Lux Bar Ansião — Estudo de Transformação, Marca e Marketing

Nov 23, 2026 · @paripax

Resumo executivo

O Lux tem o espaço e o equipamento certos (bar, pátio grande, esplanada coberta com TV, bilhar, dardos e zona de DJ), mas hoje parece três bares diferentes colados uns aos outros. A recomendação é unificar tudo numa só marca — **«lux — good vibes, better drinks»** — com luz quente, paredes escuras, o DJ num sítio visível e uma programação semanal fixa que dê razões para voltar todas as semanas.

Diagnóstico em 5 linhas

1. Luz fria (branca) misturada com LED vermelho, verde e azul: o espaço parece montado, não pensado.
2. Paredes e tetos brancos e mobiliário misto (branco Sagres, castanho, preto) apagam o ambiente noturno.
3. Excesso de marcas de fornecedores (Sagres, Heineken, Bacardi, Fuze Tea) e quase nenhuma marca Lux.
4. O DJ está escondido num canto, ao lado da máquina de tabaco e da TV, com colunas em tripé.
5. O pátio tem potencial enorme, mas tem barris à vista, holofotes brancos e cadeiras de patrocinador.

Seis níveis de investimento (com IVA, estimados a partir de preços reais de novembro de 2026; detalhe na secção de custos)

Nível	O que muda	Investimento	Prazo
0 — Custo zero	Arrumação, desligar luz azul/verde e focos frios, mudar a máquina de tabaco, tirar marcas e tralha da vista, reivindicar o Google, arrancar o Lux Quiz	≈ 180 €	1 semana

Nível	O que muda	Investimento	Prazo
1 — Refresh	Paredes de destaque, lâmpadas quentes, fitas LED, velas LED, grinaldas no pátio, barris tapados, fotos novas	≈ 2 200 €	2–4 semanas, quase tudo feito pela equipa
1+ — Refresh Plus	Nível 1 + todas as paredes verde-escuro, teto preto na zona DJ, parede-logo «lux», DJ mudado para a parede-logo com cabine móvel e 2 barras LED, ripado atrás do DJ, palmeiras iluminadas	≈ 4 900 €	3–5 semanas
2 — Transformação (recomendado)	Nível 1+ com pintura profissional e teto escuro em todo o lado, cadeiras pretas, tampos de madeira, pendentes no balcão, cabine e som novos, zona de barris fechada, aquecedores, identidade visual por designer	≈ 16 000 €	4–6 semanas
2+ — Transformação Plus	Nível 2 + garrafeira retroiluminada, balcão revestido, bancos estofados, cortinas térmicas e som na esplanada, velas de sombra e mesas altas no pátio, letreiro de fachada	≈ 32 000 €	6–8 semanas
3 — Premium	Projeto de interiores, obra com teto falso e sancas, bar novo como nos renders, som instalado, mobiliário completo, pérgola no pátio	≈ 60 000 €	2–3 meses

Alavanca para baixar custos: a Sagres e a Heineken pertencem ao mesmo grupo em Portugal (a Central de Cervejas integra o grupo Heineken desde 2008 — ECO). Vale a pena negociar com o comercial da zona mobiliário, chapéus, frio ou sinalética em troca de volume ou exclusividade — mas exigindo cores neutras (preto) e logótipos discretos.

Primeiro passo recomendado: fazer já o nível 1 (antes do Natal e da Feira dos Pinhões, no fim de janeiro) e planear o nível 2 para o período fevereiro–abril, antes da época de esplanada.

Diagnóstico do estado atual

O Lux tem mais ativos do que a maioria dos bares de vila: o problema não é falta de espaço nem de equipamento, é falta de coerência. Esta leitura baseia-se nas 15 fotos atuais (tiradas à noite, algumas desfocadas); faltam medidas e planta, por isso algumas propostas têm de ser confirmadas no local.

Pontos fortes a aproveitar

- **Entrada com carácter:** porta de madeira antiga e moldura em pedra, seguida de porta de vidro — uma entrada «de refúgio» que pode ser assinatura da marca.
- **Pátio grande em calçada**, com palmeiras em vaso, chapéus e sebe de bambu: raro numa vila, ideal para verão e eventos.
- **Esplanada coberta em deck de madeira** com cortinas transparentes, fetos suspensos e TV grande com Sport TV: perfeita para futebol todo o ano.
- **Zona de jogos:** mesa de bilhar de design e máquina de dardos eletrónica — base para ligas e torneios.
- **Bar funcional:** balcão em L com tampo preto, máquina de café, torneira de cerveja, frigoríficos e garrafeira.
- **Zona de DJ já existente** com colunas, parede de pedra decorativa e papel de parede tropical.

Problemas por zona

Zona	O que se vê nas fotos	Efeito no cliente
Iluminação geral	Focos e réguas de luz branca fria; LED vermelho no teto, verde no reclamo Heineken, azul nas prateleiras	Ambiente de café de dia, não de bar à noite; fotos ficam feias e com cores estranhas
Paredes e teto	Quase tudo branco; tetos baixos brancos refletem a luz	Espaço frio, ecoante, sem intimidade
Balcão	Frente em vinil efeito mármore com LED vermelho; prateleiras de garrafas pouco iluminadas	Parece improvisado; a garrafeira, que podia ser o cenário principal, não brilha

Zona	O que se vê nas fotos	Efeito no cliente
Sala do DJ	Pedestal branco de DJ encostado à parede de pedra, colunas em tripé, TV e máquina de tabaco ao lado, néon de uma marca de terceiros	O DJ fica invisível e sem palco; a máquina de tabaco é o elemento mais iluminado da sala
Bilhar	Parede de sebe artificial com logótipo Heineken, régua de luz fria, chão cinzento, caixote do lixo dourado à vista	Zona «de patrocinador», desligada do resto
Dardos	Máquina branca com luz rosa junto à porta de vidro para a esplanada; ar condicionado e sinalética à vista	Funciona, mas é o único ponto rosa do bar
Esplanada coberta	Cadeiras brancas Sagres, mesas efeito madeira, ventoinha de chão, comandos e porta-guardanapos Fuze Tea	Confortável mas sem identidade Lux
Pátio	Holofotes brancos e verdes nas paredes, barris de cerveja e bidões empilhados à vista, mesas altas castanhas misturadas com cadeiras brancas	À noite parece um quintal; a arrumação à vista desvaloriza o espaço

Contexto local: o concelho de Ansião tinha 11 642 habitantes nos Censos de 2021 (City Population / INE). Isto significa que o Lux não pode viver só do centro da vila: precisa de puxar clientes dos concelhos vizinhos e de ser o sítio onde os grupos de amigos marcam encontro. Na própria vila há concorrência com projeto de arquitetura, como o Tarouca Gastro Bar (Amazing Architecture), o que sobe a fasquia do aspeto.

O conceito do amigo (renders): o que manter e o que adaptar

Os quatro renders acertam na direção — verde-escuro, preto, madeira quente, velas e o logótipo «lux» dourado — e devem ser a base do projeto. Mas são imagens geradas: a geometria, a garrafeira e as paredes de tijolo não correspondem ao espaço real, e o custo de os reproduzir à letra fica no nível 3.

Elemento do render	Manter?	Como adaptar à realidade
Paredes verde-garrafa + teto preto	Sim	Verde-escuro mate nas paredes principais; teto preto ou cinza-grafite (esconde condutas e ar condicionado)
Logótipo «lux» em script dourado + «GOOD VIBES / BETTER DRINKS»	Sim, é o melhor do projeto	Uma única parede-logo por sala, iluminada de cima; o mesmo logótipo em tudo (copos, menus, Instagram)
Cadeiras pretas iguais + mesas de tampo de madeira	Sim	Substituir as cadeiras brancas no interior; aproveitar bases das mesas existentes e trocar só tampos
Velas/candeeiros âmbar em todas as mesas	Sim	Velas LED recarregáveis (sem cera, sem risco)
Plantas e floreira junto à coluna espelhada	Sim	Reaproveitar as plantas que já existem; agrupá-las em floreiras escuras
Faixa de LED vermelho em todo o perímetro do teto	Com cuidado	Vermelho saturado em todo o lado cansa e lembra discoteca barata. Usar branco quente (2700 K) como base e vermelho só como acento, regulável, nas noites de DJ
Frente do balcão em pele castanha + garrafeira retroiluminada	Sim (nível 2/3)	Nível 2: revestimento em vinil ou ripado escuro + fita LED quente sob o tampo e nas prateleiras. Nível 3: balcão novo
DJ no mesmo canto junto à pedra	Não	O render mantém o problema atual; ver a secção do DJ
Néon «Sauvage» e logótipos Bacardi/Heineken grandes	Não	Trocar por uma frase própria em néon (ex.: «better drinks») e deixar no máximo um reclamo de fornecedor por sala
Pátio e esplanada	Não aparecem	São metade do negócio no verão; acrescentar ao projeto

Conceito e identidade

Posicionamento: o Lux é o sítio de Ansião onde se começa e acaba a noite — copo bem feito, música boa, futebol, jogos e um pátio que não há em mais lado nenhum. Frase-mãe: **«good vibes, better drinks»** (já existe no conceito do amigo; manter).

Público-alvo

- 20–35 anos da vila e dos concelhos vizinhos, em grupo, sexta e sábado.
- Adeptos de futebol (jogos grandes da Liga e Champions), todas as idades.
- Grupos de amigos e colegas para jogos (bilhar, dardos, quiz) durante a semana.
- Aniversários, despedidas e jantares de empresa que procuram um espaço privado.

Paleta e materiais

Papel	Cor / material	Referência aproximada
Base (paredes)	Verde-garrafa mate	Tom tipo RAL 6009 «verde-abeto», afinado no simulador de cor da loja
Teto e serralharia	Preto / grafite mate	RAL 9005 ou 7021
Acento de marca	Dourado/latão (logótipo, candeeiros)	Vinil metalizado dourado ou letras em PVC lacado
Calor	Madeira escura (tampos, frente do balcão, ripado)	Nogueira / carvalho escuro
Luz	Branco quente 2700 K em todo o lado; vermelho só como efeito	Nunca luz fria acima de 3000 K nas zonas de cliente
Natureza	Plantas verdes reais ou artificiais de qualidade	Reaproveitar as existentes

Logótipo: manter o script «lux» em minúsculas; pedir ao designer versões horizontal, símbolo (só o «l» ou «lx» para avatar do Instagram), mono branco e mono dourado. Tipografia secundária simples e fina (ex.: Montserrat ou Inter, gratuitas no Google Fonts).

Zonas com nome (ajuda a comunicação e as reservas)

- **Lux Bar** — sala principal e balcão.
- **Lux Sessions** — zona do DJ e pista.
- **Lux Games** — bilhar e dardos.
- **Lux Garden** — pátio e esplanada coberta (futebol no inverno, sunsets no verão).

Reposicionamento do DJ

Recomendação: **tirar o DJ do canto e pô-lo de frente para a sala, com a parede-logo «lux» atrás (opção B)**, e ter uma cabine móvel para levar para a esplanada no verão (opção C). Assim, cada foto ou vídeo do DJ é publicidade grátis: DJ + logótipo + pessoas.

Regras para escolher o sítio (confirmar com planta e medidas)

1. O DJ tem de ver a pista e o balcão, e ser visto da porta e da esplanada.
2. Atrás do DJ deve estar a parede-logo, não uma TV, máquina de tabaco ou porta.
3. Pelo menos 2,5 m livres à frente para formar pista sem bloquear a passagem para o WC e para o pátio.
4. Tomada dedicada perto (circuito próprio, para o som não «cair» com a máquina de café ou o frio).
5. Colunas apontadas para dentro e longe das portas para a rua, para controlar o ruído para a vizinhança.

Opções comparadas

Opção	Onde fica	Vantagens	Desvantagens	Custo aproximado
A — Ficar no canto, melhorado	Onde está hoje, junto à pedra	Barato e rápido	Continua escondido; TV e máquina de tabaco ao lado	150–400 € (tirar máquina de tabaco, frente do pódio com logótipo, 2 barras LED)
B — Na parede-logo (recomendada)	Parede lateral a seguir à entrada, de frente para a sala e para o balcão	Palco natural, ótimo para fotos, pista em frente	Exige mudar cabos e colunas; pode obrigar a reorganizar mesas	900–3 000 € (cabine + colunas na parede + luz)
C — Cabine móvel para o Lux Garden	Esplanada coberta no verão, sala no inverno	Sunsets e eventos de verão; serve as duas zonas	Montar/desmontar; ver ruído e licença no exterior	229–599 € (só a cabine)

Opção	Onde fica	Vantagens	Desvantagens	Custo aproximado
D — DJ no topo do balcão	Extremo do balcão, junto à torneira	Barman pode pôr música nos dias calmos	Rouba espaço de serviço; não serve para noites grandes	300–500 € (controlador + suporte)

Cabines de DJ reais (Thomann Portugal, com IVA)

Modelo	Tipo	Preço
Roadworx DJ Table	Mesa dobrável em aço, até 100 kg	229 €
Roadworx DJ Table Alu Basic	Alumínio, leve	363 €
Omnitronic BOOZ Event Stand	Móvel, com saco, aceita frente personalizada	399 €
Glorious Session Cube XL	Cabine de design, 150 x 90 x 45 cm, passa-cabos	599 €
Headliner Malibu DJ Booth	Pódio para eventos, 3 peças	869 €
Magma Groove Terminal	Premium, contraplacado preto	1 190 €
Cabine fixa em carpintaria (MDF lacado preto + ripado + logótipo)	Feita à medida por carpinteiro local	800–1 500 € (estimativa, pedir 2 orçamentos)

Som e luz do DJ (só se o bar não tiver equipamento próprio ou se o atual estiver gasto)

Equipamento	Para quê	Preço
Pioneer DJ DDJ-FLX4	Controlador de entrada, para a casa ter sempre um setup	289–333 €
Pioneer DJ XDJ-RX3	Sistema autónomo profissional (DJs convidados tocam com pen USB)	cerca de 1 864 €
RCF ART 712-A MK5 (x2)	Colunas principais, fixar na parede com suporte	529 € cada
the box pro Achat 115 Sub A	Subwoofer 15” para noites de DJ	615 €

Equipamento	Para quê	Preço
Eurolite LED Bar-12 QCL RGBW (x2)	Luz de fundo na parede-logo e na pista	129 € cada
Eurolite LED Multi FX Laser Bar	Efeito de pista só para sábados e eventos	231 €

Regra de som: durante a semana, música de fundo baixa em playlist; o «modo DJ» (subwoofer, efeitos e luz vermelha) só à sexta e ao sábado a partir das 23h. Isto mantém o Lux confortável para conversa e jogos e torna as noites de DJ um acontecimento.

Transformação por zona

Cada zona tem três níveis de intervenção; os níveis somam-se (o 2 inclui o 1). A mudança com mais impacto por euro é a luz: trocar tudo para branco quente 2700 K muda o bar inteiro numa noite.

Zona	Nível 1 — Refresh	Nível 2 — Transformação	Nível 3 — Premium
Entrada (porta de madeira e pedra)	Limpar e olear a porta; luz quente sobre a pedra; vinil «lux» discreto no vidro interior; tapete preto com logótipo	Pequeno reclamo «lux» em néon LED ou letra de latão junto à porta; planta grande em vaso preto	Letreiro corpóreo iluminado na fachada (com licença da Câmara); iluminação rasante na pedra
Lux Bar (sala e balcão)	Lâmpadas 2700 K; fita LED quente sob o tampo e nas prateleiras de garrafas; desligar o LED azul; frente do balcão em vinil efeito madeira escura; velas LED nas mesas; tirar porta-guardanapos e material de marcas	Pintura verde-escuro + teto grafite; parede-logo «lux»; ripado escuro na frente do balcão; pendentes sobre o balcão; cadeiras pretas iguais; tampos de madeira	Balcão novo em pele/lacado com garrafeira retroiluminada como no render; sancas no teto com luz indireta; cenas de luz programáveis (dia / noite / DJ)

Zona	Nível 1 — Refresh	Nível 2 — Transformação	Nível 3 — Premium
Lux Sessions (zona DJ)	Mudar a máquina de tabaco para junto da entrada ou do WC; tirar o néon de terceiros; frente do pódio branco forrada com vinil preto + logótipo	Cabine nova na parede-logo; colunas na parede; 2 barras LED; painéis acústicos ripados atrás do DJ (reduzem eco)	Cabine em carpintaria à medida; som instalado com processador e limitador; pista com chão diferenciado
Lux Games (bilhar e dardos)	Trocar a régua fria do bilhar por candeeiro de bilhar quente; caixote do lixo escondido; ranking da liga num quadro preto	Pintar a parede da sebe de verde-escuro ou trocar sebe por ripado; logótipo Lux em vez do Heineken (negociar); máquina de dardos com moldura preta para disfarçar o branco	Sofás/bancos corridos para espectadores; ecrã com ranking ao vivo
Lux Garden — esplanada coberta	Comandos e ventoinha fora da vista; velas LED; mantas para o inverno	Aquecedores de exterior (gás ou infravermelhos); cortinas transparentes limpas e com logótipo; ecrã maior para futebol	Fecho envidraçado ou cortinas térmicas; som zonado separado da sala
Lux Garden — pátio	Grinaldas de luzes quentes em zigue-zague sobre a calçada; desligar holofotes verdes; tapar barris e bidões com biombo de cana ou ripado	Projetores quentes a iluminar as palmeiras de baixo para cima; zona de barris fechada com porta; mesas altas iguais; bancos de palete para eventos	Pérgola com toldo retrátil; palco pequeno para DJ/acústico; balcão de apoio exterior para o verão

Arrumação é decoração: antes de comprar seja o que for, fazer uma tarde de limpeza — tirar tudo o que é de armazém da vista dos clientes (barris, bidões, caixas, ventoinhas, comandos, caixotes). É grátis e muda metade da perceção.

Marcas de fornecedores: regra de no máximo um reclamo de fornecedor por zona e nenhum por cima do logótipo Lux. O resto da sinalética, menus e copos com a marca Lux.

Renders e modelo 3D, zona a zona

Todas as zonas foram modeladas em 3D e renderizadas no estado atual e nos 6 níveis. O modelo 3D interativo permite rodar à volta do bar, escolher o nível e mudar o DJ entre as posições A, B, C e D. A planta segue as indicações do dono: a porta fica na parede lateral, junto ao canto; o balcão corre ao longo da parede da frente, com o canto e a torneira virados para quem entra; o DJ recomendado fica na parede lateral a seguir à entrada. As dimensões continuam assumidas a partir das fotos: sala principal de ≈ 11 x 9 m, sala de jogos de ≈ 7 x 9 m, esplanada coberta de ≈ 10 x 6 m e pátio de ≈ 26 x 21 m. As cores, a luz e a disposição seguem o estudo; as medidas têm de ser confirmadas no local. Não são imagens fotorrealistas: servem para comparar opções lado a lado.

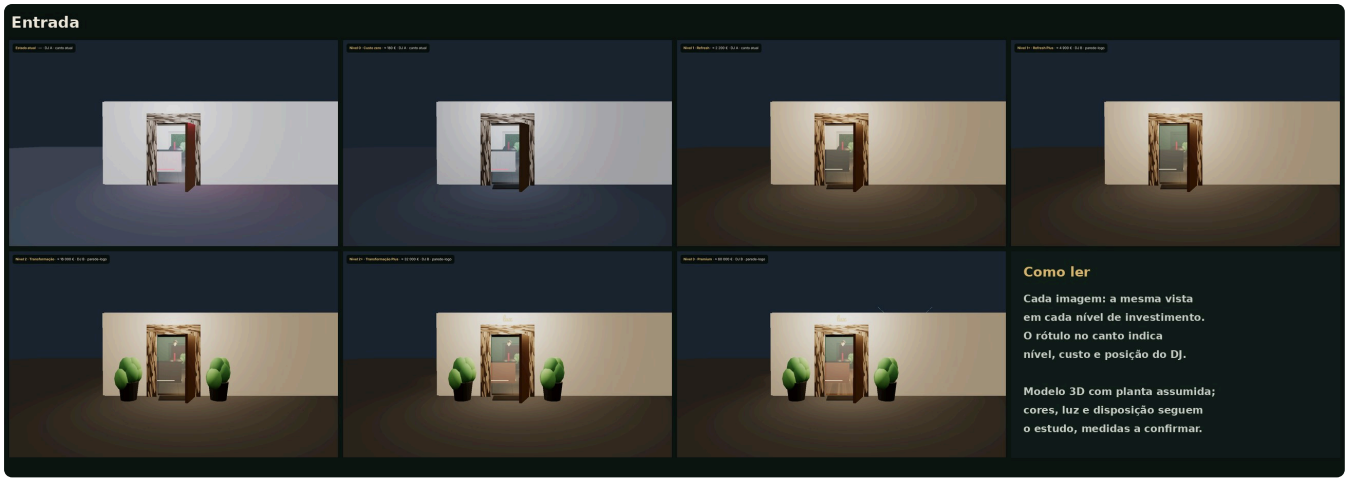
Vista geral

A vista de cima mostra o que muda no conjunto: do branco com luz fria e verde no pátio (atual) para paredes verdes, teto escuro e pátio iluminado com grinaldas (níveis 1 a 2), até ao chão de madeira, à pérgola e ao palco exterior (nível 3).



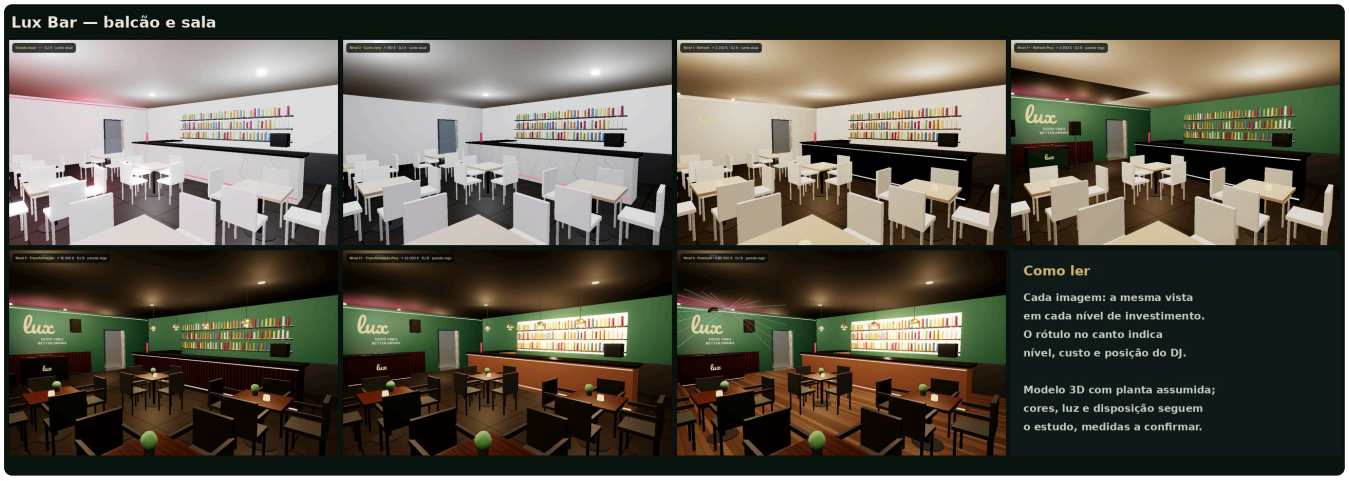
Entrada

- **Medidas de referência:** vão da porta ≈ 1,2 x 2,2 m, moldura de pedra ≈ 0,35 m de cada lado.
- **Nível 0–1:** limpar e olear a porta de madeira; tapete preto com logótipo (≈ 60 x 100 cm); lâmpada quente por cima da porta.
- **Nível 2:** 2 vasos pretos grandes (≈ 50 cm de diâmetro) com plantas, um de cada lado.
- **Nível 2+ e 3:** letreiro «lux» iluminado por cima da porta (≈ 100 x 50 cm); pedir licença de publicidade à Câmara antes de encomendar.



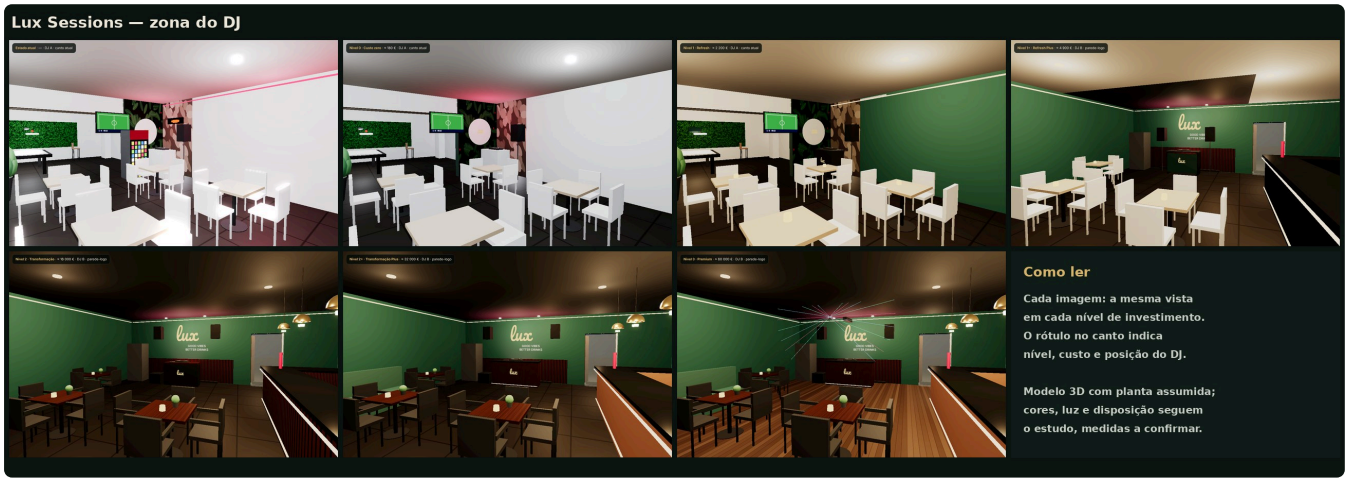
Lux Bar — balcão e sala

- **Balcão em L (≈ 6,2 m ao longo da parede da frente + retorno de 1,9 m, 1,05 m de altura), com o canto e a torneira virados para a porta:** frente em mármore branco com LED vermelho (atual) → vinil efeito madeira escura, ≈ 5 rolos de 90 x 210 cm (nível 1) → ripado de madeira, ≈ 8 m² (nível 2) → pele sintética ou lacado com garrafeira retroiluminada (nível 2+).
- **Luz do balcão:** fita LED 2700 K sob o tampo, virada para o chão (≈ 7 m), e sob cada prateleira (≈ 14 m); no nível 2, 4 pendentes dourados a 1,9–2,0 m do chão, espaçados ≈ 1,2 m.
- **Garrafeira:** 3 prateleiras de ≈ 4,6 m; arrumar por cor e por tipo, com as garrafas mais bonitas ao centro, à altura dos olhos.
- **Sala:** 5 a 7 mesas de 75 x 75 cm com 4 cadeiras; corredor livre de pelo menos 1,2 m até à casa de banho e à esplanada.
- **Pintura:** verde-garrafa mate nas paredes (≈ 120 m² na sala, 2 demãos ≈ 24 L); grafite no teto (≈ 100 m², ≈ 20 L).



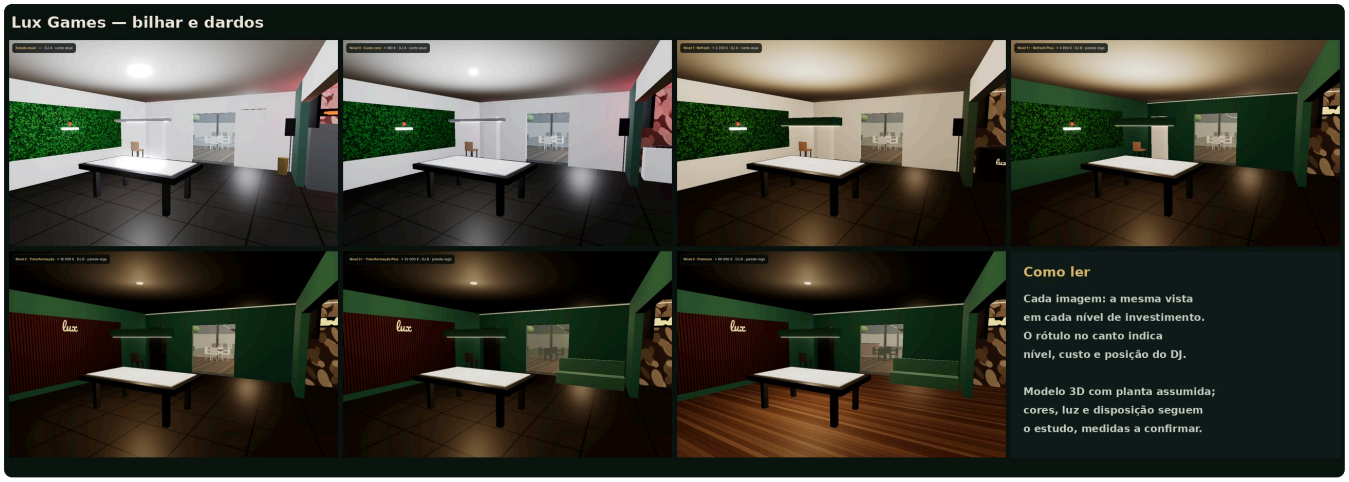
Lux Sessions — zona do DJ

- **Posição B (recomendada):** cabine na parede lateral a seguir à entrada, de frente para o balcão; logótipo «lux» com ≈ 3,2 x 1,6 m, centro a ≈ 2,0 m do chão; ripado de ≈ 4,2 x 1,0 m por trás da cabine; pista livre à frente com pelo menos 2,5 x 4 m.
- **Colunas:** a 2,0 m de altura, nos lados da parede-logo, inclinadas 10–15° para baixo; subwoofer debaixo ou ao lado da cabine.
- **Luz:** 2 barras LED no chão a iluminar a parede de baixo para cima (âmbar durante a semana, vermelho/magenta nas noites de DJ); 2 focos quentes no teto sobre o logótipo.
- **O que sai:** máquina de tabaco (para junto da entrada), néon de terceiros, colunas em tripé (nível 2).



Lux Games — bilhar e dardos

- **Bilhar:** manter ⩾ 1,5 m livres à volta da mesa para o taco; candeeiro de bilhar quente a ≈ 0,9 m acima do pano.
- **Parede:** sebe artificial com reclamo de patrocinador (atual) → ripado de madeira de ≈ 4,8 x 2,2 m com logótipo Lux (nível 2).
- **Dardos:** linha de lançamento marcada no chão a 2,37 m do alvo (medida oficial de dardos de ponta de aço; nas máquinas eletrónicas confirmar a distância indicada pelo fabricante); quadro preto da Liga ao lado.
- **Nível 2+:** banco corrido estofado para quem assiste.



Lux Garden — esplanada coberta

- **Deck de ≈ 10 x 6 m** com 5 mesas; TV de ≈ 65–75” na parede do edifício, centro a ≈ 1,8 m.
- **Inverno (nível 2):** 2 aquecedores de exterior (cogumelo a gás ou infravermelhos de parede), mantas nas cadeiras.
- **Nível 2+:** cortinas térmicas escuras com logótipo; 2 colunas pequenas com volume próprio para o futebol e os sunsets.
- **Nível 3:** fecho em vidro para usar todo o ano.



Lux Garden — pátio

- **Grinaldas:** 4 postes pretos de ≈ 3,3 m nos cantos de um retângulo de ≈ 16 x 11 m; grinaldas em zigue-zague a 2,7–3,2 m (10 grinaldas de 8 m no nível 1+).
- **Palmeiras:** um projetor quente no chão por vaso, apontado para cima (nível 1+).
- **Barris:** biombo de cana de ≈ 3,5 x 1,9 m (nível 1) → arrecadação fechada de ≈ 3,6 x 2,4 m com porta (nível 2).
- **Nível 2+:** 8 mesas altas iguais, 2 velas de sombra triangulares.
- **Nível 3:** pérgola de ≈ 15 x 9 m com toldo, palco de ≈ 3 x 2 m e balcão exterior de ≈ 3 m.



Posições do DJ comparadas (nível 2)

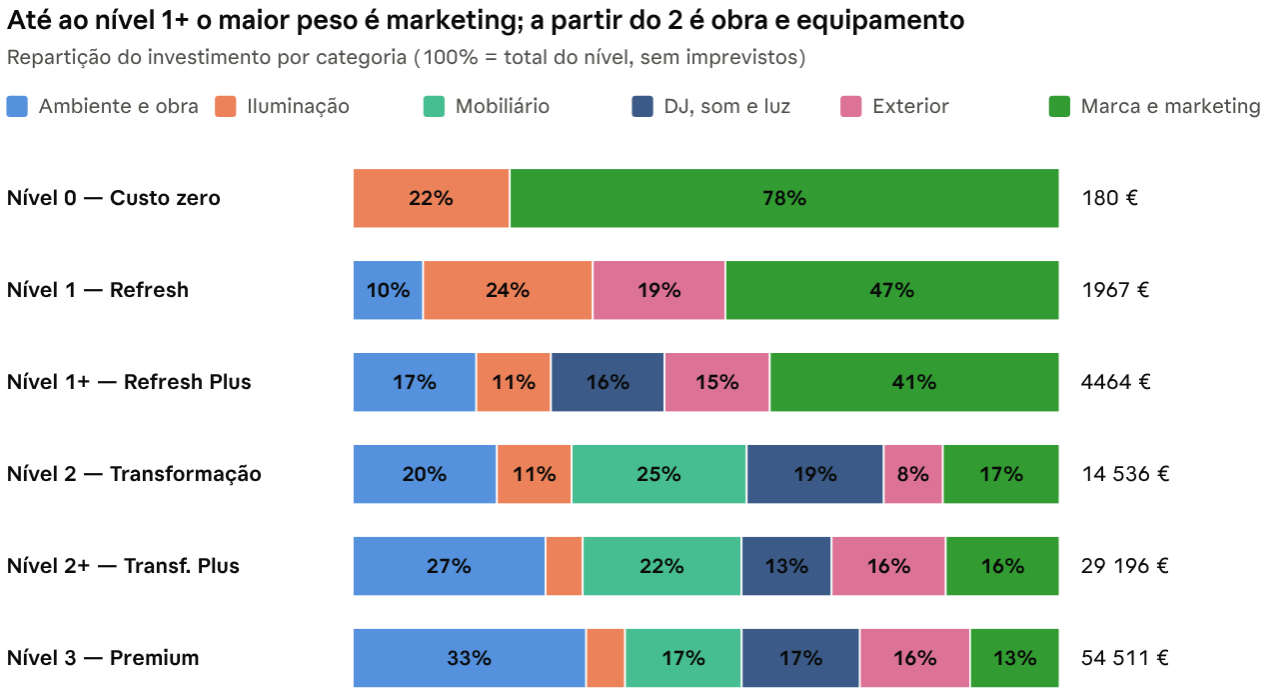
A é o canto atual, B a parede-logo lateral (recomendada), C a esplanada coberta e D o topo do balcão. A posição B é a única em que o DJ, o logótipo e a pista aparecem juntos na mesma imagem.



Estudo de custos por nível

Há seis níveis, do custo zero ao premium: **≈ 180 €, 2 200 €, 4 900 €, 16 000 €, 32 000 € e 60 000 €** (com 10% de imprevistos a partir do nível 1). Cada nível inclui o anterior, exceto o 3, que é uma obra completa. Preços com IVA consultados em novembro de 2026 nas lojas

indicadas. As linhas marcadas «estimativa» são valores de mercado e devem ser confirmadas com 2 ou 3 orçamentos locais (eletricista, carpinteiro, pintor). As quantidades assumem uma área interior de cerca de 150 m² e devem ser recalculadas com a planta.



Calculado a partir das tabelas de custos abaixo · preços de novembro de 2026

Quanto mais alto o nível, mais o dinheiro passa da comunicação para obra e equipamento. Por isso o nível 1 só resulta se o marketing for consistente: é aí que está metade do valor.

Nível 0 — Custo zero (≈ 180 €)

O que se faz numa semana sem gastar quase nada: muda a perceção do espaço e prepara a comunicação.

Ação	Como	Custo
Tirar tudo o que é de armazém da vista	Barris e bidões arrumados num só canto; ventoinha, comandos, caixotes e caixas fora das zonas de cliente	0 €
Desligar a luz que estraga o ambiente	LED azul nas prateleiras e holofotes verdes no pátio desligados; focos brancos da sala a metade ou apagados à noite	0 €

Ação	Como	Custo
Trocar as lâmpadas mais visíveis por 2700 K	Balcão e mesas principais	≈ 40 € (10 lâmpadas)
Mudar a máquina de tabaco	Pedir ao operador para a próxima visita; levar para junto do WC ou da entrada	0 €
Tirar o néon de terceiros e o material de marcas a mais	Guardar porta-guardanapos, autocolantes e cartazes de fornecedores	0 €
Reivindicar e corrigir o perfil do Google	Horário real, telefone, fotos novas, link para o Instagram	0 €
Lançar o Lux Quiz e a Liga Lux Games	Cartazes A3 + prémios do primeiro mês	≈ 140 €
Total		**≈ 180 €**

Nível 1 — Refresh (≈ 2 200 €)

Item	Referência	Qtd.	Valor
Tinta verde-escuro paredes de destaque	Luxens Mate 4 L, Leroy Merlin — 30,49 € (cor afinada na loja)	3	91 €
Primário, rolos, fita	Estimativa	—	40 €
Lâmpadas LED 2700 K	Estimativa (≈ 4 €/un.)	25	100 €
Fita LED 5 m (prateleiras e sob o tampo)	Fita LED Eurodomest, Action — 12,95 €	4	52 €
Velas LED recarregáveis	Estimativa (≈ 4 €/un.)	30	120 €
Candeeiro de bilhar com luz quente	Estimativa	1	80 €
Eletricista (meio dia)	Estimativa	—	120 €
Vinil efeito madeira para a frente do balcão	d-c-fix 90 x 210 cm, Leroy Merlin — 12,99 € (escolher tom escuro)	5	65 €
Grinaldas de luzes no pátio	Grinalda Allegra 8 m IP44, Leroy Merlin — 36,54 €	6	219 €

Item	Referência	Qtd.	Valor
Biombo de cana ou ripado para tapar barris	Estimativa	—	150 €
Vinil com logótipo, frente do pódio DJ, tapete	Estimativa (gráfica local)	—	200 €
Sessão fotográfica do espaço	Estimativa (fotógrafo local)	1	200 €
Anúncios Instagram/Facebook	150 €/mês	3 meses	450 €
Menus e flyers impressos	Estimativa	—	80 €
Imprevistos (10%)	—	—	197 €
Total			**≈ 2 164 €**

Nível 1+ — Refresh Plus (≈ 4 900 €)

É o melhor ponto de partida se o orçamento for curto mas houver vontade de mudar a imagem a sério: o DJ passa para a parede-logo e o bar fica todo escuro e quente, sem comprar mobiliário. Leva tudo do nível 1 menos a tinta e as grinaldas, que são substituídas por quantidades maiores.

Item	Referência	Qtd.	Valor
Base do nível 1 (luz, fitas LED, velas, vinil do balcão, biombo, vinis, fotos, menus, eletricista)	Ver tabela do nível 1	—	1 207 €
Tinta verde-escuro em todas as paredes (pintadas pela equipa)	Luxens Mate 4 L — 30,49 €	10	305 €
Tinta preta para o teto da zona DJ	Luxens Mate 4 L — 30,49 €	3	91 €
Ripado de madeira atrás do DJ	Painel ripado Artens — 34,88 €/m²	8 m²	279 €
Parede-logo «lux» em néon LED ou letras	Estimativa	1	450 €
Cabine de DJ móvel	Omnitronic BOOZ Event Stand, Thomann	1	399 €

Item	Referência	Qtd.	Valor
Frente impressa com logótipo para a cabine	Estimativa (gráfica)	1	60 €
Barras LED para a parede-logo	Eurolite LED Bar-12 QCL RGBW — 129 €	2	258 €
Grinaldas de luzes no pátio	Grinalda Allegra 8 m — 36,54 €	10	365 €
Projetores quentes para as palmeiras	Estimativa (≈ 25 €/un.)	6	150 €
Identidade visual básica (afinar o logótipo e modelos)	Freelancer, gama baixa de 200–1 500 €	1	300 €
Anúncios Instagram/Facebook	200 €/mês	3 meses	600 €
Imprevistos (10%)	—	—	446 €
Total			**≈ 4 911 €**

Nível 2 — Transformação (≈ 16 000 €) — recomendado

Item	Referência	Qtd.	Valor
Pintura profissional paredes + teto	Serviço de pintura desde 5,50 €/m², Leroy Merlin	≈ 300 m²	1 650 €
Tinta verde-escuro e grafite	Luxens Mate 4 L — 30,49 €	15	457 €
Ripado de madeira (parede do DJ + frente do balcão)	Painel ripado Artens, Leroy Merlin — 34,88 €/m²	16 m²	558 €
Carpinteiro (frente do balcão)	Estimativa	—	300 €
Fita LED COB 2700 K, 50 m	Ledkia COB 220 V, Worten — 296,99 €	1	297 €
Perfis de alumínio, fontes, reguladores	Estimativa	—	300 €
Pendentes sobre o balcão	Estimativa (≈ 60 €/un.)	4	240 €
Lâmpadas 2700 K + velas LED	Estimativa	—	220 €
Eletricista (2 dias)	Estimativa	—	400 €

Item	Referência	Qtd.	Valor
Candeeiro de bilhar	Estimativa	1	80 €
Parede-logo «lux» em néon LED ou letras	Estimativa; referência de logótipo néon personalizado no Etsy a partir de 105 € em tamanho pequeno	1	450 €
Cadeiras pretas empilháveis	Referência Jysk Ajstrup, ≈ 90 €/un. (pack de 4 a 359,96 €); negociar alternativa com o fornecedor de cerveja	30	2 700 €
Tampos de mesa em madeira escura	Estimativa (≈ 60 €/un., reaproveitando bases)	15	900 €
Cabine de DJ	Glorious Session Cube XL, Thomann	1	599 €
Colunas principais	RCF ART 712-A MK5 — 529 €	2	1 058 €
Subwoofer (opcional se já existir)	the box pro Achat 115 Sub A, Thomann	1	615 €
Barras LED para a parede-logo	Eurolite LED Bar-12 QCL RGBW, Thomann — 129 €	2	258 €
Controlador da casa (opcional se já existir)	Pioneer DJ DDJ-FLX4	1	289 €
Grinaldas de luzes no pátio	Grinalda Allegra 8 m — 36,54 €	10	365 €
Projetores quentes para as palmeiras	Estimativa (≈ 25 €/un.)	6	150 €
Fecho da zona de barris	Estimativa	—	400 €
Aquecedores de exterior	Estimativa (≈ 150 €/un.)	2	300 €
Identidade visual (designer)	Logótipos custam 200–1 500 € na Zaask; valor médio para manual simples	1	600 €
Foto + vídeo profissional	Estimativa	1	350 €
Anúncios Instagram/Facebook	250 €/mês	3 meses	750 €
Menus, copos, vinis com marca Lux	Estimativa	—	250 €

Item	Referência	Qtd.	Valor
Imprevistos (10%)	—	—	1 454 €
Total			**≈ 15 991 €**

Nível 2+ — Transformação Plus (≈ 32 000 €)

Fica entre a transformação e a obra completa: traz o balcão e a garrafeira dos renders e prepara o pátio para ser o melhor do concelho no verão, sem mexer em tetos nem paredes.

Item	Referência	Valor
Tudo o nível 2 (sem os anúncios, que sobem abaixo)	Ver tabela do nível 2	13 787 €
Garrafeira retroiluminada em carpintaria	Estimativa	3 500 €
Revestimento completo do balcão (pele sintética ou lacado + LED)	Estimativa	1 500 €
Bancos corridos estofados na sala	Estimativa	2 000 €
Mesas altas iguais no pátio	Estimativa (8 x ≈ 120 €)	960 €
Cortinas térmicas na esplanada coberta	Estimativa	2 000 €
Velas de sombra no pátio	Estimativa	1 500 €
Som zonado na esplanada (2 colunas + amplificador)	Estimativa	900 €
Letreiro de fachada iluminado	Estimativa (licença municipal à parte)	2 000 €
Anúncios Instagram/Facebook	350 €/mês x 3 meses	1 050 €
Imprevistos (10%)	—	2 920 €
Total		**≈ 32 117 €**

Nível 3 — Premium (≈ 60 000 €)

Item	Referência	Valor
Projeto de interiores (arquiteto/designer)	Estimativa	3 000 €
Obra: teto falso com sancas, revestimentos	Estimativa	8 000 €
Balcão novo + garrafeira retroiluminada (como no render)	Estimativa, carpintaria	7 000 €
Iluminação arquitetural com cenas programáveis	Estimativa	3 000 €
Som instalado (4 colunas + 2 subwoofers + processador + instalação)	Estimativa	5 000 €
Sistema de DJ profissional	Pioneer DJ XDJ-RX3	1 864 €
Cabine de DJ em carpintaria à medida	Estimativa	1 500 €
Luz de pista	Eurolite Multi FX Laser Bar + 4 barras LED	747 €
Mobiliário completo interior + esplanada	Estimativa	9 000 €
Pérgola com toldo no pátio	Estimativa	6 000 €
Fecho/aquecimento da esplanada coberta	Estimativa	2 500 €
Letreiro de fachada iluminado	Estimativa (licença municipal à parte)	2 000 €
Marca completa + site simples + foto/vídeo	Estimativa	2 500 €
Marketing 6 meses	400 €/mês	2 400 €
Imprevistos (10%)	—	5 451 €
Total		**≈ 59 962 €**

Como pagar menos: pedir ao comercial da Central de Cervejas (Sagres/Heineken) e da Bacardi apoio em mobiliário, chapéus, aquecedores, copos e reclamos; comprar colunas e cabines em B-Stock na Thomann (artigos devolvidos com garantia completa); fazer a pintura de paredes com a equipa e contratar profissional só para o teto.

Ideias para dinamizar o bar

O Lux já sabe fazer noites de fim de semana; o que falta é **dar razões para vir de terça a quinta, transformar as noites temáticas em séries reconhecíveis e ter um calendário anual planeado**. A proposta organiza a programação em três camadas: rituais semanais, séries de fim de semana com marca própria e grandes datas.

O que já funciona (pelo Instagram, novembro de 2026)

Os últimos cartazes mostram uma programação ativa de sexta e sábado a partir das 23h:

Data	Evento	O que ensina
28 nov (sáb.)	**4.º aniversário** com DJ Maracujazz e convidado	O Lux tem história (desde 2022): usar isso na comunicação
21 nov (sáb.)	Ladies Night «shots edition» com DJ Chico	Noites com promoção de bebida concreta resultam bem em cartaz
14 nov (sáb.)	Funk Room com DJ Juan Kasew	Funk/Brasil tem público; vídeos com artista brasileiro têm as maiores visualizações
13 nov (sex.)	Social Rock «tu escolhes a música», entrada livre	Formato participativo, bom para público mais velho
30–31 out	La Fiesta Prohibida (pré-Halloween) e Halloween	Datas do calendário já são aproveitadas
10 out	«Opening season — estamos de volta»	O bar fecha ou abranda entre setembro e outubro
12 set	Closing party com o Verde Lima	Já há parcerias com outros espaços
25 jul	Sunsets Closing, 16h–22h, entrada livre	O pátio já é usado para eventos de tarde no verão

O que falta: nenhuma noite de semana aparece na comunicação; cada noite tem um nome e um estilo gráfico diferentes e não volta a repetir-se, por isso as pessoas não criam hábito; o pátio, o bilhar e os dardos não são usados como motivo de visita.

Estratégia em 3 camadas

Camada	Objetivo	Frequência	Exemplos
1. Rituais semanais	Encher terça a quinta e criar clientes de todas as semanas	Todas as semanas, sempre igual	Lux Quiz, Liga Lux Games, Quinta dos Petiscos, Match Day
2. Séries de fim de semana	Transformar noites soltas em «marcas» que as pessoas reconhecem e esperam	Rotação mensal fixa	Lux Sessions (sexta), Lux Guest (sábado), Funk Room, Fiesta Prohibida, Social Rock
3. Grandes datas	Picos de faturação e de seguidores novos	1–2 por mês	Aniversário, Halloween, Carnaval, Santos, Feira dos Pinhões, Sunsets de verão

Semana-tipo proposta

Dia	Formato	Horário	Público
Segunda	Fechado ou só café (descanso da equipa)	—	—
Terça	**Lux Quiz**	21h30–23h30	Grupos de amigos 20–45 anos
Quarta	**Liga Lux Games** (bilhar e dardos)	21h–24h	Jogadores, grupos de colegas
Quinta	**Quinta dos Petiscos** + playlist acústica; 1x/mês Karaoke ou Gaming Night	18h–23h	After work, casais, 25–50
Sexta	**Lux Sessions** — DJ residente com tema rotativo	23h–02h	18–35
Sábado	**Lux Guest** — DJ convidado ou noite temática grande	23h–04h (conforme licença)	18–35, vem de fora
Domingo	**Lux Garden** — futebol todo o ano; Sunsets com DJ no verão	16h–22h	Todas as idades
Jogos grandes	**Lux Match Day**	Hora do jogo	Adeptos

Fichas das noites de semana

As contas de faturação abaixo são **estimativas com pressupostos simples** (cerveja ≈ 2,5 €, cocktail ≈ 7 €, consumo médio por pessoa indicado em cada ficha). Devem ser substituídas pelos preços e números reais do Lux ao fim de 4 semanas.

1. Lux Quiz — terça, 21h30

- **Objetivo:** encher a noite mais fraca com grupos que ficam 2 horas e consomem.
- **Formato:** equipas de 2 a 6 pessoas; 5 rondas de 8 perguntas (cultura geral, música com 10 s de cada canção, desporto, Ansião e região, ronda de imagens na TV). Intervalo de 10 min a meio para pedir bebidas.
- **Guião da noite:** 21h00 inscrições no balcão (grátis ou 1 € por pessoa, que vai para o prémio) → 21h30 ronda 1 → 22h15 intervalo + «ronda bónus» só para quem pede o cocktail da semana → 23h15 resultados na TV → foto da equipa vencedora em frente à parede-logo.
- **Material:** portátil ligado à TV, slides (Google Slides ou Kahoot, que é gratuito e deixa as equipas responder pelo telemóvel), folhas e canetas, microfone do DJ.
- **Prémios:** 1.º lugar — conta de 30 € ou garrafa; 2.º — rodada de shots; prémio de «pior nome de equipa». Ranking mensal: a equipa com mais pontos no mês ganha mesa reservada com garrafa num sábado.
- **Equipa:** 1 apresentador (pode ser o dono ou um cliente conversador, pago em consumo) + 1 pessoa ao balcão.
- **Custo:** ≈ 30–45 € por noite em prémios + 2 h de preparação semanal (ou comprar packs de perguntas prontas).
- **Faturação estimada:** 8 equipas x 4 pessoas x 3 bebidas x 3 € ≈ **290 €** numa noite que hoje fatura pouco.
- **Comunicação:** cartaz fixo «Todas as terças · Lux Quiz · 21h30»; story na própria terça às 18h; no dia seguinte, foto dos vencedores + 1 pergunta da noite como desafio nos stories.
- **Sinal de que resulta:** 6+ equipas à 4.ª semana; equipas a repetir.

2. Liga Lux Games — quarta, 21h

- **Objetivo:** pôr o bilhar e a máquina de dardos a trabalhar e criar um grupo fiel que vem todas as semanas.
- **Formato:** duas ligas paralelas — Bilhar (bola 8, individual) e Dardos (501, individual ou pares). Época de 8 semanas; cada jogador faz 2–3 jogos por noite; pontos por vitória; final na 8.ª semana numa sexta às 22h, antes do DJ.
- **Inscrição:** 10 € por época (inclui 1 bebida na primeira noite). Com 16 jogadores por liga, o fundo paga um troféu e um prémio de 100 € em consumo ao campeão.

- **Material:** quadro preto na zona de jogos com a tabela; folha de jogos impressa; troféu gravado com «lux games» (≈ 20–30 € numa loja de troféus); máquina de dardos em modo torneio.
- **Regra de ouro:** classificação publicada todas as quintas no Instagram (modelo do Canva) — os jogadores partilham e trazem amigos.
- **Custo:** quase nulo (as inscrições pagam o prémio).
- **Faturação estimada:** 24 jogadores + 10 acompanhantes x 3 bebidas x 2,5 € ≈ **255 €** por quarta.
- **Variação:** torneio relâmpago de dardos num sábado à tarde no inverno; «desafia o dono» (quem ganhar ao dono no bilhar tem a bebida paga).

3. Lux Match Day — jogos grandes

- **Objetivo:** ser o sítio onde Ansião vê os jogos grandes, com mesa marcada.
- **Que jogos:** clássicos e dérbis (Benfica, Porto, Sporting, Braga), Champions e Liga Europa com equipas portuguesas, Seleção.
- **Formato:** som do jogo ligado na esplanada coberta e na sala; mesas reservadas por WhatsApp; **balde de 5 cervejas** a preço fechado; petisco do jogo (bifanas, pregos ou tostas, se a licença permitir); aposta amigável no resultado (sem dinheiro: quem acerta o resultado exato ganha um balde no jogo seguinte).
- **Material:** assinatura de desporto comercial (para estabelecimentos); TV grande na esplanada + TV da sala; cachecóis pendurados de todos os clubes para não afastar adeptos rivais.
- **Faturação estimada:** 40 pessoas x 4 bebidas x 2,5 € ≈ **400 €** por jogo grande.
- **Comunicação:** calendário dos jogos do mês fixo nos destaques do Instagram; story «Hoje há jogo no Lux» 3 horas antes; resultado e foto do ambiente depois do jogo.

4. Quinta dos Petiscos — quinta, 18h–23h

- **Objetivo:** trazer o público de 25–50 anos que não vem às noites de DJ.
- **Formato: menu fixo «cerveja + petisco»** a preço redondo (ex.: 5 €) e **happy hour** de cocktails das 18h às 20h; playlist acústica/soul baixa; velas acesas; pátio aberto quando o tempo deixa.
- **Petiscos simples** (só com licença e condições): tábuas de enchidos e queijo da região (queijo do Rabaçal, que é da zona de Sicó), tremoços, amendoins, tostas.
- **Variação mensal:** 1.ª quinta — **Karaoke**; 3.ª quinta — **Gaming Night** (torneio de EA Sports FC na TV, inscrição de 5 €, consola emprestada ou alugada).
- **Faturação estimada:** 30 pessoas x 2,5 consumos x 4 € ≈ **300 €**.

5. Domingo Lux Garden — todo o ano

- **Inverno:** futebol na esplanada coberta com aquecedores e mantas; «domingo do café e do bolo» à tarde para famílias, se fizer sentido para o horário.
- **Verão: Lux Sunsets** (já testado a 25 de julho, entrada livre, 16h–22h) — passar a ser semanal ou quinzenal de junho a setembro, com DJ residente, cocktails de jarro (spritz, sangria) e as grinaldas acesas ao pôr do sol.

Fichas do fim de semana e das noites especiais

6. Lux Sessions — sexta, DJ residente com rotação fixa

As noites temáticas que já existem passam a ser **séries que voltam todos os meses na mesma semana**. Assim o público sabe que «na terceira sexta há Fiesta Prohibida» e os cartazes reaproveitam o mesmo modelo.

Sexta do mês	Série	Música	Gancho de bebida
1.ª	**Social Rock** (já existe)	Rock e clássicos, pedidos por QR code	Balde de cerveja
2.ª	**Funk Room** (já existe)	Funk, baile, brasileira	Caipirinha da casa
3.ª	**La Fiesta Prohibida** (já existe)	Reggaeton, latino	Shots «choose your poison»
4.ª	**Lux Throwback** (nova)	Anos 90 e 2000, pop português	Cocktails clássicos a preço fixo
5.ª (quando há)	**Carta branca** ao DJ residente	Livre	—

- **Guião:** 22h playlist de aquecimento e luz quente → 23h DJ entra, luz vermelha e efeitos ligados → 00h30 «momento Lux» (ronda de shots com o barman, vídeo para os stories) → 02h fecho com uma música-assinatura sempre igual.
- **Custo:** cachê do DJ residente (negociar valor fixo mensal por 4 sextas) + 1 cartaz/mês.
- **Faturação estimada:** 80 pessoas x 3 consumos x 4 € ≈ **960 €**.

7. Lux Guest — sábado, DJ convidado

- **O que manter:** os convidados de fora (como já acontece) trazem público dos concelhos vizinhos.

- **O que melhorar:** anunciar o cartaz do mês inteiro no primeiro dia do mês (um carrossel com os 4 sábados); pedir sempre ao convidado um vídeo curto a convidar para a noite (é o tipo de conteúdo com mais visualizações); filmar 3–5 clips do convidado a tocar com o logótipo atrás.
- **Entrada:** livre até à 00h; depois, entrada com bebida incluída nas noites com convidado mais caro.
- **Regra:** um sábado por mês é «grande» (convidado com nome ou data especial), os outros são convidados regionais mais baratos.

8. Lux Sunsets — domingos de verão no pátio

- **Quando:** de junho a meados de setembro, das 17h às 22h; abertura no primeiro domingo de junho e encerramento com o Closing (como em 2026).
- **Formato:** DJ de house/afro house a volume moderado; jarros de spritz e sangria para partilhar; zona de puffs ou paletes; grinaldas acesas ao anoitecer; foto de grupo ao pôr do sol.
- **Parcerias:** food truck convidado (hambúrgueres, gelados) que paga uma taxa fixa ou % das vendas; marca de bebidas para patrocinar o jarro da tarde.
- **Atenção:** confirmar com a Câmara o ruído e o horário da música no exterior.

9. Karaoke — 1.ª quinta do mês

- Microfone do DJ + TV + vídeos de karaoke; lista de inscrição no balcão; prémio para a melhor atuação votada pelo público.
- Funciona muito bem em vídeo para as redes (com autorização de quem canta).

10. Masterclass de cocktails — um domingo ou sábado à tarde por mês

- 10–12 pessoas, 1h30, 3 cocktails ensinados pelo barman (ex.: gin tónico, caipirinha, espresso martini); preço ≈ 20–25 € por pessoa com as bebidas incluídas.
- Ideal para despedidas de solteira, aniversários e grupos de empresa. Pode ser patrocinado por uma marca de gin ou rum (material e garrafas).

11. Festas privadas e grupos

Pacote	O que inclui	Preço de referência
Aniversário Lux	Mesa reservada, garrafa + mistura, nome na TV, uma música pedida, foto na parede-logo	Preço da garrafa (sem custo extra pelo espaço)
Despedida	Masterclass ou ronda de shots, mesa decorada, vídeo para o grupo	Por pessoa, a definir

Pacote	O que inclui	Preço de referência
Privado Lux Garden	Pátio e esplanada em exclusivo de domingo a quinta, DJ ou playlist, consumo mínimo	Consumo mínimo (ex.: 400–800 €)
Empresa / associação	Jantar de grupo + Quiz privado + bilhar	Por pessoa, a definir

Estes pacotes precisam de um destaque próprio no Instagram («Festas») e de uma frase fixa na bio: «Reservas e festas: WhatsApp».

Calendário anual de datas fortes (dezembro 2026 – dezembro 2027)

Uma ou duas grandes datas por mês, anunciadas com 3 semanas de antecedência. As datas municipais devem ser confirmadas na agenda da Câmara de Ansião.

Mês	Data	Evento Lux	Ideia-chave
Dez 2026	Sáb. 19 dez	**Ugly Sweater Party**	Camisola de Natal feia = shot grátis; foto na parede-logo
Dez 2026	Qui. 31 dez	**Passagem de Ano Lux**	Entrada com bebida + espumante à meia-noite; vender bilhetes antecipados com preço «early bird»
Jan 2027	Fim de semana da Feira dos Pinhões (em 2026 foi a 24–25 jan)	**After-party oficial da Feira**	Desconto para quem mostra a pulseira ou o copo da feira; candidatar um bar Lux na feira (ADILCAN)
Fev	Sáb. 6 fev / Ter. 9 fev	**Carnaval Lux**	Concurso de máscaras com prémio; noite de terça de Carnaval com DJ
Fev	Sáb. 13 fev	**Anti-Valentine's / Love Lux**	Cocktail para dois; mesa de «solteiros» com quiz
Mar	Qua. 17 mar	**St. Patrick's** na Liga Lux Games	Cerveja verde, final de dardos da época
Mar	Sáb. 27 mar	**Crazy Bunny** (Especial Páscoa, já feito antes)	Noite temática antes do domingo de Páscoa (28 mar)

Mês	Data	Evento Lux	Ideia-chave
Abr	Início de abril	**Reabertura com a imagem nova** (se houver obras no nível 2)	DJ convidado grande, fotógrafo, antes/depois
Mai	Sáb. 1 mai	**Abertura da esplanada**	Primeira noite com o pátio iluminado
Mai–jun	Final da Champions (fim de maio)	**Lux Match Day especial**	Ecrã no pátio se o tempo deixar
Jun	Sáb. 5 jun	**Lux Sunsets — Opening**	Início dos domingos de verão
Jun	Sáb. 12 jun / Qui. 24 jun	**Santos Populares no pátio**	Manjericos, bifanas/sardinhas (se licenciado), música popular remisturada
Jul–ago	Festas do Concelho (datas da Câmara)	**After-party das Festas**	Programação própria nas noites sem concerto grande; nunca competir com o cabeça de cartaz
Ago	Um sábado	**Lux Summer Party** (branco ou neon)	Maior evento do verão, com patrocinador
Set	Sáb. 11 set	**Sunsets Closing**	Fecho de verão (como em 2026), possível parceria com outro espaço
Out	Sáb. 2 out	**Opening Season**	Regresso das sextas e sábados de inverno
Out	Sáb. 30 out	**Halloween**	Concurso de fantasias; decoração no pátio
Nov	Sex. 26 nov	**Black Friday Lux**	Preço especial só entre as 22h e as 23h, para antecipar a chegada
Nov	Sáb. 27 nov	**5.º aniversário do Lux**	Maior noite do ano; vídeo com os 5 anos em 60 segundos

Preparação-tipo de uma grande data

1. **D-21:** escolher DJ/convidado, patrocinador e promoção de bebida; criar o evento no Facebook.
2. **D-14:** cartaz publicado (modelo Lux), vídeo do convidado, mensagem no WhatsApp.
3. **D-7:** anúncio pago (30–60 €) a 25–30 km; convites diretos a associações e grupos.
4. **D-1:** decoração, stock de gelo e copos, escala da equipa.
5. **Dia:** stories a partir das 18h, 3–5 clips durante a noite.
6. **D+1:** Reel com os melhores momentos, agradecimento e anúncio do próximo evento.

Fidelização, embaixadores, parcerias e patrocínios

Cartão Lux

- Cartão de carimbos (impresso, ≈ 50 € por 500 cartões) ou digital (apps gratuitas de cartão de fidelidade): **10.ª bebida oferecida**; carimbo a dobrar de terça a quinta para empurrar clientes para os dias fracos.
- **Nível «Lux Black»** para quem completa 3 cartões: entra sem fila nos sábados grandes e recebe convite para a festa de aniversário do bar.

Programa de embaixadores (já existe um «embaixador» no cartaz do aniversário: é formalizar)

- 6 a 10 pessoas com muitos amigos e presença nas redes, de grupos diferentes (futebol, ginásio, dança, estudantes, trabalhadores de fábricas da zona).
- Cada embaixador tem um código ou nome na lista; por cada grupo que traz ganha consumos; tem mesa garantida nas noites grandes.
- Em troca: partilha os cartazes, publica stories nas noites em que vem e traz um grupo por mês.

Parcerias locais

Parceiro	Proposta	O que o Lux ganha
ADILCAN / Feira dos Pinhões (regulamento dos bares 2026)	Bar Lux na feira ou after-party oficial	Visibilidade junto de milhares de visitantes
Câmara (Festas do Concelho, trail municipal)	Festa de entrega de prémios, desconto com o dorsal	Associação a eventos da terra
Clubes desportivos e associações	Noite do clube com mesa e balde; Quiz solidário com inscrições para a associação	Grupos grandes e boa imagem

Parceiro	Proposta	O que o Lux ganha
Escolas de dança e ginásios	Atuações nas noites de DJ (já houve uma festa com bailarinas); aula aberta de dança no pátio no verão	Conteúdo de vídeo e público novo
Outros espaços (como o Verde Lima)	Festas conjuntas de abertura e fecho de época	Público partilhado
Empresas da zona	Jantares e festas de Natal; quiz de empresa	Faturação em dias fracos
Produtores de Sicó (queijo do Rabaçal, mel, licores)	Petiscos e cocktail da casa com produto local	Diferenciação e histórias para as redes

Patrocínios de marcas (os cartazes já mostram várias marcas de bebidas)

- Em vez de só pôr logótipos nos cartazes, **pedir apoio por evento**: prémios, promotores com brindes, garrafas para o DJ, decoração, copos e material de esplanada.
- Negociar com o comercial um **calendário anual de 4–6 ativações** (ex.: uma marca de energético no Halloween, uma de cerveja nos jogos grandes, uma de licor português nos Santos).
- Regra de imagem: logótipos de patrocinadores numa faixa discreta em baixo do cartaz; o Lux é sempre o maior.

Regras, medição e legalidade

Regras para a programação não se gastar

1. Cada ritual semanal dura pelo menos **8 semanas** antes de se decidir se fica ou sai.
2. Uma grande data por mês, no máximo duas.
3. Mesmo modelo gráfico para todas as séries; muda só a cor de acento e a foto.
4. Nunca competir com o grande concerto das Festas do Concelho nem com um jogo da Seleção: juntar-se a eles.
5. Cada noite tem um responsável (quem apresenta, quem filma, quem publica).

Medir cada evento (folha simples, 2 minutos no fecho)

Campo	Exemplo
Data e evento	Ter. 12 jan — Lux Quiz
Pessoas (contagem às 23h)	34

Campo	Exemplo
Faturação da noite	310 €
Custo direto (prémios, DJ, anúncio)	40 €
Clientes novos (pergunta «primeira vez?»)	9
Visualizações do vídeo da noite	2 400
Nota da equipa (1–5) e o que mudar	4 — começar 15 min mais cedo

Ao fim de cada mês: manter as noites com faturação acima da média do mesmo dia antes do formato; mudar ou cortar as outras.

Legalidade

- Música num espaço comercial exige licença de direitos de autor (SPA) e de direitos conexos (PassMúsica, emitida pela AUDIOGEST): ver a ficha de fiscalização do gov.pt. Pedir simulação para música ambiente e para noites de DJ.
- Confirmar na Câmara o horário de funcionamento, as regras de ruído no pátio e se é precisa licença especial de ruído para eventos no exterior.
- Futebol: a assinatura tem de ser a de estabelecimento (comercial), não a doméstica.
- Concursos e passatempos: sem apostas a dinheiro; prémios em consumo ou objetos.
- Bebidas: nada de promoções de álcool dirigidas a menores; verificar idade nas noites grandes.

Avaliação das redes sociais atuais

O Lux comunica bem os eventos, mas **mostra cartazes em vez de mostrar o bar**, e o Google, que é onde quem não conhece procura, está abandonado. Avaliação feita a 23 de novembro de 2026 sem sessão iniciada, por isso não inclui estatísticas internas (alcance, guardados, idade do público): o dono deve confirmá-las no Meta Business Suite.

Canal	Estado atual	Nota (1–5)	Prioridade
Instagram @lux.bar22	2 926 seguidores, 919 a seguir; bio «YOUR VIBE ATTRACTS YOUR DRINK» + morada; 1 destaque; grelha quase só de cartazes; 9 Reels	3	Alta
Facebook Lux Bar	≈ 1 200 seguidores; sem avaliações na página; publicações de eventos	2	Média

Canal	Estado atual	Nota (1–5)	Prioridade
Google (Perfil de Empresa)	4,6 estrelas com 45 avaliações, mas **perfil por reivindicar**, horário «Aberto 24 horas» (errado), sem telefone, site aponta para o Facebook	2	**Urgente**
TikTok / WhatsApp	Não encontrados	—	Média

Instagram — o que está bem

- **Ritmo de eventos constante**: cartazes semanais desde a «opening season» de 10 de outubro, com convidados, temas e datas especiais.
- **Os vídeos funcionam**: os Reels visíveis têm entre ≈ 2 300 e 13 200 visualizações; os vídeos reais do DJ a tocar passam as 8 000 — bem acima do número de seguidores. O algoritmo está a mostrar o Lux a quem ainda não o segue.
- O logótipo script «lux» já aparece nos cartazes recentes, com a frase «good vibes, better drinks».

Instagram — o que está a travar o crescimento

Problema	Porque importa	Correção
A grelha são só cartazes, quase nenhuma foto do espaço, das bebidas ou das pessoas	Quem visita o perfil não percebe como é o bar nem se é para si	Regra 1 cartaz : 2 conteúdos reais (vídeo do ambiente, bebida, pessoas)
Cada cartaz tem um estilo diferente (cores, letras, fotos de banco de imagens)	A marca não se reconhece no feed; parece de vários bares	Modelo único Lux (verde/preto/dourado) com só a foto e o tema a mudar
Três frases diferentes: «your vibe attracts your drink», «good vibes better drinks», «the place to be»	Confunde a identidade	Ficar só com «good vibes, better drinks»
O logótipo do avatar («LUX» em maiúsculas serifadas) é diferente do script dos cartazes	Dois logótipos = marca fraca	Avatar com o «lux» em script dourado sobre verde-escuro

Problema	Porque importa	Correção
Apenas 9 Reels, com meses de intervalo	É o formato com mais alcance e está subaproveitado	2 Reels por semana: 1 da noite de DJ, 1 de bar/bebidas/jogos
Um só destaque e bio sem chamada para ação	Quem quer reservar ou saber o horário não encontra	Destaques: Agenda · Festas e reservas · Bebidas · Lux Games · Garden · Como chegar. Bio com horário e «Reservas: WhatsApp»
A seguir 919 contas	Rácio pouco profissional	Deixar de seguir contas sem relação com Ansião/música/parceiros
Semana inexistente na comunicação	Ninguém sabe que pode ir ao Lux à terça	Publicar os rituais semanais (Quiz, Liga) como séries fixas

Bio proposta:

> lux · good vibes, better drinks 🍸 Ter–Dom · Quiz às terças · DJ sex e sáb Reservas e festas → WhatsApp R. Heróis do Ultramar, Ansião

(Ajustar dias e horário aos reais.)

Facebook

- É onde está o público de 30+ anos e os grupos locais de Ansião e arredores.
- Usar sobretudo **Eventos do Facebook** (cada noite especial com o seu evento, partilhado nos grupos locais) e a publicação automática a partir do Instagram.
- Ativar as **recomendações/avaliações** na página e pedir aos clientes fiéis que deixem uma.

Google — a correção mais urgente e grátis

1. Clicar em «Reivindicar este negócio» no Google Maps e validar (normalmente por telefone, vídeo ou postal).
2. Corrigir o horário (hoje diz 24 horas), acrescentar telefone/WhatsApp e o link do Instagram.
3. Carregar 20+ fotos boas à noite (sala, balcão, pátio iluminado, bilhar, DJ).
4. Responder a todas as 45 avaliações existentes (as recentes elogiam a esplanada, o bilhar e o DJ) e pedir novas com um QR code nas mesas.
5. Publicar os eventos da semana no próprio perfil do Google.

Nas pesquisas relacionadas o Google mostra outros espaços de Ansião, como o Tarouca Gastrobar (4,6 com 638 avaliações) e o BarTe (4,7 com 24): a nota do Lux é competitiva, o número de avaliações não. **Meta: 100 avaliações em 6 meses.**

Imagem, marketing e comunicação autónoma

O objetivo é o dono conseguir comunicar sozinho com **2 horas por semana e um orçamento de 150–250 €/mês em anúncios**, sem depender de agência. O segredo não é talento de design: é ter modelos prontos e uma rotina fixa.

1. Kit de imagem (fazer uma vez)

- **Manual de marca de 1 página:** logótipo (versões dourada, branca e símbolo), 3 cores (verde-garrafa, preto, dourado), 2 tipos de letra, frase «good vibes, better drinks».
- **10 modelos no Canva** (a versão gratuita chega): cartaz semanal, post de evento, story de «hoje há», resultado do quiz, ranking da liga, jogo de futebol, cocktail da semana, aniversário, vaga de emprego, aviso de horário.
- **Banco de fotos:** uma sessão profissional depois das obras (espaço vazio com luz de noite + espaço cheio numa sexta) dá conteúdo para 3–4 meses.
- **Bio e perfis iguais em todo o lado:** nome «lux — Ansião», horário, morada, link para reservas por WhatsApp.

2. Canais e para que serve cada um

Canal	Público	Uso	Frequência
Instagram	18–35 anos	Canal principal: Reels do ambiente, stories diárias, eventos	3 posts/Reels por semana + stories todas as noites de abertura
Facebook	30+ e grupos locais	Eventos (criar «evento» para cada noite especial), partilhas em grupos de Ansião e arredores	Publicação automática a partir do Instagram + eventos
Perfil de Empresa no Google	Quem pesquisa «bar Ansião»	Fotos novas, horário certo, responder a todas as avaliações	1 foto e 1 publicação por semana
WhatsApp (canal ou lista)	Clientes fiéis	Programação da semana, reservas	1 mensagem por semana (quinta)

Canal	Público	Uso	Frequência
TikTok	18–25 anos	Opcional: reaproveitar os mesmos Reels	Os mesmos vídeos do Instagram
Cartaz físico	Todos	Cartaz semanal na porta e no balcão; QR code para o Instagram nas mesas	Semanal

3. Pilares de conteúdo (o que publicar)

1. **Ambiente** (40%): vídeos de 7–15 s do bar cheio, DJ com o logótipo atrás, brindes, o pátio com as luzes.
2. **Programação** (30%): cartaz da semana, «hoje há», contagem decrescente para eventos.
3. **Bebidas** (15%): cocktail a ser feito em câmara lenta, novidades da carta, happy hour.
4. **Pessoas e comunidade** (15%): vencedores do quiz e da liga, aniversários (com autorização), a equipa, parceiros locais.

Regras de ouro: vídeo vertical sempre que possível; filmar com luz quente ligada (nunca com as luzes de limpeza); legenda curta com dia, hora e local; marcar o local «Ansião» e usar sempre #luxansiao.

4. Rotina semanal do dono (≈ 2 horas)

Quando	Tarefa	Tempo
Segunda	Fazer o cartaz da semana no Canva a partir do modelo; agendar 3 posts no Meta Business Suite (gratuito)	45 min
Quinta	Enviar a programação no WhatsApp; impulsionar o post do fim de semana (30–60 €)	15 min
Sexta e sábado	Filmar 3–5 clips curtos durante a noite; publicar 2–3 stories	20 min
Domingo	Montar 1 Reel com os clips no CapCut ou no editor do Instagram; responder a avaliações no Google	30 min
Mensal	Ver resultados (seguidores, alcance, reservas, faturação por noite) e decidir que noite reforçar ou trocar	30 min

5. Publicidade paga

- **Raio:** 25–30 km à volta de Ansião, 18–45 anos.
- **O que promover:** só eventos (DJ convidado, jogos grandes, quiz) e o Reel do ambiente — nunca posts genéricos.
- **Quanto:** 150 €/mês no nível 1; 250 €/mês no nível 2, concentrado de quinta a sábado. Em Portugal o custo por mil impressões na Meta ronda um terço do dos EUA, segundo um estudo citado pela Marketeer, o que torna orçamentos pequenos eficazes num público local.
- **Medir:** pedir «como nos conheceu?» nas reservas e comparar a faturação das noites promovidas com as não promovidas.

6. Lançamento da nova imagem

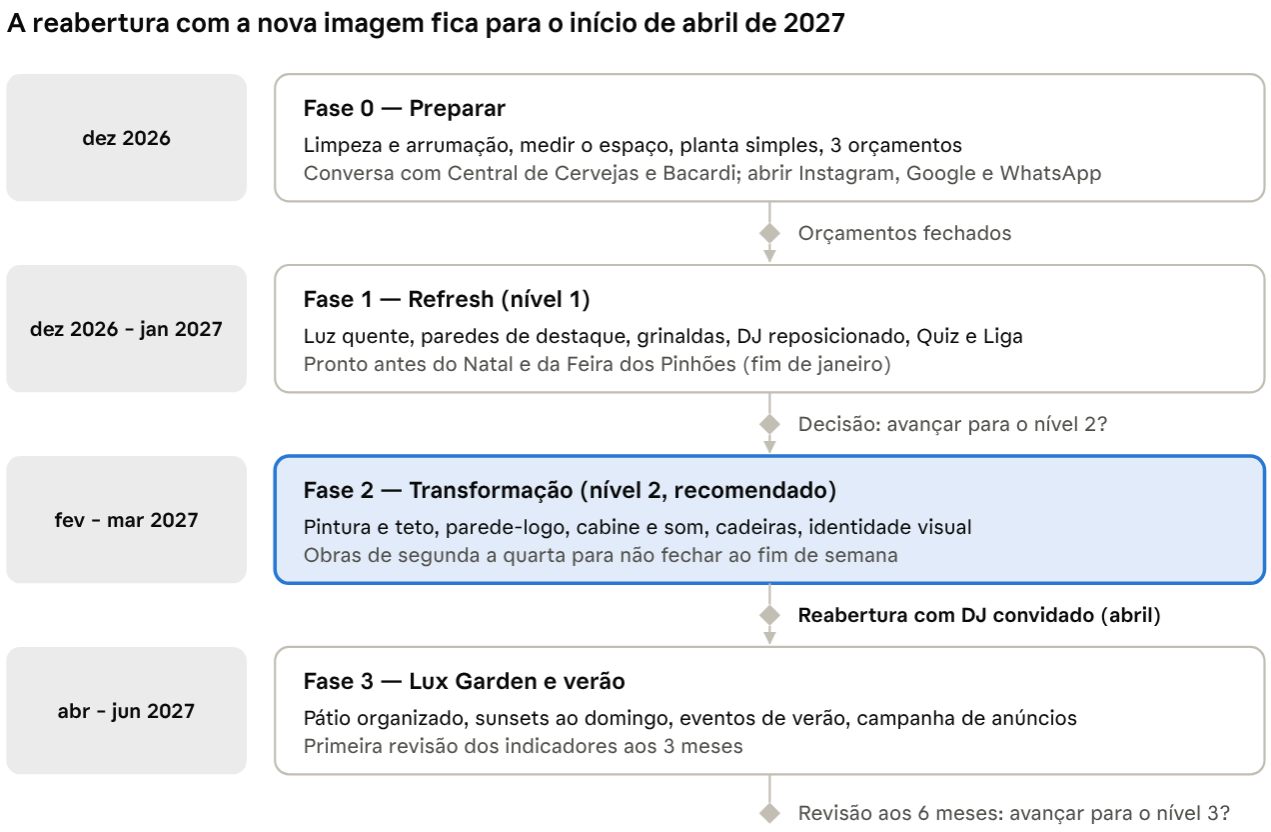
1. **3 semanas antes:** teaser «o lux está a mudar» com fotos de pormenor (tinta, luz, logótipo) sem mostrar o resultado.
2. **1 semana antes:** cartaz e evento no Facebook da «noite de reabertura» com DJ convidado; convites diretos a associações e clientes fiéis.
3. **Noite de reabertura:** welcome drink, fotógrafo, Reel no próprio dia.
4. **Semana seguinte:** antes e depois em carrossel; arranque do calendário semanal.

7. Indicadores para saber se está a funcionar

Indicador	Ponto de partida	Meta aos 3 meses	Meta aos 6 meses
Faturação média de sexta + sábado	Medir nas 4 semanas antes da mudança	+20%	+40%
Clientes em noites de semana (terça a quinta)	Contar	+30%	+60%
Seguidores no Instagram	Atual	+500	+1 200
Avaliação no Google	Atual	⩾ 4,5 com +30 avaliações novas	⩾ 4,6
Inscritos na Liga Lux Games	0	16 jogadores	32 jogadores
Reservas de grupos/aniversários por mês	Contar	4	8

As metas são pontos de partida razoáveis para um bar de vila; devem ser ajustadas depois do primeiro mês com os números reais.

Plano de implementação



plano de implementação · 4 fases, 4 decisões

O nível 1 entra já e paga-se com o movimento de dezembro e janeiro; o nível 2 faz-se na época mais calma (fevereiro–março) para reabrir com a imagem nova antes da esplanada. O nível 3 só se decide com seis meses de números reais.

Perguntas em aberto (para fechar na Fase 0)

- [ ] Planta com medidas de todas as salas, posição das tomadas e do quadro elétrico (decide o sítio final do DJ).
- [ ] Que equipamento de som e DJ já é do bar e em que estado está.
- [ ] O que o contrato com o fornecedor de cerveja permite e o que pode financiar.
- [ ] Horário licenciado e regras de ruído para o pátio junto da Câmara de Ansião.
- [ ] Se o logótipo «lux» dos renders é final ou vai ser afinado pelo designer.
- [ ] Faturação média atual por dia da semana (ponto de partida dos indicadores).

Fontes

Preços consultados a 23 de novembro de 2026; podem mudar e excluem portes quando a loja os cobra.

- Leroy Merlin — Tinta Luxens Mate 4 L
- Leroy Merlin — serviço de pintura desde 5,50 €/m²
- Leroy Merlin — Painel ripado Artens
- Leroy Merlin — Vinil d-c-fix efeito madeira
- Leroy Merlin — Grinalda Allegra 8 m
- Action — Fita LED Eurodomest 5 m
- Worten — Fita LED COB Ledkia 50 m 2700 K
- Jysk — Cadeira Ajstrup
- Thomann — Roadworx DJ Table, Roadworx Alu Basic, Omnitronic BOOZ, Glorious Session Cube XL, Headliner Malibu, Magma Groove Terminal
- Thomann — the box pro Achat 115 Sub A, Eurolite LED Bar-12, Eurolite Multi FX Laser Bar
- Music Store — RCF ART 712-A MK5, Pioneer DJ XDJ-RX3, Pioneer DJ DDJ-FLX4; Muziker — DDJ-FLX4
- Etsy — logótipo em néon LED personalizado
- Zaask — preços de logótipos em Portugal
- Marketeer — custo de anúncios em Portugal
- ECO — Central de Cervejas integra o grupo Heineken
- gov.pt — direitos de autor (SPA e PassMúsica)
- City Population / INE — Ansião, Censos 2021
- Câmara de Ansião — regulamento dos bares da Feira dos Pinhões 2026
- Amazing Architecture — Tarouca Gastro Bar, Ansião
- Instagram do Lux — @lux.bar22 e Reels (consultado sem sessão iniciada)
- Facebook do Lux Bar
- Google Maps — Lux Bar, Ansião
- Modelo 3D interativo do Lux