|  |
| --- |
| PISOFORTE ACABAMENTOS Irma Aparecida Funke **Helen Messina Notargiacomo**  **Juliana Avi**  **Prof. Paulo César dos Santos**  Faculdade Metropolitana de Blumenau – FAMEBLU  Direito (DIR 26) – Empreendedorismo Jurídico  09/05/2014 RESUMO *Este plano de negócios tem como objetivo apresentar a empresa “Pisoforte Acabamentos”, bem como sua composição e suas principais ideias para análise. Seus principais pontos abordados são a análise de produtos e serviços, análise de mercado, da estratégia do negócio, sua organização e gerência.*    **Palavras-chave: Plano de Negócios. Estratégias de negócio. Decoração de interiores.** 1 INTRODUÇÃO Além de ser muito útil ao empresário, o plano de negócios serve como um guia a ser seguido e possibilita a obtenção de financiamento.  Mesmo que este exija tempo e esforço, permite-se ter confiança na capacidade de operar um negócio de sucesso.  O presente plano de negócios descreve as metas e objetivos da empresa “Pisoforte Acabamentos” e os passos necessários para alcance dos mesmos.  Seu investimento inicial provém do valor de R$ 85.050,00.  A referida empresa destina-se a revender produtos de decoração de interiores, mas tem como seu foco principal, pisos para estes ambientes. Além disto, oferece mão de obra especializada, que visa melhor atendimento aos seus clientes, permitindo economia, conforto e segurança com os serviços prestados.  Serão apresentados também, os diversos tipos de clientes que procuram este serviço, bem como quais são os fornecedores, concorrentes e de quais estratégias utilizar-se para manter-se por cima do mercado.  Por fim será visível a organização da empresa e sua equipe de trabalho definindo o perfil destes e suas responsabilidades.  **2 ANÁLISE DE PRODUTOS E SERVIÇOS**  A empresa Pisoforte Acabamentos Ltda ME atua no mercado de decorações de interiores e oferece praticidade, conforto e segurança aos seus clientes, fornecendo revestimentos para os diversos tipos de ambientes hospitalares, comerciais e residenciais com um toque de beleza.  Com atendimento personalizado desde o primeiro contato, a equipe conta com profissionais qualificados que identificarão as necessidades dos clientes e recomendarão a melhor opção, levando em consideração o tipo e a situação do contra piso e tipo de construção do local.  Inicialmente, seu faturamento mensal será de R$ 30.000,00. Mas, a tendência é melhorar este resultado e no prazo de um ano ter a possibilidade de obter o faturamento total mínimo de R$ 634.000,00.  “O motivo para começar uma empresa não é construir escrivaninhas com cavaletes e portas [...]”. (KAWASAKI, 2006, p.136).  A instalação dos produtos é feita por colocadores treinados pelos fabricantes e registrados pela empresa. Além disto, fornece garantia de um ano da instalação – desde que o piso não apresente os seguintes problemas: umidade, rachaduras, ondulações e queimado (soltando areia) – pois estes problemas poderão danificar o novo produto.  Aprovisiona pisos de madeira laminada nacional Duratex - Durafloor, especificamente as linhas Way, Ritz, Nature, Studio, Vintage, Design e Premium, sendo que cada uma possui qualidade e características diferentes, inclusive, as cores variam de 4 a 10.  Também trabalha com pisos importados de PVC Forthart, Ambienta e Essence que são popularmente conhecidos como pisos laminados de PVC por serem semelhantes ao piso de madeira laminada quando já estão instalados, porém, são totalmente diferentes na composição, nas dimensões e no processo de instalação. Neste caso, o contra piso deve estar seco, limpo, regularizado e isento de umidade para garantir uma vida útil do produto de 10 a 15 anos, ou até mais.  Comercia pisos vinílicos em manta que possui uma grande variedade de linhas, modelos, texturas e cores – além da garantia do produto que varia de 5 a 10 anos de fábrica dependendo da linha. Acerca dos pisos vinílicos, também existe o piso vinílico em placa que é popularmente conhecido como piso Paviflex, inclusive, é assim chamado devido ao sucesso da linha Paviflex.  Na linha de pisos vinílicos em placas, oferece as linhas de Paviflex e as linhas de piso Pavco, importados da Colômbia. Os dois produtos possuem uma ótima resistência ao desgaste e à abrasão; são similares na composição e também no preço, sendo que existe uma grande variedade de cores em cada uma das espessuras: 1,6mm, 2mm e 3mm. A garantia varia de 03 a 10 anos conforme o modelo, desde que o piso esteja instalado e conservado dentro das normas previamente estabelecidas pela fábrica.  Estes produtos são indicados para residências, escritórios, comércios, indústrias e hospitais.  Para atender as necessidades específicas de alguns clientes como hospitais, por exemplo, existem algumas linhas de produtos que estão de acordo com as normas de higiene e segurança exigidas pela vigilância sanitária e outros setores da área juntamente como outros requisitos pré-estabelecidos em projetos. Estes pisos vinílicos são escolhidos por sua textura lisa, sem fuga, são de fácil limpeza já que a movimentação de pessoas é constante e há um grande risco de contaminação.  Para instalações em residências, os clientes que optam por colocar um piso diferenciado e não pelo padrão de cerâmica ou porcelanato e buscam além da beleza, o conforto e a facilidade na limpeza. Estas necessidades são atendidas pela “Pisoforte Acabamentos”. Em casos específicos é possível determinar qual é o melhor tipo de piso a ser colocado para garantir maior durabilidade do produto e da instalação. Pode-se citar como exemplo os locais úmidos; o melhor tipo de piso a ser instalado é o piso laminado por causa da forma como este produto é instalado (tipo flutuante), pois é instalado sobre a lona preta e sobre a manta de polietileno que isola as réguas do piso laminado do contra piso, enquanto os outros tipos de piso apresentados anteriormente não servem para a ocasião.  Referente ao prazo de entrega, este varia conforme o fornecedor e conforme a cor. O prazo médio de recebimento de fábrica é de 10 dias úteis, porém, se a cor escolhida estiver em falta na fábrica, este prazo pode se estender por até 25 dias aproximadamente. Todos os prazos são informados aos clientes e no caso de atrasos ou antecipações, mantemos contato para agendar futuras colocações e manter a programação organizada visando a satisfação de todos no cumprimento dos prazos estabelecidos.  **3 ANÁLISE DE MERCADO**  Para garantir o sucesso do negócio é necessário conhecer o produto vendido e instalado, mesmo não sendo o produtor. Além do treinamento a instaladores, os vendedores também devem ser treinados.  É necessário ficar por dentro das tendências de mercado, acompanhar as novidades em feiras e eventos e verificar qual a necessidade e desejo do cliente nos dias atuais.  Mesmo que a empresa trabalhe com produtos diferenciados, vale lembrar a importância de aderir a produtos novos e almejados pelos clientes que sejam rentáveis para o negócio.  No comércio de pisos e acabamentos é extremamente importante ficar atentos às informações recebidas de clientes e parceiros nas conversas do dia-a-dia, além das notícias sobre o setor da construção civil, como por exemplo: volume de vendas de materiais de construção em geral, vidros temperados, laje pré-moldada, entre outros. Como o piso é a última etapa numa construção, saber o ritmo dos mercados anteriores é uma forma de obter uma previsão de volume de vendas para os próximos meses. Ou seja, quanto mais aquecido está o mercado da construção civil, mais otimista será, porque isso pode significar mais futuros clientes.  Outro fator que interfere no faturamento da empresa são as datas comemorativas como: Carnaval, Páscoa e Natal. Além disto, início das aulas do ensino fundamental e as notícias ruins sobre a situação da economia como crises ou aumento dos impostos (através da TV, rádio, Internet) também freiam as vendas assim como os famosos “feriadões”. Nestas épocas do ano, as pessoas compram chocolates e presentes para amigos e familiares, saem às compras dos produtos que são solicitados nas extensas listas de materiais da escola dos seus filhos, descansam nos feriados emendados e gastam além do esperado em momentos de festa e lazer. Com isso, o orçamento que poderia se transformar em pedido é interrompido por imprevistos e mais uma vez a venda não ocorre.  Com todas estas variáveis incontroláveis há também a cobrança de altos impostos das microempresas até mesmo as Optantes pelo Simples Nacional como é o caso da Pisoforte Acabamentos, há impostos como DAS, ICMS-ST, ICMS, IPI, DARE, ISS, entre outros que juntos compõem uma parte significativa do faturamento da empresa.  “Os fatores relacionados aos aspectos ambientais e econômicos dizem respeito às informações sobre as prioridades econômicas da região (Estado e município), à vocação econômica da região, com detalhes sobre os produtos e os serviços disponíveis na região.” (BRIDI, 2007, p. 39).  Os pisos de quaisquer tipos são produtos duráveis e possuem um tempo mínimo de uso de 05 anos sendo que existem casos de pisos que permaneceram bem conservados durante mais de 20 anos instalados em residências. Diante disso, é extremamente necessária a busca por novos clientes diariamente, manter o excelente atendimento aos clientes já conquistados para que estes nos indiquem para outras pessoas, além do alto investimento com propaganda e publicidade.  3.1 MERCADO CONSUMIDOR  “A existência de mercado consumidor é fator fundamental para qualquer empresa. Antes de tudo é preciso conhecer o potencial desse mercado, ou seja, a demanda (procura) provável para determinados produtos ou serviços.” (BRIDI, 2007, p. 59)  O público alvo da Pisoforte Acabamentos são as pessoas que estão se estabilizando na vida ou já estabilizadas financeiramente, faixa etária de 25 a 80 anos. Esta realidade se aplica para Pessoas Físicas que estão acabando de adquirir sua moradia e que geralmente são casais, para as pessoas que precisam fazer uma reforma na sua residência e também para pessoas que constroem ou adquirem imóveis para revender como negócio. O outro público-alvo se trata de Pessoas Jurídicas atraídas pelo nosso negócio simplesmente pela necessidade de adquirir um produto para o novo estabelecimento que será instalado ou fazer uma reforma onde estão.  “Os consumidores são numerosos, diversificados, informados, exigentes, detalhistas, protegidos pela legislação e, quase sempre difíceis de compreender. Freqüentemente eles mudam de opinião. Além disso, toda a concorrência também está procurando entendê-los e conquistá-los.” (MAXIMIANO, 2005, p. 89).  Por estar iniciando agora no ramo, a empresa apenas atenderá a clientes da região do Vale do Itajaí, mas pretende-se com o passar do tempo ampliar o atendimento para todas as regiões de Santa Catarina. E o local de instalação da empresa, em Blumenau, Santa Catarina é um local com grande vantagem, por estar em fase de crescimento econômico e crescimento imobiliário. É uma cidade de fácil acesso para as demais cidades da Região do Vale e há uma grande visitação dos habitantes dessas outras aos comércios na mesma área onde está localizada a empresa.  É fato que há atualmente os concorrentes oferecem o serviço a menor custo, mas sem a garantia e segurança oferecida pela empresa. Podemos citar como exemplo situações em que o cliente desejará saber o valor da metragem do piso e comparando os nossos preços com o de um concorrente em específico, haverá uma diferença para um valor a maior em nossos preços, porém nosso orçamento é preciso, não haverá desperdício do material comprado.  Para reter clientes nesse ramo é necessário revender um produto de alta qualidade juntamente com um serviço especializado e confiável, nenhum cliente quer que seu piso apresente bolhas, descolamento das emendas e que apareçam as emendas da instalação no meio de seu cômodo, além disso o produto para ter valor deve ter longa pelo seu alto custo, pelo menos 5 anos, mas é possível com um serviço bem feito e cuidado do piso que ele dure até 20 anos. Como nossa empresa oferece a instalação com funcionários treinados e só revende os produtos de marcas de qualidade é possível sim atender a esses quesitos.  Dentro da empresa é necessário ter pessoas capacitadas e motivadas para atender bem o público em geral, que conheçam sobre os diversos produtos que fornece, devem ser pacientes, persistentes e saber oferecer com clareza aquilo que é indicado para o cliente, além do que ele simplesmente quer ou precisa.  3.2 MERCADO FORNECEDOR  Nossos fornecedores são nacionais, mas os produtos variam entre nacionais e importados como, por exemplo, da Coréia do Sul e da Colombia. A Duratex fornece pisos de madeira laminada Durafloor e acabamentos. A Tarkett-Fademac fornece pisos vinílicos em placas (Paviflex) além de piso de PVC em réguas. A Obradec Revestimentos importa diversos tipos de produtos, mas os que a Bavier revende são os pisos vinílicos em manta, pisos vinílicos em placas (Pavco) além do piso de PVC em réguas. Da Beaulieu do Brasil compramos os pisos vinílicos em manta que são importados. Eles estão localizados em estados como São Paulo, Santa Catarina e Paraná.  Podem ocorrer falhas como atrasos na entrega por problemas de transporte ou falta de estoque dos produtos, mas são raros acontecimentos. Dependendo do tamanho de cada rolo de piso vinílico, devido ao seu peso, se não houver um bom manejamento da carga pode danificar o produto. Raramente haverá uma falha no atendimento dos fornecedores, principalmente por trabalharem muitos anos no ramo e pelo total profissionalismo dessas empresas.  Cada um de nossos fornecedores trabalha com um valor mínimo de faturamento, sendo o menor deles R$500,00. Para valores menores que este é necessário pagamento adiantado para receber a mercadoria. Cada um destes fornecedores possui um representante que visita a “Bavier” no mínimo uma vez por mês para conversar, apresentar novos produtos, novas propostas de compra e atualizar amostras dos produtos além de estarem disponíveis em horário comercial sempre que precisarmos.  3.3 MERCADO CONCORRENTE  Entre nossos concorrentes, estão as lojas que trabalham com pisos decorativos, mas também as que trabalham somente com piso cerâmico e porcelanato, pois são produtos mais utilizados e tem menor custo para o cliente final. O que estes concorrentes não têm é justamente o serviço oferecido na compra do produto. Quando ele compra o produto desse estilo de concorrente, sai da loja somente com o produto sem nenhuma referência de serviço de instalação e necessita procurar um instalador por conta própria. Com isso leva desvantagens como, por exemplo, sobra do produto mal calculado além do risco de contratar alguém que o faça perder tempo e dinheiro que poderiam ser gastos em outras necessidades.  Quando um cliente vai a uma loja de pisos comuns, raramente são atendidos por vendedores que realmente conhecem o produto que estão vendendo, apenas tem uma estimativa de qualidade por referência de outros clientes ou por experiência própria. Nossos vendedores pelo vasto conhecimento do produto podem influenciar o cliente na sua aquisição, mostrando a ele qual a marca e modelo mais adequado a sua obra, observando o tempo de duração do produto e o ambiente em si, por exemplo, locais com mais umidade merecem produtos diferentes de locais secos para que o produto instalado tenha uma longa vida útil.  Os concorrentes que trabalham com pisos decorativos no estilo da “Pisoforte Acabamentos” estão localizados em Blumenau, Indaial, Pomerode, Jaraguá do Sul e Timbó. Algumas destas empresas trabalham corretamente, mas grande parte delas foi fundada por um instalador de pisos deste estilo que não possui conhecimento e capacidade gerencial suficiente para administrar uma empresa além de ter como diferencial somente o preço baixo.  “Para muitos empreendedores, os investidores querem escutar que a empresa não tem concorrentes. Infelizmente, os investidores sofisticados chegam a uma ou duas das seguintes conclusões, se os empreendedores fizerem tais alegações:   * Não há concorrência porque não há mercado. Se houvesse mercado, haveria outros disputando-o. * Os fundadores são tão ingênuos que nem pensam em usar o Google para descobrir que há mais dez mil empresas fazendo a mesma coisa. (KAWASAKI, 2006, p.136)     Algumas empresas do nosso ramo fecham pedidos com preços mais baixos sem a colocação dos produtos inclusa e indicam um colocador autônomo para realizar a instalação. Desta forma, reduzem custos pelo fato de que o profissional indicado para realizar o serviço não possui vínculo com a empresa e o cliente paga a ele um valor pré-definido por metro quadrado. Este tipo de contratação de serviço é arriscado para a empresa e principalmente para o cliente, pois se o profissional sofrer um acidente de trabalho na obra, a responsabilidade é do tomador do serviço.  **4 ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO**  Para chamar a atenção da demanda, pessoas que estão reformando ou construindo, deve-se analisar com atenção cada tipo de público. A maioria das pessoas faz buscas pela internet e para isso, é necessário um bom site com as informações claras e objetivas com fácil acesso e manuseio, disponibilizando imagens dos produtos instalados. Desta forma, pessoas de qualquer idade encontrarão o que precisam de forma simples e rápida. Existe um outro público precisa dos nossos serviços mas que ainda não conhece nossa empresa e neste caso, devemos nos apresentar à estes clientes através de propagandas na televisão ou em rádio, além de outdoors. Apesar de estarmos na era da internet, ainda existe o público que usa a lista telefônica como meio para encontrar o que deseja e por isso devemos investir em propaganda impressa também.  “Saber apresentar sua proposta, tema que já abordei antes, é fundamental, mas por si só não basta para levantar capital. Mais importantes são as realidades de sua empresa: você está constituindo algo significativo, duradouro e valioso para a sociedade?” (KAWASAKI, 2006, p.136)  Por qualquer meio de comunicação pelo qual queremos conquistar nossos clientes, devemos enfatizar que ele terá um produto diferenciado de alta qualidade e atendimento especializado. Além da garantia de um ótimo serviço de instalação.  **5 ORGANIZAÇÕES E GERÊNCIAS DO NEGÓCIO**  “Não importa se tem dois ou mil funcionários, qualquer empresa precisa ser organizada” (MAXIMIANO, 2005, p. 70).  Nossa empresa é composta por quatro pessoas sendo que dois profissionais são funcionários registrados pela empresa resultando no valor total de mão de obra R$ 2.346,00 considerando os encargos sociais. As outras duas pessoas são sócias e proprietárias da Pisoforte Acabamentos com igual participação nas cotas da empresa e possuem pró-labore no valor de R$ 1.600,00 cada.   * Proprietárias   Sócia gerente que trabalhou na área administrativa de uma empresa do ramo de decorações de interiores por cinco anos, cursando administração.  Sócia administradora que trabalhou quatro anos no ramo de recursos humanos com amplo conhecimento em legislação trabalhista, recrutamento e seleção de pessoal, cursando administração.   * Administração   A sócia administradora será responsável por contas a pagar e a receber, compras, atendimento ao público interno, orçamentos e agendamentos de entregas de material e instalação. Essa pessoa recebe treinamento em atendimento ao público, vendas, cursos de decoração de interiores, entre outros que estão relacionados à sua função. Participará de feiras e eventos quando necessário.   * Comercial   A sócia gerente será responsável por comparecer aos orçamentos agendados com os clientes levando as amostras, faz as medições e cálculos de piso aos clientes conforme suas necessidades. Também deverá conquistar novos clientes, fornecedores e parcerias com arquitetos (as). Quando não estiver nos orçamentos, dará assistência dentro da empresa nas atividades administrativas e participará de feiras, eventos quando necessário.   * Operacional   O colocador é um profissional com vários anos de prática em aplicações de pisos de todos os tipos, porém o diferencial para a empresa é que seu serviço é totalmente voltado para os pisos que revendemos, pois os fabricantes oferecem treinamento para este tipo de instalação. Ele obedece aos agendamentos de colocação, vai até o local levando todo o material necessário totalmente fornecido pela “Bavier” para a instalação, para sua locomoção a empresa também disponibiliza de um veículo Kombi para que possa organizar todos os materiais sem problemas de espaço.  “O conhecimento de administração e organização de empresas é vital” (BRIDI, 2007, p. 25).  Abaixo, organograma da empresa:  **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**  Conforme a descrição do negócio, a “Pisoforte Acabamentos” atuará no ramo de decoração de interiores e trabalhará com pisos decorativos diferenciados inicialmente. Analisando o contexto deste plano de negócio e o ritmo do ramo da construção civil, com a especialização nesta área há grandes chances de obtermos sucesso devido ao crescimento constante do mercado imobiliário da região. Prova disso é o resultado positivo do fluxo de caixa acumulado no valor de R$ 101.378,00 no final do ano com uma rentabilidade de 11,6% indicando que este projeto é viável por obter lucro e liquidez de caixa. Cada vez mais as pessoas estão investindo em construções ou reformas e com isso cresce a procura por revestimentos de piso como estes que fornecemos, pois o mesmo valoriza a obra além de oferecer qualidade, conforto, durabilidade e praticidade.  Como todos os outros tipos de negócios, este ramo possui concorrentes, mas com seu potencial em atendimento e mão de obra especializada, a empresa pode oferecer cada vez mais segurança aos seus clientes. É possível notar essa confiança pela quantidade de indicações dos clientes que utilizaram o serviço a outros que estão no estagio final de sua obra e não sabem a quem recorrer. Dificilmente haverá falta do produto revendido ou uma instalação agendada não será atendida, pois todos os processos são programados.  Para garantir a continuidade do negócio, é preciso uma boa administração dos recursos tanto materiais quanto humanos e inovação além do bom atendimento, caso contrário, a empresa não apresentará crescimento algum. Os clientes estão cada vez mais exigentes, têm fácil acesso às informações que precisam e querem melhores condições de pagamento. Diante disso, é preciso analisar os custos e cortar gastos desnecessários para obter mais rentabilidade nas vendas e possibilitar condições de pagamento mais flexíveis.  Nossa empresa deverá colocar o profissional que faz instalação em primeiro lugar, valorizando-o, reconhecendo seu trabalho e mantendo ele satisfeito na empresa, pois principalmente ele garantirá uma boa imagem à “Bavier” através do seu serviço. Para todo esse negócio dar certo é necessário uma equipe bem estruturada com conhecimento na área, disponibilizando treinamento e suporte para que todo trabalho seja bem feito, visando à satisfação de todos.  **REFERÊNCIAS**  BRIDI, Prof. João Vitor. **Empreendedorismo.** Indaial: Grupo Uniasselvi, 2007. 151 p.  KAWASAKI, Guy. **A arte do começo**: o guia definitivo para iniciar o seu projeto. Rio de Janeiro: Best Seller, 2006. 237 p.  MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 212 p. |
|  |