102-5500

AMBEV
Cervejarias Reunidas Skol Caracú
Rua Renato Paes de Barros 1017 4º andar
Bairro Itaim Bibi - São Paulo/SP
CEP: 04530-001
Tel.: (11) 2122-1200 / 0800-7074747

COMPANHIA BRASILEIRA DE BEBIDAS
Rua Renato Paes de Barros 1017 4º andar
Bairro Itaim Bibi - São Paulo/SP
CEP: 04530-001
Tel.: (11) 2122-1200 / 1363

INDÚSTRIA DE BEB ANTÁRTICA DO SUDESTE
Antiga Estrada Rio/São Paulo km 32 nº. 6011
Campo Grande - Rio de Janeiro/RJ
CEP: 23075-240
Tel.: (21) 2414-4734 / 4736 / 4737

PEPSI - COLA ENGARRAFADORA
Rodovia Don Gabriel Paulino Bueno Couto Km 66
Distrito Industrial – Jundiaí/SP
CEP: 13212-240
Tel.: (11) 4585-1800
Fax: (11) 4585-1810 / 1842

PEPSI

Pepsi-Cola Industrial da Amazônia
Rua Verbo Divino 1661 - 7º andar
Chácara Santo Antônio - São Paulo/SP
CEP: 04719-002
Tel.: (11) 5188-7000 / 7034
Fax: (11) 5188-7154 / 7392

SCHINCARIOL

Primo Schincariol - Ind de Cervejas e Refrigerantes
Av Primo Schincariol 2300 - Itaim
Itu/SP
CEP: 13312-250
Tel.: (11) 4022-9500
Fax: (11) 4022-9555

OUTRAS NACIONAIS

All Flash Comércio de Bebidas
Rua São Thomé 119 Conjunto 64
Vila Olímpia - São Paulo/SP
CEP 04551-080
Tel.: (11) 3841-9000

CERVEJARIAS CINTRA INDÚSTRIA E COMÉRCIO

Rua da Glória 344 10o Andar - Glória
Rio de Janeiro/RJ
CEP: 20241-180
Tel.: (21) 3970-8250
Fax: (21) 2507-9354

NESTLÉ WATERS BRASIL - BEBIDAS E ALIMENTOS

Praia de Botafogo 228 Sala 713 - Botafogo
Rio de Janeiro/RJ
CEP: 22359-900
Tel.: (21) 2553-1702
Fax: (21) 2132-1714

RED BULL DO BRASIL

Rua Iguatemi, 192 - Conjunto 92
Itaim Bibi - São Paulo/SP
CEP: 01451-010
Tel.: (11) 3016-2855
Fax: (11) 3016-2850

REGIONAIS

CAJUÍNA SÃO GERALDO

Av Padre Cícero Km 02
Juazeiro do Norte/CE
CEP: 63041-140
Tel.: (88) 3571-2931 / 2008

GOIÁS REFRIGERANTES

Rua T-47, Nº 1.119 - Setor Bueno

Goiânia/GO
CEP: 74210-180
Tel.: (62) 3096-6500

INDÚSTRIA DE BEBIDAS REFLEXA

Rua Clóvis Beviláqua 285
São Gonçalo/RJ
CEP: 24415-570
Tel.: (21) 2605-5656
Fax: (21) 2605-6173

REFRIGERANTES COROA

Rua Roberto Carlos Kautsky 234 - Campinho
CEP: 29260-000 - Domingos Martins - ES
Tel.: (27) 3268-1370
Fax: (27) 3268-1647

REFRIGERANTES PAKERA

Praça Montese 04 - Vila Inhomirim
Magé/RJ
CEP: 25935-000
Tel.: (21) 2677-7700

BIBLIOGRAFIA

- BOAS IDÉIAS. Guia do Empreendedor. Pequenas Empresas Grandes Negócios.
Adaptação: SEBRAE/ES.

Sites:

<http://www.abir.org.br>

<http://www.ambev.com.br>

<http://www.abir.org.br>

<http://www.ubrafe.com.br>

<http://www.sirva-se.com.br>

<http://www.ambev.com.br>

<http://www.vitoriasabor.com.br/bares/5/pt/index.php?nmedit=16>

Oportunidades de Negócios é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO :

UAD - Unidade de Atendimento e Desenvolvimento – SEBRAE/ES

Data da última atualização: dezembro de 2008