

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ALEXANDRE ZANICOSKI COLIN

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA NANOCERVEJARIA EM
SÃO JOSÉ DOS PINHAIS**

CURITIBA

2017

ALEXANDRE ZANICOSKI COLIN



**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA NANOCERVEJARIA EM
SÃO JOSÉ DOS PINHAIS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao MBA em Gestão do Agronegócio do Programa de Educação Continuada em Ciências Agrárias, da Universidade Federal do Paraná, como pré-requisito para obtenção do título de especialista.

Orientador (a): Prof. Dr. Joao Batista Padilha Junior.

CURITIBA

2017

RESUMO

Este projeto se baseia na elaboração de uma análise de viabilidade de abertura de uma Nanocervejaria artesanal em São José dos Pinhais – PR, empreendimento este que, a partir de um Objetivo, foram elaborados os planos, sendo eles: Marketing, Gestão, Jurídico e Tributário que se somam e formam o Plano de Negócios, ferramenta que abrange aspectos estratégicos para tal feito.

Palavras chave: Cervejaria artesanal, viabilidade econômica, plano de negócios

ABSTRACT

This Project is based on the elaboration of the viability analysis opening of a Nano Brewing, located at São José dos Pinhais- PR, having as a base point an objective, to make this enterprise concrete were elaborated several plans, which are: Marketing, Management, Legal and Taxes summing each other and converging to the Business Plan, tool that covers strategic aspects for this purpose.

Key words: Craft brewery, economic feasibility, business plan

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	5
1.1	OBJETIVOS	6
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	7
2.1	Produção Artesanal de Cerveja	7
2.2	MERCADO.....	8
2.3	O PROCESSO EMPREENDEDOR	8
2.4	PLANO DE NEGÓCIOS	9
2.5	PLANO DE MARKETING	9
2.6	ANÁLISE DA SITUAÇÃO.....	10
2.7	POSICIONAMENTO	10
2.8	PLANO FINANCEIRO	10
2.9	ANÁLISE DE MERCADO, CONSUMIDOR E CONCORRÊNCIA	12
3	MATERIAL E MÉTODOS.....	15
3.1	PRODUÇÃO/PRODUTO.....	15
3.2	LOCALIZAÇÃO	15
3.3	INSUMOS.....	16
3.4	MAQUINÁRIO.....	17
3.5	MÓVEIS E UTENSÍLIOS	18
3.6	ABERTURA DE FIRMA	19
3.7	CAPITAL DE GIRO.....	19
3.8	PARTE LEGAL.....	20
3.9	TRIBUTAÇÃO	21
4	RESULTADO E DISCUSSÃO.....	22
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	34
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35

1 INTRODUÇÃO

Pelo fato do nosso país não possuir uma Lei específica que caracterize a produção artesanal de cerveja, as definições utilizadas nesta pesquisa serão do Brewers Association, e pelos próprios produtores escolherem as definições desta entidade, este trabalho será baseado nas diretrizes que visam promover e proteger os independentes e pequenos produtores.

A cervejaria artesanal deve ser: a) Pequena: produzir até 6 milhões de barris por ano; b) independente: possuir 25% ou menos de seu capital controlado por membro da indústria de bebidas alcoólicas; e c) Tradicional: produzir cervejas que têm seu sabor distinto dos comuns e é feita com inovadores ingredientes e processos de fermentação. A segmentação de mercado se dá da seguinte forma: i) Microcervejarias: produção de menos de 15 mil barris por ano, sendo que a venda de 75% ou mais destes é feita fora da cervejaria; ii) Brewpub: bar ou restaurante que vende mais do que 25% de sua produção no próprio local. Normalmente a bebida é servida diretamente dos tanques da cervejaria; iii) Cervejaria Artesanal Regional: cervejaria regional independente, com a maioria de seu volume de produção podendo ser considerado “tradicional” (segue a lei de pureza alemã) e “inovador”.

Segundo SEBRAE (2016), “As cervejas especiais representavam 8% do mercado nacional da bebida em 2012 e encerraram 2014 com uma participação de 11%, segundo o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja, que aponta a existência de 300 microcervejarias no país. A projeção é de que essa cota alcance para 20% em 2020.”

Esta pesquisa trata sobre as NanoCervejarias, um novo conceito que engloba os produtores abaixo dos micros, ou seja, o teto dos Microcervejeiros é de 200 mil litros/mês, sendo os nano algo em torno de 1000 litros/mês. Em geral, esse tamanho de escala é caracterizada por uma renda extra, juntamente com a tendência de valorização das cervejas artesanais.

1.1 OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Analisar a viabilidade de econômica-financeira da implantação de uma Nanocervejaria visando auxílio de renda.

Objetivos Específicos:

- Planejar uma estrutura organizacional, tecnológica e física para produzir cerveja.
- Analisar o comportamento da indústria de cervejas na região e no Brasil.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Produção Artesanal de Cerveja

Segundo a REINHEITSGEBOT (Lei de Pureza Alemã) que foi promulgada em 23 de abril de 1516 pelo Duque Wilhelm IV (Guilherme IV) da Baviera, basicamente regulamentava que a cerveja somente poderia conter três ingredientes: malte, lúpulo e água.

Água

Segundo Palmer (2006), a água possui grande importância na produção, pois pode ser “leve” ou “dura” fatores esses que interferem na extração de açúcar do mosto.

Malte

Originado da malteação da cevada, que posteriormente fornecerá açúcares na fermentação (PALMER,2006).

Lúpulo

Flor de trepadeira que contém óleos e resinas com objetivo de dar sabor e aroma à cerveja (PALMER,2006).

Levedura

Organismo que converte açúcar em álcool e gás carbônico. Gerador, também, de aromas e sabores e consistência (DANIELS,1996).

Processo:

De forma extremamente simplificada, citada por Palmer (2006), o resumo da produção se baseia em:

1. Dissolução da cevada em água, a fim de se obter açúcares;
2. Solução deve ser ebulida com lúpulo a fim de se extrair sabor e aroma;
3. Resfriamento da solução;
4. A levedura fermenta açúcares, liberando gás carbônico e álcool;
5. Envase da solução concomitantemente com carbonatação.

2.2 MERCADO

Segundo artigo publicado por REVISTA BEER ART (2015) um estudo realizado por FERREIRA (2015) com apoio do Instituto Nacional da Cerveja, entre os anos de 2005 e 2015 “o mercado de cervejas artesanais no Brasil, apesar da crise político-financeira, não para de crescer e se mostra como uma aposta promissora para os próximos anos”.

Com dados de 2015, o volume anual foi de 138,6 milhões de hectolitros (1 hl = 100 Litros), colocando o nosso país numa ótima posição no mercado global, terceira posição em volume total de produção de cervejas. Enquanto de um lado o mercado de cervejas comuns tem apresentado um consumo reduzido (1,8% em 2016 - até outubro - em relação a 2015, e 2% em 2015 em relação a 2014), o mercado de artesanais vem na contramão. Nossa produção de cervejas artesanais ainda apresenta valores menores quando comparados a países tradicionais, como Alemanha, EUA, países da Europa. Nos EUA, por exemplo, o mercado de artesanais tem 0,7% do volume total de produção, ou seja, 91 milhões de litros anuais (REVISTA BEER ART,2016).

O cenário de 2017 para o mercado de cervejarias artesanais é promissor. Levantamentos junto aos principais participantes deste mercado levam o Instituto da Cerveja a apostar na continuidade deste crescimento. A aposta é de que o número chegue a pelo menos 500 cervejarias artesanais até o final de 2017 (REVISTA BEER ART,2016).

2.3 O PROCESSO EMPREENDEDOR

Segundo DORNELAS (2009) o diferencial não é uma ideia revolucionária, e sim identificar algo faltante no mercado e preencher essa lacuna, além de desenvolver um plano de negócios sucinto e enxuto, que copila a estratégia, mercado e competidores; como irá gerar receita, desenvolver, pagar os débitos, etc.

O plano de negócios direciona a quantidade de recursos a serem captados, podendo esta ser feita de formas distintas. Após estabelecimento do negócio, é a hora de começar a gerir o empreendimento, devendo o

empreendedor montar uma equipe altamente capacitada para que consiga transpassar da melhor maneira possível pelos problemas.

2.4 PLANO DE NEGÓCIOS

Segundo Dornelas (2012), plano de negócios é sinônimo de empreendedorismo, sendo esta parte fundamental do processo. Quando tratado sem rumo, é apenas um “estilo de vida”, posição que os donos do negócio não têm visão clara do objetivo.

Hisrich, Peters e Sheperd (2009) dizem que o plano de negócios descreve todos os elementos internos e externos, bem como, as estratégias relevantes para o início do empreendimento. Tal plano deve responder: onde estou? Onde quero chegar? O que faço para chegar lá?

Dornelas (2012) diz que negócios com planos de negócios bem elaborados tendem a ter 60% a mais de chance de sucesso, sendo utilizado como norte e também apresentado a investidores.

2.5 PLANO DE MARKETING

Para Kotler (2006), o marketing é um instrumento central que visa nortear o negócio de duas formas: estratégico e tático. O estratégico tem função de determinar os mercados alvo com base em uma análise de mercado e as oportunidades que ali residem. O segundo focará nas táticas de comercialização, colocando as especificações do produto, precificação, canais de vendas, serviços, promoções.

Segundo Kotler (2006) um plano de marketing deve ser direcionado em seis etapas:

- 1) Missão: gerar nível de organização em que seja possível definir qual o é o seu negócio, quem é o seu cliente e qual a mensagem que você passa para ele;
- 2) Análise de Ambiente: Análise SWOT;
- 3) Metas: estimar objetivos;
- 4) Formulação de estratégias: ações necessárias para que as metas sejam batidas;

5) Implementação do programa.

6) Feedback: monitoramento constante da concorrência, dos clientes e interno da empresa.

2.6 ANÁLISE DA SITUAÇÃO

Kotler (2006) separa a análise em dois grupos: interno e externo. Aquela direcionando a parte interna da empresa, dando ênfase aos pontos fortes e fracos da organização enquanto a análise externa dá foco às oportunidades e ameaças do mercado.

Esta parte do processo não apenas colhe dados nos diversos ambientes em que a empresa trabalha, mas também oferece um norte, pois exige uma reflexão sobre os mesmos, após ter em mãos o conteúdo coletado (DIAS,2003).

Então é montado o plano de ação. Este plano se inicia na programação, devendo ser apresentado de forma detalhada todo o plano do que se deve fazer, após isso, é direcionado aos recursos humanos, local em que profissionais irão encarregar um responsável, e por último será instituída um *deadline*.

2.7 POSICIONAMENTO

É o momento em que se torna tangível as metas escritas no papel, ou seja, segundo Luce (2015), é quando transformamos dados em números, tendo em mãos por exemplo: fatia de mercado, lucro, crescimento, dividendos, etc. Feito isso, é elaborada a estratégia tangível, o máximo que a empresa pode oferecer com dada estrutura atual, no mercado que quer abranger.

2.8 PLANO FINANCEIRO

Dornelas (2012) demonstra quatro técnicas de análise de investimento, métodos esses que mostram a viabilidade do negócio ou fracasso do mesmo. São elas:

1) Ponto de Equilíbrio: Ponto em que as despesas são iguais as receitas.

2) Tempo de payback: É o tempo necessário para recuperar o capital investido, considera-se como prazo de retorno o período de tempo necessário para que os benefícios oriundos de um investimento possam cobrir os custos de uma TMA adequada.

Considerado como um método fácil e direto de avaliação, que especifica o tempo necessário para recuperação do investimento. Tem também a característica de não utilizar uma taxa de desconto para verificar o número de períodos que se necessita para recuperar o capital investido.

3) Taxa Interna de Retorno: conhecida como TIR, para encontrá-la deve-se primeiro calcular a Taxa mínima de Atratividade (TMA). Esse índice iguala o fluxo de caixa à zero, e o investimento para ser aceitável deve ter a TIR superior a TMA.

Para Casarotto Filho e Kopittke (2000), este índice é o indicador que iguala a VPL a zero, ou seja, a TIR indica qual a taxa de desconto necessária a ser utilizada para que o VPL se iguale a zero. Sendo assim ela é a taxa de juros que atualiza uma série de rendimentos futuros de um projeto e a iguala ao valor do investimento inicial.

Em outras palavras a TIR representa a rentabilidade média do capital aplicado, sendo a taxa de desconto que torna a VPL das entradas de caixa igual ao VPL das saídas.

4) Valor Presente Líquido: Este número deve ser positivo, demonstrando a viabilidade do negócio, indicando a diferença entre o valor de mercado de um investimento e seu custo.

Casaroto (1992), diz que a VPL é a diferença entre o valor presente da estimativa líquida das entradas de caixa e o valor presente das saídas. Tais definições são essenciais para que seja possível analisar a viabilidade do negócio.

Esta análise consiste em trazer para o momento presente o fluxo de caixa dos “n” períodos de um negócio, a uma taxa de juros conhecida e descontar o valor de investimento inicial. Sendo a viabilidade encontrada quando a VPL

dos fluxos de caixa esperados é superior ao valor presente dos custos e do investimento.

Algumas das vantagens deste método são:

- Analisa o valor do dinheiro no decorrer do tempo;
- Tem adicionado ao lucro líquido a depreciação;
- Usado em tomadas de decisões de investimentos;
- Demonstra incremento de riqueza;

E, entre suas desvantagens, estão:

- Utiliza períodos fixos para análise;
- Não possibilita flexibilidade no gerenciamento de projetos;
- Necessita de uma TMA fixa como taxa de desconto para todo o período.

2.9 ANÁLISE DE MERCADO, CONSUMIDOR E CONCORRÊNCIA

A produção de cerveja de maneira artesanal é uma tecnologia que vem apresentando crescimento global, conhecido como *craft brewing*. Essa tendência mesmo que relativamente nova no nosso país, com pouquíssima literatura em português, anda dominando cada vez o espaço em bares e pubs. Para que se dê conta do tamanho movimento, basta digitar no Google e notar a quantidade de assuntos relacionados que aparecem.

Segundo CERVESIA (2017), o país conta com mais de 170 microcervejarias e 30 cervejarias de médio porte distribuído pelo país. Porém vale a ressalva de que esses dados são de 2011 e estão defasados, demonstrando a falta de organização e pesquisas na área.

Ainda, o Departamento de Inteligência Setorial do SEBRAE (2015), sobre o Potencial de Crescimento de Mercado de Cervejas Artesanais, informa que somos o terceiro maior produtor de cerveja do mundo, e que em 2013 foram movimentados cerca de R\$ 55 bilhões. A perspectiva deste estudo é de que o setor artesanal alcance 2% do mercado total cervejeiro nacional.

Em Curitiba as principais microcervejaria não se encontram focadas em um distrito, e sim, distribuídas ao longo de toda a RMC (Região Metropolitana de Curitiba), sendo elas:

- Sakeja Cervejaria
- Cervejaria Vosgerau
- BenckeBier
- Cervejaria ONER
- Swamp Brewing
- Raridade Cervejas
- Columbus Cervejaria
- Gobe Brew
- Cervejaria Bonato
- Wensky Beer;
- Way Beer
- Cervejaria Tormenta
- Cervejaria Palta
- Pagan
- Ogre Beer
- Morada CIA Etílica
- Cervejaria Madalosso
- Klein
- Cervejaria Jokers
- Gauden Bier
- F#%*ing Beer
- Dum Cervejaria
- Debora Beer
- Cervejaria Bodebrown
- Bier Hoff
- Bastards Brewery
- Asgard Cervejaria
- Anhangava

Segundo o SEBRAE (2015), o público consumidor de cervejas artesanais possui curso superior, tem de 25 a 31 anos e grande interação com mídias sociais. Sendo assim e de extrema importância que a promoção do produto seja principalmente via internet e direcionando ao público mais jovem, ou seja, deve apresentar rotulo diferenciado, demonstrar a identidade da marca, a história por trás do produto. Estar presentes em eventos que contenham food trucks, bares, eventos próprios, etc.

3 MATERIAL E MÉTODOS

3.1 PRODUÇÃO/PRODUTO

Seguindo a lei de pureza Alemã, e sempre buscando inovação juntamente com modernidade, foi notado a preferência do consumidor por duas receitas, a Indian Pale Ale e a WitBier.

Quando entrevistadas as pessoas do motivo daquela escolha, diziam que preferem uma cerveja mais forte e pesada de entrada ou apenas por curiosidade, seguida de uma mais leve. Essas informações aliadas a experiência do cervejeiro resultaram nessas escolhas.

O SEBRAE também indica essas duas como sendo as receitas com mais saída no mercado, juntamente com as APAs, AIPA, IMPERIALS, PORTER, BELGIAN TRIPLE, BELGIAN GOLDEN STRONG ALE.

Sendo assim a produção irá se estruturar como apresentado na tabela1:

ESTILO	PRODUÇÃO (L) /MÊS	NÚMERO DE KEGS (de 50 L)	PRAÇA
IPA	1.000	20	Eventos/ Bares
WitBier	1.000	20	Eventos/ Bares

TABELA 1: Indicativa de volume de produção e praça de venda

Fonte: Elaborado pelo Autor.

3.2 LOCALIZAÇÃO

A área de estudo está localizada em São José dos Pinhais, no bairro Colônia Murici, por se tratar de um local que o plano diretor da cidade aceita, possuir grande movimento turístico para uma possível ampliação para Bar/Restaurante e ser ao lado da BR-376 facilitando a logística.

O tamanho de 100m² é o suficiente para o empreendimento, o preço gira em torno de R\$3.000/mês.

3.3 INSUMOS

Os insumos serão adquiridos através da empresa HomeBrewer, que é um fornecedor local de insumos. As tabelas 2 e 3 a seguir mostram as quantidades necessárias de cada ingrediente para a produção dos dois estilos, ambas terão produção de 1.000 litros.

ESTILO	TOTAL PRODUZIDO (L)	TIPO	QUANT. (KG)	CUSTO/ KG	CUSTO/L EVA	CUSTO/ LITRO CERVEJA
	1.000	MALTE				
		Pale Ale	300	11	3300	3,3
		Malte Crystal	16	12,8	204,8	0,2048
		LÚPULO				
IPA		East Kent Goldings	2,5	310	775	0,775
		Cascade	2,5	280	700	0,7
		LEVEDURA (pct 11g)				
		Fermenti s S-33	60	18	1080	1,08
		ÁGUA (litros)				
			1416	0,008	11,328	0,011328

TABELA 2. Custo de produção do estilo IPA

Fonte: Elaborado pelo Autor

ESTILO	TOTAL PRODUZIDO (L)	TIPO	QUANT. (KG)	CUSTO/ KG	CUSTO/L EVA	CUSTO/ LITRO	
WitBier	1.000	MALTE					
		Pilsen	125	6	750	0,75	
		Trigo não maltado	125	10	1250	1,25	
		Aveia	10	7,5	75	0,075	
		LÚPULO					
		Hallertau Herkules	3,5	355	1242,5	1,2425	
		Perle	3,5	200	700	0,7	
		LEVEDURA (pct 11g)					
		Fermentis Safbrew T58	60	22,8	1368	1,368	
		ÁGUA (litros)					
			1400		0,008	11,2	0,0112

TABELA 3. Custo de produção do estilo WitBier.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Quando considerado 12 meses de produção, este será o valor de insumos:

ESTILO	TOTAL PRODUZIDO/ 12 MESES (LITROS)	PREÇO DE PRODUÇÃO/ 12 MESES
IPA	12.000	R\$ 72.853,54
WitBier	12.000	R\$ 64.760,40
TOTAL		R\$ 137.613,94

TABELA 4: Custo de produção acumulado em 12 meses

Fonte: Elaborado pelo Autor.

3.4 MAQUINÁRIO

A partir de dados coletados por fabricantes nacionais de produtos industriais voltados para a cerveja, esta pesquisa resultou no seguinte orçamento:

EQUIPAMENTO	CAPACIDADE	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	CUSTO TOTAL (R\$)
Moinho malte	150 kg/h	1	780,00	780,00
Cozinha tribloco	250 L	1	27.930,00	27.930,00
Aerador		1	915,00	915,00
Chiller (resfriador)		1	1.000,00	1.000,00
KIT CO2		1	150,00	150,00
Arrolhador		1	200,00	200,00
Barris	50 L	30	600,00	18.000,00
Fermentador	400 L	2	15.000,00	30.000,00
Cilindro CO2		1	430,00	430,00
Regulador de Pressão		1	170,00	170,00
Filtro de Água		1	400,00	400,00
Válvula manutenção KEG		1	60,00	60,00
TOTAL				80.035,00

TABELA 5: Custo de maquinário

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Além deste ser o melhor orçamento, foi também o que os equipamentos se encaixaram perfeitamente com relação à produção. O ideal seriam dois fermentadores de 500 litros, porém neste volume os preços não compensavam o investimento, valendo a pena partir para um de 700 litros, o que a princípio não se faz necessário neste primeiro momento.

3.5 MÓVEIS E UTENSÍLIOS

Dentro da fábrica, um espaço será destinado a administração, que contará com os seguintes utensílios:

Item	Preço (R\$)
Mesa de escritório	500,00
Duas cadeiras	350,00
Computador	2.500,00
Telefone	100,00
Material de escritório	250,00
Material de higiene	100,00
Outros	100,00
Total	3.900,00

TABELA 6: Custo de material de escritório
Fonte: Elaborado pelo Autor.

3.6 ABERTURA DE FIRMA

Após consulta na prefeitura e demais órgãos públicos, chegou-se ao valor aproximado de R\$3.500,00 para abertura de firma na cidade. Este valor já conta com encargos de outros profissionais como a Avaliação do Corpo de Bombeiros, Advogado e Contador.

3.7 CAPITAL DE GIRO

Este item completa o montante que deverá vir a ser investido. O processo de produção demora 17 dias, desde a chegada dos insumos até o embarrilamento e absorção do gás carbônico no líquido juntamente com a maturação do produto.

Antecipando um período de 10 dias até que as dívidas com os clientes sejam quitadas e o produto seja entregue, o produto final só será convertido em entradas 27 dias após o primeiro dia de produção. Sendo necessário capital de giro para suportar esses dias.

Para que descobrir tal valor é necessário montar um fluxo de caixa, prevendo todas as ações diárias com os seus respectivos gastos. Este número

final acumulado será a capacidade de capital de giro. Caso seja necessário um financiamento, este número final acumulado deverá ser apresentado à financiadora.

Para que se calcule os índices que virão a nos proporcionar a visualização numérica da viabilidade do negócio, iremos utilizar as técnicas mais comuns que se tem conhecimento. Ou seja, a Taxa Interna de Retorno (TIR); Valor Presente Líquido (VPL); Período de retorno do investimento (payback) e índices de retorno de investimento. Em geral, estas análises, têm por tentativa gerar números que nos proporcionam a identificação da lucratividade ou se a taxa de retorno é maior do que a taxa de atratividade do negócio.

A taxa mínima de atratividade (TMA) será o somatório da Taxa SELIC 10,15% a.a + Taxa de Risco estipulado em 4% a.a + Liquidez de 6%; somando 20,15%.

Será elaborado um fluxo de caixa para determinar o momento em que será requisitado a entrada de recursos, bem como, determinar o ponto que parte do faturamento será direcionado para o retorno.

3.8 PARTE LEGAL

Finalizando a parte operacional, é dado início na parte legal, se importando com as imposições do governo para um pleno funcionamento do estabelecimento. Para isso devemos analisar as tributações e registros.

A área de estudo desta pesquisa será no município de São José dos Pinhais, onde pretende-se instalar a cervejaria. Foi consultada a Lei de Zoneamento, de uso e ocupação do solo, identificando-a pela Lei complementar 107 de 2016. E enquadrada na Sessão V, Art. 34, Industria 2.

MAPA: INSTRUÇÃO DE SERVIÇO Nº 1, DE 28 DE JANEIRO DE 1977. Registro de Fábrica de Cerveja. PORTARIA Nº 879, DE 28 DE NOVEMBRO DE 1975. Aprova as “Normas para Instalações e Equipamentos Mínimos para Estabelecimentos de Bebidas e Vinagres”.

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 54, DE 05 DE NOVEMBRO DE 2001. Adota o Regulamento Técnico MERCOSUL de Produtos de Cervejaria. Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA:- DECRETO Nº 2.314/97. Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a

padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.

LEI Nº 6.437/77. Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas.

LEI Nº 7967, DE 22 DE DEZEMBRO DE 1989. Dispõe sobre o valor das multas por infração à legislação sanitária, altera a Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, e dá outras providências.

Autoriza a extensão de uso dos aditivos INS 216 Propilparabeno e INS 218 Metilparabeno, na função de conservador em Cerveja envasada em garrafas PET-polietileno tereftalato:

Na ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), para que se abra um estabelecimento produtor de cerveja deve-se seguir o Decreto nº 2.314/97, este decreto regulamenta a Lei Número 8.918 de 14 de julho de 1994, esta lei dispõe sobre a padronização, classificação e registro, inspeção, produção e fiscalização de bebidas.

3.9 TRIBUTAÇÃO

No quesito ainda municipal sobre taxas e impostos, deve-se consultar a lei de Códigos e tributos municipais de 01 de 2003 – Taxas e Impostos.

A partir do dia 27/10/2016, o Presidente da República, Michel Temer, assinou a lei que inclui microcervejarias no Simples Nacional. Esta lei amplia o limite de faturamento das microcervejarias de R\$ 3,6 milhões para R\$ 4,8 milhões e cria as Empresas Simples de Crédito para facilitar o acesso ao crédito para as micro e pequenas empresas (MPEs). O cálculo aproximado é de que o Simples reduza cerca de 32% da carga tributária do setor de bebidas alcoólicas, em especial as pequenas vinícolas, microcervejarias e produtores de cachaça artesanal.

Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes impostos, que são descontados mensalmente: PIS (2,32%), COFINS (10,69%) e IPI (6%). Deve-se considerar também o ICMS que é de 26%.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

4.1 PLANO FINANCEIRO PROPRIAMENTE DITO

Utilizando os dados gerados anteriormente, será possível analisar a viabilidade do projeto.

Esta análise formou-se a partir do levantamento de investimentos necessários e principais custos aglomerados para a produção de uma pequena indústria cervejeira, concomitantemente a uma análise de mercado. Finalizando assim a composição do faturamento.

Com base nesses valores e nos cálculos que devem ser realizados, o método escolhido foi de fluxo de caixa, que se baseia na ideia de que o valor do negócio depende dos resultados futuros que irá alcançar, descontados para o presente através de uma taxa a qual reflita os riscos inerentes.

4.2 INVESTIMENTO

Com os valores das receitas, equipamentos, utensílios, aluguel, etc. em mãos é possível ter ideia do valor total necessário para investir ou buscar empréstimo, detalhado na tabela 7 a seguir.

Equipamentos	R\$ 80.035,00
Escritório	R\$ 3.900,00
Aluguel	R\$ 3.000,00
Total	R\$ 86.935,00

TABELA 7: Custo de investimento.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

4.3 FINANCIAMENTO

Para que se tenha o dinheiro necessário, foi necessário o financiamento pelo Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES), com a linha de crédito BNDES Finame Demais BK . Do valor total de R\$ 86.935,00, esta linha cobre até o valor de 80%, ou seja, R\$ 69.548,00, sendo este o valor máximo para micro

e pequenas empresas, divididos em 60 meses, prazo de carência de 3 meses e taxa de remuneração do agente financeiro a 6%, conforme a tabela 8 a seguir:

Resultado resumido	
Valor financiado	R\$ 69.548,00
Prazo total	60 meses
Prazo de carência	3 meses
1º pagamento na carência	R\$ 2.337,15
1º pagamento na amortização	R\$ 1.995,07
Taxa de juros final	15,18% a.a

TABELA 8: Custo de investimento.

Fonte: Adaptado do site BNDES (acesso 15/07/2017).

Como o banco trabalha com sistema de amortização constantes (SAC) para o devedor, o saldo devedor é pago da seguinte maneira:

Mês	Saldo Inicial (R\$)	Juros (R\$)	Amortização (R\$)	Prestação (R\$)	Saldo Final (R\$)
Mês Inicial	-	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 69.548,00
Mês 01	69.602,44	-	-	-	69.602,44
Mês 02	69.656,92	-	-	-	69.656,92
Mês 03	69.711,45	2.337,15	-	2.337,15	69.711,45
Mês 04	69.766,02	-	-	-	69.766,02
Mês 05	69.820,63	-	-	-	69.820,63
Mês 06	69.875,29	2.342,64	-	2.342,64	69.875,29
Mês 07	69.929,98	772,92	1.295,00	2.067,92	68.634,98
Mês 08	68.688,71	759,20	1.296,01	2.055,21	67.392,70
Mês 09	67.445,45	745,46	1.297,03	2.042,48	66.148,42
Mês 10	66.200,20	731,69	1.298,04	2.029,74	64.902,16
Mês 11	64.952,96	717,91	1.299,06	2.016,97	63.653,91
Mês 12	63.703,73	704,10	1.300,08	2.004,18	62.403,66
Mês 13	62.452,50	690,27	1.301,09	1.991,36	61.151,41
Mês 14	61.199,28	676,42	1.302,11	1.978,53	59.897,17
Mês 15	59.944,05	662,55	1.303,13	1.965,68	58.640,92
Mês 16	58.686,83	648,65	1.304,15	1.952,80	57.382,67
Mês 17	57.427,59	634,73	1.305,17	1.939,90	56.122,42
Mês 18	56.166,35	620,79	1.306,19	1.926,99	54.860,16
Mês 19	54.903,10	606,83	1.307,22	1.914,05	53.595,88
Mês 20	53.637,84	592,84	1.308,24	1.901,08	52.329,60
Mês 21	52.370,56	578,84	1.309,26	1.888,10	51.061,30
Mês 22	51.101,27	564,81	1.310,29	1.875,10	49.790,98

Mês 23	49.829,95	550,76	1.311,31	1.862,07	48.518,64
Mês 24	48.556,62	536,68	1.312,34	1.849,02	47.244,28
Mês 25	47.281,26	522,59	1.313,37	1.835,96	45.967,89
Mês 26	46.003,87	508,47	1.314,40	1.822,86	44.689,48
Mês 27	44.724,46	494,33	1.315,43	1.809,75	43.409,03
Mês 28	43.443,01	480,16	1.316,45	1.796,62	42.126,56
Mês 29	42.159,54	465,98	1.317,49	1.783,46	40.842,05
Mês 30	40.874,02	451,77	1.318,52	1.770,29	39.555,50
Mês 31	39.586,47	437,54	1.319,55	1.757,09	38.266,92
Mês 32	38.296,87	423,28	1.320,58	1.743,87	36.976,29
Mês 33	37.005,24	409,01	1.321,62	1.730,62	35.683,62
Mês 34	35.711,55	394,71	1.322,65	1.717,36	34.388,90
Mês 35	34.415,82	380,39	1.323,69	1.704,07	33.092,14
Mês 36	33.118,04	366,04	1.324,72	1.690,77	31.793,32
Mês 37	31.818,21	351,68	1.325,76	1.677,44	30.492,45
Mês 38	30.516,32	337,29	1.326,80	1.664,08	29.189,52
Mês 39	29.212,37	322,88	1.327,83	1.650,71	27.884,53
Mês 40	27.906,36	308,44	1.328,87	1.637,32	26.577,49
Mês 41	26.598,29	293,98	1.329,91	1.623,90	25.268,38
Mês 42	25.288,16	279,50	1.330,96	1.610,46	23.957,20
Mês 43	23.975,95	265,00	1.332,00	1.597,00	22.643,96
Mês 44	22.661,68	250,47	1.333,04	1.583,51	21.328,64
Mês 45	21.345,34	235,92	1.334,08	1.570,01	20.011,25
Mês 46	20.026,92	221,35	1.335,13	1.556,48	18.691,79
Mês 47	18.706,42	206,76	1.336,17	1.542,93	17.370,25
Mês 48	17.383,85	192,14	1.337,22	1.529,36	16.046,63
Mês 49	16.059,19	177,50	1.338,27	1.515,76	14.720,92
Mês 50	14.732,45	162,83	1.339,31	1.502,15	13.393,13
Mês 51	13.403,62	148,15	1.340,36	1.488,51	12.063,26
Mês 52	12.072,70	133,44	1.341,41	1.474,85	10.731,29
Mês 53	10.739,69	118,70	1.342,46	1.461,16	9.397,23
Mês 54	9.404,58	103,95	1.343,51	1.447,46	8.061,07
Mês 55	8.067,38	89,17	1.344,56	1.433,73	6.722,82
Mês 56	6.728,08	74,36	1.345,62	1.419,98	5.382,46
Mês 57	5.386,68	59,54	1.346,67	1.406,21	4.040,01
Mês 58	4.043,17	44,69	1.347,72	1.392,41	2.695,45
Mês 59	2.697,56	29,82	1.348,78	1.378,59	1.348,78
Mês 60	1.349,83	14,92	1.349,83	1.364,75	-
TOTAL		26.231,96	71.400,48	97.632,43	-

TABELA 9: Simulação de financiamento para o investimento em uma nanocervejaria em São José dos Pinhais/PR .

Fonte: Adaptado do site BNDES (acesso15/07/2017).

4.4 PROJEÇÃO DE DEMANDA

Para realização da projeção foram selecionadas as duas receitas inicialmente selecionadas, considerando que 50% das vendas se destinaram a cada receita (tabela 10), podendo se alterar com o passar do tempo de acordo com a demanda.

Mesmo sendo um produto novo e o consumidor não tendo conhecimento do mesmo, projetou-se uma venda de 100% do volume produzido, justamente por se tratar de pequenas quantidades.

Tipo de Cerveja	Ano 1 (litros)	Ano 2 (litros)	Ano 3 (litros)	Ano 4 (litros)	Ano 5 (litros)
IPA	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
WitBier	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Total	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000

TABELA 10: Projeção de Demanda de cerveja produzida em uma nanocervejaria em São José dos Pinhais/PR..

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Este cenário foi projetado em condições perfeitas de funcionamento da fábrica, não contando com possíveis problemas no processo produtivo da cerveja, como: problemas na fermentação, maturação, problemas em equipamentos, etc.

4.5 PRECIFICAÇÃO

A partir de análises prévias no mercado, o preço do produto foi definido, se separando entre venda direta e venda para revendas.

Não se tem uma divisão estabelecida da quantidade que será vendida para venda direta ou para a revenda, optando-se por esperar ver como o mercado se comporta para que tal separação seja definida.

Tipo de Cerveja	Venda direta (R\$/L)	Revenda (R\$/L)	Preço Médio (R\$/L)
IPA	20,00	16,00	18,00
WitBier	18,00	15,00	16,50

TABELA 11: Projeção de Preço da cerveja produzida em uma nanocervejaria em São José dos Pinhais.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Com a demanda e o preço estipulados, foi calculada a receita bruta com base nos preços médios.

Tipo de Cerveja	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
IPA	R\$ 216.000,00	R\$ 216.000,00	R\$ 216.000,00	R\$ 216.000,00	R\$ 216.000,00
WitBier	R\$ 198.000,00	R\$ 198.000,00	R\$ 198.000,00	R\$ 198.000,00	R\$ 198.000,00
Total	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00

TABELA 12: Projeção de Receita Bruta obtida com a produção de cerveja em uma nanocervejaria em São José dos Pinhais.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

4.6 CUSTOS DE PRODUÇÃO POR ESTILO

Conforme demonstrado nas tabelas 2 e 3 os custos de produção das duas receitas são de R\$ 6,07 para a IPA e de R\$ 5,39 para a WitBier. Ambos os preços são relativos ao litro e são formados com base de pesquisas de preços dos fornecedores e associados às individualidades de cada cerveja.

4.7 IMPOSTOS

Segundo a Tributação, esses são os impostos a serem pagos:

Imposto Alíquota	
PIS (sobre Receita Bruta)	1,86%
COFINS (sobre Receita Bruta)	8,54%
ICMS (sobre Receita Bruta)	6,00%
Impostos de Renda (sobre Lucro Líquido)	15%
Contribuição Social (sobre Lucro Líquido)	9%

TABELA 13: Impostos incidentes na produção de cerveja em uma nanocervejaria em São José dos Pinhais/PR..

Fonte: REFRI – Regime de Tributação de Bebidas Frias.

4.8 CUSTOS FIXOS

Através de *Benchmarking*, cálculos feitos (por exemplo energia), conversas com outros empreendedores (não necessariamente do ramo cervejeiro), chegou-se em um valor aproximado do que virão a ser os gastos fixos mensais. Sendo apresentados a seguir:

Custos Fixos (R\$/mês)	
Propaganda	1.000,00
Site/Redes sociais	300,00
Energia	4.000,00
Participação de eventos/ concursos	300,00
Distribuição/Locomoção	4.000,00
Demais despesas	600,00
Total	10.200,00

TABELA 14: Custos fixos/ mês na produção de cerveja produzida em uma nanocervejaria em São José dos Pinhais.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

4.9 DEMONSTRATIVO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)

A tabela abaixo apresenta o demonstrativo de resultado do exercício prospectado:

DRE					
Ano	1	2	3	4	5
Receita Bruta	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00
IPA	R\$ 216.000,00	R\$ 216.000,00	R\$ 216.000,00	R\$ 216.000,00	R\$ 216.000,00
WitBier	R\$ 198.000,00	R\$ 198.000,00	R\$ 198.000,00	R\$ 198.000,00	R\$ 198.000,00
Abatimentos Sobre Receita Bruta	R\$ 67.896,00	R\$ 67.896,00	R\$ 67.896,00	R\$ 67.896,00	R\$ 67.896,00
PIS	R\$ 7.700,40	R\$ 7.700,40	R\$ 7.700,40	R\$ 7.700,40	R\$ 7.700,40
COFINS	R\$ 35.355,60	R\$ 35.355,60	R\$ 35.355,60	R\$ 35.355,60	R\$ 35.355,60
ICMS	R\$ 24.840,00	R\$ 24.840,00	R\$ 24.840,00	R\$ 24.840,00	R\$ 24.840,00
Receita Líquida	R\$ 346.104,00	R\$ 346.104,00	R\$ 346.104,00	R\$ 346.104,00	R\$ 346.104,00
C. Variáveis	R\$ 137.520,00	R\$ 137.520,00	R\$ 137.520,00	R\$ 137.520,00	R\$ 137.520,00
C. Produção IPA	R\$ 72.840,00	R\$ 72.840,00	R\$ 72.840,00	R\$ 72.840,00	R\$ 72.840,00
C. Produção WitBier	R\$ 64.680,00	R\$ 64.680,00	R\$ 64.680,00	R\$ 64.680,00	R\$ 64.680,00
M. Contribuição	R\$ 208.584,00	R\$ 208.584,00	R\$ 208.584,00	R\$ 208.584,00	R\$ 208.584,00
C. Fixos	R\$ 122.400,00	R\$ 122.400,00	R\$ 122.400,00	R\$ 122.400,00	R\$ 122.400,00
Propaganda	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
Site/Redes sociais	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00
Energia	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00
Participação de Eventos	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00
Distribuição/Locomoção	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00
Demais Despesas	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00	R\$ 7.200,00
EBITDA	R\$ 86.184,00	R\$ 86.184,00	R\$ 86.184,00	R\$ 86.184,00	R\$ 86.184,00

DEPRECIACÃO	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	11.204,90	11.204,90	11.204,90	11.204,90	11.204,90
Despesas Financeiras (Juros)	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	9.111,07	7.364,17	5.334,27	3.265,41	1.157,07
EBIT	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	65.868,03	67.614,93	69.644,83	71.713,69	73.822,03
Imposto de Renda	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	9.880,20	10.142,24	10.446,72	10.757,05	11.073,30
CSLL	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	5.928,12	6.085,34	6.268,03	6.454,23	6.643,98
Lucro Líquido	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	50.059,70	51.387,35	52.930,07	54.502,40	56.104,74

TABELA 15: DRE da produção de cerveja em uma nanocervejaria em São José dos Pinhais.

FONTE: Elaborado pelo Autor.

INDICADORES DE VIABILIDADE

Fluxo de Caixa	0	1	2	3	4	5
Lucro	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	-	50.059,70	51.387,35	52.930,07	54.502,40	56.104,74
(+)Depreciação/Amortização	0	-11204,90	-11204,90	-11204,90	-11204,90	-11204,90
Fluxo de Caixa Operacional	0	38854,80	40182,45	41725,17	43297,50	44899,84
(-)Investimentos	-86935	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Desinvestimentos	0	0,00	0,00	0,00	0,00	-56024,50
(=)Fluxo de Caixa de Investimentos	-86935	0,00	0,00	0,00	0,00	56024,50
(-)Juros	0	-9111,07	-7364,17	-5334,27	-3265,41	-1157,07
(+)Novas Dívidas	69548	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Amortização da Dívida	0	-7785,22	-15680,50	-15828,47	-15977,77	-16128,50
(=)Fluxo de Caixa Financeiro	-17387	-16896,29	-23044,67	-21162,74	-19243,18	-17285,57
Fluxo de Caixa Total	-R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	17.387,00	21.958,51	17.137,78	20.562,43	24.054,32	83.638,77

TABELA 16: Fluxo de Caixa.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

TMA	20,15%
TIR	125%
VPL	R\$ 56.709,81
PayBack	4,7 anos

TABELA 17: TMA – TIR – VPL e PayBack.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

A partir do fluxo de caixa foram calculados os três indicadores econômicos para se ter de base no momento da decisão. Sendo eles VPL, TIR e PayBack. Todos a partir de uma taxa mínima de atratividade de 20,15%.

O VPL positivo de R\$ 56.709,81 evidencia a viabilidade do projeto.

A TIR também se apresenta positiva, o que inicialmente pode parecer ótimo, mas um valor tão elevado veio a causar estranheza, não refletindo a verdadeira rentabilidade do investimento.

Para finalizar, os investidores terão retorno em 4,7 anos.

Para testar a veracidade da TIR encontrada, foi efetuado o cálculo de outro fluxo de caixa retirando o empréstimo do BNDES, e o substituindo por dinheiro próprio. Os valores de venda residual, impostos, custos fixos e variáveis se mantiveram inalterados.

	0	1	2	3	4	5
Ano						
Entradas		R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00
Resíduo						R\$ 26.080,50
Saldo		R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 414.000,00	R\$ 440.080,50
Saídas						
Investimento	R\$ 86.935,0 0					
Impostos		R\$ 83.704,33	R\$ 83.704,33	R\$ 83.704,33	R\$ 83.704,33	R\$ 83.704,33
C.Produção		R\$ 259.920,00	R\$ 259.920,00	R\$ 259.920,00	R\$ 259.920,00	R\$ 259.920,00
Lucro Líquido	-R\$ 86.935,0 0	R\$ 70.375,67	R\$ 70.375,67	R\$ 70.375,67	R\$ 70.375,67	R\$ 96.456,17

TABELA 18: Fluxo de Caixa Cenário 2.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

VPL	R\$ 106.112,32
TIR	78%
PayBack	1,23 anos

TABELA 19: TMA – TIR – VPL e PayBack.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Podemos ainda verificar no cenário 2 que a TIR ainda se apresenta elevada, demonstrando a saúde do investimento, bem como, a VPL positiva e um período de retorno ao investidor 3,8 vezes mais rápido.

Em um terceiro cenário, tendo redução da produção em 15%, a situação da fábrica não se apresenta longa, a VPL é negativa e o TIR é muito baixo. Conforme podemos verificar na DRE, fluxo de caixa e cálculos de indicadores:

DRE					
Ano	1	2	3	4	5
Receita Bruta	R\$ 351.900,00	R\$ 351.900,00	R\$ 351.900,00	R\$ 351.900,00	R\$ 351.900,00
IPA	R\$ 183.600,00	R\$ 183.600,00	R\$ 183.600,00	R\$ 183.600,00	R\$ 183.600,00
WitBier	R\$ 168.300,00	R\$ 168.300,00	R\$ 168.300,00	R\$ 168.300,00	R\$ 168.300,00
Abatimentos Sobre Receita Bruta	R\$ 57.711,60	R\$ 57.711,60	R\$ 57.711,60	R\$ 57.711,60	R\$ 57.711,60
PIS	R\$ 6.545,34	R\$ 6.545,34	R\$ 6.545,34	R\$ 6.545,34	R\$ 6.545,34
COFINS	R\$ 30.052,26	R\$ 30.052,26	R\$ 30.052,26	R\$ 30.052,26	R\$ 30.052,26
ICMS	R\$ 21.114,00	R\$ 21.114,00	R\$ 21.114,00	R\$ 21.114,00	R\$ 21.114,00
Receita Líquida	R\$ 294.188,40	R\$ 294.188,40	R\$ 294.188,40	R\$ 294.188,40	R\$ 294.188,40
C. Variáveis	R\$ 116.892,00	R\$ 126.594,00	R\$ 126.594,00	R\$ 126.594,00	R\$ 126.594,00
C. Produção IPA	R\$ 61.914,00	R\$ 61.914,00	R\$ 61.914,00	R\$ 61.914,00	R\$ 61.914,00
C. Produção WitBier	R\$ 54.978,00	R\$ 64.680,00	R\$ 64.680,00	R\$ 64.680,00	R\$ 64.680,00
M. Contribuição	R\$ 177.296,40	R\$ 167.594,40	R\$ 167.594,40	R\$ 167.594,40	R\$ 167.594,40
C. Fixos	R\$ 122.400,00	R\$ 122.400,00	R\$ 122.400,00	R\$ 122.400,00	R\$ 122.400,00

Propaganda	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Site/Redes sociais	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Energia	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00
Participação de Eventos	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Distribuição/Locomoção	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00
Demais Despesas	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
EBITDA	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	54.896,40	45.194,40	45.194,40	45.194,40	45.194,40
DEPRECIAÇÃO	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	11.204,90	11.204,90	11.204,90	11.204,90	11.204,90
Despesas Financeiras (Juros)	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	9.111,07	7.364,17	5.334,27	3.265,41	1.157,07
EBIT	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	34.580,43	26.625,33	28.655,23	30.724,09	32.832,43
Imposto de Renda	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	5.187,06	3.993,80	4.298,28	4.608,61	4.924,86
CSLL	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	3.112,24	2.396,28	2.578,97	2.765,17	2.954,92
Lucro Líquido	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	26.281,13	20.235,25	21.777,97	23.350,31	24.952,65

TABELA 20: DRE da produção de cerveja em uma nanocervejaria em São José dos Pinhais, cenário três.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Fluxo de caixa:

Fluxo de Caixa	0	1	2	3	4	5
Lucro	R\$ -	R\$ 26.281,13	R\$ 20.235,25	R\$ 21.777,97	R\$ 23.350,31	R\$ 24.952,65
(+)Depreciação/Amortização	0	-11204,90	-11204,90	-11204,90	-11204,90	-11204,90
Fluxo de Caixa Operacional	0	15076,23	9030,35	10573,07	12145,41	13747,75
(-)Investimentos	-86935	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Desinvestimentos	0	0,00	0,00	0,00	0,00	-56024,50
(=)Fluxo de Caixa de Investimentos	-86935	0,00	0,00	0,00	0,00	56024,50
(-)Juros	0	-9111,07	-7364,17	-5334,27	-3265,41	-1157,07
(+)Novas Dívidas	69548	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Amortização da Dívida	0	-7785,22	-15680,50	-15828,47	-15977,77	-16128,50
(=)Fluxo de Caixa Financeiro	-17387	-16896,29	-23044,67	-21162,74	-19243,18	-17285,57
Fluxo de Caixa Total	-R\$ 17.387,00	-R\$ 1.820,06	-R\$ 14.014,32	-R\$ 10.589,67	-R\$ 7.097,77	R\$ 52.486,68

TABELA 21: Fluxo de caixa cenário 3

Fonte: Elaborado pelo Autor.

TMA	20,15%
TIR	1%
VPL	-R\$ 19.284,75

TABELA 22: TMA – TIR – VPL e PayBack.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Com o objetivo proposto pelo autor de montar uma nanocervejaria artesanal na região de São José dos Pinhais, este plano foi alcançado e cada etapa do estudo teve vital importância para a finalização do estudo.

O Plano De Marketing mostrou como deve ser o posicionamento da empresa com relação ao mercado e as estratégias que devem ser utilizadas ao adentrar o mercado.

Com o Plano de Gestão, foi possível ter uma visão globalizada dos números e também do mercado, servindo para que o empreendedor e os sócios tenham completo entendimento do nicho que estão investindo. Servindo também para que fiquemos atentos a novas oportunidades com brechas que ainda não foram exploradas.

O aspecto jurídico e tributário tem extrema importância em demonstrar as regulamentações do setor, bem como, em mostrar que cada cidade oferece as suas regras, sendo umas muito mais atrativas do que outras em todos os quesitos.

Produção e Insumos demonstram todos os processos inerentes a produção do produto final e a atividade da empresa, desde a negociação com o fornecedor até a cerveja embarrilada.

O Plano Financeiro buscou atestar a viabilidade de uma nanocervejaria a partir dos três cenários projetados. Foram contemplados insumos, receitas, custos, impostos, investimento particular e do banco, dados que podem e devem ser utilizados para análises futuras.

Para finalizar, após exame dos três cenários, verificou-se a viabilidade do empreendimento, porém de alto risco dada a baixa produção de 12.000 litros anuais. Sendo assim enquanto não houver uma nova mudança de leis no país reduzindo ainda mais os altos impostos vinculados as cervejas, ou uma nova maneira de tributação, não é recomendável investir neste empreendimento. Sugere-se a realização de um novo estudo contemplando agora uma categoria de produção maior, como as microcervejarias.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BNDES. **O setor de bebidas no Brasil**. BNDES Setorial 40, p. 93-130. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/bibliotecadigital>> Acesso em: 14/7/2017

BRASIL. Decreto nº 6871, de 04 de janeiro de 2009. **Regulamenta A Lei No 8.918, De 14 De Julho De 1994, Que Dispõe Sobre A Padronização, A Classificação, O Registro, A Inspeção, A Produção E A Fiscalização De Bebidas**. Brasília, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-010/2009/Decreto/D6871.htm>. Acesso em: 07/06/2017.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Receita Federal. **Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados**. Endereço eletrônico: <http://www.receita.fazenda.gov.br/aliquotas/TabIncidIPITIPi.htm>. Acessado em 01 de junho de 2017.

BREWERS ASSOCIATION. **Craft Beer Industry Market Segments**. Disponível em: <<https://www.brewersassociation.org/statistics/market-segments/>> Acesso em:14/7/2017.

BRIGGS, Dennis E.; BOULTON, Chris A.; BROOKES, Peter A.; STEVENS, Roger. **Brewing Science And Practice**. 1ª edição. Cambridge: Elsevier Science & Technology,2004,881 páginas.

CASAROTO, Nelson; KOPITTKE, Bruno Hartmut. **Análise de Investimentos: Matemática Financeira, Engenharia Econômica, Tomada de Decisão, Estratégia Empresarial**. 9a. edição. São Paulo: Atlas, 1992, 458.pág.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo - Transformando Ideias Em Negócios**. 3ª edição. Rio de Janeiro: GEN,2009.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD A. Dean; **Empreendedorismo**.7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Prentice-Hall do Brasil, 2006.

LUCE, Fernando Bins. **Planejamento Estratégico de Marketing**. Porto Alegre. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011/02. Modelo de Plano de Marketing elaborado pelo Professor.

REVISTA BEER ART. **Um Retrato Da Cerveja Artesanal No Brasil, Pelo Instituto Da Cerveja**. Disponível em: <http://revistabeerart.com/news/numeroso-do-mercado-da-cerveja-artesanal.>>. acesso em 14/7/2017.

SEBRAE. **Relatório De Inteligência Setorial**. Disponível em: <https://www.sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/cervejas-artesanais/55c4ad3614d0c01d007ffeae>. Data e acesso: 16/6/2017.

SEBRAE. **Cursos Gratuitos**

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-microcervejaria> acesso em: 16/6/2017.