

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS
Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia
Curso de Administração

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DA
EMPRESA VAREJISTA MARIANA FLORES
& PRESENTES LTDA

ELISÂNGELA DOS SANTOS VOLOBUEFF

DOURADOS – MS

2024

ELISÂNGELA DOS SANTOS VOLOBUEFF

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DA
EMPRESA VAREJISTA MARIANA FLORES
& PRESENTES LTDA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal da Grande Dourados, como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração, sob a orientação da Profa. Dra. Tania Cristina Costa Calarge.

DOURADOS – MS

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP).

V929e Volobueff, Elisangela Dos Santos
EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DA EMPRESA VAREJISTA
MARIANA FLORES & PRESENTES LTDA. [recurso eletrônico] / Elisangela Dos Santos
Volobueff. -- 2024.
Arquivo em formato pdf.

Orientadora: Tânia Cristina Costa Calarge.
TCC (Graduação em Administração)-Universidade Federal da Grande Dourados, 2024.
Disponível no Repositório Institucional da UFGD em:
<https://portal.ufgd.edu.br/setor/biblioteca/repositorio>

1. Gênero. 2. Empreendedorismo. 3. Pequeno porte. 4. Floricultura. I. Calarge, Tânia Cristina
Costa. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a)
autor(a).

©Direitos reservados. Permitido a reprodução parcial desde que citada a fonte



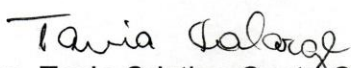
ATA DE APROVAÇÃO DE BANCA EXAMINADORA DE TRABALHO DE GRADUAÇÃO II,
SEMESTRE LETIVO 2023.2

**DIAGNÓSTICO E ANÁLISE DE EMPREENHIMENTO FEMININO: MARIANA FLORES &
PRESENTES LTDA**

ELISÂNGELA DOS SANTOS VOLOBUEFF

Esta monografia foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:


Prof.^a Dra. Tania Cristina Costa Calarge
(Orientadora)


Prof. Dra. Jane Corrêa Alves Mendonça
(Avaliadora 1)


Prof. Dr. Narciso Bastos Gomes
(Avaliador 2)

DOURADOS-MS, 28 de fevereiro de 2024.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	8
Metodologia	10
ANÁLISE DOS RESULTADOS ENCONTRADOS	13
Atendimento aos clientes	16
Estoque.....	16
Vendas.....	18
Arranjos.....	18
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	19
REFERÊNCIAS	20
ANEXOS	21

RESUMO

Este trabalho analisa a trajetória da microempresa Mariana Flores & Presentes e objetiva evidenciar as relações entre mulher e empreendedorismo no ramo da atividade varejista de flores e presentes complementares em uma floricultura na cidade de Fátima Do Sul - MS, bem como fazer uma análise de uma visão geral do *modus operandi* da empresa, seus métodos, fluxo logístico, gestão entre outros, além dos desafios, fraquezas, oportunidades e vantagens e potencial de crescimento da empresa. Assim como a gestão de uma empresa, deve-se considerar cada etapa crucial, como um todo, sem poder descartar ou menosprezar nenhum processo do fluxo de operações. Este trabalho foi realizado no molde de Estudo de Caso, onde todas as informações são coletadas em uma única organização e exploradas a fim de compreender a dinâmica do modelo de negócio, sendo, portanto, qualitativa e exploratória. As ferramentas de coleta de dados foram entrevistas com a proprietária e observação direta e participante, pela autora deste trabalho. Por fim, este trabalho tem como objetivo apresentar a microempresa Mariana Flores & Presentes Ltda, destacar aspectos gerenciais que podem ou não estar associados ao gênero da empreendedora e buscar detectar algumas lacunas e potencialidades na empresa a fim de melhorá-las e aproveitá-las. Além disso, este trabalho fornece informações sobre as fases das atividades desenvolvidas na empresa em questão.

Palavras-chave: Gênero; Empreendedorismo; Pequeno Porte; Floricultura

INTRODUÇÃO

Este trabalho analisou o modelo de negócio da microempresa Mariana Flores & Presentes, e consiste em evidenciar as relações entre mulher e empreendedorismo no ramo da atividade de comercialização de flores e presentes complementares em uma floricultura na cidade de Fátima Do Sul - MS, bem como fazer uma análise de uma visão geral das atividades envolvidas neste setor, e todos os desafios, fraquezas e oportunidades que lhe são proporcionadas. Cada etapa com suas peculiaridades, tem sua importância e nenhuma pode ser menos relevante.

Desta forma, este diagnóstico é utilizado como uma ferramenta que fornece informações que podem auxiliar nas condições de sobrevivência e competitividade, contribuindo para o crescimento e tomada de decisões da empresa em questão. Este documento, inclui informações sobre a operacionalização do negócio aqui estudado como a montagens de arranjos de flores, e a importância de quem desenvolve a atividade de vendedora e florista.

Assim a pessoa contratada precisa conhecer os cuidados que se deve ter com cada uma delas, como para indicar qual é o melhor fertilizante e adubo para cada espécie, também sobre as regras e iluminação adequada, dentre outros pontos importantes. Ademais fornece informações sobre as etapas do procedimento de vendas e gestão de estoque.

Logo, o florista é quem cria arranjos florais para diversas ocasiões como, eventos corporativos, casamentos e funerais. Além de escolher qual o tipo de flor mais adequado para cada arranjo, o profissional precisa saber sobre cores, proporções e texturas.

O fato da vendedora e da gerente geral serem do gênero feminino torna o desempenho das atividades mais fácil, pois as mulheres possuem uma boa noção com relação aos tratos com as plantas e harmonização ao produzir arranjos florais, não que os homens não possam desempenhar essas atividades com maestria, porque podem, mas as mulheres têm mais facilidade neste assunto.

O que se deve deixar claro é que empreender não tem relação com o gênero, pois é algo que varia de pessoa para pessoa. Neste caso as colaboradoras em questão

não sentem preconceito, por trabalhar com flores, algo que culturalmente é associado ao gênero feminino.

Descrição da Organização

A organização que hoje é conhecida como Mariana Flores & Presentes, foi fundada em 16 de novembro de 2016, pela proprietária atual Mariana Kill que tem formação em administração e ocupa o cargo de gerente geral. Na época a microempresa se chamava Mariana Kill De Souza Eirelli ME, e tinha por nome fantasia Floricultura Julifran, na qual atuava no ramo de floriculturas e presentes complementares como: cestas, pelúcias, canecas etc.

Também comercializa fertilizantes e terras orgânicas, não tendo fidelidade a nenhuma marca específica. Se localizava em uma das galerias de um supermercado (Supermercado Julifran), na cidade de Fátima Do Sul - MS.

Atualmente não faz mais parte do supermercado, porém continua com o mesmo nicho de mercado e se localiza na rua Tenente Antônio João, 1932- Sala 04- Centro- Fátima Do Sul-79700-000 e CNPJ: 26.408.083/0001-46. É uma matriz do setor privado que atua no ramo de atividade de comercialização de flores, cestas e presentes complementares.

O quadro de funcionários é composto por duas colaboradoras, sendo uma gerente geral (proprietária) e uma vendedora, ambas assumem a atividade de floristas, porém a vendedora executa outras atividades, como por exemplo a limpeza e monitoramento das entradas e saídas do fluxo de caixa.

É realizado um revezamento nas entregas e a mão-de-obra temporária é requisitada, sobretudo, nas datas especiais de grande venda: Dia Internacional da Mulher, Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia de Finados e Natal.

Por fim, este trabalho tem como objetivo apresentar a microempresa Mariana Flores & Presentes Ltda, destacar aspectos gerenciais que podem ou não estar associados ao gênero da empreendedora e buscar detectar algumas lacunas e potencialidades na empresa a fim de melhorá-las e aproveitá-las. Além disso, este

trabalho fornece informações sobre as fases das atividades desenvolvidas na empresa em questão.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A atual crise econômica e o desemprego levaram muitas mulheres a procurarem novas formas de ganhar dinheiro para sustentar a si mesmas e às suas famílias, criando um desejo de assumir responsabilidades. Por meio dessa atuação empreendedora, as mulheres fortalecem suas carreiras e se tornam protagonistas de suas próprias histórias. Essa característica está intimamente relacionada ao conceito de “pós-feminilidade” proposto por Lipovetsky (2000) e Touraine (2011), que define as mulheres contemporâneas como atrizes de suas próprias histórias, livres e desapegadas do que é imposto pela sociedade.

O ramo floriculturista, quando fala em empreender, chama atenção do gênero feminino, pois as mulheres possuem uma boa noção com relação aos tratos com as plantas e harmonização ao produzir arranjos florais. O que se deve deixar claro é que empreender não tem relação com o gênero, pois é algo que varia de pessoa para pessoa, o que acontece é que as mulheres talvez por trabalhar com flores, algo que culturalmente é associado ao gênero feminino se sentem à vontade pois a maioria domina o assunto.

De acordo com Oliveira *et.al* (2021, p. 1) comercialização de flores ornamentais teve início em 1950, e contou com a iniciativa dos imigrantes holandeses na região de Holambra em São Paulo - SP, dos Japoneses em Atibaia SP e dos Alemães e Poloneses na região de Santa Catarina e Rio Grande Do Sul. É evidente como é positivo e viável economicamente o mercado das flores, o qual vem mostrando crescimento futuro e muitas perspectivas positivas.

Muitas pessoas não entendem a realidade do agronegócio no país e pensam que o agronegócio gira somente em torno do cultivo de produtos em grandes propriedades, certamente ficarão surpresos ao se deparar com a realidade da cadeia produtiva de flores, pois seus produtos são muito diversificados.

Aqui coexistem centenas de espécies e milhares de variedades, cada uma com características próprias e necessidades agrônômicas, econômicas e de comercialização específicas. Isso faz com que a satisfação das suas necessidades seja um grande

desafio para seus fornecedores de insumos e equipamentos, canais de distribuição, operadores logísticos e formuladores de políticas públicas.

De acordo com Ceretti, 2004, o comércio varejista de flores estava limitado em envolver-se em disputas de preços, demonstrando preocupações com os elevados níveis de competitividade no mercado, e estavam menos interessados na diversificação de produtos e serviços e em estratégias de marketing.

Por outro lado, poucos comerciantes se concentram em fornecer produtos com valor agregado e inovador em busca de maiores lucros. Pode-se inferir que isso está relacionado ao tempo de atuação no mercado, sendo que 64% das empresas atuam a mais de 6 anos, enquanto os outros 36% atuam a menos de 3 anos.

Um dos principais problemas relatados pelos comerciantes locais é a concorrência com os vendedores ambulantes de plantas. Em parte, pela competitividade desse segmento, não há interação entre os floristas, descartando a possibilidade de consolidação da produção, o que, entre outras vantagens, proporciona uma melhor estruturação da indústria. Hoje em dia, a produção de flores está espalhada por todo o país e o setor varejista tem um sério problema de vendas informais, que desvaloriza os produtos.

Uma característica importante é o intensivo uso de mão-de-obra, pois mesmo que se utilize sistemas modernos, alguns cultivos necessitam de um manejo mais específico, o mesmo vale para a questão de distribuição, por exemplo, não é tão automatizado quanto a movimentação de grãos, pois as flores precisam de maior atenção, cuidado, no transporte e manuseio.

Outra questão que não pode ser ignorada de acordo com Sonogo & Brackmann (1995), são as inevitáveis perdas, pois as flores são muito perecíveis e delicadas e para diminuir as perdas se sugere a necessidade urgente de desenvolvimento e uso de técnicas que prolonguem a durabilidade das flores mantendo a qualidade e consequentemente reduzir as perdas.

Segundo Claro & Oliveira as empresas brasileiras que atuam na comercialização de flores parecem ter vantagens mercadológicas e tecnológicas, e argumentam que a facilidade de agregar valor, a capacidade de diferenciar o produto e a especificidade do produto podem se traduzir em vantagens competitivas significativas. Além disso, as mudanças climáticas, a diversidade do solo e a

biodiversidade do Brasil permitem a diversificação dos cultivos, excelentes vantagens tecnológicas e grande potencial para este contexto no país.

De acordo com MAPA (2011), o Brasil possui uma variedade de produtos agrícolas muito importantes para nossa economia, entre os quais se destaca as floriculturas. O agronegócio tem feito grandes progressos e continua sendo um grande gerador de emprego e rendimento, ocupando assim uma posição importante a nível mundial e impulsionado o desenvolvimento de outros setores econômicos.

A floricultura é entendida como um conjunto de atividades produtivas e comerciais relacionada ao mercado de variedades de plantas ornamentais, tornou-se um dos mais novos, dinâmicos e promissores setores do agronegócio brasileiro, também, é uma das dificuldades encontradas no Brasil, devido a expansão da cadeia de flores e plantas ornamentais, o consumo per capita é baixo, pois a maioria das pessoas ainda está restrita a comparecer a determinados eventos como casamentos, aniversários, formaturas, noivados, funerais e etc.

Para mudar o hábito deste grande segmento da população, é necessário estimular o consumo, e alcançar o crescimento do consumo através da influência do marketing ativo. (Buainain; Batalha, 2007).

As organizações necessitam de profissionais capacitados que proporcionem conhecimento, planejamento, flexibilidade, tecnologia e determinação que são características essenciais para o desenvolvimento e sustentabilidade do negócio. Por esse motivo é tão importante o treinamento e capacitação em aplicação de tecnologias, para impulsionar as floriculturas do país e conseqüentemente o crescimento deste segmento.

Metodologia

Este trabalho é realizado no molde de Estudo de Caso, onde todas as informações são coletadas em uma única organização e exploradas a fim de compreender a dinâmica do modelo de negócio, sendo, portanto, qualitativa e exploratória. As ferramentas de coleta de dados foram entrevistas com a proprietária e observação direta e participante, pela autora deste trabalho.

Outras informações relevantes sobre a organização

A missão da organização é atender as necessidades e expectativas e desejos dos clientes. Cultivar emoções e eternizar datas importantes. Tem como visão: Entregar produtos e serviços de alta qualidade, com ênfase no que é mais moderno e contemporâneo e garantir o melhor atendimento ao cliente.

A respeito de seus valores, a loja Mariana Flores e presentes preza por transparência e educação; respeito e estímulo ao desenvolvimento individual de cada colaboradora. Com o objetivo de satisfazer as necessidades do cliente, maximizar os lucros e ganhar o mercado, atendendo toda a região, onde já comercializa para Naviraí, Vicentina, Glória De Dourados, Culturama, Deodápolis e Indápolis.

Os principais clientes são clientes individuais (pessoa física), mercado funerário, organizadores de eventos, mercado de decoração e paisagismo, buffet, igrejas, outros varejistas e dentre outros menos expressivos.

Uma das ameaças enfrentadas pela empresa é a dificuldade econômica enfrentada pelo Brasil, como as plantas ornamentais não são produtos essenciais para o consumo, logo, irá reduzir o consumo de plantas. Por esse motivo a empresa em questão, trabalha com flores de variados valores de todos os tipos.

Tem como vantagem competitiva o fato de ser a única floricultura, que presta serviço até às 19:00 horas da noite, na cidade de Fátima Do Sul - de segunda à sábado, com localização estratégica em local de referência (próximo de um dos maiores supermercados de Fátima do Sul); pontualidade nas entregas; vendas pela internet. É um segmento com enorme potencial de públicos diversos, porém há alguns mais expressivos como: paisagistas, decoradores, empresas promotoras de eventos e o consumidor de varejo.

A cultura organizacional que predomina na organização é a cultura de valores, pois valoriza as colaboradoras, que veem ali, oportunidade de crescer e se desenvolver dentro e fora da empresa, e tem liberdade de expor suas opiniões e contribuir para o crescimento da própria empresa. Tudo isso é uma boa proposta de valor para o funcionário.

A empresa se divide em “Administrativo” - levantamento de informações, documentação de atividades, arquivamento de documentos, fiscaliza e controla atividades, contratação de novos colaboradores, também é responsável pela compra e pagamento das flores e outros; “Vendas”- realiza o atendimento direto com o consumidor, orienta o cliente sobre as especificações e cuidados de cada flor, controla a demanda dos pedidos em estoque e cumpre a meta de vendas. “Florista”: Montagem de arranjo e flores.

Principais fornecedores

- Gati flores
- Zezinho flores
- Albano embalagens e artigos para floricultura
- Vitaplan vasos
- Fertilizare (fertilizantes)
- Humusfértil terras e adubos em geral
- Leandro embalagens e artigos para floricultura
- Nutriplan vasos e cachepots
- Brasfoot (canecas, taças, copos e garrafas térmicos, ursos de pelúcia, peças decorativas entre outros).
- Atacadão Dourados (vinhos e chocolates).
-

Concorrentes:

- Os concorrentes da floricultura são de toda a região próxima. Assim, as floriculturas e pessoas que trabalham com decoração e jardinagem, e vendedores de plantas ambulantes (vendas informais), que desvalorizam o produto.

ANÁLISE DOS RESULTADOS ENCONTRADOS

Nesta seção será apresentado dados coletados sobre a empresa que desenham em profundidade o modelo de negócio, suas dimensões, desafios, potencialidades e outras características.

Um dos desafios enfrentados pela empresa é a maneira correta de atender via WhatsApp, pois às vezes se perde muito tempo tentando descobrir o que o cliente procura, pois são muitos detalhes e mesmo que as vendedoras tentem fazer com e o cliente seja mais objetivo possível ainda assim, se gasta muito tempo atendendo o WhatsApp, e a floricultura ainda está em busca de uma maneira de atender bem o cliente virtual otimizando tempo.

Conhecer cada vez mais e suprir com as demandas do público-alvo também é sempre um desafio para qualquer empresa, e no ramo da floricultura não é diferente.

O cliente busca sempre por bom atendimento, produtos de qualidade e bom preço, e a questão do preço é algo que dificulta o trabalho pois os orçamentos são passados na mesma semana do pedido e muitas pessoas preferem orçar muito antes da data do evento, até mesmo para fazer uma comparação com o preço das outras floriculturas. Os preços variam de acordo aos lances do leilão de flores em Holambra, onde o preço começa alto e pode cair de acordo com as ofertas. Acontece diariamente a partir das 7 horas, onde alguns clientes comparecem fisicamente ou mandam representantes. Também é utilizados outras ferramentas como a intermediação com uma equipe que faz venda por telefone, o Veiling online, que é um e-commerce, e o que chamamos de Klok, em que os compradores dão lances num leilão online. Para que o cliente compreenda os motivos da variação de preço, sugere-se que essas informações sobre o leilão seja repassados á eles.

Então, quando o cliente deseja orçar muito antes da data, é feito apenas um orçamento médio, pois as flores no geral sofrem variação de preço toda semana, devido ao fato de o atravessador comprar de variados produtores, por esse motivo não há preço fixo.

Um outro desafio enfrentado pela floricultura em questão é o fato de as flores serem perecíveis, são produtos que devem ser vendidos muito rápido e á vista, pela durabilidade das flores e pelo motivo de toda semana elas serem compradas e já pagas

à vista, então, ou seja, é um produto que deve ter um giro rápido e às vezes as perdas são inevitáveis. Segundo SONEGO & BRACKMANN (1995), para diminuir as perdas se sugere a necessidade urgente de desenvolvimento e uso de técnicas que prolonguem a durabilidade das flores mantendo a qualidade e consequentemente reduzir as perdas.

Pouco poder de negociação com fornecedores também está na lista de desafios, tendo em vista que são poucos os que fornecem flores para Fátima Do Sul, então eles fazem uma média de preço entre eles e o cliente fica totalmente vulnerável aos termos que ele propõe para a compra.

Esse poder de barganha é a capacidade que os fornecedores possuem em discutir suas propostas de preços, pressionando o cliente para alcançar sua venda. Para lidar com isso a gerente geral que é responsável pelas compras se utiliza de alguns métodos para reduzir o poder de barganha dos fornecedores, que são: procura conhecer bem o produto, (procurando saber qual a média de valor cobrado por outros fornecedores que fazem outra rota; se existe quantidade mínima); sendo cuidadosa ao fazer uma contraproposta; não toma decisões no impulso.

A alta carga tributária faz parte do desafio enfrentado por qualquer empresa no Brasil, a quantidade de impostos cobrados, e que pode levar o empreendedor a ruína. É necessário ser feito um planejamento tributário para que não se tenha problemas com a receita federal. O auxílio do escritório contábil para ajudar a cuidar dessa parte é indispensável.

Mão de obra qualificada para montar os arranjos e cestas, o florista deve ter noção sobre a harmonização de cada espécie e cores das flores, bom senso, e criatividade. Além de saber manusear as flores e combinações, também deve entender sobre os cuidados de cada uma delas e ter uma boa comunicação com o cliente e aqui na cidade de Fátima do Sul esse tipo de vendedor não é tão fácil de se encontrar.

Em datas comemorativas onde se faz necessário vendedores com esse tipo de experiência, é procurado por pessoas que já trabalharam nessa área, pois são muitos detalhes que devem estar atentos e não dá para aprender tudo sobre o mundo das flores e harmonização de arranjos em duas semanas.

Caso não encontre pessoas qualificadas para trabalhar nessas datas, a gerente geral contrata apenas um entregador, e ambas as duas tentam fazer o possível para

atender e suprir as necessidades dos clientes que solicitam os serviços, porém infelizmente nesses casos muitas vezes não se consegue atender os clientes nas plataformas online, e isso algo que não deveria acontecer. Sugere-se que a empresa busque por estratégias para atrair e desenvolver talentos qualificados e assim, treinar mais pessoas, tanto homens como mulheres.

Devido algumas variações no comportamento dos consumidores, o que vem provocando vários efeitos no negócio e um desses efeitos é o fato das mulheres deixarem de ser receptoras e passarem a ser consumidoras diretas o que facilita nas vendas, pois as mulheres conseguem identificar com mais facilidade o que a outra precisa para satisfazer suas necessidades e também auxilia os homens os direcionando na escolha das flores para presentear alguém especial, pois é notável que a maioria dos homens tem dificuldade em escolher as flores ideais até porque são muitos detalhes que deve ser levado em conta, como por exemplo o significado das cores e da espécie de cada flor, a ocasião, se a pessoa leva jeito com flores que deve ter um cuidado especial (se for para cultivo) e etc.

Devemos evidenciar que o público feminino tem um poder de liderança natural, transformando todo obstáculo como a dupla jornada, em uma chance de crescer no empreendedorismo.

Muitas mulheres abandonam a vida profissional para cuidar da casa e dos filhos e as que permaneceram nas atividades profissionais, acabam tendo horários inflexíveis e isso acaba afetando a saúde física e mental, causando dupla jornada e estresse ocupacional. As colaboradoras da loja Mariana Flores e Presentes também se dividem entre os trabalhos domésticos de seus lares e os afazeres da floricultura, mas deixar os problemas e cansaço de lado para atender o cliente da melhor maneira possível, é um exercício diário das colaboradoras.

O difícil acesso a recursos financeiros como financiamento é uma desvantagem, pois devido ao preconceito de gênero há uma certa dificuldade em obter financiamentos e empréstimos, como também negociar valores dos produtos com os fornecedores. A gerente geral possui um forte poder de persuasão para lidar com essas situações. Conforme aponta o Sebrae as mulheres são muito mais adimplentes que os homens, contudo, elas enfrentam mais dificuldades quando precisam solicitar crédito, como por exemplo para a manutenção da empresa.

Atendimento aos clientes

Na atualidade, a loja Mariana Flores & Presentes é uma loja completa que além de fornecer lindos e modernos arranjos florais, plantas ornamentais, presentes complementares, peças decorativas também conta com uma alta gama variada de adubos orgânicos e fertilizantes. É proporcionado como forma de pagamento: dinheiro, pix, cartão de débito e no crédito é parcelado em até 6 vezes sem juros, também é oferecido a função link de pagamento.

O atendimento se dá de segunda à sábado, das 8:00 às 19:00 pela loja física ou virtual (instagram e whatsapp), em toda cidade e região. Tudo para melhor satisfazer os clientes e amigos.

Estoque

Controle de estoque: Não há um sistema que controle os estoques, é tudo feito por anotações semanais em uma agenda, onde se trabalha com estoque mínimo, ou seja, a quantidade mínima de produtos estocados necessários para o pleno funcionamento da floricultura caso haja algum pico de vendas, desse modo, exige atenção diária. Para se calcular o estoque mínimo é levado em consideração alguns fatores como:

- a) Produto mais vendido;
- b) Se há espaço na câmara fria;
- c) Produto mais rentável;
- d) Preferências dos clientes;

Adotar um sistema para um melhor acompanhamento de estoque, é um dos planos futuros.

A estratégia de reposição de estoque evita gargalos, como perda de vendas e compras emergenciais acima do preço. O estoque da loja Mariana Flores e Presentes tem como fonte de informações o registro de vendas. A venda gera direta e indiretamente ao setor financeiro uma receita e uma despesa a contabilizar, ou seja, ao

ser realizada uma venda o produto em questão deve ser comprado do fornecedor e repostado.

Todo esse controle de estoque é feito manualmente e calculado na ponta do lápis (está em análise a possibilidade de adotar uma plataforma de gestão online para que se possa gerir melhor o estoque). É feito um estudo baseado na previsão futura de vendas, uma avaliação de tendências e desempenho, e é necessário conhecer as variáveis do mercado, tendo visto tudo isso é possível fazer um plano a longo prazo, e no ramo de floricultura é muito importante levar em conta a sazonalidade.

Uma característica muito importante é a avaliação da sazonalidade do mercado de flores e plantas ornamentais. De acordo com PINO et al. (1994) as causas da sazonalidade podem se reunir em dois grupos: as provocadas direta ou indiretamente, e pela existência das estações do ano; e as relacionadas ao calendário. Essas duas últimas podem afetar variáveis como a demanda por certos produtos em determinadas épocas do ano.

Em datas comemorativas como dia da mulher, Dia das Mães, páscoa, Dia dos Namorados, Dia dos Pais, finados, e natal são as datas que mais se vende flores e cestas. A sazonalidade e os fatores que a influenciam, se bem conhecidos e avaliados, permitirão um alcance efetivo dos objetivos em torno de previsões de mercado.

Ao ser realizado o pedido ao fornecedor, é levado em consideração diversos fatores como por exemplo, tem alguns tipos de flores que é mais vendida em determinadas épocas do ano como por exemplo no Dia dos Namorados a flor mais vendida são os botões de rosas vermelhas; no dia das mães aumenta a procura por orquídeas, em finados são os crisântemos, margaridas e calandivas e no Natal as preferidas são as *poinsettias* que é conhecida popularmente por flor natalina ou bico-de-papagaio. Devemos ressaltar que todas essas preferências de acordo com as datas comemorativas estão diretamente ligadas à cultura de cada indivíduo.

Com relação ao estoque das flores também é considerado o fator clima, ou seja, em dias muito quente não é preferível adquirir flores frágeis, como: Azaléias, gérberas, mini rosa, petúnia, calla dentre outras; optamos nesses dias por orquídeas, calandivas, cactos, suculentas, amarilis e folhagens em geral. E com relação às flores de corte sempre deve ser averiguado se há espaço suficiente na câmara fria.

É utilizado a estratégia de estoque mínimo, que garante o atendimento das necessidades da empresa, e é acionado caso haja atraso do fornecedor ou aumento da demanda, ou seja, é utilizado o estoque mínimo quando a nova compra de tal produto já tiver sido feita e não ser um motivo para a fazê-la.

Ter essa percepção de “faltas”, auxilia na negociação com os fornecedores, que facilita com prazos mais longos as formas de pagamento e evita possíveis atrasos na entrega.

Vendas

É necessário identificar quais são as tendências e quais são as flores mais procuradas pelos clientes, sempre levando em conta o fator sazonalidade e quais os preços dos concorrentes. Ao conversar com os clientes é possível identificar quais são suas necessidades e assim atender suas expectativas a fim de fidelizá-los. Ao entregar as flores e cestas entregamos não só um produto, mas também entregamos emoções que se eternizam dentro das pessoas, logo as colaboradoras devem ser educadas, atenciosas e prestativas. Ao receber um pedido para fornecer flores a um cliente, seja para casamento, aniversário ou para qualquer outra data especial ou não, o vendedor deve apresentar um orçamento ao cliente e, caso ele feche o pedido é passado ao fornecedor toda segunda-feira até às 12h. E na quarta-feira de toda a semana o produto chegará na loja, localizada na cidade de Fátima do sul. O vendedor deve controlar os orçamentos e criar observações e ajustar os prazos.

Arranjos

Os arranjos são produzidos para decorar um determinado ambiente, combinando as cores com a decoração (se tiver), combinando as espécies e cores das flores de maneira harmônica, fazendo com que elas de fato acrescentam beleza ao espaço, levando sempre em consideração o tipo de comemoração, pois assim será possível escolher as flores adequadas. Se a festa for realizada durante o dia, a dica é escolher flores de tonalidades claras, como por exemplo, branca, lilás, amarela, rosa,

salmão. Já para a noite o ideal é utilizar cores mais vibrantes como, vermelha, verde, roxa, laranja e azul.

Se o arranjo for feito na espuma floral ela deve estar mergulhada na água uns 10 minutos antes de iniciar a produção. A espuma deve ser encaixada no vaso, antes de prosseguir verifique se ficou bem presa.

Na sequência, pegue as flores de corte que serão utilizadas e as encaixe na espuma floral, seguindo o formato desejado do arranjo (se terá frente ou se será redondo). Se sobrar excessivamente retirar as pontas com a tesoura, e acrescentar folhagem por volta do arranjo. Se o arranjo não for na floral e sim para presente o ideal é que ele seja embalado para presente no papel craft ou plástico e depois colocar um laço que pode ser de cetim ou com fita plástica.

Os arranjos também podem ser feitos sem espuma floral somente no vaso de vidro com água e se repete todo o resto do procedimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista os aspectos apresentados pode-se concluir que a empresa apresentada neste trabalho tem um grande potencial e pode crescer ainda mais no mercado, porém existem algumas pequenas falhas que podem ser corrigidas e fazer com que ela se desenvolva cada vez mais.

O fato da microempresa Mariana Flores & Presentes ser dirigida e controlada por mulheres a deixa sobre vantagem pois o gênero feminino possui uma boa noção com relação aos tratos com as plantas e harmonização ao produzir arranjos florais.

O quadro de funcionários por ser pequeno acaba causando um acúmulo ou desvio de função, acarretando uma sobrecarga nas colaboradoras envolvidas, e o que é pior, em datas comemorativas acabam perdendo vendas devido o grande número de atendimentos na loja física, as colaboradoras mal conseguem, atender os clientes via WhatsApp e Instagram, logo, é aconselhável que seja contratado mais uma pessoa para fortalecer o quadro de funcionários.

Com relação a gestão de estoque, o armazenamento do produto principal (as flores de corte) exige atenção, pois muitas das flores ficam sob refrigeração. É necessário ter a mão tudo o que o cliente pedir, mas não pode ter demais, pois mesmo sob refrigeração elas são perecíveis, logo, se faz necessário uma plataforma que auxilia para que se mantenha o controle. Esse ramo é um tiro no escuro e se não planejar bem, pode se ter muitas perdas. Para evitar que isso aconteça é importante que invista em pesquisas que fomentem técnicas a fim de aumentar a durabilidade das flores.

É necessário que ocorra um aperfeiçoamento contínuo dos processos organizacionais da empresa, sendo assim a instituição consegue engajar as colaboradoras com mais facilidade para que sejam atingidos os objetivos propostos.

A análise do trabalho em questão é passivo de melhorias, contudo condicionado a estudos mais aprofundados.

Portanto, sugere-se que a empresa em questão invista em uma plataforma que auxilia no controle de estoque e evitar gargalos, também invista em gestão de desempenho mais consistente, que vai dar e fornecer um quadro interno muito claro e possibilitar, não só o melhor aproveitamento dos talentos, como um recrutamento e seleção muito mais objetivo, na procura de mão-de-obra especializada em datas comemorativas.

REFERÊNCIAS

BRASIL, MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Plano Agrícola e Pecuário 2011- 2012 / **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola.** – Brasília: Mapa/SPA, pág. 92. ISSN 1982-4033, 2011.

BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. (Coord.). **Cadeias produtivas de flores e mel.** Brasília, DF: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento: IICA, 2007. 139 p. (MAPA. Agronegócios, v. 9).Biblioteca(s): Área de Informação da Sede; Embrapa Algodão; Embrapa Caprinos e Ovinos; Embrapa Meio-Norte.

CERATTI, Marina et al. **Comercialização de flores e plantas ornamentais no segmento varejista no município de Lavras/MG.** São Paulo, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cagro/>. Acesso em:

CLARO,D.P.; OLIVEIRA,P . B . de. **Análise do complexo agroindustrial das flores no Brasil** 1998. 103 p. Dissertação (Mestrado) Universidade Federal de Lavras, Lavras, 1998.

LIPOVETSKY, G. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. São Paulo: Companhia das letras, 2000.

OLIVEIRA, C. B. et al. A cadeia produtiva de plantas e flores ornamentais no Brasil: Uma revisão sobre o segmento. In: **REVISTA LIVRE DE SUSTENTABILIDADE E EMPREENDEDORISMO**. v. 6 n. 2 (2021), Passo fundo/ RS. 2021. p. 1-2.

PINO,F.A.; FRANCISCO, V.L.F. dos S.; CÉZAR, S.A.G. et al. *Sazonalidade em séries temporais econômicas: um levantamento sobre o estado da arte. Agricultura em São Paulo*, v.41, n.3, p.103-133,1994.

SONEGO, G & BRACKMANN,A. *Conservação pós-colheta de flores. Ciência Rural*, v.25, n.3, p.473-479,1995.

TOURAINÉ, A. *O mundo das mulheres*. 3º Edição. Petrópolis/ RJ: Vozes,2011.

ANEXOS



Figura 1 Visão da loja Mariana Flores e Presentes



Figura 2 Fotos de buquês de noiva preparados pela empresa (1)



Figura 3 Fotos de buquês de noiva preparados pela empresa (2)



Figura 4 Fotos de buquês para presente (1)



Figura 5 Fotos de buquês para presente (2)



Figura 6 Fotos de flores diversas comercializadas na Mariana Flores & Presente (1)



Figura 7 Fotos de flores diversas comercializadas na Mariana Flores & Presente (2)



Figura 8 Fotos de flores diversas comercializadas na Mariana Flores & Presentes (3)

Fotos de cestas



Figura 9 Fotos de cestas (1)



Figura 10 Fotos de cestas (2)