

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS PARA EMPRESAS DE BEBIDAS

Pollyana Monteiro da Silva Kalvelage¹

Juliana Patrícia Petris²

Everaldo da Silva³

RESUMO: É perceptível o quanto o ramo cervejeiro e de bebidas de uma forma geral vem crescendo no Brasil nos últimos anos, e essa expansão vem ocorrendo principalmente devido à produção artesanal, onde empresas, em sua grande maioria, estão concentradas nas regiões sul e sudeste. Contando apenas o ramo cervejeiro, tem-se que segundo divulgado **pelo** Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2018) fechou com quase 900 (novecentas) cervejarias em operação e isso levando em consideração apenas as cervejarias que tem fabricação própria. Cada uma necessita de um responsável técnico para acompanhar o processo de produção e adequar as normas das mesmas. Com isso, o artigo teve como objetivo compreender a importância da utilização do plano de negócio para a criação de uma empresa de prestação de serviços técnicos para empresas de bebidas. Sabe-se que para um empreendimento ter sucesso não é apenas necessário ter informações sobre o mercado que se pretende atuar, mas também todos os detalhes que envolvem o processo e suas formalidades. A pesquisa foi realizada com objetivo de se obter maior conhecimento sobre o empreendimento em questão, além de saber a rentabilidade e custos do empreendimento. Para um melhor embasamento teórico foi realizada a pesquisa bibliográfica, onde foi possível obter muitas informações teóricas sobre: Empreendedorismos, Plano de Marketing, Plano Operacional e Logística. Nesse contexto, verifica-se que é imprescindível estar atento ao mercado e sempre bem informado sobre as novas ferramentas disponíveis, para assim poder oferecer um serviço de qualidade e se mostrar competitivo.

Palavras-chave: Bebidas. Plano de Negócio. Responsabilidade Técnica.

ABSTRACT: It is noticeable how much the beer and beverage industry in general has been growing in Brazil in recent years, and this expansion has been mainly due to the artisanal production, where companies, in their majority, are concentrated in the south and southeast regions. Counting only the brewing industry, it has been reported that by the Ministry of Agriculture, Livestock and Supply (MAPA, 2018) closed with almost 900 (nine hundred) breweries in operation and this taking into account only breweries that have their own brewing. Each one needs a technician responsible to follow the production process and to adjust the norms of the same. Thus, the article aimed to develop a business plan for a company providing technical services to beverage companies. It is known that for a venture to be successful, it is not only necessary to have information about the market it is intended to act on, but also all the details that involve the process and its formalities. The research was conducted in order to gain greater knowledge about the project in question, as well as to know the profitability and costs of the project. For a better theoretical basis the bibliographical research was carried out, where it was possible to obtain many theoretical information about: Entrepreneurship, Marketing Plan, Operational Plan and Logistics. In this context, it appears that it is essential to be aware of the market and always well informed about the new tools available, so as to be able to offer a quality service and be competitive.

¹Graduada em Engenharia de Materiais (UFMG). MBA em Gestão Empresarial. Mestre em Engenharia Química (FURB).

²Graduação em Pedagogia (UNERJ). Especialização em Psicopedagogia Clínica e Institucional (ICPG). Mestrado em Educação (UFPR).

³Profissional Tecnólogo em Processos Gerenciais. Cientista Social. Mestre em Desenvolvimento Regional (FURB). Doutor em Sociologia Política. (UFSC).

Keywords: Beverages. Business Plan. Technical Responsibility.

INTRODUÇÃO

Atualmente existem muitas ferramentas para se projetar o sucesso de um empreendimento, e o plano de negócio ainda se mostra muito eficaz e tem uma grande importância nesse contexto, com ele pode-se analisar para prever e verificar a situação atual do empreendimento idealizar o que vem pela frente, traçando a direção para a gestão do negócio, analisando os riscos para poder traçar planos para amenizar os mesmos, quando inevitáveis ou até mesmo extingui-los. Segundo o SEBRAE (2018), um plano de negócios “descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas” O que não é uma tarefa fácil, pois requer muito trabalho para sua elaboração. Esse artigo teve como objetivo utilizar o plano de negócio para a criação de uma empresa de prestação de serviços técnicos para empresas de bebidas, pois segundo o SEBRAE (2018) o Brasil é o terceiro país em produção de cerveja do mundo, e sem falar que outras áreas que envolvem bebidas alcoólicas e não alcoólicas, também vem crescendo. A escolha de implantação do empreendimento na cidade de Blumenau pode ser estratégica, pois o município, a partir do Projeto de Lei 29/2016, foi oficializada como a Capital Nacional da Cerveja, onde temos muitas cervejarias. Com isso, o artigo retratou a criação de uma empresa de prestação de serviços técnicos para empresas de bebidas. Foram analisadas as etapas que podem envolver a implantação de um empreendimento, no final foi possível ter uma perspectiva em relação à viabilidade do empreendimento. A pesquisa foi realizada com objetivo de se obter maior conhecimento sobre o empreendimento em questão, além de saber a rentabilidade e custos do empreendimento. Para um melhor embasamento teórico foi realizada a pesquisa bibliográfica, onde foi possível obter muitas informações teóricas sobre Plano de negócio, planejamento operacional, de marketing e financeiro.

PLANO DE NEGÓCIO

O ideal para um empreendedor, antes de abrir sua empresa, é fazer uma análise de como o empreendimento irá funcionar e idealizar como será, para isso, pode-se contar com uma ferramenta muito importante para fazer essa projeção, que é o plano de negócio. Com

essa ferramenta, é possível identificar todos os fatores que cercam a viabilidade do empreendimento, podendo também ser feita uma projeção de lucratividade a curto e longo prazo. Um bom plano de negócio deve ajudar o empreendedor, para que seja possível aprimorar suas ideias, uma vez que se fazem pesquisas minuciosas e completas sobre o tipo de empreendimento que se deseja executar. Permite também que se verifiquem os pros e os contras do empreendimento, o melhor tipo de gestão para seus processos e também para seus recursos, analisar quem serão seus clientes em potencial, assim como também permite planejar as metas a serem atingidas. Assim, pode-se dizer que o plano de negócio é um documento utilizado para auxiliar e ao mesmo tempo verificar a viabilidade de um empreendimento, uma vez que é possível traçar os objetivos do negócio e verificar o caminho que deve ser percorrido para atingir os objetivos traçados, na perspectiva de diminuir os riscos e verificar as dificuldades, fazendo com que o empreendedor analise a situação “real” do seu negócio.

Com toda essa ferramenta e com a análise feita, cai significativamente o risco de fracassar no empreendimento escolhido, como disse Biagio e Toledo (2005, p.4): “A principal razão que explica o fracasso de um empreendimento é a falta de planejamento adequado. O plano de negócio é uma forma simples de identificar os fatores críticos.” Um plano de negócio é um documento que contempla as ideias básicas de um novo negócio, além de todas as considerações operacionais, financeiras, gerenciais e mercadológicas. O plano deve orientar onde você está, para onde quer ir e como propõe chegar lá. O plano de negócio é a primeira criação, algo mental que depois se concretizará. Mas também pode ser feito para empresas em funcionamento, que necessitam expandir seu negócio. (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p. 162). Para Bernardi (2010 p. 110),

a condição de mercado atual não permite amadorismo na gestão, nas ideias e na avaliação da consistência, isto é suprido por um plano de negócios bem fundamentado, elaborado, estruturado, factível e viável. Desta forma, seja um negócio novo, de crescimento, de expansão, de abertura do seu capital, de efusões ou aquisições, pode avaliar seus conceitos e divulgar aos potenciais investidores.

Chiavenato (2008 p. 132) alerta, comentando que

plano de negócio – *business plan* – descreve a ideia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros dos negócios próprios, geralmente, para os próximos três ou cinco anos.

Muitos empreendedores de sucesso elabora o plano de negócios não com suposições, mas sim com as informações que possuem, após iniciam seu negócio assim e

posteriormente vão atualizando o plano conforme as necessidades do empreendimento. Com tudo isso, pode-se dizer que apesar de o plano de negócio ser flexível e poder ser modificado quando necessário, percebe-se que um bom planejamento é fundamental para um empreendimento de sucesso. O empreendimento em estudo refere-se à formação de uma empresa de prestação de serviços para indústria do ramo de bebidas onde sua missão é ter a responsabilidade técnica nas empresas deste ramo, prestando um serviço de qualidade e atendendo as demandas necessárias para um pleno funcionamento das empresas atendidas.

BREVE ANÁLISE DE MERCADO

Para que possa ser elaborada uma estratégia, vender os seus serviços e ter um bom desempenho, é de suma importância que se faça uma análise bem estruturada.

O mercado é composto por concorrentes, fornecedores e principalmente clientes. A definição de mercado passa necessariamente por análise da indústria/setor, descrição do segmento de mercado, análise swot do produto/serviço e análise da concorrência. (BIAGIO E BATOCCHIO, 2005, p.119).

Independente de qual seja o produto ou prestação de serviço, deve-se sempre estar analisando as informações, tendo em busca estar atualizado com os dados coletados, para traçar a direção a seguir para chegar até o público alvo. Segundo Biagio e Batocchio (2005, p.121) “nenhuma empresa poderá atender a todos os tipos de clientes; quem tentar fazê-lo, pode vir a não atender nenhum tipo.” A implantação da empresa na cidade de Blumenau é considerada estratégica, pois a mesma, assim como as cidades que a rodeia tem um extenso número de empresas do ramo de bebidas, principalmente no ramo cervejeiro, estando entre as 10 cidades com mais cervejarias segundo registro do MAPA em 2018.

Tabela 1 – Registro de cervejarias por município em 2018

Nº	Município	Nº Registro Produto
1	Porto Alegre	465
2	Nova Lima	277
3	Curitiba	227
4	Capim Branco	193
5	Caxias do Sul	193
6	Nova Friburgo	168
7	Blumenau	165
8	Rio de Janeiro	164
9	São Paulo	143
10	Guapimirim	136

Fonte: MAPA (2018)

Clientes

Uma análise muito importante está nessa etapa, principalmente quando se trata de uma microempresa, pois estas normalmente mantêm contato direto com seus clientes e conhecer bem o tipo de cliente que se deseja atender é fundamental para determinar tanto o produto ou serviço que se deseja comercializar, com para definir o formato do empreendimento. Segundo Biagio e Batocchio (2005, p.121) “nenhuma empresa poderá atender a todos os tipos de clientes; quem tentar fazê-lo pode vir a não atender nenhum tipo.” Neste caso, como se trata de um serviço, o público alvo são fábricas de bebidas, mais especificamente cervejas, pois é a maior demanda da região onde a empresa pretende ser implantada. Sabe-se que para cervejarias, ou mesmo empresas que fabricam bebidas alcoólicas e não alcoólicas, se faz necessário o acompanhamento do processo e a responsabilidade técnica de um profissional da área, sendo assim, a este tipo de empreendimento tem clientes muito específicos.

Concorrentes

Segundo Kotler (1998, p. 212) os concorrentes mais diretos de uma empresa são aqueles que perseguem os mesmos mercado-alvos e adotam estratégias semelhantes. Então, para que se tenha uma vantagem sobre os concorrentes segundo Biagio e Batocchio (2005, p.132) é necessário identificar as fraquezas e a força de cada um, estabelecendo

assim o perfil de cada um. Neste tipo de empresa, os possíveis concorrentes, em sua grande maioria são engenheiros que juntamente com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) adquirem a responsabilidade técnica para atuar na área. Pois podem atuar nessa área de responsabilidade técnica e prestação de serviços para empresas de bebidas, engenheiros químicos, engenheiros ambientais e engenheiros de materiais.

PLANEJAMENTO OPERACIONAL

Sempre que pretende-se fazer algo novo, idealiza-se as etapas que deve-se seguir para chegar ao objetivo e com um novo negócio não é diferente. Precisa-se primeiro projetá-lo para poder efetivamente colocá-lo em prática.

A principal razão que explica o fracasso de um empreendimento é a falta de planejamento adequado. O plano de negócio é uma forma simples de identificar os fatores críticos. (BIAGIO E BATOCCHIO, 2005, p.4).

Quando se planeja montar uma empresa, a idealização da mesma deve ser feita com base em acontecimentos futuros, já ter metas de crescimento, ou seja, traçar a projeção para ter noção das necessidades futuras, e tentar minimizar o máximo possível ser pego de surpresa em determinadas situações. O planejamento varia muito de empresa para empresa, pois vai depender do tipo de negócio, do porte da empresa, do número de funcionários, etc. No caso de uma empresa de prestação de serviço, onde não há produção efetivamente de um produto para venda no mercado, se torna um pouco mais simples, pois não requer um layout detalhado, nem mesmo calcular a capacidade produtiva de determinado produto, porém requer estratégias para atender empresas e da mesma forma trabalhar com pessoas. O planejamento nesse tipo de empresa está voltado para laboração dos horários para atendimento, uma vez que o responsável técnico necessita estar presente durante 4 horas semanalmente em cada empresa que ele atender.

PLANO DE MARKETING

Independentemente do tipo de empresa que se deseja fundar, nos dias atuais se faz necessário um plano de marketing. É com ele que se propaga a importância, a marca e o

nome de uma empresa. É a partir dele que a empresa “aparece” e se torna conhecida. Sendo assim, para se obter um melhor resultado na comercialização de produtos ou mesmo serviços, o marketing é uma ferramenta fundamental. Kotler (1998, p.27) vê o marketing como um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros. No caso de uma empresa de prestação de serviços, o marketing é feito diretamente para atingir as empresas do ramo de bebidas, mostrando o diferencial no atendimento e conhecimento na área.

PLANO FINANCEIRO

O planejamento financeiro é de suma importância, pois é a base do negócio. Sem um planejamento adequado, o empreendimento pode não render como o esperado. O processo de implantação de uma empresa inicia sempre pelo investimento, e este está classificada em investimentos fixos, que são investimentos vinculados a compra de bens materiais necessários para a empresa, como equipamentos, imóvel, e necessidade de capital de giro, que é destinado a compra de materiais utilizados na empresa, seja matéria-prima para a produção do produto, assim como para as despesas fixas mensais da empresa, como salário, aluguel, etc. que atua até a empresa obter receita para efetuar esses pagamentos. Na sequência, é imprescindível, determinar o faturamento, ou seja, a entrada de recursos proveniente da venda dos produtos ou ainda da prestação de serviços. O empreendedor poderá projetar um faturamento baseando-se pela capacidade de produção, vendas ou prestação de serviços, analisando a quantidade de clientes que se pode atingir e o preço que o cliente está disposto a pagar. Desta forma, o empreendedor terá dados que possa utilizar na elaboração de cenários: pessimista, realista e otimista. As previsões de vendas devem ser baseadas na avaliação do potencial do mercado e na capacidade produtiva.

Depois de analisar o faturamento identifica-se a lucratividade que é um indicador de eficiência operacional, obtido sob a forma de valor percentual, que indica o ganho de uma empresa sobre o trabalho que ela desenvolve. Isto é, revela quanto à empresa obteve de lucro para cada real vendido. É um dos principais indicadores econômicos, pois está relacionado à competitividade. Se a empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará maior capacidade de competir, isso porque poderá investir mais em divulgação,

diversificação dos produtos ou serviços, aquisição de novos equipamentos. Conforme a Equação 1.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita de Vendas}} \times 100\% \quad \text{Equação 1}$$

O percentual de rentabilidade é diretamente proporcional ao da lucratividade. Na medida em que aumenta, o outro também cresce, e quanto maiores forem mais atraentes tendem a serem os negócios. Como estes envolvem riscos, a análise deste indicador deve levar em consideração, também, uma avaliação de risco, pois a relação entre ele e a rentabilidade é direta. Conforme a Equação 2.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimentos}} \times 100\% \quad \text{Equação 2}$$

E por último o prazo de retorno do investimento, que é um indicador complementar à rentabilidade, pois também indica a força de atração de um investimento. Apresenta-se sob a forma de uma unidade de tempo e consiste basicamente numa modalidade de cálculo inversa à rentabilidade. Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu. Conforme a Equação 3.

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Lucro Líquido}} \quad \text{Equação 3}$$

A análise financeira deste empreendimento está baseada no número de empresas que serão atendidas. Tendo em vista que nesse ramo, um engenheiro pode atender até 10 empresas como responsável técnico com uma carga horária de 4 h/semana, em cada tendo na tabela de honorários estabelecida pelo MAPA o recebimento de um salário mínimo por empresa e levando em consideração que demais projetos solicitados são cobrados a parte. Nesse caso, não se faz necessário um investimento inicial, pois o engenheiro atua na empresa contratada. Quanto aos custos, tem-se um gasto mais considerável apenas com combustível, porém este muitas vezes é custeado pela empresa, quando a mesma se localiza noutra cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo proposto teve como objetivo compreender a importância da utilização do plano de negócio para a criação de uma empresa de prestação de serviços técnicos para empresas de bebidas. É notável que a partir da análise financeira feita em torno do empreendimento, que o mesmo não irá necessitar de um investimento inicial alto por parte do empreendedor devido ao tipo de negócio, e ao mesmo tempo, pode-se dizer que o retorno obtido será satisfatório, ainda mais se atingir a quantidade de empresas que é permitido.

No caso de prestação de serviços, tem-se que ter um diferencial, pois existem concorrentes que por muitas vezes se sujeitam a receber salários inferiores, porém podem não apresentar um serviço de qualidade. Sendo assim, é imprescindível estar atento ao mercado, investir em cursos e estar sempre se reciclando para que se possa fornecer um serviço de qualidade e se tornar competitivo, para que assim possa conquistar a confiança do seu contratante. Desta maneira conclui-se que um bom planejamento, independentemente do tipo de empresa e serviços prestados é fundamental e que também facilitará na tomada de decisão por parte do empreendedor, pois o mesmo terá uma perspectiva do futuro do seu negócio, se antecipando aos possíveis contratamentos.

REFERÊNCIAS

BIAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A. **Plano de Negócio: Estratégia para Micro e Pequenas Empresas**.1.ed. São Paulo: Manole, 2005.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de Plano de Negócios: Fundamentos, Processos e Estruturação**. 1º Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. 2º Ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle**. São Paulo: Atlas,1998, p.27-226.

LONGENECKER, Justin G; MOORE, Carlos W; PRETTY J William. Tradução: Maria Lucia G. L. Rosa e Sidney Stancatti. **Administração de Pequenas Empresas: Ênfase na Gerencia Empresarial**. São Paulo. Makron Books, 1997.

MAPA. **Crescimento da renda aumenta demanda por alimentos no Brasil**. Disponível em: < [http://ww.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias / 2013 /10/ crescimento-da-rendaaumenta-demanda- por-alimentos-no-brasil](http://ww.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2013/10/crescimento-da-rendaaumenta-demanda-por-alimentos-no-brasil)>. Acesso em: 05 jul. 2019.

SEBRAE. **Como Elaborar um Plano de Negócio**. Disponível em: < http://www.Sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf>. Acesso em: 01 mai. 2019.