



Adriano Júnio de Almeida Teixeira

Lavínia Lopes Soares

Victor da Silva Campos

Trabalho de Conclusão de Curso
Plano de Negócios: Distribuidora de Bebidas

Belo Horizonte
2023

Adriano Júnio de Almeida Teixeira

Lavínia Lopes Soares

Victor da Silva Campos

Trabalho de Conclusão de Curso:

Plano de Negócios: Distribuidora de Bebidas

Relatório final apresentado à disciplina Trabalho de Conclusão de Curso, do curso superior de Graduação em Administração, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professor: Dr. Luiz Antônio de Carvalho Godinho

Belo Horizonte
2023

SUMÁRIO

1 - SUMÁRIO EXECUTIVO	4
1.1 – PRINCIPAIS PONTOS DO NEGÓCIO.....	4
1.2 – EMPREENDEDORES E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL	5
1.3 – DADOS DO EMPREENDIMENTO	5
1.4 – MISSÃO.....	6
1.5 – VISÃO	6
1.6 – FORMA JURÍDICA	6
1.7 – ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	6
1.8 – CAPITAL SOCIAL	7
1.9 – FONTE DE RECURSOS	7
2 – ANÁLISE DE MERCADO	8
2.1 – CLIENTES.....	8
2.2 – CONCORRENTES	8
2.3 – FORNECEDORES	9
3 – PLANO DE MARKETING	10
3.1 – PRODUTOS E SERVIÇOS.....	10
3.2 – PREÇO.....	11
3.3 – DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO.....	11
3.4 – DISTRIBUIÇÃO E VENDAS.....	11
3.5 – LOCALIZAÇÃO	12
4 – PLANO ESTRATÉGICO	13
4.1 – ANÁLISE DE SWOT.....	13
4.2 – BSC	13
5 – PLANO OPERACIONAL.....	15
5.1 – LAYOUT	15
5.2 – CAPACIDADE PRODUTIVA	16
5.3 – PROCESSOS OPERACIONAIS	16

5.4 – PLANO DE PESSOAL.....	16
6 – PLANO FINANCEIRO	18
6.1 – INVESTIMENTO INICIAL.....	18
6.2 – GASTOS COM PESSOAL.....	20
6.3 – REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS	20
6.4 – PROJEÇÃO DE CUSTOS E DESPESAS	20
6.5 – CUSTOS DO PRODUTO OU SERVIÇO.....	21
FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES (2023).....	21
6.6 – PREVISÃO DE VENDAS.....	21
6.7 – IMPOSTOS SOBRE FATURAMENTO.....	21
6.8 – PROJEÇÕES FINANCEIRAS	21
6.9 – ANÁLISE DE INVESTIMENTO.....	22
7 – ELEVATOR PITCH.....	25
8 – BUSINESS MODEL CANVAS	26
09 – CONCLUSÃO	28
REFERÊNCIAS	29

1 - SUMÁRIO EXECUTIVO

A Distribuidora de Bebidas ALV foi pensada para levar facilidade, qualidade e economia ao seu público-alvo na hora de planejar desde um pequeno jantar em casa até um grande evento em qualquer outro lugar.

No dia a dia, muitas vezes o consumidor encontra certas dificuldades na compra de bebidas devido a fatores como longas filas, atendimento ruim, poucos canais de compra e preços elevados dos produtos.

Por conta disso, os clientes acabam ficando insatisfeitos com o negócio, o que de certa forma se torna um fator negativo para a empresa.

A filosofia da ALV é oferecer uma ampla gama de marcas conhecidas de bebidas alcoólicas e não alcoólicas a preços acessíveis, fornecer serviço de qualidade e concluir as compras do consumidor o mais rápido possível.

1.1 – Principais pontos do Negócio

Este plano de negócios visa trabalhar com um planejamento para a criação de uma Distribuidora de Bebidas que terá o nome de Distribuidora de Bebidas ALV.

O objetivo inicial de empresa é atrair novos clientes, oferecendo produtos de qualidade a preços acessíveis através de nosso marketing, bem como nossas boas localizações de embarque e desembarque. Tanto para o cliente como para o produto adquirido.

A motivação da escola deste tipo de negócio surgiu devido a alguns dados obtidos pelo IBGE (2017) a indústria de bebidas ser um setor importante da indústria de transformação, ou seja, 3% do valor da produção das indústrias de transformação do Brasil em 2014.

O segredo do varejo bem-sucedido é dar aos clientes o que eles querem. Na verdade, se você pensar nisso da perspectiva do cliente, você quer tudo: uma ampla seleção de mercadorias de alta qualidade; os preços mais baixos possíveis; garantido Satisfeito com sua compra; serviço amigável e experiente; horário conveniente; estacionamento gratuito; uma experiência de compra agradável.

A Distribuidora irá trabalhar com a distribuição de bebidas e seu diferencial de negócio estará na comercialização *delivery*, ou seja, irá atender ao comércio mas, também, aos consumidores dentro do conforto do seu lar.

As principais características do produto estão em distribuir bebidas unitárias e em engradados, facilitando o atendimento aos principais clientes que estará no comércio local. Esses clientes pagarão para adquirir esse produto porque terão comodidade e agilidade na entrega dos seus pedidos e não estando seu pedido, vinculado a faturamento mínimo para o pedido ser entregue.

O investimento inicial será de 100 mil reais. E estima-se que a lucratividade a ser atingida será de 100% e o prazo de retorno do investimento será em um ano para recebimento do valor investido inicialmente.

O ponto de equilíbrio ainda será calculado, pois sabe-se que o ponto de equilíbrio é o ponto em que os volumes de produção e vendas resultam em lucro zero, ou seja, o ponto em que a receita de vendas se iguala aos custos de produção.

1.2 – Empreendedores e experiência profissional

Na equipe gerencial constará com apenas três sócios e cada um cuidará de uma área da empresa, conforme abaixo:

- Adriano Júnio de Almeida Teixeira – Graduando em Administração – Gerente de Logística
- Lavínia Lopes Soares – Graduando em Administração – Gerente Financeiro
- Victor da Silva Campos – Graduando em Administração – Gerente de Vendas

1.3 – Dados do empreendimento

Razão Social da Empresa: Distribuidora de Bebidas ALV EPP

Nome Fantasia da Empresa: ALV Distribuidora de Bebidas

Localização: Rua Campo Florido, 340 – Jardim América – Belo Horizonte/MG

Horário de Funcionamento: 24h

1.4 – Missão

Sua missão é levar eventos alegres para seus clientes, proporcionar-lhes comodidade e transformar momentos em momentos maravilhosos e únicos. Com produtos e serviços de alta qualidade, bem estruturados e o mais importante, preços acessíveis para todos. A ALV sempre buscará fazer a diferença no atendimento aos clientes, com agilidade e rapidez na solicitação de seus pedidos tanto presencial quanto virtualmente, economizando um tempo valioso.

1.5 – Visão

Ser uma empresa fornecedora de referência que atende com eficiência e eficácia o público-alvo com produtos de alta qualidade.

1.6 – Forma jurídica

A Distribuidora de Bebidas ALV será uma EPP é a sigla para Empresa de Pequeno Porte, categoria de negócios voltada para empresas com faturamento anual entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões, de acordo com a Lei Complementar nº 123/06. Também, é comum encontrar classificações que consideram pequenas empresas (até 100 funcionários).

1.7 – Enquadramento tributário

O enquadramento jurídico da empresa será incluído no Simples Nacional, regime tributário diferenciado para micro e pequenas empresas. Constitui uma forma simplificada e uniforme de tributação, através da aplicação de incentivos e percentagens progressivas, para Base de Cálculo: Lucro Bruto.

Para fins do Simples Nacional, considera-se EPP a pessoa jurídica com receita bruta superior a R\$ 240.000,00 por ano-calendário e igual ou inferior a 2.400.000,00 reais.

Simplex Nacional significa o recolhimento mensal dos seguintes tributos por meio de uma única ficha de arrecadação: IRPJ, IPI, CSLL, COFINS, PIS/PASEP, CPP, ICMS e ISS.

1.8 – Capital social

O capital social da empresa contemplará todos os recursos necessários à realização do investimento, incluindo capital pré-operacional, capital fixo e capital de giro, totalizando R\$ 100.000,00 (cem mil reais), divididos em três partes iguais de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), todos os recursos virão de recursos próprios, sem a utilização de financiamento bancário.

Tabela 1 – Capital Social

	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Adriano Júnio de Almeida Teixeira	33.333,33	33,33
Sócio 2	Lavínia Lopes Soares	33.333,33	33,33
Sócio 3	Victor da Silva Campos	33.333,33	33,33
Total			100,00

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

1.9 – Fonte de recursos

Todos os recursos virão de recursos próprios, sem a utilização de financiamento bancário.

2 – ANÁLISE DE MERCADO

A Distribuidora de Bebidas ALV foi pensada para levar facilidade, qualidade e economia ao seu público-alvo na hora de planejar desde um pequeno jantar em casa até um grande evento em qualquer outro lugar. Este plano de negócios visa trabalhar com um planejamento para a criação de uma Distribuidora de Bebidas que terá o nome de Distribuidora de Bebidas ALV.

A Distribuidora irá trabalhar com a distribuição de bebidas e seu diferencial de negócio estará na comercialização *delivery*, ou seja, irá atender ao comércio, mas, também, aos consumidores dentro do conforto do seu lar.

2.1 – Clientes

A Distribuidora de Bebidas ALV foi projetada para atender todas as necessidades do mercado de bebidas da cidade de Belo Horizonte e região, como supermercados, restaurantes, lanchonetes, bares e lojas de conveniência.

Pretende investir em longo prazo, ampliando e modernizando as suas instalações, investindo na comercialização e divulgação dos seus produtos através de promoções e eventos em que participem os clientes locais.

Este segmento atende a todas as faixas etárias e, portanto, abrange um grande número de clientes de todas as classes sociais, caracterizando uma gama muito ampla de grupos de consumidores.

O objetivo da Distribuidora de Bebidas ALV é a comercialização e distribuição de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, com produto de qualidade e bom atendimento a um preço competitivo.

2.2 – Concorrentes

Existem algumas distribuidoras que já estão estabelecidas na cidade há mais tempo e isso vai atrapalhar o desenvolvimento e crescimento da empresa, pois são mais bem localizadas, de fácil acesso e bem divulgadas nas ferramentas de comunicação locais, divulgando melhores preços e maiores opções, mas somente atacado. A competição neste espaço é bastante acirrada,

pois eles têm atrativos diferentes. Os concorrentes serão: Zé Delivery; Rappi; iFood; Cornershop e Aiqfome.

2.3 – Fornecedores

Os principais fornecedores serão: AMBEV, COCA COLA, ITAIPAVA, GELO BRHOTHER e ANTARCTICA.

Os fornecedores são selecionados com base no melhor custo-benefício de fornecimento de matéria-prima e mercadoria para a distribuidora. Por se tratar de uma empresa nova, as condições de pagamento não são muito favoráveis.

3 – PLANO DE MARKETING

A empresa pretende manter grandes campanhas de marketing para os principais produtos. Serão feitos investimentos substanciais na informatização do negócio: divulgação nas redes sociais, marketing digital, máquinas de cartões, implementação de impressoras automáticas de preenchimento de cheques, impressoras de faturas em caixas, códigos de barras de produtos, bases de dados de cada produto ou serviço e registo de clientes, e o objetivo de facilitar e aperfeiçoar os serviços, reduzindo assim os tempos de espera e alcançando assim a satisfação do cliente.

3.1 – Produtos e serviços

Os produtos comercializados serão a distribuição de bebidas alcoólicas e bebidas diversas como água, isotônicos, energéticos e sucos de fruta.

A empresa terá como foco inicial apenas a venda de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, além de algumas outras bebidas complementares, para consumidores que desejam realizar algum tipo de evento ou para consumo diário.

Tabela 1 – Produtos a ser Comercializados

1	Água
2	Isotônicos
3	Energéticos
4	Sucos
5	Refrigerantes
6	Cervejas
7	Vinhos
8	Bebidas Alcoólicas

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

3.2 – Preço

Como não somos apenas varejistas, mas também atacadistas, nossos preços são mais acessíveis para nossos clientes e sempre oferecemos promoções semanais também.

Tabela 2 – Produtos a serem Comercializados com Valores Médios de Atacado

1	Água – 500ml	R\$ 1,79
2	Isotônicos – 500ml	R\$ 4,15
3	Energéticos – 250ml	R\$ 8,10
4	Sucos – 330ml	R\$ 2,09
5	Refrigerantes - Lata	R\$ 2,49
6	Cervejas – Lata	R\$ 4,59
7	Vinhos - Litro	R\$ 14,90
8	Bebidas Alcoólicas - Litro	R\$ 19,90

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

3.3 – Divulgação e promoção

- Panfletar e usar carro de som para divulgação em locais estratégicos nas cidades e regiões para chamar a atenção do público.
- Possibilidade de divulgação de orçamento e execução de pedidos através do site da marca. Será divulgado por outras redes de comunicação, tais como, facebook e Instagram.
- Inovações de produtos, embalagens e sabores que atendem às necessidades do público.
- Parcerias com bares da região que vendam apenas cerveja, ou priorize promoções com degustações e banners publicitários no local.
- Divulgação nas principais redes sociais, como Instagram e Facebook.

3.4 – Distribuição e vendas

Serão três canais disponíveis para entregar os produtos da distribuidora aos seus clientes da forma mais eficiente possível.

O cliente pode entrar em contato e fazer seu pedido e receber sua compra no local solicitado ou pode ir até o local para retirada.

Durante os períodos festivos, como feriados, há uma grande demanda por bebidas alcoólicas e não alcoólicas em grandes quantidades. E não haverá fechamento do local nestes dias.

Um de nossos diferenciais serão as vendas online, onde o cliente pode optar por comprar na tranquilidade de sua casa, utilizar nosso serviço de entrega, ou comprar e retirar na loja através de nosso site e redes sociais. A região a ser atendida será a região norte de Belo Horizonte, próximo ao Jardim América. O site será divulgado amplamente pelas redes sociais como Instagram e Facebook.

Conforme mencionado acima, poderemos oferecer aos nossos clientes uma opção de frete com frete grátis nas compras acima de R\$ 40,00.

3.5 – Localização

A empresa está localizada em um local de intenso tráfego de carros e pedestres devido à sua localização próxima a uma das maiores avenidas da cidade e a uma universidade próxima. Está localizada na Rua Campo Florido, 340 – Jardim América – Belo Horizonte/MG.

A Distribuidora de Bebidas está localizada em Belo Horizonte, cidade localizada na região central do estado de Minas Gerais, destinada a atender além de seu território, para atender a região metropolitana.

4 – PLANO ESTRATÉGICO

4.1 – Análise de SWOT

A análise FOFA ou SWOT é uma ferramenta de gestão muito comum em ambientes de negócios para estudar o ambiente interno e externo de uma empresa, identificando e analisando os pontos fortes e fracos de uma organização, bem como as oportunidades e ameaças que ela enfrenta.

Quadro 1 – Matriz SWOT Cruzada (Tows)

	Oportunidades Externas	Ameaças Externas
Forças Internas	Clientes Fixos Preços Competitivos Qualidade do Atendimento Fácil Acesso Informatização	Sazonalidade Adaptação no mercado Poucos fornecedores Concorrente há mais tempo no mercado
Fraquezas Internas	Demanda por Bebidas Falta de concorrentes específicos Concorrentes não fazem divulgação	Falta de Experiência no ramo Pouca Qualificação dos funcionários

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

4.2 – BSC

Quadro 2 - BSC

Perspectivas	Objetivos	Metas	Indicador
FINANCEIRO	Aumentar o Lucro Líquido	Crescer 2% ao mês	Margem Líquida Mensal
CLIENTE	Aumentar a Participação de Mercado	Aumentar 10% ao mês	Número de Clientes Atendidos por mês
PROCESSOS INTERNOS	Aumentar o número de Pedidos	Manter a ociosidade do Motoboy abaixo de 15%	Número de Entregas por Viagem
INOVAÇÃO APRENDIZADO	Aumentar a Produtividade	Aumentar 5% ao mês	Número de Vendas e Entregas Realizadas

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

A utilização da ferramenta *Balanced Performance Indicators* (BSC) permite uma avaliação abrangente e harmonizada da organização.

Essa ferramenta facilita o estabelecimento de objetivos que se alinham com as metas abrangentes e elabora estratégias em quatro perspectivas principais: financeira, centrada no cliente, processos internos e inovação e aprendizado.

Para aprimorar os processos, são realizadas análises criteriosas para a formulação de estratégias de melhoria.

Com o objetivo de atrair clientes sempre em mente, a padaria utilizará um conjunto de métricas para medir seu sucesso.

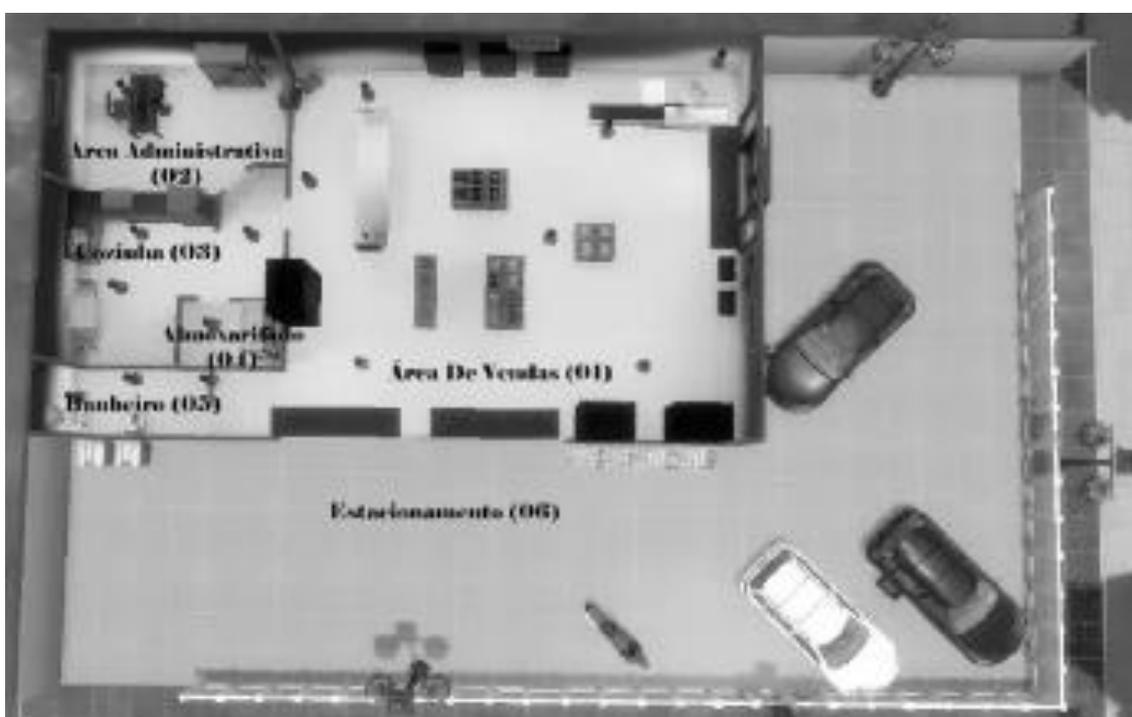
Essas métricas incluem rastrear o número de clientes atendidos a cada duas semanas, monitorar os resultados financeiros ao longo do tempo usando uma planilha e avaliar o desempenho dos funcionários por meio de uma ferramenta de medição dedicada.

5 – PLANO OPERACIONAL

5.1 – Layout

A Distribuidora de Bebidas ALV terá como atividade o comércio varejista e atacadista do ramo de bebidas no município de Belo Horizonte. Suas instalações contarão com área de vendas, área administrativa para análise de recebimentos e controle de estoque, pagamento e recebimento de dividendos, cozinha exclusiva para funcionários, banheiros para clientes/funcionários, depósitos e estacionamento, conforme imagem abaixo.

Imagem 1 - Layout



Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

A distribuidora foi concebida de forma a otimizar o espaço para a acomodação dos clientes e o fluxo de pessoal, é uma estrutura inicial com possibilidade de aumentar o número de lugares sentados, principalmente na entrada.

5.2 – Capacidade produtiva

Considerando todas as localidades durante sete horas de funcionamento, a capacidade máxima de atendimento é de 100 pessoas por dia.

Até que a distribuidora consiga adequar a própria estrutura, espere mais movimento nos finais de semana (sextas e sábados) e quartas-feiras, quando costumam acontecer jogos de futebol.

5.3 – Processos operacionais

O horário de funcionamento da distribuidora será de 24 horas.

Os clientes são recebidos por um atendente assim que entram na distribuidora e, em seguida, são acomodados em lugares vagos no salão principal até que seu pedido esteja pronto e sua conclusão registrada para pagamento e retirada do produto.

A empresa vai comprar produtos prontos para consumo e revendê-los aos clientes.

5.4– Plano de pessoal

Como uma de nossas missões é proporcionar momentos de alegria aos nossos clientes, tivemos que pensar em formar uma equipe que contaria com colaboradores altamente qualificados, responsáveis por cada função disponibilizada para o cumprimento desta missão.

5.4.1 – Atribuições dos sócios

Os sócios terão as funções de planejar, organizar, controlar e assessorar as áreas de recursos humanos e operacionais da empresa. Planejar, analisar e atualizar informações.

O sócio Adriano cuidará da área relacionado a logística, entregas, monitoramento e controle dos colaboradores. A sócia Lavínia cuidará de toda a área financeira da empresa. E o sócio Vitor ficará responsável por toda a área de vendas.

Na equipe gerencial constará com apenas três sócios e cada um cuidará de uma área da empresa, conforme abaixo:

- Adriano Júnio de Almeida Teixeira – Graduando em Administração – Gerente de Logística
- Lavínia Lopes Soares – Graduando em Administração – Gerente Financeiro
- Victor da Silva Campos – Graduando em Administração – Gerente de Vendas

5.4.2 – Pessoal

- **Operador de Caixa:** terá a funcionalidade de registrar exportações e receber valores de compra de produtos. Atendimento ao cliente responsável pela cobrança, cobrança e faturamento.
- **Atendentes:** Responsável pelo atendimento ao cliente, recebimento e contagem de itens, limpeza e organização da vitrine.
- **Entregador:** responsável por entregar e descarregar a mercadoria no local solicitado pelo cliente.

6 – PLANO FINANCEIRO

6.1 – Investimento inicial

Os investimentos essenciais para a constituição da Distribuidora ALV serão formados pelos investimentos fixos, estoques iniciais, capital de giro e investimentos pré-operacionais. Sendo assim, de acordo com as análises realizadas pela organização, foi possível identificar o investimento total de R\$ 64.324,00. Os recursos captados serão 100% próprios.

6.1.1 – Investimentos fixos

Tabela 3 – Investimentos fixos

Item	Descrição	Qto.	Vi. Uni.	Total
1	Freezer	02	1.980,00	3.960,00
2	Motocicleta	02	3.800,00	7.600,00
3	Mochila Térmica	02	150,00	300,00
4	Notebook	01	2.500,00	2.500,00
5	Impressora Térmica	01	170,00	170,00
6	Telefone	01	129,00	129,00
7	Armários	03	250,00	750,00
8	Cadeiras	03	95,00	285,00
9	Mesas	03	150,00	450,00
10	Maquininha de Cartão	03	60,00	180,00
Total				16.324,00

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.1.2 – Investimentos pré-operacionais

Tabela 4 – Investimentos pré-operacionais

Item	Descrição		Total
1	Registro da empresa		3.500,00
2	Divulgação		2.500,00
Total			6.000,00

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.1.3 – Estoques iniciais

Tabela 5 – Estoques Iniciais

Item	Descrição		Total
1	Custo de compra de Mercadorias		40.000,00
Total			40.000,00

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.1.4 – Capital de Giro

O capital de giro corresponde às reservas iniciais disponíveis. Leva em consideração prazo médio de vendas, prazo médio de compras, prazo médio de estocagem, necessidade de capital de giro em dias e custos fixos e variáveis.

Portanto, primeiro é necessário verificar a necessidade líquida de capital de giro em unidades de dias, para isso, determina-se o prazo médio de vendas e o prazo médio de compra de fornecedores.

A empresa estima que 60% de suas vendas serão pagas à vista, 25% serão recebidas em trinta dias, 10% serão recebidas em sessenta dias e 05% serão recebidas em noventa dias. Além disso, o prazo para pagamento das compras é de trinta dias. Com isso, a empresa levou em média 18 dias para receber as parcelas das vendas e 21 dias para pagar os fornecedores.

Calcula-se a necessidade de capital de giro em dias, levando em consideração que a duração média dos estoques é de 7 dias. E o valor será de R\$ 2.000,00.

6.1.5 – Investimento total e fontes de recursos

Tabela 6 – Resumo dos Investimentos

Item	Descrição	Valor
1	Investimentos fixos	R\$ 16.324,00
2	Investimentos pré-operacionais	R\$ 6.000,00
3	Estoques iniciais	R\$ 40.000,00
4	Capital de giro	R\$ 2.000,00
Total		R\$ 64.324,00

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

Tabela 7 – Fontes de Recursos

Item	Fontes de Recursos	Valor	%
1	Recursos próprios	R\$ 64.324,00	100
2	Recursos de terceiros	0%	0
Total			100

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.2 – Gastos com pessoal

Tabela 8 – Gastos com Pessoal

Item	Função	No. de Empregados	Salário	Total
1	Motoboy	02	1.404,00	R\$ 2.808,00
2	Auxiliar Administrativo	01	1.200,00	R\$ 1.200,00
Total				R\$ 4.008,00

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

Tabela 9 – Encargos, provisões e despesas com pessoal

Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	...	Mês 12	Total
Salário	4.008,00	4.008,00	4.008,00		4.008,00	R\$ 48.096,00
Encargos sociais	320,64	320,64	320,64		320,64	R\$ 3.847,68
Provisão de 13º	334,00	334,00	334,00		334,00	R\$ 4.008,00
Provisão de Férias	334,00	334,00	334,00		334,00	R\$ 4.008,00
Subtotal						R\$ 59.959,68
Desp. Alimentação	400,00	400,00	400,00		400,00	R\$ 4.800,00
Desp. Transporte	350,00	350,00	350,00		350,00	R\$ 4.200,00
Total						R\$ 68.959,68

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.3 – Remuneração dos sócios

Tabela 10 – Remuneração dos sócios

Item	Sócio	Valor
1	Adriano	R\$ 3.300,00
2	Lavinia	R\$ 3.300,00
3	João Vitor	R\$ 3.300,00
Total		R\$ 9.900,00

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.4 – Projeção de custos e despesas

Tabela 11 – Projeção de despesas

Item	Gastos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1	Água e Luz	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
2	Divulgação	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
3	Internet e Telefone	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
4	Gastos com Pessoal	69.959,68	69.959,68	69.959,68	69.959,68	69.959,68
5	Gastos com Pró-Labore	118.800,00	118.800,00	118.800,00	118.800,00	118.800,00
6	Manutenção em Geral	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
7	Outros	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Total Anual					205.259,68	

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.5 – Custos do produto ou serviço

Tabela 12 – Projeção de Custos

Item	Gastos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1	Compras para Revenda	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00
2	Embalagens	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Total Anual					300.000,00	

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.6 – Previsão de vendas

A previsão de demanda é a base para a tomada de decisões estratégicas e verificação da viabilidade do empreendimento. Para tanto, Distribuidora ALV realizou uma pesquisa com 3 distribuidores de cervejas localizados no Nordeste.

Eles foram questionados sobre o número médio mensal de unidades vendidas em suas instalações e, diante disso, o objetivo foi verificar a demanda de cerveja do ponto de vista do consumo.

Estima-se que a distribuidora comercialize em média 5.333 bebidas por mês. A Distribuidora ALV deverá estar em 60% dessa média após seis meses de operação. Assim, a empresa pretende comercializar 3.100 unidades de bebidas por mês.

6.7 – Impostos sobre faturamento

Tabela 13 – Impostos sobre faturamento

Período	Faturamento	Alíquota	Imposto a pagar
Ano 1	R\$ 750.000,00	10, %	R\$ 80.250,00
Ano 2	R\$ 780.000,00		R\$ 80.250,00
Ano 3	R\$ 800.000,00		R\$ 80.250,00
Ano 4	R\$ 830.000,00		R\$ 80.250,00
Ano 5	R\$ 850.000,00		R\$ 80.250,00
Total			R\$ 401.250,00

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.8 – Projeções financeiras

A TIR supera a expectativas dos sócios, então o negócio é viável.

6.8.1 – Fluxo de caixa

Tabela 14 – Fluxo de caixa

Descrição	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Saldo Inicial	-64.324,00					
Entradas						
Vendas		750.000,00	780.000,00	800.000,00	830.000,00	850.000,00
Total de entradas		750.000,00	780.000,00	800.000,00	830.000,00	850.000,00
Saídas						
Impostos		80.250,00	80.250,00	80.250,00	80.250,00	80.250,00
CMV		284.119,36	284.119,36	284.119,36	284.119,36	284.119,36
Gastos Operacionais		300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00
Depreciação		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Total de saídas		665.369,36	665.369,36	665.369,36	665.369,36	665.369,36
Saldo não acumulado	-64.324,00	84.630,64	114.630,64	134.630,64	164.630,64	184.630,64

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.8.2 – Projeção de resultados

Tabela 15 – Projeção de resultados

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
	750.000,00	780.000,00	800.000,00	830.000,00	850.000,00
(-) deduções e abatimentos	80.250,00	80.250,00	80.250,00	80.250,00	80.250,00
(-) Comissão sobre vendas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Vendas líquidas	669.750,00	699.750,00	719.750,00	749.750,00	769.750,00
(-) Custo de mercadorias vendidas	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00
(=) Lucro bruto operacional	369.750,00	399.750,00	419.750,00	449.750,00	469.750,00
(-) despesas administrativas	284.119,36	284.119,36	284.119,36	284.119,36	284.119,36
(-) depreciação	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
(=) Lucro líquido operacional	84.630,64	114.630,64	134.630,64	164.630,64	184.630,64
Lucratividade (%)	9%	9%	9%	10%	10%
Rentabilidade (%)	113%	121%	129%	137%	145%

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

6.9 – Análise de Investimento

A taxa mínima de atratividade para os associados é de 40% ao ano e para eles a Distribuidora ALV atenderá suas expectativas. Se o investimento fosse do Tesouro Selic, renderia apenas 6,5% ao ano e não atenderia às expectativas.

6.9.1 – Valor Presente Líquido (VPL)

Do fluxo de caixa do ano 1 foi subtraído uma taxa mínima de atratividade de 40% a valor presente, desta conta foi subtraído o período 0. O resultado

obtido foi de R\$ 90.312,86. Portanto, se o valor presente líquido for positivo, o projeto é economicamente viável.

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

Após descontar o fluxo de caixa operacional do projeto zero nos anos subsequentes, a Distribuidora ALV espera pagar o valor aos seus parceiros em 1,13 anos.

6.9.3 – Taxa Interna de Retorno (TIR)

A taxa interna de retorno estimada para o projeto foi de 116,74% ao ano. Portanto, comparando-a com a taxa mínima de atratividade exigida para o projeto, que é de 40% ao ano, pode-se verificar a rentabilidade do investimento, pois a taxa interna de retorno é superior à taxa mínima de atratividade.

6.9.4 – Ponto de Equilíbrio (PE)

O ponto de equilíbrio foi estimado levando em consideração custos fixos, receitas e custos variáveis. Os custos fixos foram divididos pelo resultado da subtração das receitas menos os custos variáveis. Isso significa que $PE = (\text{custo fixo} \div (\text{receita} - \text{custo variável})) \times 100$. O ponto de equilíbrio da Distribuidora ALV é de 60,77%.

Se convertermos esse percentual para o faturamento médio esperado da empresa, obtemos o resultado de R\$ 495.519,98.

Esse seria, portanto, o valor mínimo que a empresa teria que vender em média em um ano para reduzir custos.

6.9.5 – Lucratividade

Considerando a média do lucro operacional líquido de R\$ 76.505,61 e a média do faturamento R\$ 767.391,92, e realizando a divisão desses valores, obtivemos a conclusão de que o lucro líquido da Distribuidora ALV é de 9,97% sobre o faturamento.

6.9.6 – Rentabilidade

O investimento total da Distribuidora ALV é de R\$ 64.324,00 e o lucro operacional líquido médio é de R\$ 76.505,61. Após a cisão, a rentabilidade média ficou em 129,09%.

7 – ELEVATOR PITCH

Olá! Meu nome é Vitor, sou da empresa Distribuidora ALV e apresentar o modelo de negócios da empresa. Mas antes de falar sobre o projeto, deixe-me fazer uma pequena pergunta:

Pense naquele momento em que você chegou em casa à noite, após um dia cansativo de trabalho. Como sempre, ele teve que enfrentar um engarrafamento de um quilômetro para finalmente chegar e descansar. Tudo o que você queria para relaxar era tomar um banho e beber uma bebida. Porém, olhando na geladeira você percebe que não tem cerveja. Não sobrou nem uma gota para contar uma história.

E agora? Essa é a questão! Você encontrará tráfego novamente? Você vai deixar o estresse aumentar ainda mais? Nenhum desses. Seus problemas acabaram! Ainda é clichê, mas é a frase perfeita para apresentar a Distribuidora ALV.

Uma empresa que visa a comercialização de bebidas por meio de entrega em domicílio, no período de 24h, na cidade de Belo Horizonte. Para maior comodidade, conforto e segurança, a organização receberá pedidos via telefone, WhatsApp e site. As entregas serão feitas por motoboys treinados para entregar sua bebida na hora e na temperatura ideal para beber.

Será necessário um investimento inicial de R\$ 64.324,00 e o retorno do capital é esperado em 1,13 anos, para qualquer informação ou esclarecimento adicional, estou à disposição.

8 – BUSINESS MODEL CANVAS

Consiste em um mapa estratégico que contempla os nove blocos que compõem os pontos chave do empreendimento e como eles interagem. A utilização desta ferramenta facilita a concepção do novo negócio por meio da especificação dos principais itens componentes que serão identificados no caso de uma cervejaria artesanal e são:

- **Principais Parceiros** – Fornecedores, Distribuidores de cerveja, Associação de Cervejeiros Artesanais, Bares da região, restaurantes, Pontos de venda especializados
- **Atividades Principais**- Compra de insumos, Produção de cerveja, Distribuição, Divulgação da marca, Atendimento presencial ao cliente
- **Recursos Principais**-Garrafas, insumos, equipamento, tampas, funcionários, Plataforma online (site e redes sociais)
- **Proposta de Valor** -Produzir cervejas diferenciadas com qualidade superior a fim de oferecer uma alternativa às cervejas com sabor padronizado e inferior. Possibilitar aproximação do cliente com o produto através de site e redes sociais.
- **Relacionamento com clientes** -Festivais de cerveja, Eventos de Degustação de cerveja, Concursos de cerveja, Site e Redes Sociais
- **Canais de Distribuição** -Lojas de cerveja, Supermercados, Bares, Restaurantes. Ponto fixo, aplicativo
- **Segmento do cliente**-Homens e Mulheres entre 18 e 55 anos, interessados em Cervejas, Todas as classes
- **Fonte de Receita** -Cervejas produzidas
- **Estrutura de Custos** -Compra de insumos, logística de distribuição e propaganda, Folha de pagamento, Contas (luz, água etc.), Aluguel da instalação, Manutenção de equipamentos.

Figura 1-Modelo Canvas

Fonte: Elaborado pelos Autores (2023)

09 – CONCLUSÃO

O Plano de Negócios foi desenvolvido para que você obtenha todos os dados necessários para verificar a lucratividade da empresa. As informações coletadas são importantes para a tomada de decisões estratégicas visando o desenvolvimento e crescimento da organização. As distribuidoras de bebidas no Brasil estão crescendo exponencialmente, o que é uma grande oportunidade para trazer a Distribuidora ALV para o mercado.

Com base nos dados examinados, constatou-se que se trata de um negócio rentável, em que a Taxa Interna de Retorno supera as expectativas dos sócios, adicionalmente, no cenário otimista, o retorno do investimento é verificado em até seis meses operacionais.

Um dos diferenciais da empresa é o sistema de entrega em domicílio, que visa proporcionar comodidade, segurança e conforto aos clientes. A divulgação da cultura cervejeira por meio de ações de marketing nas páginas das redes sociais e no site, com explicação técnica dos diferentes tipos, sabores e aromas, bem como a indicação do acompanhamento gastronômico para cada estilo de bebida do portfólio da empresa são negócios-chave estratégias de desenvolvimento.

A Distribuidora ALV tem como objetivo ser a empresa com o maior e mais diversificado portfólio de bebidas.

O plano de negócios revelou-se assim fundamental para atingir os objetivos, e assim, com maior segurança e rigor, confirmou que o sonho de três empresários se podia concretizar.

REFERÊNCIAS

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

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama Belo Horizonte MG**. Brasil, 2018. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/belo-horizonte/panorama>>. Acesso em:01 jun.2023

Link do vídeo https://youtu.be/rCET_3kEY_U