



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**GESTÃO COMERCIAL**

**PROJETO INTEGRADO**

ORÇAMENTO EMPRESARIAL

**AMBEV**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2021



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**GESTÃO COMERCIAL**

**PROJETO INTEGRADO**

ORÇAMENTO EMPRESARIAL

**AMBEV**

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO ORÇAMENTÁRIA - PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS - PROF. DANILO MORAIS  
DOVAL

Estudantes:

Vivian de Oliveira A, RA 1012020200281

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2021

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>8</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>11</b>
3.1 GESTÃO ORÇAMENTÁRIA	11
3.1.1 ORÇAMENTO DE VENDAS	13
3.1.2 ORÇAMENTO DAS DESPESAS OPERACIONAIS	15
3.1.3 ORÇAMENTO EMPRESARIAL	18
3.2.1 LUCRO REAL	25
3.2.2 LUCRO PRESUMIDO	27
3.2.3 SIMPLES NACIONAL	29
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>32</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>33</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>35</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Ambev “Uma história de sucesso que ainda está sendo escrita”

Abaixo vemos um resumo detalhado da História da Empresa Ambev e como ela vem se destacando durante os anos. Mostrando a grandeza e sucesso desta multinacional.

Um grupo formado por industriais paulistas adquire um terreno no bairro da Água Branca, em São Paulo, onde futuramente seria instalada a matriz da Companhia Antarctica Paulista. Ali, começam a produzir gelo e produtos alimentícios.

- 1853 - A Fundação da Bohemia, a primeira cervejaria do Brasil.
- 1885 - Um grupo formado por industriais paulistas adquire um terreno no bairro da Água Branca, em São Paulo, onde futuramente seria instalada a matriz da Companhia Antarctica Paulista. Ali, começam a produzir gelo e produtos alimentícios.
- 1888 - O suíço Joseph Villiger estabelece uma pequena oficina com o nome de Manufatura de Cerveja Brahma & Villegger & Companhia, na rua Visconde de Sapucaí, Rio de Janeiro -RJ.
- 1889 - A Antarctica começa a produzir cervejas.
- 1894 - Joseph Villiger, da Brahma, associa-se com a Cervejaria Georg Mascke & Cia. A nova empresa aperfeiçoa a produção da cerveja, importa equipamentos e patrocina bares, restaurantes, clubes e artistas.
- 1895 - A Antarctica ganha a primeira logomarca: uma estrela de seis pontas com a letra “A” inscrita em seu centro. A estrela usada pelos fabricantes europeus desde a Idade Média, foi uma sugestão dos técnicos cervejeiros alemães.
- 1900 - A cerveja Antarctica passa a carregar no rótulo uma imagem do Cometa Harley em homenagem a sua passagem.
- 1904 - A Companhia Antarctica Paulista adquire uma grande cervejaria na Mooca. Ela passa a ser a sua principal cervejaria.

- 1911- Inaugurada a primeira filial da Antarctica em Ribeirão Preto. Lá era produzido gelo e cerveja. Chega ao mercado Club Soda Antarctica; um ano depois, é lançada a Soda Limonada Antarctica.
- 1914 - Início da produção da Água Tônica Antarctica. Sua primeira propaganda destaca: “*Água Tônica de Quinino: bebida adequada ao clima quente. Tônica, com todas as excelentes qualidade da casca de quina, agradável e refrescante*”.

A Malzbier, uma cerveja escura, de sabor adocicado e médio teor alcoólico, é registrada pela Companhia Brahma.

- 1915 - A Antarctica fabrica as primeiras geladeiras a gelo. Batizadas de “Perfeitas” eram utilizadas tanto nas casas comerciais quanto nas residenciais. O gelo era fornecido por meio de assinaturas pela própria companhia.
- 1918 - A Brahma lança seis refrigerantes: Água de Meza, Crystal, Ginger-Ale, Berquis, Soda Limonada Especial, Soda Limonada e High Life.
- 1921 - Início da produção e comercialização do Guaraná Champagne Antarctica.
- 1922 - As companhias Antarctica, Bohemia e Brahma participam da Exposição internacional da Independência.
- 1928 - A Companhia Guanabara, de São Paulo, é adquirida pela Brahma. Ela marca o início da produção da cerveja Brahma Chopp no estado.
- 1934 - Com uma produção de 30 milhões de litros de cerveja, a Brahma Chopp é um sucesso no país. Ary Barroso e Bastos Tigre compõem a marchinha “Chopp em Garrafa” que, cantada por Orlando Silva, propaga a novidade.
- 1935 - Mudanças no rótulo da Antarctica: dois pinguins passam a acompanhar a estrela de seis pontas dourada. O slogan “*A grande marca*” também se incorpora ao visual.
- 1936 - Criação da Fundação Antonio e Helena Zerrenner Instituição Nacional de Beneficência. Acionista majoritária da Companhia Antarctica Paulista, a fundação mantém hospitais, escolas e creches que atendem funcionários da empresa e seus dependentes.
- 1941 - A Companhia Adriática, do Paraná, passa para o controle da Antarctica. Sua principal marca era a Cerveja Original, produzida desde 1930.
- 1943 - É o ano da Brahma Extra. “*Extra no sabor, Extra da qualidade, Extra nos ingredientes – Cerveja Brahma Extra*”.

- 1950 - Surge o “Caçulinha” ou Guaraná Caçula. Em tamanho menor, 185ml, o refrigerante torna-se popular entre as crianças. Tanto que, em 1951, aparecem as histórias do Capitão Caçula, herói dos quadrinhos, criado para promover o produto.
- 1961 - A Cervejaria Bohemia, fundada em Petrópolis- RJ no ano de 1853, passa para o controle da Antarctica.
- 1965 - Surgem as primeiras revendas da Brahma, constituídas por antigos funcionários da empresa.
- 1970 - Firmada associação entre Brahma e a Fratelli Vita Indústria e Comércio S.A. marcando o início da produção de mais três marcas: Sukita, Guaraná Fratelli e Gasosa Limão.
- 1971 - A filial da Brahma em Curitiba (antiga Cervejaria Atlântica) inova ao adotar engradados para o transporte de cervejas e refrigerantes.
- 1972 - Começa a ser veiculada a lendária campanha da Antarctica “*Nós viemos aqui para beber ou para conversar?*”, estrelada por Adoniran Barbosa.

A filial de Agudos-SP lança embalagens em lata para cervejas Brahma Chopp e Brahma Extra.

Novidade de Brahma: a garrafa incolor com o nome do produto no vidro.

- 1975 - Substituindo o antigo sistema de adegas, na filial da Brahma Rio são construídos os primeiros tanques ao ar livre e com refrigeração própria.
- 1976 - Europa, Estados Unidos e Ásia passam a importar os produtos Antarctica. Brahma Chopp é eleita pela revista “The Washingtonian” como a melhor cerveja importada nos Estados Unidos.

A Brahma lança os refrigerantes em embalagem de vidro de 1 litro.

- 1978 - A Antarctica assume o controle da Cervejaria Serramalte, existente desde 1957. O Guaraná Brahma passa a ser engarrafado por duas franquias internacionais: a Fábrica Bebidas Gasosas Oriental, de Santa Cruz de La Sierra e a Embotelladora Tunari, de Cochabamba, ambas na Bolívia. Curso novo da Brahma: cervejeiro prático. É o primeiro da América Latina.
- 1980 - A Brahma adquire o controle acionário das Cervejarias Reunidas Skol Curacu S.A., fabricante da Cerveja Skol desde 1967.

- 1982 - É criada a Fundação Assistencial Brahma, visando prestar assistência médico-hospitalar e dentária aos empregados e dependentes, além de oferecer bolsas de estudo para ensino fundamental e ensino médio; estimular o esporte, o lazer e atividades de caráter científico e culturais.

Primeira versão da Cerveja Brahma Light, uma cerveja tipo pilsen de baixos teores alcoólicos e calóricos. No ano seguinte, ela recebe o Clio Award, um dos mais importantes prêmios da publicidade internacional. Categoria: melhor embalagem.

- 1984 - Brahma lança Malt 90, cerveja voltada para o público jovem. Seu slogan: *“O prazer de fazer bem feito”*.

A Pepsi Cola chega ao Rio de Janeiro graças a um acordo firmado entre Brahma e PepsiCo Internacional para a fabricação, comercialização e distribuição do refrigerante. É constituído o Grupo Antarctica com sede em São Paulo e mais de 23 empresas controladas.

- 1987 - O laboratório da filial da Brahma Rio inaugura uma cervejaria piloto.
- 1989 - São lançadas as versões diet dos refrigerantes Antarctica e do Guaraná Brahma. Brahma Chopp, Skol e Pepsi são vendidos em latinhas de alumínio. O Grupo Garantia adquire o controle acionário da Companhia Cervejaria Brahma. É o início de uma nova fase da história da cervejaria.
- 1990 - Na Oktoberfest, em Blumenau – SC, a Brahma lança o novo rótulo da Brahma Chopp *“A Cerveja Número 1”*.
- 1991 - Antarctica lança Kronenbier, a primeira cerveja sem álcool do país.
- 1992 - A cerveja Skol Long Neck introduz a tampa twist, que dispensa o uso de abridor. No ano seguinte, é a vez da Brahma Chopp apresentar a novidade. Lançamento da Antarctica Bock.

Localizada no Centro de Tecnologia de Alimentos do Senai, em Vassouras- RJ, é implantada a primeira Cervejaria-Escola do Brasil, que conta com o apoio da Antarctica e da Brahma.

- 1993 - Jaguariúna – SP recebe uma nova fábrica de cerveja Brahma Bock.
- 1996 - A Brahma lança seu primeiro isotônico – Marathon.

- 1997 - A Brahma adquire concessão para fabricar, comercializar e distribuir o Chá Gelado Lipton Ice Tea.
- 1999 - No dia 02 de julho foi anunciada a união da Companhia Antarctica Paulista e da Companhia de Bebidas das Américas, Companhia de Bebidas de Las Américas, American Beverage Company. Primeira multinacional brasileira, a Ambev tornou-se a terceira maior indústria cervejeira e quinta maior produtora de bebidas do mundo.
- 2000 - É lançada, especialmente para o Réveillon, deste ano a edição comemorativa da cerveja Brahma, com garrafas inteiramente branca e com o slogan: “Cerveja do Milênio”.
- 2001 - Engarrafado e distribuído na Europa por intermédio da Pepsi, o Guaraná Antarctica chega a Lisboa.
- 2002 - Fomos eleitos pela revista Exame como a maior e melhor empresa do setor de bebidas do Brasil em 2001.

O pentacampeonato mundial de futebol, Copa Coreia-Japão, tem o gosto do Guaraná Antarctica. O produto foi patrocinador oficial da Seleção Brasileira no torneio.

- 2003 - É lançada a Bohemia Weiss, feita de trigo, em garrafa de 550 ml, e a Bohemia escura, estilo Schwarzbier, em garrafa de 550 ml.

É lançada a cerveja Skol Beats. É lançada uma campanha inédita de consumo responsável para a marca Skol: Beber redondo é beber com responsabilidade.

- 2004 - A Bohemia escura passa a ser produzida em garrafas long neck. É lançada a Bohemia Royal Ale, cerveja de alta fermentação e teor alcoólico, com rolha clip lock e garrafa de 550 ml. É a primeira cerveja de estilo inglês, produzida em alta escala no Brasil.

Na Bélgica, a Ambev se junta a Interbrew e forma a Inbev.

- 2005 - É lançada a Bohemia Confraria de estilo blond ale, em garrafa de 550 ml. Chega a cerveja Stella Artois no Brasil.

A Brahma se torna uma marca mundial e passa a ser vendida em diversos países.



- 2007 - Lançamos no Brasil as marcas belgas Hoegaarden, Leffe, e a alemã Franziskaner. A cerveja Quilmes chega ao Brasil como resultado da aliança entre a brasileira AmBev e a argentina Quinsa.
- 2008 - Lançamos no Brasil as cervejas uruguaias Norteña e Patricia. Após comprar a cervejaria americana Anheuser-Busch, a multinacional Belgo-Brasileira AB Inbev passa a controlar quase metade do mercado de cervejas nos EUA.
- 2009 - A Bohemia ganha nova identidade visual, com garrafa long neck de formato exclusivo. É lançada a Antarctica Sub Zero.
- 2010 - Chega ao mercado a Skol 360°.
- 2011 - A cerveja Budweiser passa a ser vendida no Brasil. A maior celebração germânica fora da Alemanha, a 28º Oktoberfest de Blumenau – SC tem o patrocínio da Brahma, bebida oficial do evento.
- 2014 - Incrementamos a nossa cartela de marcas premium com a Corona.
- 2015 - A Cervejaria Wäls e Cervejaria Colorado passam a fazer parte da Ambev; a cerveja Adriática é relançada no mercado; a premiada cerveja de Chicago, a Goose Island, desembarca no Brasil.
- 2016 - Do Bem, marca de sucos e chás, passa a fazer parte da Ambev e inaugura uma nova fase na história da empresa, que passa a atuar no setor de sucos. A Bohemia lança três novos rótulos: Bohemia 14 Weiss, Bohemia 838 Pale Ale e Bohemia Aura Lager.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

. É a 14ª maior empresa do país em receita líquida e controla cerca de 68% do mercado brasileiro de cerveja.

**Razão Social :** Ambev S/A

**CNPJ :** 07.526.557/0001-00

**Endereço:** Rua Doutor Renato Paes número 1.017 (3º andar) , Bairro Itaim Bibi, São Paulo SP , Cep 04.530-001

**Data abertura :** 19/07/2005

**Atividade Principal :** Fabricante de Cerveja e Chopes

### **Atividades Secundárias:**

- Fabricação De Refrigerantes
- Fabricação De Farinha De Milho E Derivados, Exceto Óleos De Milho
- Fabricação De Outros Produtos Alimentícios Não Especificados Anteriormente
- Cultivo De Outros Cereais Não Especificados Anteriormente
- Produção De Sementes Certificadas, Exceto De Forrageiras Para Pasto
- Produção De Sementes Certificadas De Forrageiras Para Formação De Pasto
- Fabricação De Gelo Comum
- Fabricação De Embalagens De Papel
- Impressão De Material Para Outros Usos
- Impressão De Material Para Uso Publicitário
- Fabricação De Embalagens De Material Plástico
- Fabricação De Embalagens De Vidro
- Fabricação De Embalagens Metálicas
- Fabricação De Gases Industriais
- Comércio Atacadista De Cerveja, Chope E Refrigerante
- Comércio Atacadista De Embalagens
- Comércio Atacadista De Mercadorias Em Geral, Com Predominância De Insumos Agropecuários
- Comércio Atacadista De Matérias-Primas Agrícolas Não Especificadas Anteriormente
- Comércio Atacadista Especializado Em Outros Produtos Alimentícios Não Especificados Anteriormente

**Capital social:** R\$ 57.899.072.773,68 (cinquenta e sete bilhões oitocentos e noventa e nove milhões setenta e dois mil e setecentos e setenta e três reais e sessenta e oito centavos )

## Quadro de Sócios Administradores

- Rodrigo Figueiredo De Souza
- Ricardo Morais Pereira De Melo
- Mauricio Nogueira Soufen
- Eduardo Braga Cavalcanti De Lacerda
- Jean Jereissati Neto
- Paulo Andre Zagman
- Leticia Rudge Barbosa Kina
- Ricardo Goncalves Melo
- Eduardo Eiji Horai
- Daniel Cocenzo
- Lucas Machado Lira
- Pablo Firpo
- Daniel Wakswasser Cordeiro

A Ambev possui a maior estrutura de comercialização e produção de cervejas do mundo.

Ao todo, são 30 fábricas de bebidas e 100 centros de distribuição que abastecem estabelecimentos comerciais e de revenda.

A companhia emprega cerca de 6 milhões de pessoas, de produtores rurais a vendedores.

Mesmo sendo uma das maiores empresas do seu setor, a Ambev tem sido impactada pela mudança de hábito dos seus consumidores, que passaram a se interessar por cervejas artesanais e produtos regionais.

Por isso, nos últimos anos, tem trabalhado para expandir seu extenso portfólio de produtos.

Sua maior concorrente é a Heineken, empresa holandesa que possui as marcas como a Devassa, Schin e Eisenbahn, por meio da Brasil Kirin.

A atividade principal da Ambev (ABEV3) é a produção e distribuição de bebidas. A partir disso, a empresa desenvolve seus produtos a serem comercializados.

Entre os principais produtos da Ambev, estão:

- Bebidas alcoólicas (Cervejas, Chops e Bebidas Mistas);
- Bebidas não alcoólicas (Refrigerantes, Sucos, Isotônicos, Energéticos, Chás e Água).

Entre suas principais marcas, estão:

- Skol Beats;
- Fusion;
- Skol;
- Brahma;
- Antarctica;
- Corona;
- Budweiser;
- Guaraná Antarctica.

A companhia possui licença para fabricar, vender e distribuir produtos da PepsiCo.

## 3. PROJETO INTEGRADO

### 3.1 GESTÃO ORÇAMENTÁRIA

Faz parte do conceito de gestão orçamentária planejar e monitorar os resultados financeiros do seu negócio. A importância da gestão orçamentária se reflete na manutenção da empresa no caminho para atingir seus objetivos.

Com planejamento e o constante monitoramento, é possível fazer os ajustes no orçamento sempre que for necessário.

- Benefícios

Para pensar no futuro da empresa com tranquilidade é preciso ter meios de gerenciar o orçamento. Isso dá a possibilidade de fazer investimentos, diversificar a linha de produtos e aumentar a rentabilidade do negócio. Outros benefícios são:

- Avaliar previamente o retorno sobre os investimentos;
- Possibilitar uma tomada decisões mais assertiva;
- Prever – ou até evitar – a necessidade de empréstimos bancários,
- Investir em novas parcerias de negócio.

- Plano Orçamentário

O primeiro passo para uma boa gestão orçamentária é um profundo estudo sobre os dados e o histórico financeiro da empresa. Com essas informações em mãos, é possível começar a fazer o plano orçamentário. Recomenda-se fazer uma projeção de contas a pagar e receber, além de uma avaliação do capital de giro.

É nessa fase que os gestores de cada setor apontam as necessidades orçamentárias para lidar com as despesas. Essa estratégia também é conhecida como orçamento colaborativo ou descentralizado, exatamente por haver uma colaboração de outras partes da empresa que não sejam apenas os sócios.

Previsão de Situações e Cenários

Após a finalização do plano orçamentário, é possível prever um cenário inicial para a análise dos stakeholders do empreendimento. O ideal é realizar algumas simulações de cenários alternativos, prevendo fatores como demissões ou contratações, investimentos de expansão, entre outros.

Essa projeção pode ajudar a preparar a empresa para reajustar o planejamento e gestão orçamentária caso necessário. Para isso, costuma-se elaborar cenários realistas, pessimistas e otimistas. Assim, haverá estratégias para lidar com cada uma dessas situações.

### Análise e Acompanhamento Orçamentário

O próximo passo da gestão orçamentária é fazer um acompanhamento estratégico de resultados. Isso ajuda a saber se a empresa está seguindo o caminho certo para alcançar as metas estabelecidas. A análise pode ser feita através de relatórios, análises gráficas e indicadores de desempenho.

É possível estabelecer indicadores como fluxo de caixa, projeção de contas a pagar e receber etc. Com o acompanhamento dessas informações, as decisões são tomadas a partir de fatos, e não baseadas apenas em teorias. Essa visão ampliada dá a oportunidade de corrigir pontos de atenção e alinhar a estratégia do negócio.

- Solução para Gestão Orçamentária - Para evitar fazer a gestão orçamentária empresarial de forma manual, o melhor é optar por um software que faça projeções e acompanhamento dos indicadores financeiros. Com essa solução, os dados são mais precisos, além de se ter uma visão mais detalhada sobre o processo financeiro da empresa.

Os softwares geram relatórios com facilidade e rapidamente, a partir dos dados armazenados.

O sistema de gestão empresarial permite a gestão de orçamento mais precisa. Possui também a vantagem de contribuir para o controle financeiro, planejamento e alinhamento de metas.

Por esse motivo, é importante escolher uma ferramenta eficaz, que contribuirá para otimizar os processos financeiros. O sistema de gestão facilita a organização das contas

a pagar e receber, o fluxo de caixa, a tesouraria, além de fazer análises gerenciais. Tudo isso em um único lugar e com agilidade.

A tecnologia contribui para que a empresa tenha uma gestão financeira mais eficiente. Por isso é importante adotar uma solução que automatiza processos e facilita o dia a dia do setor.

### **3.1.1 ORÇAMENTO DE VENDAS**

O processo orçamentário está em praticamente todos os nossos ambientes de convívio.

Seja na hora fazer compras no supermercado com a família ou até mesmo na elaboração daquela festa de final de ano com os amigos de futebol. É preciso determinar a quantidade de comida e bebida a ser comprada, quantas pessoas irão comer ou irão à festa. No mundo empresarial não é diferente. Um bom orçamento é a diferença entre empresas competitivas e empresas medíocres. Estabelecer metas e prazos de vendas é o objetivo do orçamento de vendas que deverá ser elaborado dentro da realidade da empresa (ambiente interno) e da realidade do mercado (ambiente externo). Estabelecer metas, criar resultados e atingir objetivos, essa é característica do orçamento de vendas, ou seja, essa é a característica das empresas competitivas.

Para Infoescola (2009), a previsão de vendas é uma forma de avaliar as perspectivas futuras de vendas da empresa. Essa força de vendas depende muito do esforço dos profissionais envolvidos no controle operacional da empresa. A previsão de vendas é o início da elaboração do orçamento de vendas que tem como base as ações de controle financeiro, mercadológico e operacional. No orçamento de vendas é indispensável a apresentação e inclusão de todas as despesas da empresa, para que a empresa enxergue e preveja o custo e determine o lucro.

Para Lunkes (2003), o orçamento de vendas estima a quantidade de cada produto que a empresa deseja vender em um determinado período (Anexo 1). Determina também o total da receita estimada como também deverá orçar as despesas de vendas, distribuição e administrativas. Para determinar o orçamento de vendas deve-se levar em conta fatores externos e internos. Os fatores internos são a capacidade de produção, capacidade de vendas, gestão financeira e logística de entregas. Os fatores externos são o mercado, concorrentes, política e economia externa, tecnologia e fatores sociais e culturais.

Toda empresa seja ela grande ou pequena deve elaborar um orçamento de vendas dentro da sua realidade e da realidade do mercado. Estabelecer metas tangíveis é a diferença entre o sucesso empresarial e a frustração de ver suas vendas caírem por conta de um planejamento não feito. O gestor da área de vendas deve estar atento ao que o mercado deseja e a aquilo que sua empresa pode oferecer.

Quando se tem bem definidos os canais de distribuição e o mix de produtos, a empresa consegue, por exemplo:

- comparar as vendas de linhas de produtos diferentes;
- entender por que determinado produto é mais vendido em uma região do que em outra;
- observar quando um produto impulsiona a venda do outro;
- fazer uma análise das vendas dividindo-as por região ou por época do ano;
- entre outras possibilidades.

### **A utilização do Orçamento Base Zero como ferramenta de controle de custos e despesas — Estudo de Caso: AmBev — American Beverage Company**

A estrutura organizacional da AmBev para fins de elaboração do OBZ está dividida em AC — Administração Central, CDD — Centros de Distribuição Direta, Fábricas, Comerciais e Diretorias Regionais. O orçamento de todas as unidades é gerenciado pelo departamento de Orçamento e Desempenho — O&D. O orçamento de cada unidade é elaborado anualmente pelos Donos dos Pacotes de Decisão em conjunto com o GAF - Gerente Administrativo Financeiro e pelo Gestor do OBZ. O valor designado para cada Pacote de Decisão, é subdividido entre as Variáveis Base Zero que o compõem, os



mesmos, são controlados pelo Gestor do OBZ. Variações superiores a 5% (cinco por cento) entre o real ocorrido em análise versus A. meta ou a tendência esperada são observadas e, o dono do Pacote de Decisão ao qual está incluída a Variável Base Zero deve justificar o ocorrido. O comprometimento dos colaboradores com o OBZ é justificado devido ao mesmo ser item classificatório ao recebimento da distribuição anual de lucros. No final constatou-se relevada importância do OBZ, como principal responsável pelo controle dos recursos aplicados pela AmBev na execução de suas atividades operacionais.

### 3.1.2 ORÇAMENTO DAS DESPESAS OPERACIONAIS

Ter um bom controle das suas despesas operacionais faz parte da gestão financeira de qualquer empresa. Ignorar esses números pode fazer uma organização terminar o mês no vermelho.

Embora esse valor sozinho não ofereça uma visão completa da **saúde financeira** de uma empresa — é preciso do auxílio de outras métricas como margem de lucro, capital de giro, etc. — ele fornece uma referência rápida para os custos das empresas.

Nem todos os custos incorridos por uma empresa estão relacionados à execução do próprio negócio. Essas despesas, como com pessoal e publicidade, são conhecidas como **despesas operacionais**.

Os negócios também têm despesas não operacionais e talvez algumas receitas não operacionais, como o custo e possíveis receitas decorrentes de uma ação judicial.

As despesas operacionais podem afetar significativamente a rentabilidade de um negócio e quanto dinheiro ele tem.

Despesas operacionais são os **custos de uma empresa que não estão relacionados à produção de um produto.**

Essas despesas incluem itens como folha de pagamento, aluguel, material de escritório, serviços públicos, marketing, seguros e impostos.

Resumidamente, as despesas operacionais são essencialmente os custos para manter o negócio funcionando. Quanto mais as despesas operacionais existem, menos dinheiro o negócio mantém.

Se uma despesa não se qualifica como um custo das mercadorias vendidas, o que significa que ela não está diretamente relacionada à produção ou fabricação de um bem ou serviço, ela deve ser documentada como **despesa operacional.**

Toda empresa terá despesas diferentes com base em suas operações, por isso, **não existe uma fórmula exata** para calcular as despesas operacionais de uma empresa.

Para fazer isso basta somar todas essas despesas separadamente. Para que você não se esqueça de nada, fizemos uma **lista de despesas operacionais comuns**, veja só:

- Despesas de escritório;
- Honorários advocatícios;
- Seguro;
- Consultoria;
- Despesas com viagens e veículos;
- Salários e vencimentos;
- Despesas de contabilidade;
- Manutenção e reparos;
- Suprimentos;
- Marketing e propaganda;
- Atendimento ao cliente;

Embora esta seja uma pequena lista de despesas operacionais comuns, todas as empresas terão despesas operacionais exclusivas às suas necessidades.

Estas despesas seriam adicionadas à lista de despesas operacionais na sua DRE e calculadas com os outros custos.

Como as despesas operacionais podem ser um dreno substancial nos recursos da empresa, o controle dessas despesas é um aspecto importante da administração de um negócio financeiramente saudável.

Os tipos de despesas operacionais =

Podemos dividir as despesas operacionais em 3 grandes grupos: as despesas comerciais, as despesas administrativas e as demais despesas.

As **despesas comerciais** referem-se a gastos com marketing, propaganda, comissão de vendedores, transporte para visitar clientes, brindes, fretes, etc.

As **despesas administrativas** são os salários, impostos, benefícios (como plano de saúde, vale-refeição, etc.), contabilidade, contas de água, luz, seguros, etc.

E as **demais despesas** são aquelas que não enquadram nas categorias anteriores, normalmente elas são custos específicos daquela empresa e não são comuns em outros setores.

### 3.1.3 ORÇAMENTO EMPRESARIAL

#### DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS DA AMBEV 4T 2020

Receita líquida: a receita líquida aumentou 13,4% no 4T20, com crescimento do volume de 7,6% e de 5,3% da receita líquida por hectolitro (ROL/hl). A receita líquida cresceu no Brasil (+19,0%), na América Central e Caribe (CAC) (+0,2%) e na América Latina

Sul (LAS)1 (+16,3%), mas caiu no Canadá (-4,7%). No Brasil, o volume cresceu 10,6% e a ROL/hl subiu 7,6%. Na CAC, o volume diminuiu 7,4% e a ROL/hl subiu 8,3%. Na LAS, o volume cresceu 6,2% e a ROL/hl subiu 9,5%. No Canadá, o volume e a ROL/hl diminuíram 1,9% e 2,8%, respectivamente. No acumulado do ano, em uma base consolidada, a receita líquida apresentou um crescimento de 4,7%, com volume aumentando 1,4% e a ROL/hl crescendo 3,2%. Custo dos produtos vendidos (CPV): no 4T20, o CPV e o CPV excluindo a depreciação e amortização aumentaram 21,1% e 22,5%, respectivamente. Em uma base por hectolitro, o CPV aumentou 12,5% enquanto o CPV excluindo a depreciação e amortização subiu 13,8%, devido, principalmente, às pressões inflacionárias na Argentina, às taxas de câmbio e aos impactos do mix de embalagens. No acumulado do ano, o CPV e o CPV excluindo a depreciação e amortização aumentaram 16,7% e 18,2%, respectivamente. Em uma base por hectolitro, o CPV subiu 15,0% enquanto o CPV excluindo a depreciação e amortização aumentou 16,5%. Despesas com vendas, gerais e administrativas (SG&A): no 4T20, o SG&A e SG&A excluindo depreciação e amortização cresceram 15,1% e 17,6%, respectivamente, pelo faseamento de trimestres anteriores e suportando a recuperação dos volumes nos mercados onde atuamos. No acumulado do ano, o SG&A e o SG&A excluindo depreciação e amortização cresceram 6,7% e 7,1%, respectivamente. EBITDA, margem bruta e margem EBITDA: no 4T20, o EBITDA alcançou R\$ 8.937,2 milhões, uma queda orgânica de 0,1% com margem bruta de 55,8% (-280 pontos-base) e margem EBITDA de 48,2% (-500 pontosbase). Nosso resultado nominal de EBITDA inclui benefícios de créditos tributários no Brasil reconhecidos no 4T20 (página 2). No acumulado do ano, o EBITDA foi de R\$ 21.591,5 milhões (-11,1%) com margem bruta e margem EBITDA de 53,6% (-480 pontos-base) e 37,0% (-590 pontos-base), respectivamente. Lucro líquido ajustado e LPA: o lucro líquido ajustado foi de R\$ 7.008,0 milhões no 4T20, 51,2% maior do que no 4T19, devido ao maior EBITDA e aos créditos tributários no Brasil. O lucro por ação ajustado no trimestre foi de R\$ 0,44 (52,9%). No acumulado do ano, o lucro líquido ajustado diminuiu 3,6%, atingindo R\$ 12.104,3 milhões, com lucro por ação ajustado de R\$ 0,75 (-3,3%).

**IMPACTO DOS CRÉDITOS TRIBUTÁRIOS** =Nossos resultados do 4T20 foram positivamente impactados por R\$ 4,3 bilhões de créditos tributários de litígios no Brasil

referentes à inconstitucionalidade da inclusão do ICMS estadual na base de cálculo do PIS e da COFINS. Para obter mais detalhes, consulte a sessão abaixo. Fluxo de caixa operacional e CAPEX: o fluxo de caixa das atividades operacionais no 4T20 foi de R\$ 8.393,6 milhões (-12,9%) e os investimentos em CAPEX alcançaram R\$ 1.394,4 milhões (-30,4%). No acumulado do ano, o fluxo de caixa das atividades operacionais totalizou R\$ 18.855,8 milhões (+2,6%), enquanto o CAPEX diminuiu 7,4% para R\$ 4.692,7 milhões

## RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO 4T 2020

O desempenho do resultado financeiro líquido é explicado por:

- Receita de juros de R\$ 1.875,3 milhões, impactada pelo ganho de R\$ 1.753 milhões relacionado aos créditos extemporâneos de tributos (página 16). Em uma base recorrente, o resultado foi impulsionado principalmente por nossa receita de juros sobre aplicações financeiras no Brasil de R\$ 44,3 milhões e atualização da taxa SELIC sobre imposto de renda a recolher/outros processos judiciais de R\$ 9,9 milhões;
- As despesas com juros foram de R\$ 388,7 milhões, impactadas principalmente por: (i) ajustes de valor justo do contas a pagar conforme IFRS 13 (CPC 46) de R\$ 138 milhões, (ii) despesas com juros sobre dívidas, sobregiro na Argentina de R\$ 70,4 milhões, (iii) despesa de juros sobre arrendamento de R\$ 63,2 milhões (iv) provisão de juros relacionadas à incentivos fiscais de R\$ 46,8 milhões;
- Perdas com instrumentos derivativos de R\$ 208,6 milhões, explicadas por: (i) custo de carregamento de hedges cambiais vinculados à nossa exposição do CPV e CAPEX na Argentina, onde o custo de carregamento foi de aproximadamente 55% ao ano sobre principal de aproximadamente US\$ 550 milhões, (ii) custo de carregamento de hedges cambiais vinculados à nossa exposição do CPV e CAPEX no Brasil, onde o custo de carregamento foi de aproximadamente 1,5% ao ano sobre um principal de aproximadamente US\$ 1,5 bilhões, e (iii) perdas relativas à marcação a mercado de equity swaps de R\$ 227,4 milhões (57 milhões de ações);

- Perdas com instrumentos não derivativos de R\$ 54,5 milhões, principalmente explicadas por (i) ganho de R\$ 75,9 milhões de ajuste ao valor justo relacionado à renegociação da estrutura da opção de venda da CND e (ii) perdas relacionadas à

exposição do balanço patrimonial (intercompany e contas a pagar), majoritariamente ligadas à depreciação do peso argentino e do real de R\$ 130,4 milhões;

- Impostos sobre transações financeiras de R\$ 155 milhões impactados principalmente por R\$ 81,7 milhões sobre receitas de juros de ganhos não recorrentes referentes aos créditos extemporâneos de tributos
- Outras despesas financeiras de R\$ 212,1 milhões, explicadas principalmente por provisões de contingências legais e despesas com plano de pensão, despesas com cartas de crédito e taxas de emissão de dívidas;
- Receitas financeiras sem efeito de caixa de R\$ 188,8 milhões de resultante da adoção da norma de Contabilidade e Evidenciação em Economia Altamente Inflacionária

## **3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS**

AMBEV SE ENQUADRA NO LUCRO REAL =

Grande parte das empresas brasileiras estão enquadradas no Lucro Real, inclusive a AMBEV., que também devido a seu faturamento superior a R\$ 78 milhões fica impossibilitada de se enquadrar em outro regime que não seja este. O Lucro Real nada mais é do que o crescimento REAL no patrimônio da empresa. Aqui não existe presunção de aumento de capital, o lucro líquido do exercício é aquele obtido pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizadas pela legislação tributária.

Conforme descrito acima, o fato gerador do IRPJ é o lucro obtido pela empresa, e este lucro deve ser visto de uma maneira geral, e sendo assim, no que tange este tributo não é necessário analisarmos cada segmento da AMBEV, uma vez que todas as receitas e despesas destes segmentos se agrupam para obtenção de um resultado único da empresa

que será tributado. Portanto, qualquer um dos segmentos da empresa terá o mesmo tratamento. Muito tem se falado sobre a gestão tributária nas operações das empresas.

Observamos, muitas vezes, que o centro dessa questão fica na análise das operações comerciais, ou seja, na compra de insumos ou de mercadorias para revenda, nas vendas dos produtos manufaturados, assim como nas operações de revenda de mercadorias, ou até mesmo, nos serviços adquiridos e disponibilizados pela empresa. Em nossa visão essa proposta de gestão deve ir além dessa análise, e necessita considerar todos os eventos econômicos da empresa.

De uma forma bem simplista, buscando ilustrar objetivamente essa nossa abordagem, o evento econômico é caracterizado pelo registro do fato, e o evento financeiro é caracterizado pelo impacto no caixa da empresa. Assim o apontamento, ou, registro de uma venda, de uma aquisição, de um custo, de uma despesa, tem impacto de natureza econômica, já a entrada de recursos no caixa, ou o pagamento efetivo do fornecedor, traz a operação o seu efeito financeiro.

Avaliamos que a gestão tributária deve estar contemplando esses eventos econômicos e todos os seus desmembramentos no que se aplica às operações, resultado, patrimônio, circulação ou aplicação de disponibilidades financeiras.

Já na constituição da empresa esses pontos devem ter sido analisados preliminarmente e detalhados de forma estratégica. Qual operação a empresa irá realizar? Quais serão as suas fontes de receita operacional? Elas são condizentes com o **objeto social**? Qual será a sua estrutura para atender esse objetivo empresarial? Parte da atividade pode ser terceirizada? Qual a localização da empresa e do mercado consumidor de seu produto? Esses, são alguns pontos, que já no início da operação devem estar definidos no conceito do “estratégico”.

O conceito de "estratégia" tem relação direta com o que fazer e de que forma direcionar as ações para se alcançar determinado objetivo, ou, como alcançar aquela meta proposta. Várias empresas trabalham com planos estratégicos voltados ao seu mercado de atuação, aos seus produtos, ao seu negócio, ou até mesmo a sua localização e localização dos seus, isso com a proposta de trazer rentabilidade e lucratividade às operações, e periodicamente atualizam essas informações aplicando ao plano a dinâmica do negócio.

Assim, a proposta de gestão estratégica tributária das empresas, deve ter na fase de estudos e definições, a maleabilidade suficiente para acompanhar dentro dos limites da legislação, às diretrizes do plano estratégico da companhia. Importante aqui considerar que não estamos falando somente de identificar a carga tributária, estamos abordando as operações dentro de sua legalidade, que necessita considerar o momento atual e o prazo prescricional legal de questionamento por parte do órgão fiscalizador, evitando que uma suposta lucratividade hoje não se transforme em uma grande contingência amanhã.

Também nessa fase de estudos e definições é importante que essa avaliação tributária se amolde aos planos alternativos da empresa, de acordo com os cenários propostos para o negócio. O planejamento estratégico tributário não pode ser tratado como uma proposta engessada, ele deve estar ao lado do negócio indicando os riscos e a carga tributária das operações, como comentamos acima, ele deve incorporar a dinâmica das operações dentro de sua base legal em termos de tributos incidentes.

O termo operação, deve ser entendido de forma ampla, assim, uma aplicação financeira de certa disponibilidade, uma distribuição de **juros** sobre capital próprio, determina concessão de benefício aos colaboradores, a análise quanto a compra ou aluguel de uma máquina, a análise de distribuição própria ou terceirizada de produtos, devem ser analisadas e tratadas, com o mesmo rigor, em termos de análise tributária, que a compra e venda de mercadorias, ou, a compra e a prestação de serviços.

O estratégico para a empresa não pode ser visto de forma direcionada somente a operação, deve considerar ela (a operação), mas o patrimônio da companhia, o seu resultado, seus aspectos societários, e vários outros aspectos indissociáveis do negócio. O estratégico é o todo com sua graduação de importância para as operações.

- Cenário tributário Brasileiro 2020

Enquanto o mundo se prepara para enfrentar uma pandemia, pode parecer um anticlímax debater reforma tributária no Brasil, Preços de Transferência (TP) e outros aspectos do processo de acesso do Brasil a OCDE, ou qualquer outro tema que não seja relacionado às medidas de emergência referentes ao COVID-19. Contudo, não seria



um exagero dizer que o pacote de estímulos mais poderoso que o Brasil poderia receber para enfrentar a crise que resulta da pandemia global, seria precisamente a implementação das tão necessárias reformas estruturais do sistema tributário, que vão desde a reforma da tributação do consumo até a reforma do imposto sobre a renda, abordando temas fiscais domésticos e internacionais.

O que é certo, contudo, é que haverá reformas. Existe um amplo consenso político de que o sistema tributário brasileiro é nocivo para os brasileiros e isola a economia brasileira, e por essas razões tem que mudar. Parece haver consenso no sentido de que o sistema é particularmente injusto e regressivo. Parece haver consenso também em se aceitarem reformas que sejam favoráveis aos negócios, aos investimentos, e ao crescimento econômico (este consenso deve se tornar certo dada a crise econômica causada pelo COVID-19). De fato, as eleições de 2018 resultaram em um alinhamento centro-direita pró-crescimento, ainda que fracamente configurado, entre o congresso e a presidência, de alguma forma similar ao ambiente verificado nos EUA antes da implementação da reforma tributária de 2017 (*Tax Cuts and Jobs Act, TCJA*). Isso faz com que uma reforma tributária favorável aos negócios seja praticamente certa.

Os orçamentos da Federação e dos Estados, contudo, permanecem desequilibrados. O setor público brasileiro é imenso; o déficit orçamentário persiste, mesmo após a significativa reforma da previdência de 2019. A reforma da previdência e, em especial, a reforma do sistema de pensões e regimes de benefícios de servidores públicos, representou o primeiro passo crítico para reverter a crise econômica que atormenta o Brasil desde a Grande Recessão, e que ainda está presente.

Uma reforma administrativa muito mais ampla ainda é necessária para reduzir e tornar mais ágil o setor público brasileiro, e deve ocorrer juntamente com um enorme programa de privatização. Sem uma reforma administrativa mais ampla que endereça este desequilíbrio orçamentário, não há reforma tributária pró-negócios que possa produzir reduções tributárias significativas para a economia brasileira. Ou seja, a decisão política agora parece ser a simplificação do sistema tributário brasileiro, facilitando obrigações acessórias e controles, reduzindo incertezas, e *idealmente* reduzindo o número de tributos. É possível que uma redução da carga sobre o consumo seja implementada, desde que tal desoneração seja compensada por um aumento na tributação da renda das pessoas físicas (e na tributação sobre propriedade e patrimônio),

o que serviria como um estímulo sustentável ao crescimento da economia. Aumento no consumo, causado pela desoneração tributária do consumo, levando a um aumento nos investimentos e na taxa de empregos, seria uma reforma tributária pró-crescimento muito necessária no Brasil. No entanto, iria impor desafios administrativos e aumentaria o risco da arrecadação, visto que a base de arrecadação do imposto de pessoas físicas não é tão ampla quanto a base de arrecadação sobre o consumo, e a tributação de pessoas físicas depende mais fortemente da ação voluntária do contribuinte. Difícil contar, portanto, com mudanças tão fundamentais no sistema tributário brasileiro no curto prazo, mas talvez, a reforma irá pavimentar o caminho para mudanças tão transformadoras no futuro. No entanto, os impostos corporativos e comerciais devem diminuir, assim como talvez a tributação da folha de salários, enquanto o risco de reintrodução de um tributo sobre transações financeiras ainda existe diante da necessidade de manter o orçamento em equilíbrio.

#### Ambev adota solução fiscal da Sovos Taxweb e aposta na Transformação Digital

A pandemia impulsionou muitas mudanças nas organizações, que se deram conta da necessidade de estarem preparadas digitalmente para as crises. Mas em se tratando de gestão fiscal, o cenário brasileiro já vinha se mostrando desafiador o suficiente, forçando as empresas a iniciarem sua jornada de transformação. Agora, temos pela frente outra provocação, que é a mudança promovida pela reforma tributária.

De olho neste cenário, a Ambev, empresa especializada na produção de bebidas e 14ª maior companhia do País em receita líquida, é um exemplo de organização que vinha antecipando sua jornada de Transformação Digital, estando agora apta para enfrentar esse novo momento que estamos vivendo. Diante de um dos sistemas tributários mais complexos do mundo, a indústria apostou no sistema de cálculo automatizado e de atualização tributária TaxRules, carro-chefe da Sovos Taxweb, especialista em soluções fiscais digitais.

Segundo Uirá Gomes, Global Tax da Ambex, a empresa vinha se preparando para lidar com processos tributários cada vez mais rigorosos. “Além do cruzamento de informações por parte do Fisco, atualmente 100% das obrigações são digitalizadas e novas exigências fiscais ocorrem a cada ano, demandando a adaptação de plataformas

quando elas não atendem às determinações atuais. Todo esse cenário exige uma solução de ponta para suportar mudanças, além de termos em mente que é preciso atuar com a tributação como um diferencial competitivo e não somente como uma obrigação”, explica.

Gomes comenta que a solução da Sovos Taxweb foi escolhida após pesquisar outras opções no mercado, inclusive ofertas globais, em função da capacidade de atendimento às rotinas tributárias frente à volumetria de produtos da indústria, que é muito ampla. Além disso, o TaxRules tem integração nativa com o SAP por meio do TaaS (Tax as a Service) e opera como um motor de cálculo do SAP S/4 Hana, garantindo um processo contínuo de monitoramento dos impostos de 27 diários oficiais e alimenta, automaticamente, as bases de cálculo da solução.

Paulo Zirnberger de Castro, country manager da Sovos Taxweb, alerta as empresas que a reforma tributária prevê a simplificação de impostos por meio da unificação de tributos, porém este cenário se soma à complexidade fiscal atual. Isso significa que as empresas atuarão com dois controles paralelos durante essa transição, a atual e a proposta, situação que deve durar aproximadamente três anos.

“As empresas que não atualizarem sua gestão estarão sujeitas a erros e riscos de penalidades. O único caminho que pode mitigar esta situação é a digitalização e a automatização dos pagamentos tributários. Por isso, agora é a hora das empresas ajustarem seus processos para poderem passar por essa transição sem prejudicar a operação e o bolso”, finaliza Castro.

### **3.2.1 LUCRO REAL**

Lucro Real é um regime de tributação no qual o cálculo do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL) é feito com base no lucro real da empresa – receitas menos despesas –, com ajustes previstos em lei.

Para os empreendedores que optam por este regime, é essencial ter um controle preciso sobre as rendas e as despesas do negócio. Dessa forma, é possível calcular com precisão o lucro e os tributos a serem pagos. Outro ponto importante do Lucro Real é que os encargos aumentam ou diminuem de acordo com o lucro registrado. Além disso, caso a empresa apresente prejuízo fiscal ao longo do período tributável, ela não precisa pagar os tributos sobre o lucro.

Segundo a legislação, empresas de alguns setores específicos são obrigadas a se enquadrar no regime de Lucro Real – independentemente da receita bruta. São elas:

- Empresas do mercado financeiro, como bancos, instituições financeiras, cooperativas de crédito, empresas de seguro privado, entidades de previdência aberta e sociedades de crédito imobiliário;
- Empresas que tiveram lucro, rendimentos ou ganhos de capital oriundos de fora do país;
- Empresas que explorem as atividades de compras de direitos creditórios resultantes de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços (factoring);
- Empresas que têm benefícios fiscais em relação à redução ou isenção de impostos.
- Além disso, qualquer empresa com receita bruta acima de R\$78 milhões deve, obrigatoriamente, adotar o Lucro Real como regime de tributação.

Quem opta pelo regime do Lucro Real encontra algumas vantagens:

- Tributação mais justa de acordo com o lucro real do negócio;
- Compensação de prejuízos fiscais;
- Possibilidade de aproveitar créditos do PIS e do Cofins;
- Opção de apurar os lucros em diferentes períodos fiscais, seja trimestral ou anualmente;
- Desobrigação de pagar os tributos sobre o lucro quando a empresa apresenta prejuízo fiscal.

Para usufruir dessas vantagens, é essencial que o empreendedor tenha um bom controle das finanças do negócio. Dessa forma, é possível apurar com exatidão o lucro líquido e pagar somente o necessário.

A empresa que está enquadrada no Lucro Real e apresenta dados sem clareza no momento de apurar os tributos pode receber multas que variam de 0,25% a 3% do lucro líquido.

Por isso, é essencial manter um registro de todo dinheiro que entra e sai da empresa – seja na venda de produtos ou serviços, compra de materiais, folha de pagamento de funcionários, tributos ou qualquer outra movimentação financeira.

Como dissemos, o Lucro Real é um regime de tributação no qual o Imposto de Renda da [Pessoa Jurídica](#) (IRPJ) é calculado com base no lucro líquido da empresa – assim como a Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL).

No caso do IRPJ, a alíquota sobre o lucro real é de 15% para empresas que apresentam até R\$20 mil de lucro mensal. Já para os negócios que excedem esse valor, a alíquota é 15% sobre o lucro mais 10% sobre o valor que excede R\$20 mil.

Uma empresa que registra R\$30 mil de lucro líquido por mês, por exemplo, deverá pagar:

15% sobre R\$30.000 = R\$4.500;

10% sobre o excedente (no caso, R\$10.000) = R\$1.000

Totalizando R\$5.500 de IRPJ.

Já a alíquota da CSLL é de 9% a 12% sobre o lucro líquido.

Além do IRPJ e da CSLL, também é importante levar em consideração o cálculo do Programa de Integração Social (PIS) e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins), ambos tributos sobre o faturamento.

Para o PIS, a alíquota geralmente é de 1,65%. Já para o Cofins, é de 7,6%. Dependendo da atividade do negócio, entretanto, essas alíquotas podem ser menores: 0,65% no PIS e 3% para Cofins.

### 3.2.2 LUCRO PRESUMIDO

Lucro presumido é uma forma de tributação para empresas usada no cálculo do IRPJ e da CSLL. Ela é considerada um regime tributário simplificado por permitir que a Receita Federal determine a base de cálculo desses impostos apenas com base nas receitas apuradas pelas empresas.

Ou seja: como o próprio nome sugere, para calcular o quanto a empresa deve pagar de impostos, a Receita Federal presume o quanto do faturamento de uma empresa foi lucro, usando tabelas padronizadas – uma para o IRPJ e outra para o CSLL; as bases de cálculo são, portanto, prefixadas e têm margens de lucro específicas que variam conforme a atividade que a empresa desempenha.

Basicamente, para o IRPJ, as margens de lucro consideradas por este regime de tributação vão de 8% a 32%:

1,6% – Empresa que trabalha com revenda de combustíveis;

8,0% – Regra geral (toda empresa que não se encaixa nas definições acima e abaixo);

16,0% – Empresas de serviço de transporte (que não sejam de carga);

32,0% – Prestação de serviços em geral, intermediação de negócios e administração, locação ou cessão de bens móveis, imóveis ou direitos.

No caso da CSLL, são as seguintes:

32% – Empresas de prestação de serviços em geral, intermediação de negócios e administração, locação ou cessão de bens móveis, imóveis ou direitos

12,0% – Regra geral (toda empresa que não se encaixa na classificação acima).

Depois de identificar a base de cálculo de tributação da sua empresa, o segundo passo é aplicar as alíquotas dos impostos sobre ela. As alíquotas são as seguintes:

IRPJ: 15% sobre a base de cálculo do lucro presumido além de 10% sobre a parcela que exceder a R\$ 20.000,00 por mês.

CSLL: 9% sobre a base de cálculo.

Algumas empresas não podem optar pelo regime de lucro presumido, seja pelo seu ramo de atividade ou pelo seu faturamento – existe um valor mínimo para poder aderir a ele.

De qualquer forma, para aquelas que podem escolhê-lo, existem vantagens e desvantagens. A vantagem é que ele é mais simples: não é preciso apurar o lucro exato que a companhia teve. Por outro lado, pode acontecer de a empresa pagar mais impostos do que deveria – por exemplo, quando a margem de lucro for menor do que aquela presumida pela Receita Federal.

### **3.2.3 SIMPLES NACIONAL**

Basicamente, o [Simples Nacional](#) é um regime unificado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos para microempresas e empresas de pequeno porte. Criado em

dezembro de 2006, o Simples Nacional inclui, numa única guia de pagamento, oito tributos municipais, estaduais e federais.

Para quem adere ao regime, basta pagar à Receita Federal essa guia todos os meses em vez de oito separadamente. Parece pouco, mas para quem é empreendedor e precisa equilibrar vários pratos ao mesmo tempo, qualquer redução de burocracia é bem-vinda.

De acordo com o Sebrae, mais de 12 milhões de empresas aderiram ao Simples Nacional desde que entrou em vigor, em 2007. O [Simples Nacional](#) abrange oito tributos. São eles:

- Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ);
- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL);
- Contribuição para o Programa de Integração e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/Pasep);
- Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins);
- Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI);
- Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS);
- Imposto Sobre Serviços (ISS);
- Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP).

O [Simples Nacional](#) foi criado para facilitar a vida dos donos de microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP). Segundo a legislação, para ser uma ME é preciso ter faturamento anual de até R\$360 mil. Já uma EPP pode faturar até R\$4,8 milhões por ano.

Além disso, a empresa não pode ter débitos da Dívida Ativa da União ou do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS). Para quem é microempreendedor individual (o [MEI](#)),



o pagamento de impostos é feito pelo [Simei](#) – uma versão ainda mais simplificada do Simples Nacional.

Não é todo mundo que pode optar pelo [Simples Nacional](#). São proibidas as empresas que:

- Exerçam atividades relacionadas a energia elétrica, importação de combustíveis, automóveis e motocicletas, transporte intermunicipal e interestadual de passageiros, crédito, financiamento, corretagem, câmbio, investimento, cigarros, cigarrilhas, charutos, filtros para cigarros, armas de fogo, munições e pólvoras, explosivos e detonantes, bebidas alcoólicas e cervejas sem álcool (exceto pequenos produtores que vendem no varejo), cessão ou locação de mão-de-obra, loteamento e incorporação de imóveis, locação de imóveis próprios;
- Tenham outra empresa como acionista;
- Participem do capital social de outra pessoa jurídica;
- Sejam filial, sucursal, agência ou representação, no Brasil, de empresa com sede em outro país;
- Sejam constituídas como cooperativas (com exceção das de consumo);
- Tenham um dos acionistas com participação em qualquer outro negócio com fins lucrativos cuja soma das receitas brutas ultrapasse R\$4,8 milhões anuais;
- Tenham sócio que more no exterior;
- Não estejam inscritas ou tenham irregularidades no cadastro fiscal federal, estadual ou municipal.

A lista completa pode ser conferida no [artigo 17 da Lei Complementar 123/2006](#), que institui as regras do Simples Nacional.

- Vantagens do Simples Nacional

Como o [Simples Nacional](#) unifica, num único documento de arrecadação, oito tributos federais, estaduais e municipais, o empreendedor só precisa se preocupar em pagar esta guia em vez de oito com datas diferentes de vencimento.

Além disso, a alíquota do Simples varia de acordo com o faturamento da empresa e de sua atividade. Ou seja, quem ganha menos paga menos e quem ganha mais paga mais.

Empresas que optam pelo Simples Nacional também têm preferência em licitações do governo – esse é um fator de desempate entre os negócios que concorrem.

- Desvantagens do Simples Nacional

Apesar de facilitar a vida das micro e pequenas empresas, o Simples Nacional também tem algumas desvantagens. A principal delas é que, como a alíquota é calculada com base no faturamento – e não no lucro –, uma empresa que tenha tido prejuízo pagará a mesma quantidade de impostos.

## **4. CONCLUSÃO**

Nesta PI, vemos o quanto é importante o Orçamento Empresarial.

Indispensável para o sucesso de qualquer empresa, visando nos dias de hoje com a Pandemia que rodeia o mundo, o planejamento se torna cada vez mais importante e essencial para a sobrevivência de uma empresa.

Fiquei muito Feliz e espero que as informações sejam de muita ajuda a várias pessoas e outros alunos, como foi para minha pessoa.

## REFERÊNCIAS

### **Introdução - Historia Empresa**

<https://www.ambev.com.br/sobre/nossa-historia/#1434-1996>

### **Descriminação da empresa -**

[https://empreenderdinheiro.com.br/blog/abev3/#:~:text=A%20Ambev%20\(Ambev%20S.A.\)%20%C3%A9,fabricante%20de%20cervejas%20do%20mundo.](https://empreenderdinheiro.com.br/blog/abev3/#:~:text=A%20Ambev%20(Ambev%20S.A.)%20%C3%A9,fabricante%20de%20cervejas%20do%20mundo.)

### **Gestão Orçamentária**

<https://www.totvs.com/blog/negocios/gestao-orcamentaria/#:~:text=A%20import%C3%A2ncia%20da%20gest%C3%A3o%20or%C3%A7ament%C3%A1ria,ter%20um%20gest%C3%A3o%20financeira%20eficiente.>

### **Orçamento de vendas**

<https://administradores.com.br/artigos/elaboracao-de-orcamento-de-vendas>

<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/124760>

### **Orçamento das despesas operacionais**

<https://blog.keruak.com.br/despesas-operacionais/>

### **Orçamento empresarial**

<https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/c8182463-4b7e-408c-9d0f-42797662435e/6d764136-8e2d-3c1c-fc46-1dd0d66a93f0?origin=1>

### **Gestão estratégica de tributos**

<https://www.contabeis.com.br/artigos/5365/gestao-estrategica-de-tributos/>

<http://www.sinescontabil.com.br/trabalhos/arquivos/b7c28d2f33b157d581121ace687b560a.pdf>

**Cenário tributário brasileiro**

<https://www.internationaltaxreview.com/article/b1ky4shpfqhsy4/pref225cio-cen225rio-tribut225rio-brasileiro-2020>

<https://inforchannel.com.br/ambev-adota-solucao-fiscal-da-sovos-taxweb-e-apos-ta-na-transformacao-digital/>

# ANEXOS

## ABEV3 Demonstração de Resultados



Anual

Trimestral

[Recolher Tudo](#)

Encerramento do Exercício:	2020 31/12	2020 30/09	2020 30/06	2020 31/03
<b>Receita Total</b> ▾	18556,57	15604,5	11615,33	12602,6
Receita	18556,57	15604,5	11615,33	12602,6
Outras Receitas, Total	-	-	-	-
Custos de Receitas, Total	8197,88	7423,15	5801,88	5643,19
<b>Lucro Bruto</b>	10358,69	8181,35	5813,45	6959,41
<b>Total de Despesas Operacionais</b> ▾	10944,35	11935,06	9628,64	9494,67
Despesas com vendas, gerais e administrativas	5060,82	4602,76	3832,3	4072,2
Pesquisa e Desenvolvimento	-	-	-	-
Depreciação/Amortização	-	-	-	-
Despesas com Juros (Lucro)	9,43	11	16,24	6,62
Despesas extraordinárias (Lucro)	-48,62	66,17	43,14	-56,07
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	-2275,16	-168,02	-64,91	-171,27
<b>Receitas Operacionais</b>	7612,22	3669,44	1986,69	3107,93
Receita de Juros (Despesas)	1205,56	-1075,37	-625,93	-1422,06


Despesas extraordinárias (Lucro)	-48,62	66,17	43,14	-56,07
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	-2275,16	-168,02	-64,91	-171,27
<b>Receitas Operacionais</b>	7612,22	3669,44	1986,69	3107,93
Receita de Juros (Despesas)	1205,56	-1075,37	-625,93	-1422,06
Ganho (perda) na Venda de Ativos	-	-	-	-
Outros, Líquido	-353,46	-163,03	-252,59	-194,95
<b>Lucro Antes dos Impostos</b>	8464,31	2431,04	1108,17	1490,92
Provisão para Imposto de Renda	1573,93	72,07	-163,14	279,67
<b>Lucro Líquido depois Despesas com Imposto</b>	6890,37	2358,97	1271,32	1211,25
Participação dos Acionistas Minoritários	-104,36	-84,17	-44,52	-119,47
Patrimônio Líquido de Controladas	-	-	-	-
Ajuste de US GAAP	-	-	-	-
<b>Lucro Líquido Antes de Ítems Extraordinários</b>	6786,01	2274,8	1226,8	1091,78
Ítems Extraordinários	-	-	-	-
<b>Lucro Líquido</b>	6786,01	2274,8	1226,8	1091,78
Ajustes ao Lucro Líquido	-	-	-	-
<b>Lucro Disponível ao Acionista Ordinário Excluindo Ítems Extraordinários</b>	6786,01	2274,8	1226,8	1091,78

# CERVEJARIA ambev







 <b>REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL</b> <b>CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA</b>		
NÚMERO DE INSCRIÇÃO <b>07.526.557/0001-00</b> MATRIZ	<b>COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL</b>	DATA DE ABERTURA <b>13/07/2005</b>
NOME EMPRESARIAL <b>AMBEV S.A.</b>		
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****		PORTE <b>DEMAIS</b>
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL <b>11.13-5-02 - Fabricação de cervejas e chopes</b>		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 11.22-4-01 - Fabricação de refrigerantes 10.54-3-00 - Fabricação de farinha de milho e derivados, exceto óleos de milho 10.99-6-99 - Fabricação de outros produtos alimentícios não especificados anteriormente 01.11-3-99 - Cultivo de outros cereais não especificados anteriormente 01.41-5-01 - Produção de sementes certificadas, exceto de forrageiras para pasto 01.41-5-02 - Produção de sementes certificadas de forrageiras para formação de pasto 10.99-6-04 - Fabricação de gelo comum 17.31-1-00 - Fabricação de embalagens de papel 18.13-0-99 - Impressão de material para outros usos 18.13-0-01 - Impressão de material para uso publicitário 22.22-6-00 - Fabricação de embalagens de material plástico 23.12-5-00 - Fabricação de embalagens de vidro 25.91-8-00 - Fabricação de embalagens metálicas 20.14-2-00 - Fabricação de gases industriais 46.35-4-02 - Comércio atacadista de cerveja, chope e refrigerante 46.86-9-02 - Comércio atacadista de embalagens 46.52-3-00 - Comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de insumos agropecuários 46.23-1-99 - Comércio atacadista de matérias-primas agrícolas não especificadas anteriormente 46.37-1-99 - Comércio atacadista especializado em outros produtos alimentícios não especificados anteriormente		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA <b>204-6 - Sociedade Anônima Aberta</b>		
LOGRADOURO <b>R DOUTOR RENATO PAES DE BARROS</b>	NÚMERO <b>1017</b>	COMPLEMENTO <b>3 ANDAR EDIFÍCIO CORP. PARK</b>
CEP <b>04.530-001</b>	BARRIO/DISTRITO <b>ITAIM BIBI</b>	MUNICÍPIO <b>SAO PAULO</b>
ENDEREÇO ELETRÔNICO <b>opobrigacoes@ambev.com.br</b>		TELEFONE <b>(19) 3313-5680/ (19) 3313-6000</b>
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****		
SITUAÇÃO CADASTRAL <b>ATIVA</b>	DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL <b>13/07/2005</b>	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL		
SITUAÇÃO ESPECIAL *****	DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	