

CASO DE APLICAÇÃO

A ideia básica neste item é propor algumas questões, encadeadas como numa possível elaboração de um plano de negócio, e que demonstram o potencial da utilização dos bancos de dados dos portais públicos para a obtenção de respostas bastante úteis.

Há várias formas de se iniciar uma prospecção para se elaborar um plano de negócio, supondo-se, por exemplo que um empreendedor tem um domínio especial sobre certo assunto, ou já detém um negócio familiar embrionário que pode ser diversificado ou ampliado.

Por exemplo, imagine-se um jovem cuja família tem um pequeno restaurante em Maringá, no estado do Paraná. O jovem se especializa em panificação e quer criar uma cozinha industrial que possa fabricar pães e ao mesmo tempo suprir o restaurante. Desta forma, algumas das “variáveis” de um plano de negócio são eliminadas, ou consideradas satisfatórias “à priori”. A localização, o imóvel, e a capacitação inicial do proprietário já foram definidas, porém, alguns dados precisam ser verificados para se reduzir o risco.

- Como é o mercado de panificação na região?
- Qual o consumo de pães e similares na região?
- Existe mão de obra especializada para trabalhar na cozinha e nas outras

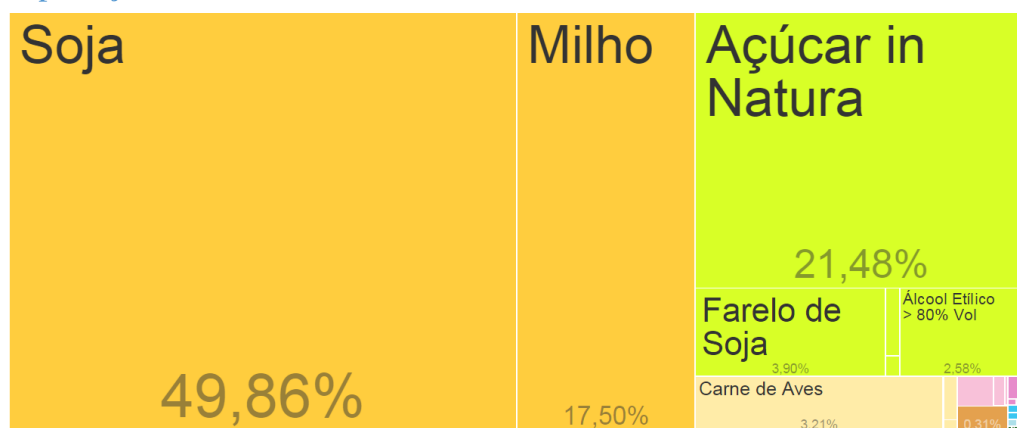
áreas operacionais?

- Se a empresa quiser vender para outras regiões ou mesmo para o exterior, isso seria possível?

Através de uma breve pesquisa no portal Cidades@ do IBGE, verificou-se que a cidade de Maringá tem uma população de 357 mil habitantes (Censo de 2010) e, através dos infográficos, constatou-se que o PIB (Produto Interno Bruto) da cidade é fortemente composto por serviços, e o setor primário (agricultura) não contribui com quase nada (de forma mais acentuada do que no estado do Paraná e do que no Brasil), ainda que suas exportações sejam predominantemente agrícolas (como será visto logo mais). Isto dá a entender que restaurantes, entre outros serviços, são importantes na economia da cidade. Sua população cresce mais do que a do estado e a do Brasil, e tem nos jovens entre 18 e 25 anos, sua maior proporção.

Ao se pesquisar no Dataviva, nota-se que as receitas de exportação do município se originam na agricultura (“commodities”) como ilustrado na Figura 27.

Figura 27: Exportações de Maringá (2013), Baseado nos Municípios Exportadores, Exportações: \$2,96 Bilhões USD



Fonte: Dataviva, 2015

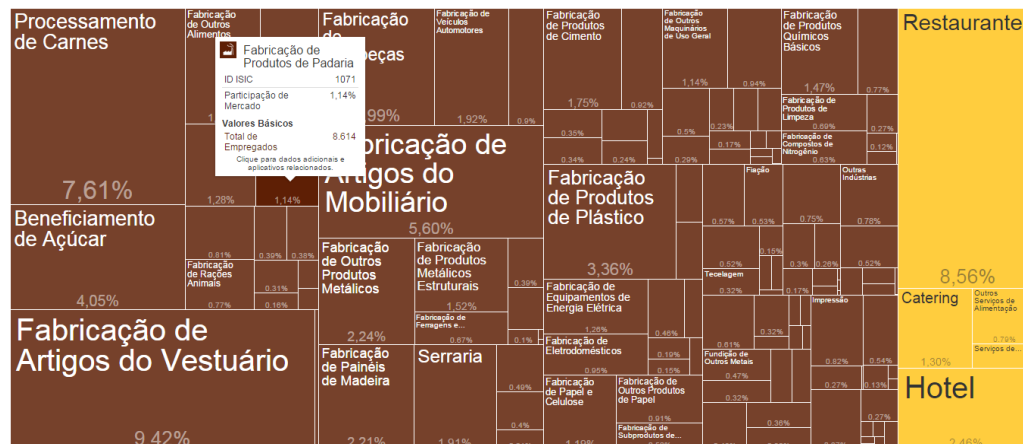
Estes produtos, ainda que produzidos com o objetivo de exportar, podem ser usados como insumo para produtos de panificação (açúcar, milho, etc.). O Paraná – segundo consultas realizadas no AliceWeb – exportou em 2014, 10 mil toneladas de trigo, sendo que a cidade de Maringá colaborou com 1,6 mil toneladas. A cidade paranaense não importou trigo, ainda que o Brasil tenha importado 5,7 milhões de toneladas ao longo de 2014.

Portanto, o estado se encontra num cenário vantajoso, com relação ao Brasil, no que tange à matéria prima de produtos de panificação.

Uma outra forma de avaliar as perspectivas da ideia da panificadora, é

através da relação entre a atividade de fabricação de produtos de padaria e outras atividades que absorvem esta produção, como restaurantes, bares, hotéis, etc.

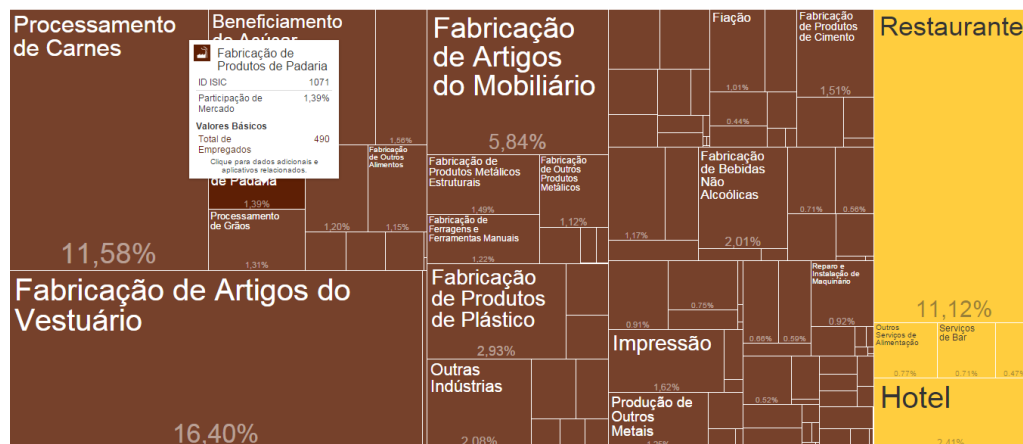
Figura 28: Atividades Econômicas no Paraná (2012), Total de Empregados: 755 Mil (24,87% de 3,03 Milhões), Mostrando somente Serviços de Alimentação e Hospitalidade e Indústria



Fonte: Dataviva, 2015

A Figura 28 mostra que em 2012, no estado do Paraná, as atividades que “consomem” a produção de pães somam praticamente 13,5% (em número de empregados).

Figura 29: Atividades Econômicas em Maringá (2012), Total de Empregados: 35,3 Mil (23,57% de 150 Mil), Mostrando somente Indústria e Serviços de Alimentação e Hospitalidade



Fonte: Dataviva, 2015

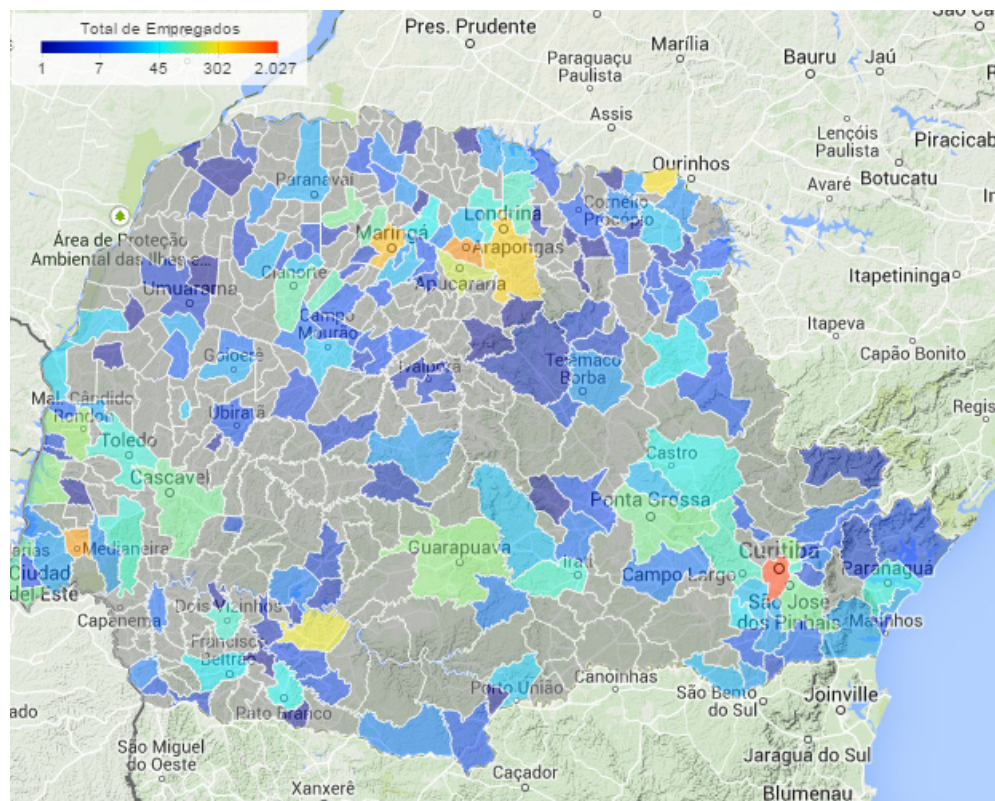
Por sua vez, apenas para a cidade de Maringá (Figura 29) este número chega a 16%.

Cruzando os dados das Figuras 27, 28 e 29, de modo bem simplista, obtém-se a relação entre fabricantes de produtos de padaria e restaurantes, para o caso do estado do Paraná (0,133) e para a cidade de Maringá (0,125), indicando uma ligeira carência de estabelecimentos de fabricação de produtos de padaria na cidade de Maringá, comparativamente. Não chega a ser um indicador, mas pelo menos não contesta a ideia inicial. Ou seja, aparentemente, há uma demanda reprimida na cidade de Maringá.

Já numa visão de densidade de trabalhadores que atuam na fabricação de produtos de padaria, ilustrada na Figura 30, percebe-se que a região de Maringá tem uma alta concentração, assim como outras regiões densamente populadas, destacando-se a cidade de Curitiba. Maringá é muito próxima da cidade de Londrina, e muito da produção de ambas as cidades, assim como outras da região, é compartilhado.

Isto significa que há profissionais habilitados na cidade, ainda que possam estar ocupados atualmente.

Figura 30: Municípios no Paraná que têm a Atividade Fabricação de Produtos de Padaria (2012), Total de Empregados: 8.614

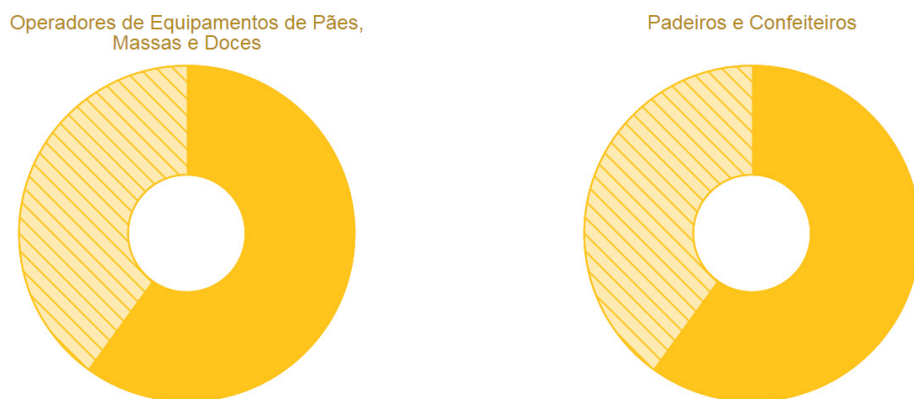


Fonte: Dataviva, 2015

No próprio Dataviva, é possível aprofundar um pouco mais esta informação, como pode ser visto na Figura 31, onde se percebe que na cidade de Maringá há falta de profissionais na indústria de panificação, e isto pode representar alguns desafios como ter que pagar salários mais altos para atrair profissionais ou dar treinamentos e formar profissionais para esta área. Dependendo do tamanho do empreendimento, isto pode ser crítico.

Também é preciso levar em conta o grau tecnológico do empreendimento, pois quanto mais otimizado, menor o número de profissionais necessários.

Figura 31: Média de Empregados por Estabelecimento para a Atividade Fabricação de Produtos de Padaria em Maringá (2012), Estimativa de Empregados: 10 (32,26% de 31), Mostrando somente Trabalhadores da Indústria



Fonte: Dataviva, 2015

Com relação à possibilidade de se exportar produtos, consultando pelo AliceWeb, constatou-se que não houve exportação de produtos de padaria (código NCM 19059000) entre janeiro de 2010 e dezembro de 2014 pela cidade de Maringá. Londrina, cidade vizinha, teve exportações irrisórias, mas Arapongas, logo ao lado, teve exportações no período da ordem de 1,2 milhões de Dólares, ainda assim, pouco, diante do total do estado do Paraná, que chega a 40 milhões de Dólares no período.

A opção de exportar produtos de panificação, parece um tanto desafiadora: os canais devem ser criados e os produtos elaborados de forma a atender um mercado diferente do local e desconhecido. No entanto, fornecer a restaurantes, bares e hotéis, parece ser uma opção melhor, tendo em vista a quantidade desses estabelecimentos na região, proporcionalmente ao número de fornecedores de produtos de padaria. Há ainda, segundo os dados do AliceWeb, importação desses produtos pela cidade – mesmo que isto represente produtos especiais e em pequena escala – mas, de qualquer forma, podendo ser um nicho de atuação.

Assim sendo, algumas respostas iniciais foram obtidas:

- A região apresenta demanda aparentemente reprimida por produtos de panificação;
- A produção para uso local ou regional parece ser mais simples do que com vistas a exportação;
- Há um desafio para se conseguir mão de obra habilitada, dependendo do grau tecnológico do empreendimento;
- Há uma facilidade na obtenção de insumos produzidos “in loco”.

E com estas respostas, o desenho do plano de negócio começa a se tornar mais definido.

Poder-se-ia, sem dúvida, ampliar a quantidade de consultas a estes portais e a outros mais específicos, e certamente o empreendedor fará uso destes recursos cada vez mais intensamente, na medida em que começar a ver respostas cada vez mais precisas e pontuais.