

Ideias de
Negócios

Como montar uma microcervejaria



EMPREENDEDORISMO

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho

Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio Silva dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação

Luciana Rodrigues Macedo

Autor

flavio luís de souza lima

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

1. Apresentação

É a cervejaria direcionada para a gastronomia, com apelo artesanal, para os aficionados da bebida produzida em processos tradicionais e sem aditivos.

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

Historicamente, não se pode precisar, mas é sabido que a cerveja vem sendo produzida há mais de 7.000 anos. Povos como os babilônios, egípcios e sumérios já fabricavam vários tipos de cervejas a base de trigo, mel e cevada. Existe uma lei de pureza elaborada em 1516, a qual determina que a cerveja deve ser composta apenas pelos seguintes ingredientes: lúpulo, malte, água e levedura. O termo microcervejaria, que também é conhecido como cervejaria direcionada para a gastronomia, é relacionado àquelas pequenas unidades de produção, com apelo artesanal e muitas vezes praticado como hobby pelos aficionados pela bebida. São produzidas através de processos tradicionais, sem o uso de aditivos. Não são pasteurizadas e em certos casos nem filtradas, garantindo assim maior sabor e tornando-as mais saudáveis por conterem vitaminas do complexo B.

As microcervejarias trouxeram para os brasileiros a opção de consumir produtos cervejeiros exclusivos e diferenciados com vários tipos, texturas, aromas e sabores, fugindo da ditadura da cerveja/chopp pilsener ou pilsen (ou mesmo oferecendo pilsener de qualidade superior às marcas dominantes). Muitas delas produzem suas cervejas seguindo a Reinheitsgebot (Lei da Pureza Alemã).

As microcervejarias são instalações que produzem cervejas em pequenas quantidades para consumo local e eventual envasamento do excedente em barris de aço, inox, latas ou garrafas de vidro para ser consumido em outros locais.

As microcervejarias já são um setor consolidado na Europa e nos EUA, no Brasil começaram a surgir na década de 90 e hoje já são mais de 80 companhias, atuando em nicho de mercado premium ainda pequeno na realidade brasileira (em torno de 2% do mercado total de cerveja). Como em outros países, a distribuição é limitada e

regionalizada atendendo desde um único bar ou restaurante até alguns estados, ainda que, em muitos casos é possível encontrá-las em lojas on-line de bebidas.

Muitos bares e restaurantes vêm se tornando também microcervejarias para incrementar seus negócios e agregar valor aos clientes. Estão disponíveis no mercado equipamentos diversos para viabilizar a fabricação de cervejas, e estes podem apresentar produções que variam de 50 a 2.000 litros por lote produzido. Assim como o equipamento, outro fator de fundamental importância para a fabricação de cervejas de qualidade é a orientação de um mestre-cervejeiro, profissional qualificado e que tem condições de ensinar todas as técnicas e dicas para a elaboração de uma boa cerveja.

As microcervejarias estão concentradas no Sul e Sudeste com destaque para Santa Catarina, onde a Oktoberfest em Blumenau reserva um pavilhão inteiro para as cervejas artesanais.

Nesta "Idéia de Negócio" serão apresentadas informações importantes para o empreendedor que tem intenção de investir em uma microcervejaria. Entretanto, este documento não substitui o Plano de Negócios, que é imprescindível para iniciar um empreendimento com alta probabilidade de sucesso. Para a elaboração do Plano de Negócio, deve ser consultado o SEBRAE mais próximo.

2. Mercado

De acordo com o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja-SINDICERV, no mercado de cerveja, o Brasil só perde, em volume, para a China (35 bilhões de litros/ano), Estados Unidos (23,6 bilhões de litros/ano) e Alemanha (10,7 bilhões de litros/ano). O consumo da bebida, em 2007, apresentou crescimento em relação ao ano anterior, totalizando 10,34 bilhões de litros.

Quanto ao consumo per capita, no entanto, o Brasil, com uma média de 47,6 litros/ano por habitante, está abaixo do total registrado por vários países como México (50 litros/ano) e Japão (56 litros/ano).

Embora esse consumo tenha sido incrementado nos primeiros anos de implantação do

Plano Real (1994/1995), saltando de 38 litros/ano por pessoa para 50 litros/ano/habitante, o nível se mantém estável desde então, especialmente porque, ao se levar em conta o baixo poder aquisitivo de boa parte de seus consumidores, o preço do produto é alto. Na saída da fábrica, seu custo é um dos menores do mundo. Porém até chegar ao consumidor final a cerveja sofre a incidência de uma série de tributos (cerca de 35,6% do valor final).

Há poucos anos raramente se falava a respeito de cervejas especiais aqui no Brasil. Eram em viagens internacionais que alguns brasileiros tinham a oportunidade de conhecer cervejas diferentes que iam além da nossa tradicional Pilsen. Mas nos últimos 10 anos isso mudou muito. Hoje já é possível encontrar novas variedades e marcas nos principais supermercados do país, além de poder degustá-las nas mais diversas microcervejarias que surgiram desde então.

O crescimento das microcervejarias não é um fenômeno só brasileiro, aliás chegamos atrasados nesse negócio. Nos Estados Unidos já existem mais de 1500 microcervejarias espalhadas por todo o continente, respondendo por uma rentável fatia de mercado. A Alemanha, o país com a maior tradição cervejeira do mundo, possui pelo menos uma microcervejaria em cada cidade.

Atualmente existem cerca de 80 microcervejarias em funcionamento no Brasil, e a maioria está localizada nas regiões sul e sudeste. Este número de empresas se apresenta expressivo uma vez que, em torno de 90% da produção nacional de cervejas está concentrado em três grandes grupos (AMBEV, KAISER E SHINCARIOL). Mesmo assim, esses empreendimentos apresentam índices produtivos ainda insignificantes diante da indústria cervejeira nacional, com cerca de 0,3% do volume total fabricado pelo setor. Com faturamento superior a 12 bilhões, o Brasil produz em torno de 8,5 bilhões de litros por ano da bebida.

Olhando hoje para o mercado de microcervejarias, poderíamos dividi-lo em 3 categorias: as pequenas cervejarias, que iniciaram como micro mas hoje já produzem e distribuem sua cerveja nas regiões mais ricas do país, tais como Baden Baden, Eisenbahn e Devassa; as ainda microcervejarias que já possuem pequenas linhas de produção e atuam próximas da sua origem; e por fim as cervejarias artesanais, onde a venda se limita na sua maioria ao local de produção.

As microcervejarias apresentam-se como alternativa para explorar um mercado que não interessa às grandes, ou seja, aquele que procura produtos diferenciados, de alto

valor agregado e sempre inovadores. Segundo a Associação de Cervejeiros artesanais de Minas Gerais (Acerva Mineira), o mercado de cervejas comuns cresce cerca de 5% ao ano, enquanto as especiais crescem 45%.

Outro motivo que reforça a tendência de crescimento da demanda se refere ao aumento populacional. Segundo o IBGE a população brasileira projeta uma taxa geral de crescimento demográfico para os próximos cinco anos de 1,5% ao ano. Somado a isto, o subconjunto dos consumidores maiores de 18 anos, correspondente a 42% da população, deverá aumentar mais de 4% ao ano nesse mesmo período. Levando-se em conta que é esse grupo quem define o crescimento do mercado consumidor, as perspectivas são bastante interessantes. Como consequência, mais de 2,5 milhões de potenciais consumidores devem chegar ao mercado a cada ano.

Outra informação importante é que, segundo a ABMIC (Associação Brasileira das Microcervejarias), a maior parcela das vendas da bebida é para consumo no balcão, com 52% de participação, seguida pela venda em supermercados (27%) e pequeno varejo (21%). Exatamente por isso, estabelecimentos especializados se espalham pelo país, a maioria deles produzindo sua própria cerveja e, principalmente, criando novas alternativas para atrair o consumidor.

Mas apesar de todo essa empolgação existente por trás das microcervejarias, levar adiante esse tipo de negócio não é uma tarefa fácil. É preciso ter consciência que o processo cervejeiro é delicado e requer muito conhecimento técnico para que tudo saia dentro dos padrões, pois nesse mercado ser pequeno não significa não ter uma qualidade assegurada, pelo contrário, significa ter um produto premium que será apreciado por consumidores exigentes, que buscam experiências sensoriais únicas.

"

3. Localização

A escolha do local e do espaço físico necessários para instalar seu negócio é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. O local deve oferecer infra-estrutura adequada e condições que propiciem o seu desenvolvimento. É fundamental avaliar a facilidade do acesso a partir do perfil de sua clientela.

O fator primordial para a instalação de uma microcervejaria está diretamente relacionado com a existência de clientes próximos (pessoas interessadas em degustar boas cervejas na companhia de amigos).

Outro aspecto que diz respeito à localização da empresa é que, se não estiver de acordo com as normas da prefeitura quanto ao que rege o plano diretor para o exercício da atividade econômica, acaba inviabilizando seu registro.

A melhor alternativa é procurar um imóvel apropriado para alugar onde, além da área disponível para a instalação das máquinas, tenha ainda condições de ajustes para atender às normas da vigilância sanitária, estabelecendo espaços apropriados para guardar as matérias-primas e as embalagens, bem como disponha de uma área para instalação dos equipamentos de bar e restaurante, podendo acomodar determinado número de clientes de maneira segura e confortável. Os banheiros e a cozinha também devem estar de acordo com as normas da Agência Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA.

Outro fator extremamente relevante neste tipo de negócio está relacionado à existência de espaço para estacionamento, pois é um dos fatores levados em conta pelos clientes na hora de escolher entre as opções de cervejarias disponíveis.

4. Exigências Legais e Específicas

Para dar início ao processo de abertura da empresa é necessário que se cumpra os seguintes procedimentos:

a) Consulta Comercial

Antes de realizar qualquer procedimento para abertura de uma empresa deve-se realizar uma consulta prévia na prefeitura ou administração local. A consulta tem por objetivo verificar se no local escolhido para a abertura da empresa é permitido o funcionamento da atividade que se deseja empreender. Outro aspecto que precisa ser pesquisado é o endereço. Em algumas cidades, o endereço registrado na prefeitura é diferente do endereço que todos conhecem. Neste caso, é necessário o endereço correto, de acordo com o da prefeitura, para registrar o contrato social, sob pena de ter

de refazê-lo.

Órgão responsável:

- Prefeitura Municipal;
- Secretaria Municipal de Urbanismo.

b) Busca de nome e marca

Verificar se existe alguma empresa registrada com o nome pretendido e a marca que será utilizada.

Órgão responsável:

- Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples) e Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI).

c) Arquivamento do contrato social/Declaração de Empresa Individual

Este passo consiste no registro do contrato social. Verifica-se também, os antecedentes dos sócios ou empresário junto a Receita Federal, por meio de pesquisas do CPF.

Órgão responsável:

- Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples).

d) Solicitação do CNPJ

Órgão responsável:

- Receita Federal.

e) Solicitação da Inscrição Estadual

Órgão responsável:

- Receita Estadual

f) Alvará de licença e Registro na Secretaria Municipal de Fazenda

O Alvará de licença é o documento que fornece o consentimento para empresa desenvolver as atividades no local pretendido. Para conceder o alvará de funcionamento a prefeitura ou administração municipal solicitará que a vigilância sanitária faça inspeção no local para averiguar se está em conformidade com a

Resolução RDC nº 216/MS/ANVISA, de 16/09/2004.

Órgão responsável:

- Prefeitura ou Administração Municipal;
- Secretaria Municipal da Fazenda.

g) Matrícula no INSS

Órgão responsável:

- Instituto Nacional de Seguridade Social; Divisão de Matrículas - INSS.

Além de todos esse procedimentos, é muito importante lembrar que essa atividade exige o conhecimento do Código de Defesa do Consumidor- Lei nº. 8.078/1990.

As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC foi instituído pela Lei n. 8.078, em 11 de setembro de 1990, com o objetivo de regular a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca do reequilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor, seja reforçando a posição do primeiro, seja limitando certas práticas abusivas impostas pelo segundo.

É importante que o empreendedor saiba que o CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a relação de consumo, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final.

A fim de cumprir as metas definidas pelo CDC, o empreendedor deverá conhecer bem algumas regras que sua empresa deverá atender, tais como: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda, fornecimento de orçamento prévio dos serviços a serem prestados, cláusulas contratuais consideradas abusivas, responsabilidade dos defeitos ou vícios dos produtos e serviços, os prazos mínimos de garantia, cautelas ao fazer cobranças de dívidas.

A empresa também deverá atender a algumas regras, tais como: responsabilidade

sobre o fornecimento dos produtos e serviços, garantia da qualidade, rastreabilidade, entre outros. Outro aspecto importante se refere ao rótulo do produto, o empresário deve verificar na legislação as informações obrigatórias que o mesmo deve conter, tais como: informações completas sobre os dados da empresa fabricante, número do registro de licença, volume do produto, composição nutricional, número de lote, data fabricação e data validade entre outras informações.

Sobre a rotulagem devem ser observadas as seguintes portarias e decretos:

Portaria SVS (Secretaria de Estado de Vigilância Sanitária de Minas Gerais) nº 42 (DOU 16/01/98); Decreto-lei nº 986/69; Portaria SVS 27/98 (DOU 16/01/98); Portaria SVS 29/98 (DOU: 30/03/98).

As empresas que exploram a atividade de produção de cerveja ficam obrigadas a respeitar o que rege o DECRETO No. 2.314, DE 4 DE SETEMBRO DE 1997, o qual 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.

É importante lembrar ainda que o empreendedor está sujeito a fiscalização sanitária do estabelecimento e do produto. Apresenta-se, a seguir, algumas legislações que o futuro empreendedor deve ter conhecimento:

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – 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, e dá outras providências.- 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: D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 18 de outubro de 2000.

Informações detalhadas sobre exigências legais e requisitos para a obtenção dos registros devem ser solicitados diretamente junto ao Ministério da Agricultura e a ANVISA. Resolução ANVISA RDC nº 89, de 17 de outubro de 2000.

As instruções recebidas sobre legislação devem ser confirmadas junto às autoridades fiscais e junto ao contador ou contabilista responsável pela escrita fiscal da empresa.

5. Estrutura

Como exemplo e com finalidade meramente ilustrativa, considera-se uma área aproximada de 40 m2 para as instalações da microcervejaria mais o espaço para

acomodação de pelo menos 20 mesas, além de balcão para o bar e toda a área de cozinha e banheiros. Somando algo em torno de 150 m².

Além de apresentar condições físicas para a instalação das máquinas e acessórios de produção, a infra-estrutura para o negócio deve estar dividida em setores, para evitar a contaminação dos produtos e respeitar o fluxo de produção. As principais divisões a serem adotadas são:

- Recepção e armazenagem da matéria-prima (adegas);
- Processamento;
- Envase, rotulagem e armazenamento;
- Área para degustação.

Além das áreas pertinentes à atividade relacionada com bares e restaurantes. Também é importante que o empresário forneça boas condições de trabalho aos seus colaboradores, fato este que se reflete positivamente na satisfação e produtividade.

Também é importante lembrar, conforme informações do site www.cervesia.com.br, que em muitas instalações industriais para bebidas podemos observar deficiências, que podem levar a problemas relacionados com a segurança dos usuários até graves problemas de qualidade do produto.

A concepção, projeto e fabricação de máquinas e equipamentos para a cervejaria deve prever uma construção sanitária. Nem sempre é o que acontece, pois muitas vezes considera-se “sanitário” aquele equipamento que é construído em aço inoxidável, sem a preocupação com a concepção (desenho) propriamente dita, o que dificulta sobremaneira a limpeza e a desinfecção de rotina.

Algumas empresas de montagem não possuem o conhecimento necessário para efetuar a montagem de sistemas. As interligações, como são efetuadas no local, podem apresentar graves falhas de montagem que comprometem principalmente a estabilidade microbiológica da cerveja. Portanto, é fundamental que o empreendedor atente para estes fatores antes de abrir seu negócio.

6. Pessoal

A necessidade de contratação de mão-de-obra é diretamente relacionada a demanda. Tendo em vista que essa é uma atividade em que se pode estimar com grande precisão o volume a ser processado diariamente, o empreendedor poderá definir sua equipe.

De uma maneira geral, para operacionalizar o funcionamento de uma microcervejaria, considera-se a necessidade inicial de dois funcionários na produção e um no administrativo para compor a equipe de trabalho, além da presença em tempo integral do empresário. Somada a esta equipe, deve-se prever a necessidade da mão-de-obra necessária para a operação de um restaurante ou petiscaria, contratando cozinheiros, garçons, ajudantes e um gerente.

Por trabalhar com alimentos, é imperativo que determinadas condições sejam respeitadas por todos os colaboradores, como asseio pessoal, uso de uniformes, técnicas de manipulação e processamento de alimentos, entre outras. Por se tratar de atividade extremamente técnica, que exige o trabalho de especialistas chamados mestres cervejeiros, o processo de recrutamento e seleção de colaboradores deve ser rigoroso, e de preferência acompanhado por profissionais especializados em Recursos Humanos.

É importante lembrar que os mestres cervejeiros supervisionam e dirigem o processo de produção de cerveja, fazendo tudo desde a seleção da matéria-prima à formulação de cervejas. Eles são responsáveis pela qualidade definitiva da cerveja produzida e também, no caso de cervejarias pequenas, pela embalagem na qual a cerveja é transportada. Os mestres cervejeiros também são responsáveis pelo orçamento e planejamento financeiro, assim como por gerenciar a equipe de cervejeiros.

7. Equipamentos

A microcervejaria é um conjunto de equipamentos desenvolvido para a fabricação de cervejas como hobby ou para uso profissional. Dependendo do porte, permite também o desenvolvimento de cervejas em escala de laboratório, sem a necessidade de se ocupar os equipamentos de produção industrial.

A microcervejaria é constituída basicamente de uma sala de brassagem, montada em uma estrutura em aço inox, com pés reguláveis, que suporta a tina de mostura/cozinhador de mosto com agitador elétrico, a tina-filtro, o trocador de calor com termômetro e a bomba de transferência.

Os volumes podem variar de 50 a 1.000 litros por cozimento, permitindo atingir produções de até 40 mil litros de cerveja por mês.

Todas as válvulas são de concepção sanitária (borboleta). O aquecimento da sala de cozimento, dependendo do porte, pode ser elétrico ou a vapor, e o controle da mostura microprocessado.

A fermentação/maturação é efetuada em tanques cilindro-cônicos com duas zonas de resfriamento distintas (costado e cone), com capacidade para um ou dois cozimentos. Possui aparelho de contrapressão (Spundapparat) e válvula de segurança adicional.

A construção é em aço inox 304, com acabamento interno sanitário. A transferência entre a sala de cozimento e o tanque de fermentação é feita por mangueira cervejeira.

Um gerador de água gelada com compressor, tanque de água gelada e bombas de transferência/circulação providenciam o resfriamento do mosto da sala de cozimento e também do tanque de fermentação e maturação. O controle de temperatura do tanque de fermentação/maturação e da solução de água gelada ocorre por meio de controlador digital.

A área necessária para instalação do sistema completo é de aproximadamente 10 metros quadrados (microcervejaria-piloto) até cerca de 150 metros quadrados (capacidade de 40 mil litros por mês).

É necessário definir com clareza as especificações técnicas, modelos, marcas, capacidades para a realização de operações para depois escolher os equipamentos, instalações e materiais diversos bem com as principais técnicas de produção a serem adotadas.

Os equipamentos essenciais para a instalação de uma microcervejaria aparecem listados abaixo:

- Moinho;
- Caldeira de mostura e caldeira de fervura;
- Tina de Filtro;
- Tanque Água Quente;
- Tanque de Glicol;
- Misturador de Água Quente/Fria;
- Plataforma de Serviço;
- Trocador de Calor;
- Aerador de Mosto;
- Painel de Comando;
- Tanque de Fermentação e Maturação;
- Tanque Pressão e Serviço;
- Bomba Tráfega;

- Equipamentos para enchimento (Barril).

Para o escritório é necessário computador e internet, móveis, impressora e telefone/fax. Um veículo apropriado para o transporte de mercadorias pode agregar valor ao serviço ofertado pela empresa.

É muito importante que o empresário, antes de iniciar suas atividades, visite outras fábricas semelhantes e também peça para ver os equipamentos dos fornecedores em funcionamento. Estes cuidados iniciais são de grande utilidade para a escolha dos melhores e mais apropriados equipamentos (segundo as condições financeiras) para iniciar o novo negócio.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques. **Cobertura dos estoques:** o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento. **Nível de serviço ao cliente:** o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

De acordo com Rosa et Al. (2006), a fabricação da cerveja utiliza diversas matérias-primas, sendo resultante de um processo de fermentação alcoólica que envolve vários estágios de produção. O malte de cevada constitui-se no principal ingrediente, sendo, no Brasil, importado em sua grande maioria – cerca de 70%. Os outros componentes são grãos de aveia, xarope de milho, arroz, lúpulo, levedura e água. O lúpulo geralmente proporciona o aroma e o paladar na cerveja, e também é importado da

Europa e Estados Unidos, no caso brasileiro. A embalagem representa um item importante no custo dos produtos, pois requer o envasamento em garrafas, latas de alumínio ou de aço, e a utilização de rótulos e rolas metálicas – todos eles de alto custo.

É vital para a empresa estabelecer relações confiáveis com os principais fornecedores de produtos, matérias-primas e insumos, pois se deve tomar muito cuidado para que a produção não pare em função de falta de insumos, fato que gera muito descontentamento dos clientes e abre espaço para a concorrência.

Um rígido controle do volume de estoques de matéria-prima e insumos, associado a um programa confiável de entregas por parte dos fornecedores, permite ao empresário operar a sua microcervejaria com maior segurança.

Por se tratar de insumos e matérias-primas de alto custo, o empreendedor deve tomar muito cuidado com os volumes comprados, pois são produtos perecíveis, assim como deve atentar para as corretas práticas de embalagem, armazenagem e transporte, pois estas conferem maior vida útil aos produtos processados.

9. Organização do Processo Produtivo

De acordo com o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja- SINDICERV, são quatro os elementos fundamentais para produzir cerveja: água, malte, lúpulo e fermento. Atualmente, com exceção à Alemanha, cereais como milho, arroz e trigo também são utilizados em substituição parcial ao malte. O açúcar, em pequenas proporções, também pode ser utilizado.

Em geral, o processo de produção da cerveja divide-se nas seguintes fases:

1- Sala de fabricação

A primeira fase do processo produtivo ocorre na chamada sala de fabricação, onde as matérias-primas (malte e adjuntos) são misturadas em água e dissolvidas, visando a

obtenção de uma mistura líquida açucarada chamada mosto, que é a base para a futura cerveja. Os processos envolvidos são:

- Moagem do malte e dos adjuntos
- Mistura com água
- Aquecimento para facilitar a dissolução
- Transformação do amido em açúcar pelas enzimas do malte
- Filtração para separar as cascas do malte e dos adjuntos
- Adição do lúpulo
- Fervura do mosto para dissolução do lúpulo e esterilização
- Resfriamento

O processo de produção do mosto baseia-se exclusivamente em fenômenos naturais e é semelhante ao ato de cozinhar.

2 – Fermentação

Após o resfriamento, o mosto recebe fermento e é acondicionado em grandes tanques, chamados de fermentadores (onde começa a fase de fermentação). Nessa etapa, o fermento transforma o açúcar do mosto em álcool e gás carbônico, obtendo assim energia necessária à sua sobrevivência. Durante todo o processo é muito importante o controle preciso da temperatura, normalmente entre 10°C e 13°C, pois somente nessas temperaturas baixas o fermento produzirá cerveja com o sabor adequado. A fermentação é certamente a fase mais importante para o paladar da cerveja, visto que, paralelamente à transformação de açúcar em álcool e gás carbônico, o fermento produz outras substâncias, em quantidades muito pequenas, mas que são as responsáveis pelo aroma e pelo sabor do produto.

3 – Maturação

Uma vez concluída a fermentação, a cerveja é resfriada a zero grau, a maior parte do fermento é separada por decantação (sedimentação) e tem início a maturação. Nessa fase, pequenas e sutis transformações ocorrem para aprimorar o sabor da cerveja. Algumas substâncias indesejadas oriundas da fermentação são eliminadas e o açúcar residual presente é consumido pelas células de fermento remanescentes, em um

fenômeno conhecido por fermentação secundária. A maturação costuma levar de 6 a 30 dias, variando de uma cervejaria para outra. Ao final dessa fase, a cerveja está praticamente concluída, com aroma e sabor finais definidos.

4 - Filtração

Após maturada, a cerveja passa por uma filtração, que visa eliminar partículas em suspensão, principalmente células de fermento, deixando a bebida transparente e brilhante. A filtração não altera a composição e o sabor da cerveja, mas é fundamental para garantir sua apresentação, conferindo-lhe um aspecto cristalino.

5 – Enchimento

O enchimento é a fase final do processo de produção. Pode ser feito em garrafas, latas e barris.

6 – Pasteurização

Logo após o enchimento, a cerveja é submetida ao processo de pasteurização, principalmente quando são envasadas em garrafas ou latas (no barril, a cerveja normalmente não é pasteurizada e por isso recebe o nome de chope). A pasteurização nada mais é que um processo térmico no qual a cerveja é submetida a um aquecimento a 60°C e posterior resfriamento, para garantir maior estabilidade ao produto. Graças a esse processo, é possível às cervejarias assegurar uma data de validade ao produto de seis meses após sua fabricação.

10. Automação

Uma tendência cada vez mais presente nas empresas que buscam o sucesso é automatizar as diversas atividades desenvolvidas. A automação melhora o dinamismo dos serviços oferecidos, reduzindo filas, tempo de espera, agilizando a emissão de notas fiscais, entre outros. Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes.

Os fornecedores de equipamentos para microcervejarias vêm se aprimorando a cada dia, e com isto, os processos produtivos estão sendo integrados e controlados através de sensores e equipamentos eletrônicos, de forma que, praticamente, todo o processo produtivo está automatizado.

Existem softwares, por exemplo, responsáveis pelo controle da temperatura da adega, de controle de temperatura da fermentação da cerveja, controlador da temperatura-pressão para o processo de fermentação, etc.

Contudo, é importante lembrar que o grande cuidado está na composição da mistura e no acompanhamento do processo que, necessariamente deve ser conduzido por profissionais altamente qualificados, que saberão intervir ao longo das etapas de cozimento e fermentação, criando sabores e qualidade superior, os quais o sistema automatizado não consegue proporcionar.

Além disso, atualmente, existem diversos sistemas informatizados que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma pequena empresa (vide <http://www.baixaki.com.br> ou <http://www.superdownloads.com.br>). Seguem algumas opções:

Automatiza Financeiro.

Sistema CRGNET.

Financeiro.

Orçamento Empresarial.

SIC – Sistema Integrado Comercial.

PDV Empresarial Profissional.

Sintec-pro.

InstantCashBook.

Direct Control Standard.

Desktop Sales Manager.

SGCON – Sistema Gerencial Contábil.

Advanced Accounting Powered by CAS.

Contact your Client Professional.

JFinanças Empresa.

GPI – Gerenciador Pessoal Integrado.

SIG – Sistema Gerencial Integrado.

MaxControl.

Apexico VAT-Books.

Yosemite Backup Standard.

ERP Lite Free.

II Worklog.

Business Reports

Fortuna 6.0

Terrasoft CRM.

Plano de Contas Gerencial.

Spk Business.

Controle de estoques.

Magic Cash.

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição são os meios utilizados pelas empresas para escoar sua produção e ofertar seus serviços. A importância dos canais de distribuição é fundamental e seu custo pode representar uma parcela considerável do preço final do

produto vendido ao consumidor; os canais não só satisfazem a demanda através de produtos e serviços no local, em quantidade, qualidade e preço corretos, mas, também, têm papel fundamental no estímulo à demanda, através das atividades promocionais dos componentes ou equipamentos atacadistas, varejistas, representantes ou outros.

As formas de fazer chegar os produtos ao consumidor final dividem-se, basicamente, em duas categorias básicas. No primeiro caso o empresário promove a venda diretamente aos clientes finais mantendo para isto uma certa infra-estrutura e uma equipe de atendimento especializada. Na segunda o empresário opta por trabalhar com distribuidores, sendo neste caso os responsáveis por realizar a venda e a entrega dos produtos.

Para pequenos volumes e empresas de pequeno porte, trabalhar com distribuidores acaba sendo inviável, pois as margens de negociação de preços e obtenção de lucro são pequenas e geralmente não se mostram interessantes. A saída neste caso consiste em montar uma boa equipe de vendas que consulte os clientes, avalie a receptividade dos produtos e serviços, ouça sugestões, reclamações e tire pedidos.

12. Investimento

Investimento consiste na aplicação de algum tipo de recurso esperando, um retorno superior aquele investido, em um determinado período de tempo. O investimento que deve ser feito em um empreendimento varia muito de acordo com seu porte.

A decisão de iniciar um negócio de microcervejaria passa necessariamente por um correto levantamento de quanto dinheiro e esforço o empresário irá gastar para iniciar o negócio. Este fato é decisivo para que os riscos de ocorrerem problemas financeiros sejam menores. O empresário deve pesquisar o preço das máquinas, equipamentos e acessórios a serem adquiridos para o início das atividades.

Deve-se ressaltar que cada situação é particular, e o empreendedor vai definir quais os equipamentos pretende adquirir para iniciar suas atividades.

A fim de exemplificar a estruturação dos investimentos apresenta-se a seguir uma lista dos principais processos compostos dos equipamentos necessários a serem adquiridos para a produção de aproximadamente 20.000 litros/mês de cerveja:

- Preparação do mosto, cocção e esfriamento – R\$ 80.000,00
- Fermentação – R\$ 20.000,00
- Filtração e armazenagem – R\$ 15.000,00
- Disposição final – R\$ 10.000,00
- Equipamento para escritório – R\$ 10.000,00

Perfazendo um total aproximado de R\$ 135.000,00, além da estimativa de outros R\$ 10.000,00 para a reforma e estrutura do imóvel a ser ocupado, instalações, ajustes, etc. Torna-se importante salientar que esta estruturação não contempla os investimentos para a operação de um bar ou restaurante.

Contudo, segundo informações do SENAI-RJ, para um microcervejaria preocupada com um envase profissional (capacitação da mão-de-obra), esse valor é maior, contudo garantindo mais qualidade ao produto. Neste caso, o investimento pode chegar a R\$ 300 mil. O SENAI-RJ trabalha com microcervejarias, ajudando tanto na montagem da estrutura industrial quanto no desenvolvimento da bebida. A instituição também criou o curso de técnico cervejeiro, profissional responsável por garantir que a receita criada pelos mestres na bebida – com diferentes quantidades de cevada, trigo, álcool e outros ingredientes – seja reproduzida em larga escala na medida certa.

Os valores acima relacionados são apenas uma referência para constituição de um empreendimento dessa natureza. Para dados mais detalhados é necessário saber exatamente quais produtos serão oferecidos pela empresa e qual o seu porte. Nesse sentido, aconselhamos ao empreendedor interessado em constituir esse negócio, a realização de levantamento mais detalhado sobre os potenciais investimentos depois de elaborado seu plano de negócio (para elaboração do plano de negócio procure o Sebrae do seu estado).

Além disso, os valores acima irão variar conforme a região geográfica que a empresa irá se instalar, da necessidade de reforma do imóvel, do tipo de mobiliário escolhido, etc.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

O desafio da gestão do capital de giro deve-se, principalmente, à ocorrência dos fatores a seguir:

- Variação dos diversos custos absorvidos pela empresa;
- Aumento de despesas financeiras, em decorrência das instabilidades desse mercado;

- Baixo volume de produção e vendas;
- Aumento dos índices de inadimplência;
- Altos níveis de estoques de matéria-prima e também de produtos acabados.

Estima-se a necessidade do capital de giro seja em torno de 30% do investimento , valor que deve estar disponível na conta para pagamentos.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e devem ser considerados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

É fundamental que o empresário chegue ao nível de detalhamento do custo unitário de produção, podendo desta forma calcular a margem de contribuição unitária de cada produto.

Outro fator extremamente relevante para a análise dos custos está relacionado ao correto aproveitamento da capacidade de produção dos colaboradores. Quanto maior for a produção, menor será a incidência do custo fixo sobre os produtos, pois, este custo é dividido (segundo critério apropriado) por todos os produtos produzidos, representando um menor custo unitário e melhorando a margem de contribuição.

A lista a seguir procura apresentar de forma simplificada os principais itens de custo mensal que devem ser contabilizados por uma microcervejaria de pequeno porte:

- Aluguel – R\$ 1.000,00
- Matéria-prima – R\$ 16.000,00
- Luz, telefone, água, internet, gás – R\$ 5.000,00
- Contador – R\$ 400,00
- Salários diretos (mais encargos) – R\$ 4.000,00
- Salários indiretos – R\$ 800,00
- Manutenção – R\$ 500,00
- Despesas correntes – R\$ 500,00
- Outras despesas mensais com insumos – R\$ 3.000,00
- Pró-labore – R\$ 3.000,00

Custo mensal total: R\$ 34.200

Salienta-se que os valores são meramente ilustrativos e dependem muito da estrutura do negócio, assim como não foram previstos os impostos e tributos, pois estes dependem do tipo de registro adotado pela empresa.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Rosa et Al. (2006) observaram que as cervejas podem ser diferenciadas de acordo com o teor alcoólico, extrato primitivo, proporção de malte de cevada, cor, ou, então, pelo tipo de fermentação. As de alta fermentação classificam-se em Ale, Wheatbeer, Porter e Stout. Nessas cervejas, na fase de alta fermentação (temperatura entre 20°C e 25°C), a levedura utilizada (*Saccharomyces cerevisiae*) sobe à superfície durante o processo e flutua após fermentar o mosto, gerando um produto de cor cobreavermelhada, de sabor forte, ligeiramente ácido e com teor alcoólico entre 4% e

8% (as alemãs, por exemplo). As cervejas do tipo Ale podem ser: Bitter, Pale Ale, Brown Ale, Scotch Ale, Ales Belgas, Trappists, Altibier e Kolsh. E as do tipo Wheat: Berliner Weisse, Weizenbier, Gueze, Lambic, Framboise.

Já as cervejas de baixa fermentação classificam-se em Pilsen e Lager. Nelas, a levedura utilizada (*Saccharomyces uvarum*) sedimenta-se e deposita o lúpulo no fundo do tanque, num processo exposto a temperaturas entre 9°C e 14°C. As cervejas do tipo Pilsen são: Dortmunder, Vienna, Oktoberfest, Munchen, Helles, Bock, Doppelbock. A Lager é um tipo de cerveja produzida principalmente nos Estados Unidos cuja característica é a baixa incorporação de lúpulo e a adição de 40% a 50% de complementos, como o milho ou o arroz.

Pela legislação brasileira, observadas as características do produto original, além das denominações tradicionais, as cervejas podem ser também do tipo Export e Lager (características semelhantes às da Pilsen). A Lager brasileira é, na verdade, uma versão aproximada da Lager americana, com um pouco menos de aditivos.

Os empresários devem ter em mente que fatores como qualidade (item obrigatório), prazo e preços são condições mínimas para que uma empresa permaneça no mercado. O diferencial a ser oferecido é fator determinante na preferência do cliente o qual agrega valor ao negócio, chegando ao ponto do consumidor estar disposto a pagar mais caro pelo produto, em relação a outras marcas. Estes diferenciais dependem da relação entre os negócios, e podem estar fundamentados em ofertas de serviço distintas da maioria dos concorrentes, como por exemplo: entrega, flexibilidade nos pedidos, na forma de pagamento, capacidade para realização de serviços especializados, variação no mix dos produtos, entre muitas outras opções.

Destaca-se como um diferencial com forte valor agregado a utilização de matérias-primas de alta qualidade no processo produtivo. Além disso, o empresário pode proporcionar um ambiente diferenciado, que pode ser temático e atrativo ou mesmo pode vir a se tornar um clube do tipo confraria, com clientes cativos e fidelizados.

16. Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. O objetivo da propaganda é construir uma imagem positiva frente aos clientes e tornar conhecidos os serviços oferecidos pela empresa.

Existem muitas formas de se promover a divulgação das atividades e capacidades das empresas, e todas estão relacionadas às atividades de marketing. No caso específico da microcervejaria, a propaganda e outras formas de colocar a empresa na mídia são fundamentais para o sucesso do negócio.

A vinculação da imagem da empresa e dos produtos com eventos culturais e festas costuma apresentar resultados positivos na divulgação do negócio. É interessante que o empresário elabore um folder (panfleto de divulgação) que relacione os produtos ofertados, a capacidade produtiva da empresa e também mostre algumas fotos da estrutura e da equipe, bem como relacione alguns clientes para consulta (lembrando de pedir autorização aos mesmos para isto), e com este material saia fazendo visitas a novos clientes.

Algumas iniciativas de pequenos patrocínios comunitários, anúncios em jornais, internet e propagandas em rádio podem surtir efeito positivo na divulgação do nome da empresa. Por se tratar de empresa que produz alimentos sugere-se a degustação do produto no ponto-de-venda como uma estratégia para conquistar o varejo.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de MICROERVEJARIA, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 1113/5-02 como fabricação de cervejas e chopes , , cervejas sem álcool ou com baixo teor alcoólico, não poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, por se enquadrar como atividade vedada na Lei Compl. 123/2006, consolidada pela RCGSN 94/2011.

Neste segmento temos as seguintes opções tributárias:

Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo do Imposto de Renda (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração do imposto de Renda e da Contribuição Social é feita trimestralmente.

A base de cálculo para determinação do valor presumido para o IRPJ é de 8% e para a CSLL é de 12%, sobre a receita bruta, para a atividade de escritório de consultoria. Sobre o resultado da base de cálculo (Receita Bruta x 32%), aplica-se as alíquotas de:

IRPJ - 15%, para determinação do IRPJ. Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20.000,00, no mês, ou R\$ 60.000,00, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
CSLL - 9%, para determinação da CSLL. Não há adicional de imposto.
Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes impostos, que são apurados mensalmente:

PIS - 3,5% - sobre a receita bruta total;
COFINS – 16,65% - sobre a receita bruta total.

Lucro Real: É o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, que deverá ser muito bem avaliado por um contador, quanto a sua aplicação neste segmento. As alíquotas para este tipo de tributação são:

IRPJ - 15% sobre a base de cálculo (lucro líquido). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20.000,00, multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou com opção do Lucro estimado mensalmente e apuração anual;

CSLL - 9%, determinada nas mesmas condições do IRPJ;
PIS - 3,5% - sobre a receita bruta total, compensável;
COFINS - 16,65% - sobre a receita bruta total, compensável.

Neste caso o PIS (Programa de Integração Social) e a Cofins (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social) tem alíquotas diferenciadas.

Fundamentos Legais: Leis 9249/1995 (com as alterações posteriores).

ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços) será devido conforme legislação vigente em cada estado.

18. Eventos

FEIRA INTERNACIONAL DE TECNOLOGIA EM BEBIDAS

A Brasil Brau - Feira Internacional de Tecnologia em Cerveja - é o maior encontro nacional de negócios da área, promovendo o setor cervejeiro brasileiro como um dos melhores de todo o mundo.

Site: www.brasilbrau.com.br

OKTOBERFEST

A Oktoberfest de Blumenau oferece aos visitantes, várias opções de chope. O nacional, da Brahma, e o chope produzido pelas cervejarias artesanais da região, como a Eisenbahn, a Bierland e a Wunder Bier, todas de Blumenau, além da Das Bier, de Gaspar, Schornstein, de Pomerode e Opa Bier de Joinville.

Site: www.oktoberfestblumenau.com.br

CONGRESSO NACIONAL DE GASTRONOMIA

Site: www.factos.com.br/conag

FEIRA DO EMPREENDEDOR – SEBRAE

Site: www.sebrae.com.br

FEIRA INTERNACIONAL DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA ALIMENTAÇÃO - FISPAL FOOD SERVICE.

Site: www.fispal.com

SIMPÓSIO LATINO AMERICANO DE CIÊNCIA DOS ALIMENTOS – SLACA.

Site: www.slaca.com.br

19. Entidades em Geral

SINDICERV- Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja

Endereço: SRTV/Sul, Quadra 701, ED. CENTRO EMPRESARIAL BRASÍLIA - BLOCO B - Salas 510 e 512 -Brasília /DF. Cep. 70340-907

Telefone: (61) 3041.5542 - FAX; (61) 3041.5902

Site: www.sindicerv.com.br

ABMIC - Associação Brasileira de Microcervejarias

Telefone : (11) 3079-8636

ALAFACE - Associação Latino Americana de Fabricantes de Cerveja

Site: www.alaface.com

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

Endereço: Setor de Indústria e Abastecimento (SIA)- Trecho 5, Area Especial 57, Brasília(DF), CEP: 71205-050

Site: www.anvisa.gov.br

SBAN - Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição

Rua Pamplona, 1119 - Cj. 51 - Jardim Paulista, São Paulo (SP). CEP: 01405-000

Tel.: (11) 3266-3399

Site: www.sban.com.br

SBCTA - Sociedade Brasileira de Ciência e Tecnologia de Alimentos

Av. Brasil, 2880 - Campinas/SP - CEP: 13001-970 - Caixa Postal: 271

Fone/Fax: (19) 3241.0527 - Fone: (19) 3241.5793

Site: www.sbcta.org.br

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS

Rua da Bahia, 1148 / SI 1015 - Ed. Maleta

30160-906 - Belo Horizonte - MG

Telefax: (31) 3226-4396

www.abnt.org.br

e-mail: atendimento.bh@abnt.org.br

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para uma Microcervejaria:

ABNT NBR 7840:1983 Versão Corrigida: 1983 - Garrafas retornáveis de uso comum para cervejas, refrigerantes, aguardentes, sodas e águas gaseificadas.

Esta Norma fixa as condições mínimas exigíveis de resistência a pressões hidrostáticas e choque térmico, tensões internas e condições de cor e defeitos visuais que devem ser observadas na confecção de garrafas retornáveis de uso comum para cervejas, refrigerantes, aguardentes, sodas e águas gaseificadas.

ABNT NBR 7841:1983 - Garrafas retornáveis de uso comum para cervejas, refrigerantes, aguardentes, sodas e águas gaseificadas - Verificação das características.

Esta Norma prescreve os métodos de ensaio necessários à verificação das características exigidas nas ABNT NBR 7840 e ABNT NBR 7842.

ABNT NBR 7842:1983 – Garrafas retornáveis de uso comum para cervejas, refrigerantes, aguardentes, sodas e águas gaseificadas - Formatos, dimensões e cores.

Esta Norma padroniza os formatos, dimensões e as cores que devem ser observadas na confecção de garrafas retornáveis de uso comum para cervejas, refrigerantes, aguardentes, sodas e águas gaseificadas, bem como o seu uso.

ABNT NBR 11134:1983 - Rolhas metálicas tipo coroa para fechamento de garrafas - Características dimensionais - Padronização.

Esta Norma padroniza as características dimensionais que devem ser observadas na fabricação e encomendas das rolhas metálicas a serem utilizadas no fechamento de garrafas para cervejas, refrigerantes, águas minerais etc., com bocal conforme detalhado na PB-183.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Microcervejaria:

ABNT NBR 15635:2008 - Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais.

Esta Norma especifica os requisitos de boas práticas e dos controles operacionais essenciais a serem seguidos por estabelecimentos que desejam comprovar e documentar que produzem alimentos em condições higiênicos sanitários adequados para o consumo.

ABNT NBR ISO 22000:2006 – Versão Corrigida: 2006 - Sistemas de gestão da segurança de alimentos - Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de

alimentos.

Esta Norma especifica requisitos para o sistema de gestão da segurança de alimentos, onde uma organização na cadeia produtiva de alimentos precisa demonstrar sua habilidade em controlar os perigos, a fim de garantir que o alimento está seguro no momento do consumo humano.

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida: 2008 - Instalações elétricas de baixa tensão.

Esta Norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR 5413:1992 Versão Corrigida:1992 - Iluminância de interiores.

Esta Norma estabelece os valores de iluminâncias médias mínimas em serviço para iluminação artificial em interiores, onde se realizem atividades de comércio, indústria, ensino, esporte e outras.

ABNT NBR 5419:2005 - Proteção de estruturas contra descargas atmosféricas.

Esta Norma fixa as condições de projeto, instalação e manutenção de sistemas de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA), para proteger as edificações e estruturas definidas em 1.2 contra a incidência direta dos raios. A proteção se aplica também contra a incidência direta dos raios sobre os equipamentos e pessoas que se encontrem no interior destas edificações e estruturas ou no interior da proteção impostas pelo SPDA instalado.

ABNT NBR 5626:1998 - Instalação predial de água fria.

Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida: 2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

21. Glossário

INSUMO - É um termo técnico usado para designar um bem de consumo que é utilizado na produção de um outro bem. Esse termo, por vezes, é substituído, imprecisamente, pelo termo matéria- prima.

FERMENTAÇÃO - A fermentação é um processo anaeróbio de transformação de uma substância em outra, produzida a partir de microorganismos, tais como bactérias e fungos, chamados nestes casos de fermentos. Exemplo de fermentação é o processo de transformação dos açúcares das plantas em álcool, tal como ocorre no processo de fabricação da cerveja.

LEVEDURA - A levedura de cerveja é um fermento natural utilizado na fermentação do mosto (uma mistura de cevada, água e lúpulo) para produzir cerveja. As leveduras de cervejas são do gênero *Sacharomyces*, sendo a principal a espécie *Saccharomyces*

cerevisiae.

LÚPULO - Lúpulo é uma liana europeia da espécie *Humulus lupulus*, da família Cannabaceae. O lúpulo é tradicionalmente usado, junto com o malte, a cevada e o levedo, na fabricação de cerveja. No calor do cozimento da mistura, o lúpulo libera suas resinas de sabor amargo, dando à cerveja sabor característico.

MALTE - Malte é um extrato xaroposo de cereal tal qual a cevada e o centeio, tido como particularmente saboroso. O malte forma-se a partir de sementes de cereal (cevada para a cerveja).

MATÉRIA PRIMA – É o nome dado a um material que sirva de entrada para um sistema de produção qualquer.

MIX – variação de produtos a serem comercializados de forma conjunta ou separadamente.

MOSTO - Produto da fase da mosturação ou brassagem, que compreende a mistura do malte triturado com água numa específica temperatura.

Outros termos relacionados aos tipos de cerveja

Pilsen = cerveja clara, de baixa fermentação, médio teor alcoólico, originária da Cidade de Pilsen – Rep. Checa.

Alt = cerveja escura de tom acobreado, alta fermentação, originária da cidade de Düsseldorf – Alemanha.

Kölsch = cerveja de alta fermentação originária da cidade de Colônia – Alemanha.

Weizen Clara e Weizen Escura = cervejas de trigo, de alta fermentação.

Export = cerveja de baixa fermentação, menos amarga que a pilsen. Possui uma nota de malte.

Lager Clara e Lager Escura = cervejas de baixa fermentação, médio teor alcoólico.

Bock Escura = cerveja forte de baixa fermentação.

Cerveja Escura = cervejas de médio teor alcoólico.

Malzbier = cerveja escura, adocicada, de médio teor alcoólico.

Fonte: <http://www.cervesia.com.br>

22. Dicas de Negócio

Antes de abrir um negócio dessa natureza o empreendedor deve atentar para alguns aspectos importante. Seguem algumas dicas:

- Uma breve consulta ao plano diretor na prefeitura permite identificar se é possível ou não a utilização de determinado imóvel para iniciar o negócio.

- Assim que possível o empresário deve procurar ajuda profissional para a seleção e contratação de pessoas. Existem muitas agências especializadas neste tipo de atividade, que acabam ajudando a evitar muitas dores de cabeça e prejuízos para a empresa.
- A melhor maneira de conduzir a negociação de preços e prazos com os clientes é mostrando organização e conhecimento sobre os processos e os custos de operação da fábrica.
- Quanto mais precisa for a pesquisa a respeito das necessidades de investimento, menores as surpresas quanto à previsão financeira para iniciar o novo negócio, e isto evita inclusive a armadilha de afundar em dívidas por falha na programação financeira.
- Para descobrir o que pode agregar valor na relação com o cliente, o empresário deve estar atento aos detalhes e sempre que possível deve escutar seus clientes, conversar com eles e descobrir o algo mais que vai cativar a relação comercial.
- O empresário deve ter em mente que é importantíssimo acompanhar e questionar constantemente o prestador de serviço de contabilidade.

Além disso, no que se refere ao aspecto técnico de produção da cerveja, não podemos esquecer:

Higiene é absolutamente crucial. Na menor falha, bactérias e fungos irão dar gosto ruim em sua cerveja. Use um pulverizador com álcool, para esterilizar todo material e suas mãos, durante a produção de cervejas. Todo equipamento para produção de cervejas deve ser novo e de uso exclusivo. Use detergente neutro com o sanitizador

(sem diluir) para lavar os equipamentos, em seguida enxágüe com bastante água corrente.

Também é necessário cuidado especial com a higienização das garrafas, para não contaminar sua cerveja com possíveis resíduos de seu fundo. Lave-as com água corrente, até que toda sujeira tenha saído. Olhe pelo gargalo e verifique se está bem limpo. Aqueça água até 90° C e esterilize-as (Nunca use água fervente, pois as garrafas podem estourar). Após esta lavagem deixe-as viradas de boca para baixo até secarem.

Dica: Para facilitar a limpeza das garrafas, assim que você degustar sua cerveja, lave-as imediatamente em água corrente. Sabão e gordura devem ser evitados ao máximo. Faça a fervura bem intensa. No cozimento, obedeça criteriosamente a escala de temperaturas e mexa sem parar. Quando estiver produzindo cervejas, use touca e luvas. Lave os equipamentos imediatamente após seu uso, isso facilita muito a limpeza. Faça cervejas por várias vezes, somente a prática vai fazer você um excelente cervejeiro amador. Tome cerveja no mínimo com 2 dedos de espuma. Nunca guarde cerveja deitada. A temperatura ideal para degustar cerveja é em torno dos 4°C a 6°C. As cervejas artesanais são refrescantes! Tanto a clara como a escura são turvas por não serem filtradas, restando no fundo da garrafa um pouco de depósito, para que, no final, você possa sentir o que a cerveja tem de melhor.

A cerveja sai pronta da fábrica: não pede, portanto, envelhecimento. Quanto mais jovem for consumida, melhor será seu sabor. Dura em média 90 dias. No caso do chope, dura em média 10 dias. Não existe praticamente grandes diferenças entre a cerveja e o chopp. A diferença é que a cerveja vai para a lata ou garrafa e é pasteurizada, enquanto o chopp vai para o barril e direto para o copo. Depois de gelada, deve ser consumida e jamais voltar à geladeira.

A temperatura ideal para saborear as do tipo pilsen é entre 4 e 6 graus. Tomá-las muito geladas, prejudica tanto a formação de espuma na cerveja quanto “adormece” as papilas gustativas, comprometendo o sabor. No Brasil, tem-se o hábito de tomar cervejas estupidamente geladas, mais com a intenção de se refrescar do clima muito quente do que com a intenção de apreciar/saborear uma boa cerveja. Os cereais não malteados que entram na composição da cerveja industrializadas podem ser milho, arroz, trigo, entre outros. Mas, nesse caso, as cervejas não são de grande qualidade e não se encaixam na Reinheitsgebot 1516, a Lei de Pureza Alemã.

A escolha dos ingredientes também deve ser cuidadosa. Geralmente os produtos são selecionados com rigor. Até a água utilizada no processo é um fator levado em conta pelos produtores. Não é a toa que muitas microvervejarias propositalmente se localizam em cidades serranas, próximas a fontes de água pura.

Outra dica é variar os sabores e tipos de bebida oferecidos pela microcervejaria. Enquanto, os grandes produtores fabricam, majoritariamente, a cerveja tipo pilsen (a famosa "loura"), a cerveja artesanal se apresenta nas formas dunkel (a escura), red ale (a "ruiva" ou do tipo "bock"), weizenbier (de trigo), entre outras. A variação de tipos vem da adição de produtos específicos, como malte torrado ou caramelizado. Outro fator importante são as alterações no processo de maturação (que pode ser estendido) e de fermentação (que pode ser alta ou baixa, além de poder ser feita duas vezes).

E ainda importante a realização de formações e cursos voltados para a indústria cervejeira.

23. Características

Na literatura existem variadas definições para o que vem a ser um empreendedor. De forma resumida, pode-se perceber em pessoas empreendedoras a dedicação, a persistência, a disciplina, além da autoconfiança, da facilidade em se relacionar e comunicar e ainda a capacidade de planejar e se organizar.

Numa atividade como a fabricação de cervejas artesanais - microcervejaria, que é essencialmente industrial, a qualificação técnica para a realização dos serviços (principalmente dos mestres cervejeiros) é fator preponderante para o sucesso do negócio. Associada a esta característica e não menos importante está e a condição de saber se relacionar com as pessoas, tanto os clientes como os colaboradores.

Algumas características básicas são importantes para todos os tipos de empreendedores:

Ter paixão pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio;

Pesquisar e observar permanentemente o mercado em que está instalado, promovendo ajuste e adaptações no negócio:

Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;

Saber administrar todas as áreas internas da empresa;

Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos, entendendo que o produto vendido reflete o gosto do cliente e não o seu, por isso deverá produzir mercadorias que atendam aos anseios da clientela;

Ter visão clara de onde quer chegar;

Planejar e acompanhar o desempenho da empresa;

Ser persistente e não desistir dos seus objetivos;

Manter o foco definido para a atividade empresarial;

Ter coragem para assumir riscos calculados;

Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;

Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las.

24. Bibliografia

ROSA et Al. Panorama do Setor de Bebidas no Brasil. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 23, p. 101-150, mar. 2006.

SANDHUSEN, Richard L. Marketing Básico. Editora Saraiva. 2000.

SEBRAE MG. Ponto de partida:fábrica de cerveja. 2008.

Sites consultados:

www.sebrae.com.br

<http://www.mundodacerveja.com/index.php?categoria=64&sub=Microcervejarias>

<http://www.sindicerv.com.br>

http://pt.wikipedia.org/wiki/Microcervejarias_no_Brasil

<http://www.mecbier.com.br/mostranoticias.asp?m=30>

<http://www.cervesia.com.br>

<http://www.sebrae-sc.com.br>

<http://www.diarioweb.com.br/noticias/imp.asp?id=90511>

<http://www.cervejacaseira.com/Produtos/C...>

<http://cervejaseira.sites.uol.com.br/>

<http://www.cervesia.com.br/microcervejar...>

<http://www.republicadacerveja.com.br>

<http://www.trexco.com.br/>

<http://www.mecbier.com.br>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Microcervej...>

<http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.aspx?%5E%5E>

<http://www.cervejeiro.hpg.ig.com.br/proc...>

<http://www.ziemann-liess.com.br>

<http://www.microhausbier.com.br/index2.h...>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Especial:Bu...>

Sites acessados em abril de 2010

25. Fonte

Não há informações disponíveis para este campo.

26. Planejamento Financeiro

Não há informações disponíveis para este campo.

27. Soluções Sebrae

Não há informações disponíveis para este campo.

28. Sites Úteis

Não há informações disponíveis para este campo.

29. URL

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-microcervejaria>

Sumário

1. Apresentação	1
2. Mercado	2
3. Localização	4
4. Exigências Legais e Específicas	5
5. Estrutura	9
6. Pessoal	11
7. Equipamentos	12
8. Matéria Prima/Mercadoria	14
9. Organização do Processo Produtivo	15
10. Automação	17
11. Canais de Distribuição	19
12. Investimento	20
13. Capital de Giro	22
14. Custos	23
15. Diversificação/Agregação de Valor	24
16. Divulgação	26
17. Informações Fiscais e Tributárias	26
18. Eventos	28
19. Entidades em Geral	29
20. Normas Técnicas	30
21. Glossário	33
22. Dicas de Negócio	35
23. Características	38
24. Bibliografia	39
25. Fonte	41
26. Planejamento Financeiro	41
27. Soluções Sebrae	41

Sumário

28. Sites Úteis	42
29. URL	42