

DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DE UM MODELO DE NEGÓCIOS DE CERVEJAS COM FOCO NA CRIAÇÃO DE VALOR AO CLIENTE E NA VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA

Contextualização:

O trabalho aborda o projeto iniciado por um empreendedor com histórico profissional na área de análise de sistemas em grandes empresas que decidiu abrir um negócio que conciliasse trabalho com satisfação pessoal, no ramo de cervejas artesanais. Conheceu-se a experiência e percalços enfrentados da concepção à materialização da nova empresa, bem como seu curso atual. Identificou-se, assim, a demanda pelo delineamento do modelo de negócio para conferir sustentabilidade e condições favoráveis ao desenvolvimento ao empreendimento.

Objetivos:

O trabalho se pauta pelo objetivo de desenvolver e implementar o modelo de negócios de representação de marca de cerveja, possibilitando a criação de valor ao cliente e a viabilidade econômico-financeira para a empresa analisada, definindo e propondo estratégias que proporcionem condições favoráveis ao desenvolvimento do negócio.

Metodologia:

Para concepção das oportunidades de mercado, recorreu-se a entrevistas com o empreendedor, potenciais consumidores e fornecedores, identificando-se, assim, os segmentos de clientes e a oferta de valor. A análise da estrutura e canais para a entrega efetiva do valor ofertado, bem como dos investimentos e custos envolvidos e potenciais receitas foi precedida de observações e levantamentos junto ao mercado. Com esses dados, construiu-se o modelo de negócios referenciado pelo modelo de Osterwalder e Pigneur (2011).

Fundamentação Teórica:

Com base nos desafios que permeiam a ação empreendedora, descritos por autores como Fellipe (1996), recorreu-se a características de negócio e mercados apresentadas em Pozin (2018), Panrotas (2018) e Sebrae (2018). Conheceu-se, assim, a realidade analisada para o delineamento do modelo de negócios baseado em Osterwalder e Pigneur (2011), com oferta de valor ao público-alvo do projeto, conforme recomendações de Churchill e Peter (2009) e Malhotra (2001), mediante posicionamento inspirado em Johnson et al. (2011).

Resultados e Análises:

Pela comparação de modelos de negócios originalmente concebidos pelo empreendedor, algumas alternativas foram descartadas por se revelarem econômica e operacionalmente inviáveis. Essa foi uma contribuição importante do presente trabalho, pois se não tivesse ocorrido a análise preliminar, o risco de que o empreendimento não fosse bem-sucedido era enorme. O modelo de negócios final foi prontamente implementado e as atividades da empresa estão transcorrendo, até o momento, com o sucesso esperado.

Considerações Finais:

O projeto confere condições para a consolidação e sustentabilidade de uma empresa em início de operação por haver subsidiado decisões concernentes ao nível de investimento, direcionamento de esforços do empreendedor na entrada no mercado e criação de valor decorrente do atendimento às necessidades de consumidores. Além dos benefícios diretos à prosperidade da empresa, espera-se que o compartilhamento da experiência contribua para o conhecimento como exemplo de situação vivenciada em outras iniciativas empreendedoras.

Referências:

- Churchill, G. Jr., & Peter, P. (2009). *Marketing: criando valor para os clientes*. 3rd ed. São Paulo: Saraiva.
- Fellipe, M. I. (1996). *Empreendedorismo: buscando o sucesso empresarial*. Sala do Empresário, São Paulo, v. 4, n. 16, p. 10-12 (suplemento).
- Malhotra, N. K. (2001). *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Marcondes, R. C.; Miguel, L. A. P., Franklin, M. A. & Perez, Gilberto. (2017). *Metodologia para elaboração de trabalhos práticos e aplicados: administração e contabilidade*. Recuperado de <http://up.mackenzie.br/stricto-sensu/administracao-do-desenvolvimento-de-negocios-profissional>.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation – Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários*. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books.
- Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R. (2011). *Fundamentos de estratégia*. Porto Alegre. Bookman.
- Panrotas. (2018). *Cerveja artesanal: um roteiro pelo interior de SP*. Recuperado em 12 de maio de 2018, de <https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/destinos/2017/08/cerveja-artesanal-um-roteiro-pelo-interior-de-sp_148809.html>
- Pozin, I. (2018) *10 Best Reasons to Be an Entrepreneur*. Recuperado em 19 de maio de 2018, de <<https://www.inc.com/ilya-pozin/10-best-reasons-to-be-entrepreneur.html>>
- Sebrae. (2018). *Cerveja artesanal: ótimo negócio para pequenos*. Recuperado em 18 de fevereiro de 2018, de <<http://sebraemercados.com.br/cerveja-artesanal-otimo-negocio-para-pequenos/>>

Palavras-chave:

Empreendedorismo, Modelo de Negócio, Criação de Valor