

DESENVOLVIMENTO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS PARA A EMPRESA ESPAÇO VERDE

SANTIN, Bianca Victoria 1

FRANCIO, Ericles Renan 2

CASAGRANDA, Juciele Fernanda 3

Resumo

O devido projeto consiste no desenvolvimento de uma empresa fictícia elaborada na disciplina de Empreendedorismo e Design do curso de design da Unoesc Xanxerê, com o intuito dos acadêmicos colocarem em prática os conhecimentos adquiridos em sala, sobre o desenvolvimento e gerenciamento de uma empresa, a partir de um plano de negócios. Diante disso, foram realizadas diversas etapas para validação e construção da empresa, além do nome e marca, definindo se como a Espaço Verde. Está é uma empresa que tem como objetivo aproximar as pessoas da natureza através das plantas de pequeno porte, este segmento foi escolhido pois é um nicho de mercado que esta crescendo nacionalmente, haja vista que os brasileiros vem investido cada vez mais em flores e arranjos para presente em datas especiais. A partir do plano de negócios foram realizadas diversas pesquisas e análises sobre o mercado e o público-alvo. Todas as etapas seguiram conforme o planejado, desde a concepção do nome até a comercialização dos produtos. A fim de comercializar os produtos, foi desenvolvido a VII Feira do Designer Empreendedor, realizada no Centro de Convivência da Unoesc.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Design. Plano de negócios.

1 INTRODUÇÃO

O presente projeto tem como objetivo o desenvolvimento de um plano de negócios. Para estudar a viabilidade da abertura de uma empresa

elaborada na disciplina de Empreendedorismo e Design. O intuito desse projeto é de aprofundar os conhecimentos dos acadêmicos não somente teórico, mas também prático, além de participarem de todo o processo de criação e gerenciamento de um negócio. Assim, foi criada a Espaço Verde, uma empresa que tem como premissa aproximar as pessoas da natureza.

As pessoas estão cada vez com menos tempo para o lazer e o descanso e seus ambientes internos estão diminuindo consideravelmente. Diante desse cenário, o propósito da Espaço Verde é despertar nas pessoas o interesse em adquirir plantas de pequeno porte, que requerem poucos cuidados, o que não demanda de muito tempo e proporcionam harmonia e o aconchego nos espaços internos.

O mercado nacional de flores está crescendo, tornando a comercialização de flores e plantas ornamentais uma boa oportunidade de negócio, tendo em mente a atualização sobre as tendências do segmento, para ter diferencial nos produtos sobre os concorrentes. Também se planeja utilizar das ferramentas de marketing para divulgação dos produtos, bem como despertar o desejo de compra.

2 DESENVOLVIMENTO

A empresa Espaço Verde foi desenvolvida a partir de um plano de negócios trabalhado na disciplina de Design e Empreendedorismo, com o intuito de inserir os acadêmicos na prática do planejamento e gerenciamento de um negócio.

A Espaço Verde trabalha com um mix de produtos que envolvem plantas de pequeno porte, tendo como objetivo aproximar as pessoas da natureza. Com o passar dos anos a população aumentou o seu ritmo de trabalho, tendo seu tempo livre cada vez mais reduzido inclusive para cuidar de plantas, os espaços em casas e apartamentos ficaram menores. A partir desse cenário, surge a proposta de utilizar plantas pequenas e que requerem poucos cuidados, para realizar uma aproximação com o meio ambiente e deixar os espaços mais aconchegantes.

A empresa é composta por dois sócios que participam arduamente de todo o processo desde a produção gráfica, artesanal até a venda direta. Além de colaborarem na parte administrativa e financeira da empresa, sempre focados em todas as etapas de gerenciamento para que o negócio prospere.

Os serviços de contabilidade são terceirizados para que todas as finanças sejam devidamente contabilizadas e organizadas, evitando possíveis erros. As mudas das plantas não são produzidas pela empresa, portanto também são terceirizadas, o transporte das mesmas fica a cargo do fornecedor.

A empresa conta com uma estrutura de aproximadamente 100 m², composto por um espaço para armazenamento de material e ferramentas, estufa para as plantas, locais para o trabalho manual e um pequeno escritório, onde há computadores equipados com software para a realização do trabalho gráfico, além de ser usado para a administração e gerenciamento da empresa.

O processo produtivo funciona inicialmente com a compra de mudas conforme pedidos ou demanda, sendo armazenadas na estufa onde receberão os cuidados necessários até o momento da entrega ao cliente. Antes da entrega final acontece a personalização dos produtos com diversos materiais como: fitas decorativas, artefatos para mini jardins, tecidos e papéis para embalagem e então são finalizados com o material gráfico, desenvolvimento na própria empresa.

A empresa trabalha com apenas dois tipos de produtos: mini jardins e mini vasos de pequeno porte, busca aprimorar os processos, e melhorar a qualidade e atendimento ao cliente por isso prefere limitar seu mix de produtos.

Para o desenvolvimento do plano de negócios, foram realizadas pesquisas sobre o mercado, a fim de aprofundar o conhecimento sobre o público-alvo e os concorrentes, para não se perder oportunidades, pois o setor de flores é um dos que mais cresce no país. Segundo o IBRAFLOR (Instituto Brasileiro de Floricultura) este segmento chegou a crescer 15% em 2017 no país

em comparação aos anos anteriores que a média foi de 8%, o momento é para investimentos no mercado interno, devido que o Brasil tem péssima logística neste setor e usa intensamente mão de obra, os preços para exportação aumentaram muito, além de perder mercado para novos polos fornecedores que surgiram no mundo sendo os principais Colômbia e Equador também países da América do Sul. O brasileiro no ano passado gastou em média R\$ 35,00 em flores e plantas ornamentais, exatamente por isso produtores e lojistas estão otimistas que nesse ano o mercado atinja a mesma média ou acima do que anteriormente.

A concorrência neste ramo de negócio é grande, por isso sempre estar atento as tendências do mercado é a melhor oportunidade. Já que floriculturas investem muito em datas comemorativas, além de presentes e decorações, atualmente há também investimentos em plantas artificiais para concorrer com as lojas de utilidades que vendem este tipo de produto, pois o custo é menor.

Todo o trabalho de identidade visual e marketing da Espaço Verde são desenvolvidos na própria empresa. A divulgação é realizada com posts nas mídias sociais e cartazes distribuídos em pontos estratégicos. A identificação interna da empresa é realizada através de cartazes, e aventais para os funcionários. O ponto de venda, consiste em um quiosque dentro da Universidade, disposto no Centro de Convivência.

A partir do momento que foi desenvolvido os produtos, foi elaborado um fluxo de caixa que é atualizado constantemente, assim ajudando no controle de estoque e custos operacionais. O investimento inicial foi feito pelos sócios, sendo previsto o retorno de investimento em mais ou menos um mês e meio.

A comercialização dos produtos desenvolvidos pela Espaço Verde aconteceu na VII edição da Feira do Designer Empreendedor realizada no Centro de convivência da Unoes Xanxerê. A meta de venda consistia em 75% dos 61 produtos disponíveis para venda. Mas nem sempre um negócio se torna lucrativo ou atinge os resultados desejados, as vendas fecharam em 65,6% aproximadamente 10% abaixo do esperado.

Foram vendidas 5 unidades de mini jardins no valor de R\$ 15,00 cada. 35 unidades de mini vasos através da promoção, que funcionava da seguinte maneira: três mini vasos por R\$ 20,00, ou dois por R\$ 15,00, ou valor unitário de R\$ 8,00. O valor investido foi de R\$ 371,20 com material para produção e divulgação da feira, mas o total de vendas fechou em R\$ 321,00, ficando um débito de R\$ 50,20.

Mesmo fechando no vermelho a experiência adquirida no desenvolvimento da empresa, desde o início da criação até a venda dos produtos, mostra o quanto é importante planejamento para abrir um negócio, além de estar preparado para possíveis dificuldades.

Estima-se que se o produto fosse produzido pela empresa em vez de adquirir de terceiros, o custo poderia ser reduzido e conseqüentemente aumentar o lucro. Haja vista que o valor do produto ficou alto, dificultando a venda final.

3 CONCLUSÃO

Este projeto teve como objetivo aprimorar os conhecimentos em empreendedorismo através da prática, ao planejar uma empresa por meio de um plano de negócios, além de desenvolver os produtos. Pode-se perceber a importância de um plano para a organização de um negócio, para que ele possa crescer e se desenvolver antevendo possíveis dificuldades.

Com as pesquisas realizadas observou-se que o ramo de floricultura é um bom negócio que cresce cada vez mais nacionalmente, pois a logística nacional de comercialização é muito boa em comparação a de exportação o que fez com que o país diminui se o número de exportações.

A meta estipulada era de vender 75% dos produtos disponibilizados para comercialização na feira. Mas nem sempre um negócio se torna lucrativo ou atingem os resultados desejados, durante a realização das vendas, estas fecharam em 65,6% aproximadamente 10% abaixo do estipulado para que se conseguisse um mínimo de lucro. Em relação ao investimento de R\$ 371,20 as

vendas fecharam negativamente em R\$ 321,00 com uma diferença de R\$ 50,20.

As metas não foram alcançadas como o desejado, mas a experiência adquirida com este projeto é muito importante para conhecimento, assim no futuro sabermos o que evitar e no que investir e dar mais atenção no momento de planejar e abrir um negócio. É bom estar preparado para dificuldades possíveis de aparecerem, além de que nem sempre conseguir atingir as metas desejadas.

Conclui-se que se as mudas fossem produzidas pela própria em empresa, os custos cairiam e o lucro seria mais elevado, contudo o valor ficou muito alto afetando as vendas no final.

REFERÊNCIAS

BRASILAGRO, Brasil Vive Febre das Flores. 2018. Disponível em: <<http://www.brasilagro.com.br/conteudo/brasil-vive-febre-das-flores.html>> Acesso em: 25 maio. 2018.

SEBRAE, O mercado brasileiro de flores e plantas ornamentais. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-brasileiro-de-flores-e-plantas-ornamentais,456649f6ced44510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=segmento&codSegmento=1>> Acessado em: 12 maio. 2018.

Sobre o(s) autor(es)

1 Graduanda do curso de Design da Unoesc Campus de Xanxerê-SC. E-mail: biancavictoria1997@gmail.com

2 Graduando do curso de Design da Unoesc Campus de Xanxerê-SC. E-mail: erirenan@hotmail.com

3 Designer, Especialista em Gerenciamento de Projetos. Professora da Unoesc Campus de Xanxerê-SC. E-mail: jucielefer@gmail.com