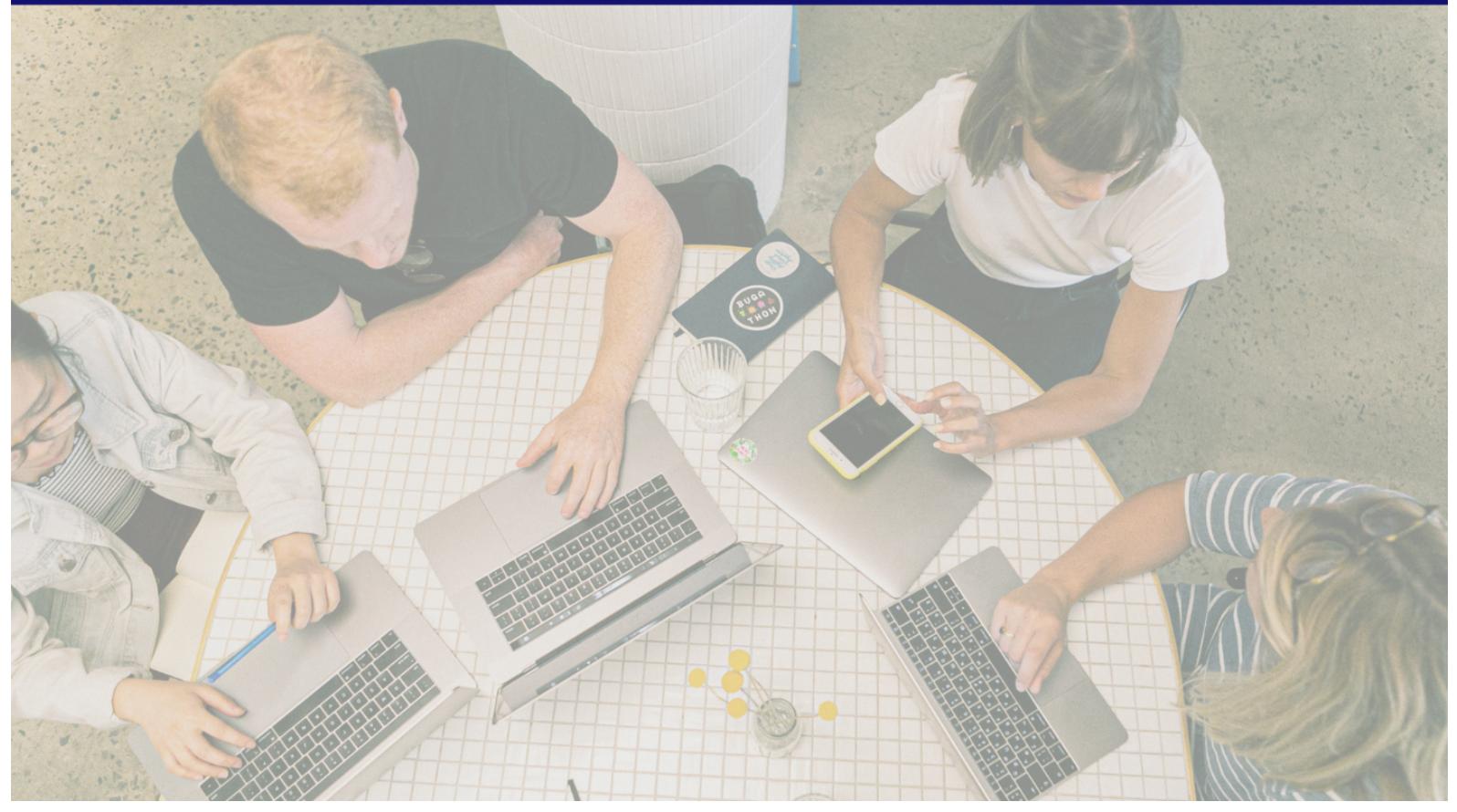




UNifeob
| ESCOLA DE NEGÓCIOS

2023

**PROJETO DE CONSULTORIA
EMPRESARIAL**



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
SD DISTRIBUIDORA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2023

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
SD DISTRIBUIDORA

MÓDULO DE GESTÃO ESTRATÉGICA

Administração Estratégica e Compliance – Prof. José Marcio Carioca

Constituição de Empresas no Brasil – Prof. Marcelo Ferreira Siqueira

Gestão Estratégica de Tributos – Prof. Antonio Donizeti Fortes

Gestão Orçamentária – Prof. Rodrigo Simão da Costa

Projeto de Gestão Estratégica – Prof^a. Ana Carolina Maldonado Matos

Estudantes:

Alan Nascimento Maia, RA 22000198

Alexandre Medeiros Guilherme, RA 22000928

Carlos Varise Zambelli, RA 22000196

Evandro Elizeu Junior, RA 22000945

Lucas Felipe da Silva, RA 22000204

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
JUNHO 2023

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	4
2	DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3	PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL	6
3.1	ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA E COMPLIANCE	6
3.1.1	METODOLOGIAS E FERRAMENTAS APLICADAS À GESTÃO	6
3.1.2	APLICANDO AS METODOLOGIAS E FERRAMENTAS	7
3.1.3	COMPLIANCE NAS EMPRESAS	11
3.2	CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS NO BRASIL	12
3.2.1	NOÇÕES GERAIS DE DIREITO EMPRESARIAL	13
3.2.2	CANVAS	13
3.2.3	ANALISANDO A CONSTITUIÇÃO DE UMA EMPRESA	14
3.3	GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS	16
3.3.1	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	15
3.3.2	SIMPLES NACIONAL	17
3.3.3	LUCRO PRESUMIDO	18
3.3.4	LUCRO REAL	19
3.3.5	PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO	20
3.4	GESTÃO ORÇAMENTÁRIA	20
3.4.1	ESTRUTURA DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	21
3.4.2	ORÇAMENTO DE VENDAS	21
3.4.3	ORÇAMENTO DE COMPRAS	22
3.4.4	ORÇAMENTO DE DESPESAS OPERACIONAIS	23
3.4.5	DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO ORÇADA	24
3.5	CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: DESENVOLVENDO IDEIAS	25
3.5.1	DESENVOLVENDO IDEIAS	26
3.5.2	ESTUDANTES NA PRÁTICA	29
4	CONCLUSÃO	31
	REFERÊNCIAS	32

1 INTRODUÇÃO

Com base nas ideias discutidas entre os membros da equipe, decidiu-se abrir uma empresa de distribuição de bebidas que inclui opções alcoólicas e não alcoólicas, como refrigerantes e energéticos. O objetivo é gerar uma discussão sobre o tema novas empresas e empreendedorismo, a partir de conceitos aprendidos na Contabilidade Gerencial Estratégica, como gestão estratégica, abertura de empresas, gestão tributária e orçamentária.

A empresa, segundo a proposta, segue uma postura sustentável em prol do meio ambiente e da utilização de materiais recicláveis e reutilizáveis, reduzindo o impacto ambiental. Além disso, a empresa trabalha em conjunto para proteger os animais e a vida marinha reduzindo a quantidade de consumíveis.

O projeto poderia beneficiar muitas pessoas que poderiam vê-lo como uma oportunidade de agir e melhorar suas vidas. A empresa visa promover a produção limpa e a proteção do planeta por meio de uma gestão sustentável e consciente.

Além disso, a empresa pode explorar as possibilidades das redes sociais e do marketing digital para divulgar seus produtos e serviços, atrair novos clientes e fortalecer a marca no mercado.

Por fim, é importante ressaltar que a gestão estratégica, que foca na análise do mercado, da concorrência, na definição de objetivos claros e no estabelecimento de metas e indicadores de desempenho, é essencial para o sucesso de uma empresa. Com uma gestão estratégica bem definida, uma distribuidora de bebidas consegue atingir seus objetivos e se diferenciar das demais.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Em acordo do grupo foi decidido a criação de uma Distribuidora de bebidas com a proposta para um novo empreendimento, situada na cidade de Santa Cruz das Palmeiras - São Paulo, além disso, ela expande sua atividade para cidades da região, a qual possui a razão social de Palmeiras Distribuidora e Serviços Ltda e nome fantasia de SD Distribuidora, no qual o ramo que se encontra seria a distribuição em geral de produtos de marcas diversas no mercado.

Seus concorrentes são distribuidoras fortes como, (Abackerli Distribuidora Bebidas - Tambaú), (Fischer S/A Comércio Indústria e Agricultura - Casa Branca), (Ferronato Bebidas - Porto Ferreira), tendo como seus clientes, supermercados, depósitos, bar, padarias, restaurantes, focando sempre em estabelecimentos alimentícios e comemorativos, a empresa trabalha com marcas como: Heineken, Coca - Cola, Corona, Brahma, Amstel e Império; a empresa tem como objetivo trabalhar com marcas voltadas a bebidas, pegando direto do fornecedor e assim distribuir de maneira mais fácil e barata a região em que está situada, com serviços de distribuição, encomendas, transporte de cargas para o local, e reposição de estoque.

A empresa Santo Drink Distribuidora, trabalha vendendo por meio de redes sociais e aplicativos de Delivery, com o cuidado de um setor comercial.

Além disso, para a entrega será utilizado como meio de transporte caminhões, para assim chegar os produtos as empresas que nos procuram para fazer a revendas das marcas.

Em geral, o sucesso da SD Distribuidora dependerá de sua capacidade de oferecer serviços de qualidade, preços competitivos e produtos de alta qualidade, além de desenvolver relacionamentos de longo prazo com seus clientes e fornecedores.

3 PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL

3.1 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA E COMPLIANCE

Localizado em Santa Cruz das Palmeiras como a cidade sede da empresa pela sua localização, podendo favorecer o crescimento da empresa na região do interior de São Paulo, onde existe uma alta demanda de bebidas e uma região com grandes mercados e franquias de bebidas famosas.

3.1.1 METODOLOGIAS E FERRAMENTAS APLICADAS À GESTÃO

A Matriz de Swot é um método de planejamento estratégico utilizado nas empresas para identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças presentes na empresa com o intuito de auxiliar assim os empresários a terem uma visão geral dos aspectos positivos ou negativos de suas empresas.

O modelo Canvas é uma ferramenta de modelo estratégico, onde se desenvolvem modelos de negócios novos ou existentes em uma única página, ele é muito interessante pois descreve o caminho a ser seguido pela empresa rumo a ha seu objetivo, mostrando a lógica de como se pretende gerar valor.

Design Thinking é uma abordagem que busca solucionar problemas complexos de forma criativa e inovadora, utilizando métodos e ferramentas de design para promover a empatia com o usuário e desenvolver soluções centradas nas suas necessidades. É uma metodologia iterativa que envolve a experimentação, a prototipagem e a validação de soluções para garantir que elas atendam às expectativas dos usuários.

BSC é uma ferramenta de gestão estratégica que auxilia as empresas a definir e acompanhar o desempenho de suas metas e objetivos em diversas áreas da organização, ele é estruturado em quatro perspectivas principais: financeira, do cliente, dos processos internos e do aprendizado e crescimento. Cada uma dessas perspectivas possui seus próprios indicadores, metas e objetivos, que devem ser definidos de acordo com a estratégia empresarial e com as necessidades e expectativas dos stakeholders da organização.

Conforme citado por Maximiano em um site disponível na internet se define o conceito de estratégia:

“O conceito de estratégia nasceu da necessidade de realizar objetivos em situações de concorrência, como acontece na guerra, nos jogos e nos negócios. A realização do objetivo significa anular ou frustrar o objetivo do concorrente, especialmente quando se trata de inimigo ou adversário que está atacando ou sendo atacado. A palavra estratégia, também envolve certa conotação de astúcia, de tentativa de enganar ou superar o concorrente com a aplicação de algum procedimento inesperado, que provoca ilusão ou que o faz agir como não deveria, mas segundo os interesses do estrategista” (MAXIMIANO, 2000:392).

3.1.2 APLICANDO AS METODOLOGIAS E FERRAMENTAS

A Matriz SWOT também é conhecida como SWOT (Strengths, Opportunities, Weaknesses and Threats), as empresas a utilizam para avaliar seu atual nível de desempenho, por meio da matriz SWOT ou SWOT, as empresas podem ter uma visão holística de sua situação atual, tornando-as Capacidade de identificar oportunidades para alavancar seus pontos fortes, minimizar fraquezas, aproveitar oportunidades de mercado e mitigar ameaças. Dessa forma, a empresa pode direcionar estrategicamente seus esforços visando melhorar seu desempenho e alcançar melhores resultados nos mercados em que atua, segundo Chiavenato e Sapiro (2003), o conceito de matriz de swot se enquadra,

“Sua função é cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos. A avaliação estratégica realizada a partir da matriz SWOT é uma das ferramentas mais utilizadas na gestão estratégica competitiva. Trata-se de relacionar as oportunidades e ameaças presentes no ambiente externo com as forças e fraquezas mapeadas no ambiente interno da organização. As quatro zonas servem como indicadores da situação da organização”.

Através da análise a empresa apresentada inserida no quadro abaixo a matriz de swot, com o quadro composto pelas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Como é mostrado na imagem abaixo:

Imagem 1- Matriz de Swot:**MATRIZ DE SWOT**

<p style="text-align: center;">Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipe qualificada • Tecnologia • Localização • Bom atendimento • Comprometimento • Variedades de produtos 	<p style="text-align: center;">Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dependência dos fornecedores • Necessidade de Investimentos • Alto custo para manter o estoque • Baixa visibilidade (Por ser nova na área) • Empresa jovem no mercado
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Possibilidade de expansão • Parceria com estabelecimentos • Interesse de futuros investidores • Aumenta de possibilidades de entregas a domicílio • Crescimento da demanda pelos produtos (datas comemorativas) 	<p style="text-align: center;">Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concorrência • Crise econômica • Aumento dos custos da matéria-prima • Mudanças climáticas • Alta nos impostos

(Imagem 1: Matriz de Swot, autoria dos discentes)

A matriz contém as principais forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da empresa. A ferramenta auxilia na identificação desses pontos, assim então ajuda a minimizá-los ou então aproveitar o potencial de cada um auxiliando então no crescimento e expansão da empresa.

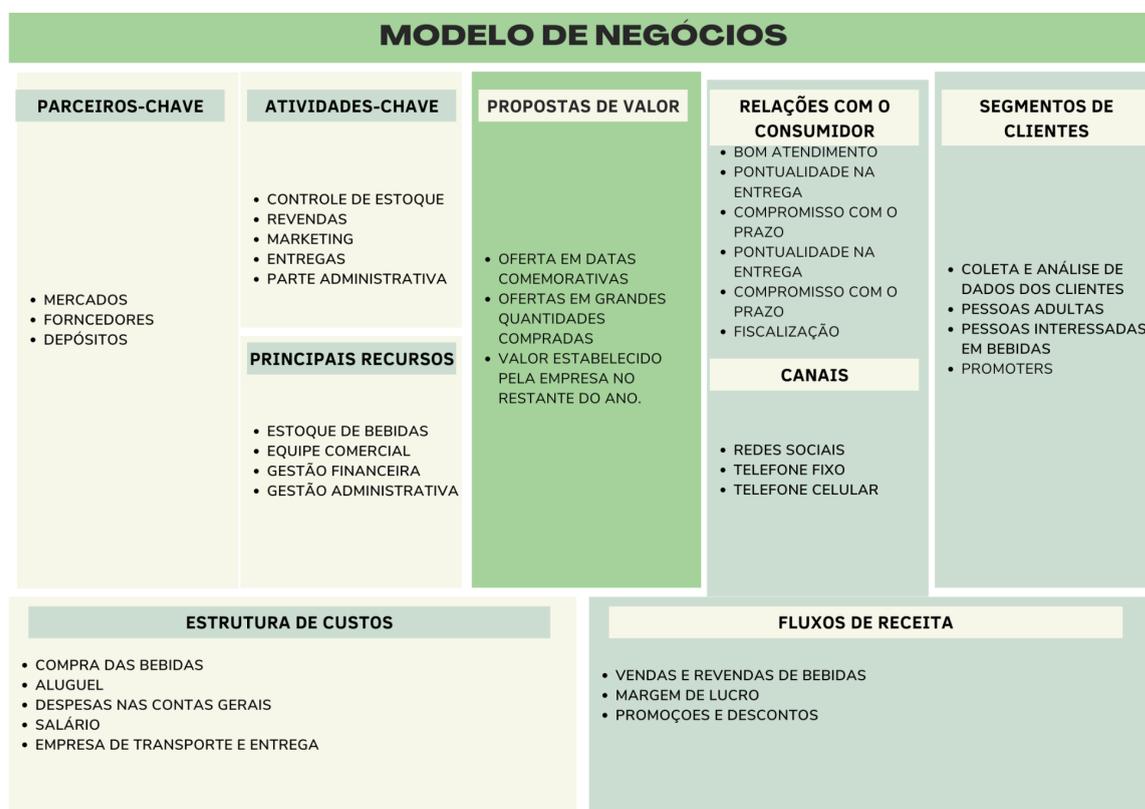
Canva

A função do Canva é ajudar a organizar os pensamentos da empresa, facilitando a criação de modelos a serem seguidos de forma dinâmica, simplificada e objetiva, tornando os modelos acessíveis a todos, Para Robson Camargo a definição de um modelo canva, de acordo com:

“O método Canvas é uma ferramenta para inovação de modelos de negócios, que pode ser utilizada na criação de uma nova empresa ou em uma organização centenária, basta que seus gestores estejam dispostos a pensar colaborativamente em busca de novas soluções para os seus problemas. Portanto, hoje vamos falar sobre o que é "business model Canvas”.

No modelo canva inserido abaixo segue os seguintes itens:

Imagem 2 - Elaboração de um modelo canva:



(Imagem 2 - Elaboração de um modelo canva - autoria dos discentes)

Nesse modelo estão as principais informações comerciais da empresa, mostrando o caminho que a empresa vai seguir. Ele permite uma análise das informações da empresa de maneira mais prática, segura, dinâmica e econômica. Esse modelo ajuda a equipe a identificar potencialidades dentro do negócio.

Design Thinking

Design Thinking Etapas:

Entendimento - No mercado existem muitas vezes uma divergência entre os comércios (supermercados, padarias, lanchonetes, restaurantes, lojas de bebidas, etc) e a compra de mercadorias por questões de logística e comunicação.

Definição - existe uma visão que uma empresa especializada em distribuição de bebidas na região seria importante para dar uma opção mais fácil e simples aos comerciantes e negócios locais, assim então tendo espaço e procura no mercado.

Idealização - Desenvolver um softwares especialmente voltado para o controle logístico, como por exemplo, programa de rastreamento de cargas, controle de estoques, O Design Thinking é uma ferramenta que busca o desenvolvimento de produtos e serviços focados nas necessidades limitações e desejos dos desfrutadores, Para Antônio Roberto Oliveira resume a importância do Design Thinking:

“Na maior parte do tempo, trabalhamos de modo automático. Ou seja, fazemos as nossas tarefas do jeito que aprendemos. O Design Thinking faz você pensar se aquilo que você está fazendo é a melhor maneira”. (Antônio Roberto Oliveira). Além disso, o design apresenta suas etapas planejamento de rotas e comunicação com o cliente.

Prototipagem/Teste - Software especializado no controle do estoque, rastreamento das cargas, planejamento de rotas e comunicação com os clientes. Teste - Esse software será disponibilizado aos fornecedores e clientes da empresa, estando eles abertos a críticas e sugestões para o facilitamento de ambas as partes.

BSC

BSC é uma ferramenta de gestão estratégica voltada para avaliar o progresso dos objetivos de uma empresa a longo prazo. Sua abordagem equilibrada e focada em múltiplas perspectivas garante uma visão abrangente do desempenho organizacional e promove o alinhamento e o envolvimento de todas as partes interessadas.

De acordo com os criadores do Balanced Scorecard, Robert S., Kaplan e David P. Norton:

“o BSC traduz a missão e a visão da estratégia seguindo quatro perspectivas: financeira, do cliente, dos processos internos e do aprendizado e crescimento. Essas quatro perspectivas do Scorecard equilibram os objetivos de curto e longo prazo, com os vetores desses resultados, sendo que essas medidas apontam para a execução de uma estratégia integrada”.

As expectativas para o empreendimento são de crescimento com o tempo, se tornando referência no ramo de distribuição de bebidas; construir boas parcerias com empresas e mercados; ter total controle da entrega e satisfazer o tempo médio de recebimento e qualidade do serviço por parte dos parceiros da distribuidora.

Indicadores de acompanhamento para o sucesso da empresa:

Financeiro – Liquidez, Fluxo de Caixa, Rentabilidade, Crescimento Financeiro, Período de Conversão em Vendas. Ao considerar esses indicadores financeiros no Balanced Scorecard, as empresas podem obter uma visão abrangente do desempenho financeiro, identificar áreas de melhoria e tomar decisões informadas para impulsionar o sucesso financeiro a longo prazo.

Clientes – Feedback, Tempo médio de atendimento, Índice de grau de satisfação, Taxa de retenção de clientes, Taxa de desistência. Ao acompanhar e avaliar esses indicadores de clientes no BSC, as empresas podem obter insights valiosos sobre a satisfação do cliente, identificar áreas de melhoria e implementar estratégias eficazes para aprimorar a experiência do cliente e a fidelidade

Processos – Tempo de ciclo, Taxa de defeitos, Produtividade, Utilização de recursos, Capacidade de Produção. Ao acompanhar e avaliar esses indicadores de processos no BSC, as empresas podem identificar áreas de melhoria, otimizar a eficiência operacional, melhorar a qualidade dos produtos ou serviços e aumentar a capacidade produtiva. Isso resulta em uma maior competitividade, uma melhor utilização dos recursos disponíveis e um maior valor agregado para os clientes.

Aprendizagem (pessoas) – Cursos profissionalizantes, Feedback dos supervisores, Taxa de satisfação, Nível de engajamento do funcionário com a empresa, Taxa de evolução. Ao considerar esses indicadores de aprendizagem e desenvolvimento no Balanced Scorecard, as empresas podem fortalecer a cultura de aprendizagem, melhorar o engajamento dos funcionários, aumentar a satisfação no trabalho e promover o crescimento e o desenvolvimento individual e organizacional.

3.1.3 COMPLIANCE NAS EMPRESAS

Compliance é um conjunto de disciplinas , leis e regulamentos padrões que se aplicam em uma determinada organização ou indústria. Envolve o cumprimento de regras e diretrizes elaboradas para garantir que empresas e indivíduos atuem de maneira responsável, ética e legal; com isso então minimizando os riscos de violações legais ou éticas por parte da administração e funcionários, protegendo os interesses das partes interessadas e mantendo a confiança e prestígio do público.

Os pilares do compliance são: 1 Suporte da administração - o programa deve receber o aval explícito e apoio por parte dos altos executivos da empresa; 2 Avaliação de riscos - elabora-se uma matriz pontuando eventuais riscos para empresa com o objetivo de minimizá-los; 3 Código de conduta e políticas compliance - estabelece os direitos e

obrigações de todos que atuam na empresa; 4 Controles internos - Os controles internos são mecanismos formalizados por escrito nas políticas e procedimentos da empresa, que asseguram que os livros e registros contábeis e financeiros reflitam completa e precisamente os negócios e operações da empresa; 5 Treinamento e comunicação - após a identificação dos riscos e de suma importância que seja comunicado e entendido pelo restante da companhia, garantindo assim o sucesso do programa; 6 Canal de denúncias - ele fornece aos funcionários e parceiros comerciais uma forma de alertar a empresa para potenciais violações ao Código de Conduta, a outras políticas ou mesmo a respeito de condutas inadequadas de funcionários ou terceiros que agem em nome da empresa; 7 Investigações internas - a empresa terá procedimentos internos que garantam a lisura nos processos administrativos da empresa, evitando comportamentos ilícitos ou antiéticos; 8 Due diligence - É uma avaliação prévia a contratação garantindo que parceiros tem histórico de práticas comerciais legais e éticas; 9 Monitoramento e auditoria - o programa de compliance está no caminho certo ?; 10 Diversidade e inclusão - garantir oportunidade na empresa a todos os tipos de pessoas, uma porcentagem significativa das minorias hoje no mercado de trabalho.

Na empresa será feito a implantação do Due diligence com o intuito de garantir a integridade da empresa, verificando com qualidade os históricos de eventuais parceiros que ela terá e também haverá o controle interno garantindo a eficácia, eficiência e integridade das operações de uma organização, além de reduzir riscos e prevenir fraudes.

3.2 CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS NO BRASIL

Ao iniciar um negócio, é necessário considerar algumas das questões práticas e de marketing envolvidas na abertura de um negócio.

Do ponto de vista do marketing, é importante analisar o mercado em que uma empresa atua, incluindo perfis de clientes, concorrentes, fornecedores e tendências do setor. A análise ajudará a determinar estratégias de marketing, precificação, posicionamento e comunicação, além de identificar oportunidades e ameaças que podem afetar a empresa.

Além disso, é importante considerar os aspectos práticos do registro de empresas, como escolher o tipo jurídico da empresa, registrar-se na Junta Comercial, obter alvarás e licenças, contratar funcionários e definir processos internos.

3.2.1 NOÇÕES GERAIS DE DIREITO EMPRESARIAL

Empresa é uma atividade, que realiza produção e circulação de bens e serviços, mediante organização de fatores de produção.

Fatores de produção são os elementos que se usam na produção de bens e serviços, como resultado disso gerando lucro e um desenvolvimento econômico.

Empresário é quem assume o risco, a função dele é organizar esses fatores de produção e controlar a empresa com responsabilidade.

Os fatores de produção que são usados para uma atividade empresarial em geral são quatro: capital, mão de obra, insumo e tecnologia.

3.2.2 CANVAS

Canvas, ou Business Model Canvas, é uma ferramenta visual para ajudar a organizar ideias sobre um negócio. Assim é possível criar um modelo de negócio fácil de ser consultado e atualizado.

Abaixo foi inserido o quadro com o modelo canva da empresa Sd Distribuidora, onde nele se encontra os quadro, com as informações de parceiro chave, atividades chave, proposta de valor, as relações com o consumidor, segmentos de clientes, principais recursos, canais , estrutura dos custos e fluxo de receita.

Imagem 3 - Modelo Canvas



(Imagem 3 - Autoria dos discentes)

Para a elaboração de um modelo canva como dito por Alexander Osterwalder, “Sem clientes, nenhuma empresa pode sobreviver por muito tempo”.

3.2.3 ANALISANDO A CONSTITUIÇÃO DE UMA EMPRESA

a) Primeiramente a empresa sempre será fiscalizada pela Vigilância Sanitária e contará com o Corpo de Bombeiros da cidade de Pirassununga após adquirir o Alvará, pois na cidade onde fica a empresa não tem Corpo de Bombeiros.

b) O custo de abertura será de reais e o de encerramento será da seguinte forma. Os valores exatos das taxas para abertura e encerramento de empresa em Santa Cruz das Palmeiras, São Paulo podem variar dependendo da natureza jurídica da empresa e do número de funcionários, entre outros fatores. No entanto, é possível identificar alguns custos e taxas comuns que podem ser cobrados. Por exemplo:

- Taxa de Inscrição Municipal: R\$ 62,45

- Alvará de Funcionamento: o valor pode variar de acordo com o tamanho da empresa. Uma empresa de pequeno porte pode pagar cerca de R\$ 90,00 por ano.

- Taxa de Renovação do Alvará: cerca de R\$ 90,00 por ano.

- Taxa de Encerramento: O valor pode variar dependendo do tipo de empresa e da fase em que se encontra, mas geralmente é em torno de R\$ 151,50.

c) a empresa será feita em um loteamento onde não existem outras distribuidoras no local porém na cidade já existe uma e é distante.

d) A carga tributária no Brasil atingiu 33,71% do PIB, e os sócios trabalharão 40 horas semanais com um salário fixo definido já descontado os impostos do lucro presumido.

E) Não haverá gastos com escritório, pois um dos 5 sócios ficará responsável pela contabilidade.

f) Onde se localiza a empresa é perímetro comercial e residencial.

g) A distribuidora ficará localizada em um loteamento dentro da cidade de Santa Cruz das Palmeiras dentro das condições legais.

h) Higiene do estabelecimento;

Higiene dos manipuladores de bebidas;

Manejo dos resíduos;

Controle de pragas;

Presença de um responsável técnico;

Documentação do estabelecimento.

i) Será apenas o Corpo de bombeiros.

j) Não existe empresa do mesmo ramo no local da nossa empresa.

A origem da palavra, empreendedor, leva-nos há 800 anos atrás, com o verbo francês *entreprendre*, que significa, fazer algo. Uma das primeiras definições da palavra empreendedor foi elaborada no início do século XIX pelo economista francês J.B. Say.

Conforme afirmado por DRUCKER sobre empreender,

“transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento” (DRUCKER 1987).

3.3 GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS

Tributos são obrigações financeiras impostas pelo Estado, que visam financiar o funcionamento do governo e a prestação de serviços públicos à sociedade.

No Brasil, os tributos são regidos por um sistema complexo de legislação tributária, que define os tipos de tributos, suas bases de cálculo, alíquotas e forma de arrecadação.

E são divididos em três categorias principais: impostos, taxas e contribuições de melhoria. Os impostos são tributos de natureza compulsória, ou seja, são exigidos dos contribuintes sem a necessidade de uma contraprestação direta por parte do Estado. As taxas são tributos cobrados em razão do exercício do poder de polícia ou pela utilização de serviços públicos específicos e divisíveis. As contribuições de melhoria são tributos cobrados em decorrência de obras públicas que valorizam imóveis privados.

E também são divididos em federais, estaduais e municipais, e incidem sobre diversas bases, como a renda, o consumo, o patrimônio, a produção e a circulação de bens e serviços. Alguns exemplos de impostos no Brasil são o Imposto de Renda (IR), o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), o Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), o Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) e o Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA).

De acordo com Amaro (2021),

“O tributo, portanto, resulta de uma exigência do Estado, que, nos primórdios da história fiscal, decorria da vontade do soberano, então identificada com a lei, e hoje se funda na lei, como expressão da vontade coletiva.” (AMARO, 2021).

3.3.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)

MEI significa Microempreendedor Individual, que é uma categoria jurídica criada em 2008 no Brasil para formalizar pequenos empreendedores que atuam como autônomos e que faturam até R\$81.000,00 por ano.

Para se tornar um MEI, é necessário preencher alguns requisitos, como não ter outra empresa em seu nome, exercer uma das atividades permitidas pelo MEI, e faturar até o limite estabelecido. O processo de registro é feito de forma simples e gratuita pela internet, por meio do Portal do Empreendedor.

Ao se registrar como MEI, o empreendedor passa a ter um CNPJ, o que lhe permite emitir notas fiscais, abrir conta bancária, contratar um único funcionário e ter acesso a diversos benefícios previdenciários, como aposentadoria, licença-maternidade, auxílio-doença, entre outros.

No estudo de Moraes et. al (2019). ele cita que,

“O microempreendedor individual é uma ferramenta excelente para quem tem vontade de iniciar seu próprio negócio, sem muitas despesas com impostos altíssimos e sem muita burocracia.”

Além disso, o MEI possui uma série de vantagens fiscais, como a isenção de impostos federais, como PIS, Cofins, IPI e CSLL, e o pagamento de uma taxa mensal fixa, que varia de acordo com a atividade exercida, que engloba o INSS, o ICMS e o ISS. Os estudantes devem descrever sobre o Microempreendedor Individual (MEI), qual o faturamento máximo permitido, quem pode e quem não pode ser MEI, os benefícios do MEI entre outras informações pertinentes sobre esse modelo empresarial simplificado.

3.3.2 SIMPLES NACIONAL

O Simples Nacional é um regime tributário simplificado criado pelo Governo Federal do Brasil para facilitar o pagamento de impostos por empresas de pequeno e médio porte. Ele unifica a arrecadação de oito impostos em uma única guia de pagamento e oferece alíquotas reduzidas de tributação para as empresas que se enquadram no regime.

Entre os impostos que são unificados no Simples Nacional estão o Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ), a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), o Programa de Integração Social (PIS), a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), o Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) e a Contribuição Patronal Previdenciária (CPP).

As empresas que podem aderir ao Simples Nacional são as microempresas (ME) e as empresas de pequeno porte (EPP) que faturam até R \$4,8 milhões por ano. O regime é

opcional e as empresas que optam por ele pagam impostos de forma simplificada, sem a necessidade de cálculos complexos ou o pagamento de outros tributos.

Além da simplificação do pagamento de impostos, o Simples Nacional oferece outras vantagens, como a redução da carga tributária para as empresas que se enquadram no regime, a facilidade na abertura e fechamento de empresas, e a dispensa da apresentação de algumas obrigações acessórias exigidas em outros regimes tributários.

O Brasil concedeu uma série de benefícios fiscais e simplificação administrativas para as pequenas e microempresas desde a criação do Simples pela Lei n. 9.317/96.” (PAES, N. L. 2014)

Imagem 4 Tabelas das Alíquotas

Receita bruta anual	Alíquota	Valor a deduzir
Até R\$ 180.000,00	4%	0
De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000,00	7,3%	R\$ 5.940,00
De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000,00	9,5%	R\$ 13.860,00
De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000,00	10,7%	R\$ 22.500,00
De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000,00	14,3%	R\$ 87.300,00
De R\$ 3.600.000,01 a R\$ 4.800.000,00	19%	R\$ 378.000,00

(Imagem 4 - Autoria dos discentes)

A taxa da alíquota varia conforme a atividade da empresa.

3.3.3 LUCRO PRESUMIDO

Lucro presumido é um regime tributário para empresas que determina a base de cálculo do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) com base em um percentual presumido de lucro sobre a receita bruta da empresa.

Nesse regime, a Receita Federal estabelece uma margem de lucro fixa, que varia de acordo com o tipo de atividade exercida pela empresa. A partir dessa margem, é possível calcular o valor do imposto devido, que deve ser pago mensalmente.

O lucro presumido é uma opção vantajosa para empresas que apresentam uma margem de lucro elevada, pois, em geral, a base de cálculo do IRPJ e da CSLL é menor do que em outros regimes tributários, como o lucro real.

Para optar pelo lucro presumido, a empresa deve ter faturado até R\$ 78 milhões no ano-calendário anterior e não exercer atividades que exijam a apuração de resultados contábeis complexos, como a venda de produtos sujeitos à substituição tributária, por exemplo.

Além disso, é importante destacar que, no regime de lucro presumido, as empresas não podem aproveitar integralmente os créditos de PIS e COFINS, o que pode tornar a opção por esse regime menos vantajosa para algumas empresas. Por isso, é importante fazer uma análise cuidadosa das vantagens e desvantagens antes de optar pelo lucro presumido. (ZANATTA, 2006)

3.3.4 LUCRO REAL

Lucro real é um regime tributário que determina a base de cálculo do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) com base no lucro contábil apurado pela empresa em um determinado período.

Nesse regime, a empresa deve manter uma contabilidade rigorosa e registrar todas as suas receitas e despesas de forma detalhada, a fim de apurar o lucro ou prejuízo real no período. A partir desse lucro ou prejuízo real, é possível calcular o valor do imposto devido, que deve ser pago mensalmente.

O lucro real é obrigatório para algumas empresas, como as que têm receita bruta anual superior a R\$ 78 milhões, por exemplo. Além disso, algumas empresas optam por esse regime por apresentarem despesas elevadas que podem reduzir o lucro tributável, ou por exercerem atividades que exigem a apuração de resultados contábeis complexos, como a venda de produtos sujeitos à substituição tributária, por exemplo.

Uma das principais vantagens do lucro real é a possibilidade de aproveitar integralmente os créditos de PIS e COFINS, o que pode representar uma economia significativa para a empresa. Por outro lado, o regime exige uma contabilidade mais rigorosa e a contratação de profissionais especializados, o que pode aumentar os custos

para a empresa. Por isso, é importante fazer uma análise cuidadosa das vantagens e desvantagens antes de optar pelo lucro real. (ZANATTA, 2006)

3.3.5 PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

TRIBUTOS	LUCRO PRESUMIDO	LUCRO REAL	SIMPLES NACIONAL
IRPJ	R\$ 63,416.58	R\$ 176,008.00	
COFINS	R\$ 131,124.87	R\$ 84,007.13	
CSLL	R\$ 47,204.95	R\$ 72,002.88	
PIS	R\$ 28,410.39	R\$ 18,238.39	
TOTAL ANUAL	R\$ 270,156.79	R\$ 350,256.40	R\$ 452,380.80
TAXA	6.18%	8.01%	10%

(Imagem 5 - Tabela dos Tributos)

(Imagem 5 - Autoria dos discentes)

Cálculos dos tributos.

Como mostrado na imagem acima, a melhor opção para a empresa em questão de tributação calculada anualmente foi o Lucro Presumido.

3.4 GESTÃO ORÇAMENTÁRIA

Com base nas aulas do professor Rodrigo Simão, o grupo constituirá uma Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) de acordo com o andamento da empresa, tendo uma base e comparando o valor da projeção futuramente com o valor real no momento, com o objetivo de avaliar a sua sustentabilidade financeira.

Segundo Frezatti (2007), “o orçamento é o plano financeiro para implementar a estratégia da empresa para determinado exercício é mais que uma simples estimativa, pois deve estar baseado no compromisso dos gestores em termos de metas a serem alcançadas.”

Diante disso, o acompanhamento do projeto será unido com as aulas, pois a elaboração do objetivo final necessitará fazer o levantamento sobre a empresa, como por exemplo:

- Orçamento de vendas mensal;
- Orçamento de compras mensal;
- Orçamento de despesas operacionais mensal.

3.4.1 ESTRUTURA DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), é um relatório financeiro que apresenta a receita, custos, deduções, despesas e o lucro líquido de uma empresa em um determinado período de tempo, com isso se determina a saúde financeira da empresa.

Segundo Marion (2003, p. 127) “a DRE é extremamente relevante para avaliar o desempenho da empresa e a eficiência dos gestores em obter resultados positivos. O lucro é o objetivo principal das empresas”.

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) foi feita semestralmente, tendo cada conta separada, assim como: Receita Bruta, Custo dos Produtos Vendidos, Margem Bruta, Despesas Operacionais, Lucro Operacional e Juros.

Diante disso, o valor da Receita Bruta foi feito a diferença do Custo dos Produtos Vendidos, resultado a Margem Bruta, com isso tirou-se as Despesas Operacionais sendo elas, água, telefone, internet, limpeza, aluguel, seguros, IPVA, logística do transporte e a retirada dos sócios, produzindo o Lucro Operacional.

3.4.2 ORÇAMENTO DE VENDAS

O Orçamento de Vendas é uma estimativa financeira e quantitativa de quanto a empresa venderá seus produtos futuramente em um período de tempo. O objetivo principal do Orçamento de Vendas é uma previsão para estabelecer metas e direcionar as características das suas vendas, fazendo com que seja importante para o planejamento financeiro da empresa.

Hoji (2001) afirma que a finalidade do orçamento de vendas é: “determinar a quantidade e o valor total dos produtos a vender, bem como calcular os impostos, a partir de projeções de vendas elaboradas pelas unidades de vendas e/ou executivos e especialistas em marketing”. (revistas.unifacs.br)

O orçamento de vendas da empresa foi feito em um período de 12 meses, com isso separamos nossa receita em trimestres. Como será uma distribuidora de bebidas, teve meses que aumentaram nossa receita de vendas, como por exemplo, fevereiro (mês de carnaval) e dezembro (festas de fim de ano), onde teve um aumento no preço dos produtos. Com isso, estabeleceu-se para os outros meses uma média de vendas normais.

(Imagem 6- Orçamento de Vendas 1º Trimestre)

PRODUTOS	QUANTIDADE	VALOR TOTAL R\$ 1° TRI 2023
CERVEJAS EM FARDOS	7.020	264.820
WHISKY	2.135	214.975
VODKA	1.115	62.097
VINHO	1.682	236.145
REFRIGERANTE	39.077	264.744
CHAMPAGNE	600	78.970
	51.629	TOTAL: 1.121.751

(Imagem 6 - Autoria dos discentes)

(Imagem 7 - Orçamento de Compras demais Trimestre do ano)

TRIMESTRES	QUANTIDADE	TOTAL (R\$)
2° TRIMESTRE 2023	48.677	970.820
3° TRIMESTRE 2023	48.798	1.025.822
4° TRIMESTRE 2023	50.357	1.252.436

(Imagem 7 - Autoria dos discentes)

Ao analisar as tabelas do Orçamento de Vendas conclui-se que a empresa teve uma receita maior no primeiro e quarto trimestre, sendo destacados os meses de fevereiro, novembro e dezembro. Já no segundo trimestre, a receita ficou abaixo em relação aos outros, assim teve-se uma receita menor, e por fim no terceiro trimestre, a receita ficou na média.

3.4.3 ORÇAMENTO DE COMPRAS

O Orçamento de Compras é uma estimativa para a empresa planejar os gastos e os custos dos produtos em um determinado período de tempo. O principal objetivo é garantir que a empresa tenha os recursos necessários disponíveis para adquirir os itens de funcionamento do negócio, e comprar com eficiência os mesmos.

Segundo Leenders et al. (2006), "a gestão de compras, para contribuir efetivamente com a estratégia da empresa, deve: melhorar a posição competitiva da organização, comprar itens solicitados ao menor custo total de aquisição e garantir o total alinhamento das estratégias de compras às metas organizacionais". (www.scielo.br)

Esse orçamento ajuda a acompanhar as vendas realizadas e a evitar que a empresa pare de produzir por falta de matéria-prima, com isso, foi realizado um orçamento trimestral, assim como nas vendas. Por ser uma empresa nova neste ramo empresarial, nos primeiros meses as compras foram maiores em relação às vendas, assim possui-se produtos em estoque, fazendo com que as compras diminuam em determinados meses.

(Imagem 8 - Orçamento de Compras 1° Trimestre)

PRODUTOS	QUANTIDADE	VALOR TOTAL R\$ 1° TRI 2023
CERVEJAS EM FARDOS	7.346	207.758
WHISKY	2.237	170.603
VODKA	1.002	42.426
VINHO	1.762	189.585
REFRIGERANTE	40.941	207.840
CHAMPAGNE	626	66.359
	53.914	TOTAL: 884.571

(Imagem 8 - Autoria dos discentes)

(Imagem 9 - Orçamento de Compras demais trimestre do anos)

TRIMESTRES	QUANTIDADE	TOTAL (R\$)
2° TRIMESTRE 2023	50.741	751.284
3° TRIMESTRE 2023	50.677	684.523
4° TRIMESTRE 2023	47.201	765.519

(Imagem 9 - Autoria dos discentes)

De acordo com as tabelas do Orçamento de Compras, teve-se um gasto maior no primeiro trimestre, pois aconteceu a abertura da distribuidora, com isso foi estocado alguns produtos com maior possibilidade de vendas. No segundo e terceiro trimestre, as compras foram menores em relação ao primeiro trimestre, a empresa foi mantendo uma determinada média não exagerando, nem comprando poucos produtos. Já no quarto trimestre, especificamente nos meses de outubro e novembro, a empresa foi estocando um pouco mais de produtos para que no mês de dezembro os custos sejam menores e, com isso, por ser fim de ano, vendendo os produtos por um preço mais alto.

3.4.4 ORÇAMENTO DE DESPESAS OPERACIONAIS

O orçamento de despesas operacionais é uma estimativa financeira das despesas necessárias para manter e operar uma empresa durante um determinado período de tempo. Essas despesas incluem todos os gastos não relacionados diretamente à produção ou aquisição de produtos, mas que são essenciais para a operação diária do negócio.

O orçamento de despesas, conforme Padoveze, “também pode comportar inúmeras outras peças orçamentárias, dependendo das despesas mais comuns que a empresa tem e da relevância desses gastos no conjunto dos gastos totais. Dependendo do comportamento das despesas, tipo variável, semi variável, ou fixa, elas podem ser orçadas tendo como base orçamentos anteriores”. (core.ac.uk) PDF - página 49

Com isso foi feito trimestralmente, englobando as despesas, como por exemplo, aluguel, limpeza, água, telefone, internet, seguros (parcelado em 12 vezes), IPVA (pago só no mês de janeiro), logística de transporte e a retirada dos sócios, basicamente nos 12 meses.

(Imagem 10 - Despesas operacionais - 1º Trimestre)

DESPESAS OPERACIONAIS	VALOR TOTAL R\$ 1º TRI 2023
DESPESAS ORDINÁRIAS:	12.076
SEGUROS 3/12:	974
IPVA-PARCELA ÚNICA:	700
LOGÍSTICA:	30.000
LIMPEZA:	3.000
RETIRADA DOS SÓCIOS:	75.000
	121.750

(Imagem 10 - Autoria dos discentes)

(Imagem 11 - Despesas operacionais - demais trimestres do ano)

TRIMESTRES	QUANTIDADE
2º TRIMESTRE 2023	121.050
3º TRIMESTRE 2023	121.050
4º TRIMESTRE 2023	121.050

(Imagem 11 - Autoria dos discentes)

Como pode-se ver na tabela, as Despesas Operacionais basicamente são essas para os quatro trimestres no ano. Nas Despesas Ordinárias engloba-se: água, telefone, internet, energia e computadores. Para qualquer emergência de reuniões ou até mesmo precisando agilizar algo, a empresa tem veículos, com isso é pago os seguros e o IPVA, sendo parcela única. A logística é terceirizada, é pago para caminhões fazerem a entrega em supermercados, bares, mini mercados, entre outros. Por fim, a retirada dos sócios é de cinco mil reais mensal e a empresa possui cinco sócios.

3.4.5 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO ORÇADA

A DRE Orçada, ou Demonstração do Resultado do Exercício Orçada, é uma projeção financeira que apresenta o resultado esperado da empresa para um período futuro específico. Ela é baseada em estimativas e previsões de receitas e despesas, e serve como uma ferramenta de planejamento financeiro para auxiliar na tomada de decisões estratégicas. A DRE Orçada auxilia a empresa a visualizar e planejar suas projeções financeiras, permitindo uma melhor gestão dos recursos e a identificação de possíveis áreas de melhoria.

No que se refere ao orçamento operacional, este abrange o orçamento de vendas, orçamento de produção, orçamento de gastos e orçamento de capital. Já o orçamento financeiro engloba a demonstração do resultado do exercício orçada, o balanço patrimonial orçado e a demonstração dos fluxos de caixa orçada (SOUZA, 2014).

O valor da Receita Bruta foi feito a diferença do Custo dos Produtos Vendidos, resultando a Margem Bruta, com isso tirou-se as Despesas Operacionais sendo elas, água, telefone, internet, limpeza, aluguel, seguros, IPVA, logística do transporte e a retirada dos sócios, produzindo o Resultado Antes do Imposto. Com isso, foi feito a diferença do imposto tributário, resultando no Lucro Líquido.

(Imagem 12 - Demonstração do Resultado do Exercício)

DRE	VALORES (R\$)
Receita Operacional Bruta	4.370.829
Custo Produtos Vendidos	3.085.897
Margem Bruta	1.284.932
Despesas Operacionais	484.900
- Honorários e Comissões	300.000
- Logística de transporte	120.000
- Aluguel	36.000
- Diversos	25.000
- Seguros	3.900
Resultado antes do imposto	800.032
Imposto	270.156
Lucro Operacional	529.876

(Imagem 12 - Autoria dos discentes)

Ao analisar a imagem, pode-se concluir que a empresa teve um lucro anual, portanto a distribuidora de bebidas SD foi um projeto fictício, tomando de base os orçamentos e a Demonstração do Resultado do Exercício Orçada, é viável o exemplo de uma distribuidora.

3.5 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: DESENVOLVENDO IDEIAS

A matéria de formação para para a vida apresentada nos conjuntos de módulos que fazem parte do curso de ciências contábeis, traz a proposta de como podemos anexar nossos conhecimentos além da faculdade e o projeto de gestão estratégica, levando em consideração a sociedade, a cidade e a região em que estamos inseridos.

Essa unidade adicional, nos leva ao debate de como a sociedade e extensão universitária caminham lado a lado, trazendo a sensação de que o conhecimento garante o desenvolvimento intelectual do indivíduo.

Também é importante considerar a adoção de práticas sustentáveis em todas as áreas da empresa, desde a gestão de resíduos até a redução do consumo de energia e água. Isso não apenas contribui para a preservação do meio ambiente, mas também pode gerar economia financeira e melhorar a imagem da empresa perante a sociedade.

Por fim, a SD Distribuidora pode investir em projetos de gestão estratégica que visam o desenvolvimento econômico e social da região em que atua, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida da população e para a construção de uma sociedade mais justa e sustentável.

Outra forma de agregar valor à sociedade é por meio da geração de empregos e da criação de oportunidades de desenvolvimento profissional para os indivíduos da comunidade em que a empresa está localizada. Além disso, a SD Distribuidora pode buscar fornecedores e parceiros locais, contribuindo para o fortalecimento da economia regional.

Trabalho em equipe é muito importante para a finalização desta etapa, tendo em vista que para AMARU, uma equipe só é caracterizada quando,

"dois tipos de comportamento estão presentes: os dirigidos para a execução da tarefa e os dirigidos para a eficiência e o bem-estar das relações pessoais".

Com isso foi- se ministrado os seguintes tópicos:

- Desenvolvendo Ideias - 3.5.1
- Estudante na prática - 3.5.2

3.5.1 DESENVOLVENDO IDEIAS

- **Tópico 1: Ideias e oportunidades:**

Conceito: Ideias e oportunidades são conceitos-chave em empreendedorismo e inovação. Uma ideia é um pensamento ou uma ideia que ocorre na mente, enquanto uma oportunidade é uma ideia viável e importante que pode criar valor econômico. Uma ideia pode vir de várias fontes e envolver a criação de um produto, serviço ou solução. Porém, para que uma ideia se torne uma oportunidade, é preciso avaliar sua aplicabilidade e potencial de mercado.

Como identificar: Compreender quais ideias surgem em seu pensamento, elas podem surgir em qualquer momento, e seguem aspectos como: diferentes aspectos, como: Um pensamento, Uma opinião que você tenha sobre um determinado assunto, Uma crença, Um plano futuro

Transformando ideias em oportunidades: Para transformar uma ideia em oportunidade, siga estes passos: Defina claramente sua ideia, Pesquise o mercado e identifique a demanda potencial, Avalie a viabilidade técnica, financeira e operacional da ideia, Elabore um plano de negócios detalhado, Realize testes e obtenha feedback dos clientes em potencial, Identifique os recursos necessários para implementar a ideia, Desenvolva um plano de execução com metas e prazos, Esteja aberto a ajustes e adaptações ao longo do processo. Assim, são os pontos que adotaremos em nossa distribuidora.

Encerramento: Pegar suas ideias e transformá-las em oportunidades é um desafio, mas também uma oportunidade de crescimento. Além de avaliar e analisar ideias, é importante buscar parcerias e colaborações para atingir todo o seu potencial. Ao colaborar com outras pessoas, você obterá feedback valioso, identificará novas oportunidades e fortalecerá suas habilidades de entrega. Ao combinar criatividade, análise crítica e colaboração aberta, você pode aproveitar ao máximo suas oportunidades.

● Tópico 2: Equipe:

Conceito: Uma equipe é um grupo de pessoas que se reúnem com habilidades complementares para trabalhar juntas, compartilhar responsabilidades e alcançar um objetivo comum. O trabalho em equipe é uma maneira eficaz de utilizar talentos individuais e alcançar resultados que superam os talentos individuais.

Acreditando nas pessoas: Confiança é algo muito relevante para a implantação de uma equipe, assim as pessoas se entrosam mais e obtém melhores resultados em equipe, contar com o apoio e colaboração de outras pessoas é essencial para alcançar melhores resultados no futuro. Seja parceiros, colegas, amigos, familiares, funcionários ou sócios, a parceria com eles permite uma colheita maior de frutos. Trabalhar em equipe oferece benefícios, como combinar habilidades, conhecimentos e recursos, além de fornecer apoio emocional, encorajamento e motivação mútua. Ao construir relacionamentos colaborativos, você aumenta suas chances de sucesso e desfruta dos resultados de forma mais significativa.

Foi seguido esses aspectos para termos um bom relacionamento e trabalho em equipe em uma distribuidora de bebidas: Comunicação clara, definições de papéis, compartilhamento de conhecimento, metas claras e estabelecidas, resolução de conflitos e feedback constante.

Perfil da Equipe: A união sólida dos membros da equipe promove trocas intensas e enriquecedoras ao longo do tempo. À medida que a equipe se aproxima, compartilhar experiências e construir relacionamentos sólidos, essas interações se tornam mais significativas e benéficas para todos os envolvidos. A equipe desenvolve um perfil único, caracterizado pela colaboração, confiança e apoio mútuo. Esse perfil reflete a identidade da equipe e fortalece sua capacidade de superar desafios, alcançar metas e aproveitar as oportunidades que surgem no caminho.

Encerramento: A confiança mútua é fundamental para criar um ambiente de trabalho harmonioso, onde os membros se sentem seguros para compartilhar ideias, assumir riscos e colaborar de forma aberta. Além disso, valorizar as contribuições individuais e reconhecer o esforço e os talentos de cada membro fortalece os laços da equipe e incentiva um senso de propósito compartilhado. Ao priorizar essas ações, você cria um ambiente propício para o crescimento conjunto, otimizando as chances de sucesso e realização.

- **Tópico 3: Fatores-chave de sucesso para o desenvolvimento das ideias**

Conceito: Embora não exista uma fórmula única para o sucesso, reconhece-se que existem vários fatores-chave que desempenham um papel fundamental na jornada em direção ao sucesso de uma ideia.

Aprendendo com os tropeços: Mesmo que você planeje com cuidado, desenvolva suas habilidades, capitalize suas ideias e trabalhe com pessoas talentosas e capazes, ainda existe a possibilidade de fracasso. No entanto, cada falha ao longo do caminho é uma oportunidade de aprender sobre você e o mundo, outras pessoas e suas ideias. Analisar e refletir sobre falhas, identificar falhas e problemas e buscar abordagens diferentes no futuro são atividades importantes para recuperação e recuperação de desastres. Essa flexibilidade e capacidade de aprender é a chave para superar obstáculos e avançar para o sucesso.

Visão sistêmica: Essa abordagem permite avaliar não apenas a própria ideia, mas também sua aplicação e os impactos que ela pode causar, considerando todos os aspectos envolvidos na concretização dessa ideia.

Isso implica em analisar o contexto de forma abrangente, indo além dos próprios desejos e planos. É importante fazer questionamentos como:

- Como a realização da ideia pode afetar negativamente alguém?
- Quais são os benefícios que ela trará?
- Existem possíveis prejuízos sociais ou ambientais associados a ela?

Encerramento: Para aplicar uma visão sistêmica em uma distribuidora de bebidas, siga estes passos: Compreenda o contexto em que a distribuidora está inserida, Identifique os stakeholders e suas necessidades, Analise os impactos da distribuidora em áreas como saúde, meio ambiente e economia, Integre processos para otimizar eficiência e reduzir desperdício, Colabore com parceiros alinhados com os valores da visão sistêmica, Monitore e avalie o desempenho em relação aos impactos identificados.

Tópico 4: Definindo uma ideia empreendedora

Ideia: Uma distribuidora de bebidas especializada em oferecer uma ampla seleção de bebidas exclusivas e de alta qualidade para atender às preferências dos consumidores exigentes. A empresa se destaca ao fornecer um catálogo diversificado de bebidas artesanais, importadas e premium, cuidadosamente selecionadas de fornecedores reconhecidos. Além disso, a distribuidora terá como foco a adoção de práticas sustentáveis, como o uso de embalagens ecologicamente corretas e o apoio a produtores locais. Para garantir a satisfação dos clientes, serão fornecidos serviços personalizados, incluindo recomendações especializadas, entregas rápidas e eficientes, além da realização de eventos de degustação para educar os consumidores sobre as características e origens das bebidas disponíveis. O objetivo dessa ideia empreendedora é atender à crescente demanda por bebidas distintas e de alta qualidade, oferecendo uma experiência única aos clientes e consolidando a distribuidora como uma referência no setor.

3.5.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

No vídeo a seguir, os membros do grupo criaram uma apresentação detalhando o conceito do "Modelo de Projeto de Canvas" e seus nove blocos que compõem a estrutura. Esses nove blocos são:

- Oferta de Valor: Define o valor que a empresa oferece aos clientes.
- Segmento de Clientes: Identifica o público-alvo da empresa.
- Canais: Descreva como os clientes compram e recebem os produtos ou serviços.
- Relacionamento: Detalha como será o relacionamento entre a empresa e os clientes.
- Atividades Chave: Lista as atividades essenciais para a entrega da proposta de valor.
- Recursos Chave: Identifica os recursos necessários para realizar as atividades chave.
- Parcerias Chave: Descreve as parcerias estratégicas necessárias para o funcionamento do negócio.
- Fontes de Receita: Explica como a empresa obterá remuneração através da proposta de valor.
- Estrutura de Custos: Engloba os custos necessários para o funcionamento adequado de toda a estrutura.

Essas informações formam a conceituação do negócio, desde a proposta de valor até a estrutura de custos.

Entretanto, esses são os conceitos do negócio, desde as ofertas até as estruturas, garantindo, boa análise valorização do modelo de negócios. Ademais, o Canvas é uma ferramenta que tem por objetivo a aprimoração de todas as áreas de uma empresa, tanto no financeiro como ao atendimento ao público entre outros fatores, e tem sido uma ferramenta de grande importância, pois grandes gestores estão fazendo uso deste modelo e obtendo resultados inesperados.

A seguir segue o link do vídeo:

<https://youtu.be/FRImQV-f7nM>

4 CONCLUSÃO

Durante o projeto, o grupo foi encarregado de criar e implementar uma empresa que abrangesse todos os aspectos de sua tecnologia e metodologia. Para o Grupo, a SD Distribuidora surgiu para trazer inovação para a indústria de bebidas e distribuição no varejo.

Além disso, as propostas empreendedoras apresentadas aos professores enfatizam a importância das habilidades de "trabalho em equipe" para as empresas implementarem com sucesso no mercado. É crucial delinear claramente e manter os objetivos comuns em mente.

Ao longo do processo, são discutidos cinco temas principais: gestão estratégica e compliance, constituição da empresa no Brasil, gestão tributária estratégica, gestão orçamentária, conteúdos de formação contínua.

Em questões como gestão tributária estratégica, exploramos os diferentes regimes tributários existentes no Brasil. Na gestão orçamentária, prestamos mais atenção e estudamos a preparação do orçamento. No geral, as demais matérias foram mais tranquilas de lidar, proporcionando um progresso suave ao grupo.

Através do trabalho em equipe e da compreensão dos desafios e metas comuns, o grupo conseguiu estabelecer uma base sólida para a SD Distribuidora. Com uma abordagem inovadora e uma visão clara, a empresa foi capaz de se destacar no setor de bebidas e no varejo de distribuição. O projeto serviu como uma valiosa experiência de aprendizado, permitindo que o grupo aplicasse conceitos e habilidades adquiridos em sala de aula em um contexto real. Através da dedicação, esforço e colaboração, o grupo superou obstáculos e alcançou o sucesso na criação e implantação da empresa. Em geral, os outros assuntos foram mais fáceis de abordar, proporcionando uma progressão suave para o grupo.

Por meio do trabalho em equipe e da compreensão de desafios e objetivos comuns, a equipe conseguiu construir uma base sólida para a SD Distribuidora. Com uma abordagem inovadora e uma visão clara, a empresa conseguiu se diferenciar na indústria de bebidas e no varejo de distribuição. O projeto foi uma experiência de aprendizado inestimável que permitiu ao grupo aplicar conceitos e habilidades adquiridos em sala de aula em ambientes do mundo real. Com dedicação, trabalho árduo e colaboração, a equipe superou obstáculos e teve sucesso na criação e implantação da empresa.

REFERÊNCIAS

- AMARU, A. C. Gerência de trabalho em equipe. São Paulo, Pioneira, 1986.
- ANDRADE, Stefani Pontes; BOFF, Caroline Dal Sotto. Ferramentas de planejamento para tomada de decisão aplicadas a um microempreendedor individual (MEI). **Revista de Contabilidade, Ciência da Gestão e Finanças**, v. 2, n. 1, p. 57-85, 2014.
- BROWN H. JACKSON. 42 FRASES DISPONIVEL EM <<https://www.42frases.com.br/frases-sobre-oportunidades/>> - Acesso em: 18/05/2023.
- BROWN TIM. Disponível em< <https://ww.pensador.com> >. Acesso em: 18/05/2023
- CAMARGO ROBSON O que é Canvas? E como pode auxiliar em seus projetos?. Disponível em: < <https://robsoncamargo.com.br> > - Acesso em: 18/05/2023.
- CORE.AC.UK<DISPONIVEL<<https://core.ac.uk> > download > pdf PADOVEZE, Clóvis Luís. Contabilidade gerencial, um enfoque em sistema de informação contábil. São. Paulo: Atlas, 1996, P. 49 - Acesso em 16/05/2023
- DA SILVA AMARO, Luciano. **Direito tributário brasileiro**. Saraiva Educação SA. Ed. 24. Capítulo II. página 17-18, 2021. <biblioteca virtual/UNIFEQB> Acessado em: 10/05/2023
- DRUCKER,Disponível em:<<https://gestaodesegurancaprivada.com.br/empresa-o-que-e-objetivo-conceitos>. Acesso em: 18/05/2023.
- FREZATTI, Fabio. Orçamento empresarial, planejamento e controle gerencial. São Paulo; Atlas, 2007. Acesso em: 16/05/2023
- KAPLAN ROBERT e DAVID NORTON. O Balanced Scorecard como Ferramenta Estratégica para a Tomada de Decisões na Empresa Microboard. Disponível em: < <https://www.aedb.br> >. Acesso em: 18/05/2023
- LIMA, Emanuel Marcos; REZENDE, Amaury Jose. Um estudo sobre a evolução da carga tributária no Brasil: uma análise a partir da Curva de Laffer. **Interações (Campo Grande)**, v. 20, p. 239-255, 2019.
- MAXIMIANO. Estratégia empresarial - Uma questão de vida ou morte. Disponível em:< <https://web.unifil.br> >. Acesso em: 19/05/2023

- MORAIS, Maria Aparecida Silva; FEITOSA FILHO, Raimundo Ivan. A Relevância do Contador para o Microempreendedor Individual (MEI). **ID on line REVISTA DE PSICOLOGIA**, v. 13, n. 43, p. 480-489, 2019.
- OLIVEIRA R. ANTÔNIO. Design Thinking: a arte de pensar com a cabeça do outro. Disponível em: <<https://meunegocio.uol.com.br/blog/design-thinking-a-arte-de-pensar-com-a-cabeça-do-outro/.amp/>>. Acesso em: 19/05/2023
- OSTERWALDER OSTERWALDER em meados dos anos 2000.
- OSTERWALDER Alexander , SEBRAE DIGITAL disponível em: <<https://digital.sebraers.com.br/blog/estrategia/business-model-canvas-como-construir-seu-modelo-de-negocio/>>. Acesso em: 25/05/2023.
- PAES, Nelson Leitão. Simples Nacional no Brasil: o difícil balanço entre estímulos às pequenas empresas e aos gastos tributários. **Nova economia**, v. 24, p. 541-554, 2014.
- PORTAL CONTÁBEIS<DISPONIVEL<www.contabeis.com.br> MARION 2003 p. 127 - Acesso em: 16/05/2023.
- SAPIRO E CHIAVENATO. A Utilização da Matriz Swot como Ferramenta Estratégica – um Estudo de Caso em uma Escola de Idioma de São Paulo (2003). Disponível em: <<https://ww.aedb.br>> Acesso em: 18/05/2023
- SCIELO.BR<<https://www.scielo.br>> prod LEENDERS 2006 et al - Acesso em 16/05/2023
- SINESCONTABIL.COM.BR<https://sinescontabil.com.br/monografias/trab_profissionais/glaucia_01.pdf> Acesso em: 18/05/2023
- SOUZA, Acilon Batista de. Curso de administração financeira e orçamento: princípios e aplicações. São Paulo: Atlas, 2014. P. (428)
- UNIFACS.BR<DISPONIVEL<<https://revistas.unifacs.br>> rgb > article > download HOJI 2001 p. 491. Acesso em: 16/05/2023
- ZANATTA, Dílson; NETO, Ricardo Maroni. Algumas considerações sobre o planejamento tributário: uma comparação por meio de simulação entre o Simples, o Lucro Presumido e o Lucro Real. **Revista de Ciências Gerenciais**, v. 10, n. 12, p. 16-24, 2006.

ANEXOS