



Serviço de jardinagem



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

Nídia Santana Caldas

Equipe Técnica

Carolina Salles de Oliveira

Autor

Lauri Tadeu Corrêa Martins

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

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

Apresentação do Negócio

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?

A onda verde que tomou conta do planeta, principalmente pela maior conscientização das pessoas sobre a qualidade do ar e manutenção das condições ambientais, representa uma oportunidade para esse segmento de negócio. A tendência de humanização e harmonização dos ambientes onde as pessoas habitam e convivem em grupos, quer seja no trabalho ou no lazer, vem proporcionando a destinação de uma parcela maior dos gastos da população para investimento em ambientação dos espaços urbanos.

Serviços de Jardinagem estão relacionados com a administração e a manutenção de jardins, formação de jardins, limpeza e conservação, podas, controle de pragas e tratamento de doenças. Tem como objetivo a manutenção de elementos florísticos sempre em harmonia, em sua forma natural ou resultante de um projeto inovador desenvolvido pela criatividade de quem cultiva plantas e flores.

O planejamento cuidadoso dos serviços a serem realizados, tais como: efetuar as podas em épocas adequadas, pesquisa do solo, controle de pragas e adubação adequada, são providências que resultam em redução dos custos e aumento na satisfação do cliente.

Mercado

Mercado Consumidor

A estabilização econômica e a recomposição da renda da população brasileira proporcionaram uma expansão desse mercado, o que o torna uma opção das mais atraentes para os empreendedores.

O público alvo desse negócio é representado, principalmente, pelas pessoas de maior poder aquisitivo, os condomínios em geral, os clubes de lazer, as instituições de ensino, as repartições públicas e as empresas.

Os segmentos que podem ser explorados nas grandes cidades estão relacionados à manutenção de jardins, a execução e elaboração de projetos paisagísticos, gramados esportivos, serviços para clubes de lazer, arranjos internos com plantas especiais para interiores e outros, de acordo com a criatividade do empresário.

O público consumidor deste tipo de produto, como já mencionado, é formado principalmente por pessoas das classes A e B, que no Brasil representam mais de 38 milhões de pessoas. Se considerarmos que em cada residência há cerca de 4 pessoas, estima-se que existam um total de cerca de 10 milhões de residências com potencial de consumir os serviços prestados pelo empresário desse negócio. Estas residências são casas? Está correto fazer esta afirmação? De onde foram retirados estes dados? Subsidie um pouco mais esta informação colocando de qual fonte foi retirada.

O mercado consumidor é ainda maior, se considerarmos os apartamentos e edifícios empresariais espalhados pelo Brasil. Com base nos dados apresentados acima, pode-se verificar que o empreendedor que optar por investir neste tipo de

negócio poderá se sair muito bem, pois o mercado consumidor é bastante ativo e possui tendências de crescimento. Ainda mais se levarmos em consideração que a renda das famílias tem aumentado cada vez mais, impulsionando este mercado.

Concorrência

A concorrência no mercado de jardinagem tem sido cada vez mais acirrada, pois o mercado está em franco crescimento. Segundo dados do Cadastro de Empresas do IBGE, no ano de 2006 havia cerca de 3.200 empresas que prestavam serviços de jardinagem ou paisagismo no Brasil. De 2006 até 2009 esse número passou para 4.184 empresas, demonstrando que há um aumento do número de empresas, e conseqüentemente do número de concorrentes no setor.

O futuro empresário deverá buscar no local onde irá instalar mais informações sobre a quantidade e qualidade dos concorrentes para se estruturar e dimensionar o seu negócio. O grande diferencial deste tipo de negócio, para se destacar dentre os demais, é a qualidade do atendimento e dos serviços prestados. Assim, é importante focar na comunicação e criar uma marca própria, que poderá ser apresentada nos uniformes e no veículo a ser utilizado.

Fornecedor

O Brasil é um país conhecido pela sua produção de flores, produtos químicos para jardinagem e insumos agrícolas. Como os insumos e equipamentos a serem utilizados durante as atividades de jardinagem são produzidos no país, não haverá problemas para o futuro empresário obter tais produtos. Com base nessa informação, pode-se verificar que o futuro empreendedor que optar por investir em uma empresa de jardinagem não encontrará problemas no fornecimento de

insumos para o seu negócio.

"

Localização

A localização é um aspecto determinante do sucesso do empreendimento: segundo pesquisa do SEBRAE em 2005, a localização inadequada é responsável por 8% das empresas que fecharam as portas antes de completarem quatro anos de funcionamento. Especialistas no assunto avaliam que a escolha do ponto adequado responde por até 25% do sucesso do comércio. Os principais pontos a considerar são:

- O preço do aluguel;
- A compatibilidade entre o público local e o padrão de serviço a ser prestado: maior renda, maior sofisticação; menor renda, menor preço;
- Visibilidade: se não se sabe (vê) que naquela localização existe o prestador de serviço, não se busca o serviço na região.

Levando-se em consideração que os serviços contratados serão realizados nas dependências do cliente, a atividade de serviços de jardinagem não exige instalação própria, podendo ser iniciada na residência do empreendedor, o que reduz sensivelmente os custos de instalação. Nesse caso, basta o empresário possuir um galpão ou área coberta em sua residência para guardar, limpar e realizar a manutenção dos equipamentos.

Caso o empreendedor resolva instalar-se em área diferente da sua residência, em imóvel comercial, a melhor localização é aquela que considera as distâncias entre os diversos pontos geográficos da cidade, para o atendimento mais ágil às solicitações do cliente e com menor custo.

É importante que o local de instalação da empresa de serviços de jardinagem seja de fácil acesso, preferencialmente com boa visibilidade para as pessoas que se deslocam de carro.

Outro item fundamental a ser considerado é a localização próxima a bairros habitados pela população de classe média e/ou alta, considerando-se que esse segmento representa boa parte do público-alvo a ser trabalhado.

Há de ser pensado em locais com espaço físico disponível para ampliações futuras.

Além disto, o local escolhido deve fornecer toda a infraestrutura necessária para atender às necessidades operacionais da empresa como: facilidade de acesso, existência de transporte coletivo para que colaboradores possam vir trabalhar, local para carga e descarga de insumos, e ainda possibilitar a futura expansão do negócio.

É importante verificar também se o imóvel encontra-se em situação legal junto à prefeitura ou órgãos que possam interferir no andamento normal de suas atividades. Deve-se conferir se a planta do imóvel foi aprovada previamente pela prefeitura e observar se não houve nenhuma obra posterior à regularização do imóvel.

Deve ser observado ainda se o imóvel possui “habite-se” e está em dia com o pagamento de IPTU; se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam o plano diretor e a lei de zoneamento do município; e verificar o que determina a legislação local a respeito do licenciamento de placas de identificação.

Outras questões relevantes à localização são:

- Tamanho e dimensão do espaço em relação à quantidade de equipamentos;
- Localização próxima do mercado fornecedor dos insumos, pois otimiza o custo com frete e distribuição;
- Local apropriado para o despejo dos resíduos provenientes da limpeza dos jardins;

- Suprimento de água confiável (ou potável);
- Proximidade com o público-alvo do negócio.

Exigências legais específicas

O empreendedor que deseja abrir uma empresa deve procurar conhecer as legislações e os procedimentos corretos para tal fim. A legislação específica para a abertura de empresas segue as normas instituídas pelo Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC), que funciona como órgão nacional destinado à supervisão, orientação, coordenação e normatização, no plano técnico; e supletiva, no plano administrativo, e as Juntas Comerciais (JC) como órgãos de execução e administração dos serviços de registro no Brasil. Em seu site, www.dnrc.gov.br, estão todas as normas, legislações vigentes e endereços e telefones das Juntas Comerciais em todos os Estados e no Distrito Federal. Para se tornar um empreendedor/empresário, a pessoa deve se atentar aos princípios legais vigentes no Código Civil Brasileiro de 2003, dentre os quais indica que a idade mínima para constituir uma sociedade é de 18 anos e a idade para emancipação varia dos 16 aos 18 anos, desde que não seja impedida legalmente.

Abaixo é apresentado um passo-a-passo genérico para abertura de uma empresa no Brasil:

1º passo – Localização

O primeiro passo é definir a localização da empresa para que seja realizada uma consulta prévia de endereço na Administração Municipal para verificar se a atividade pretendida é compatível com a lei de zoneamento da região pretendida, inclusive sobre questões ambientais. O cliente fornece endereço e a atividade para análise da administração. Etapa imprescindível para abertura da empresa. É interessante, no

momento da consulta, verificar se o imóvel está regularizado, isto é, se possui HABITE-SE e se os IPTU's estão em dias.

2º passo – escolha do tipo de Sociedade Empresária

Conforme o novo Código Civil existem cinco tipos de sociedade que podem ser organizadas no Brasil: Sociedade em Nome Coletivo, Comandita Simples, por Ações, Anônima e Limitada, sem as últimas as mais comuns no Brasil. De todas as apresentadas, a melhor para se constituir uma empresa, de pequeno porte, é Sociedade Limitada, por possuir regramentos mais simplificados e preservar melhor os sócios.

3º passo – Nome da Empresa

Toda empresa deve ter um nome. Nesse momento, o empresário escolhe o nome de sua empresa e na Junta Comercial ou no Cartório de Registro de Pessoa Jurídica de seu município efetua uma pesquisa para saber se o nome já está registrado. Essa consulta é realizada em formulário próprio obtido na hora. Há possibilidade de ser realizada pela Internet. Aproveite para verificar no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual se o nome ou marca já estão patenteados.

4º passo – Contrato Social e Demais Documentos

Ainda na Junta Comercial ou Cartório de Registro de Pessoa Jurídica, após a definição do nome da empresa, deverá ser apresentado os seguintes documentos:

- Contrato Social ou Requerimento de Empresário Individual ou Estatuto, em três vias;
- Cópia autenticada do RG e CPF do titular ou dos sócios;
- Requerimento Padrão (Capa da Junta Comercial ou Cartório), em uma via;
- FCN (Ficha de Cadastro Nacional) modelo 1 e 2, em uma via;
- Pagamento de taxas através de DARF.

O Contrato Social é a peça principal na constituição da empresa. Nele são identificados os objetivos da empresa, a composição societária e a forma jurídica de constituição da

mesma. São apresentados as legislações, deveres e direitos dos sócios. Conforme Estatuto da Micro e Pequena Empresa (LC 123/2006), não haverá a necessidade da assinatura de um advogado nesse documento. Nos demais casos essa assinatura é obrigatória. Peça auxílio ao seu contador ou advogado. Ao final dessa etapa será emitido o Número de Identificação do Registro da Empresa (NIRE), necessário para cadastramento da empresa junto à Secretaria da Receita Federal, nosso próximo passo.

5º passo – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ)

Com o NIRE em mãos, o empresário deve registrar sua empresa junto à Secretaria da Receita Federal, efetuado exclusivamente pela internet através de programa específico. Os documentos exigidos, apresentados no momento do cadastramento, serão enviados por SEDEX para a Receita Federal. O número do CNPJ será disponibilizado também pela internet. É de extrema importância nessa fase que o empresário defina o porte de seu empreendimento e sua classificação, pois é nessa etapa em que a depender da atividade exercida o contribuinte poderá optar pelo sistema de tributação simplificada, o SIMPLES.

Aproveite para ir a Secretaria da Receita Estadual para verificar quais os tributos sua empresa deverá pagar e efetuar o registro nesse órgão, item obrigatório para os setores do comércio, indústria e serviços de transporte intermunicipal e interestadual, bem como os serviços de comunicação e energia. A inscrição estadual é essencial para a obtenção da inscrição no Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Há casos em que essa inscrição ocorre em conjunto com o CNPJ. Verifique no site da Receita Federal os órgãos que possuem convênio.

6º passo – Alvará de Funcionamento

O alvará de funcionamento, documento obtido junto à prefeitura, ou administração regional ou na Secretaria Municipal

da Fazenda de cada município, é o documento final que autoriza o funcionamento da empresa. Na maioria dos casos, os documentos necessários são:

- Formulário próprio da prefeitura;
- Consulta prévia de endereço aprovada;
- Cópia do CNPJ;
- Cópia do Contrato Social;
- Laudo dos órgãos de vistoria, quando necessário.

A depender do tipo de atividade a ser exercida, é necessária que uma vistoria seja realizada no local. Essas vistorias são realizadas por diversos órgãos, tais como: corpo de bombeiro (obrigatória), vigilância sanitária, órgãos ambientais e outros. Veja se sua atividade é passível de licenciamento ambiental no órgão responsável em seu município.

Quando o atendimento é realizado no próprio domicílio, a obtenção do alvará de funcionamento é condicionada a declaração explícita dos vizinhos de que a atividade não traz prejuízos à comunidade, autorizando o funcionamento do estabelecimento.

7º passo – Cadastramento na Previdência Social

Após realizar com sucesso as etapas anteriores, o empresário já pode iniciar o seu tão sonhado negócio. Contudo, ainda há a necessidade de realizar o cadastramento da empresa na Previdência Social e de seus sócios em até 30 dias, mesmo que não possua nenhum funcionário.

8º passo – Aparato Fiscal

Para finalizar e iniciar de forma legal o negócio, o empreendedor deverá se dirigir Secretaria de Estado da Fazenda para solicitar a autorização para impressão das notas e dos livros fiscais. A ajuda do contador, nesse momento, é muito importante. Pronto, seu negócio está apto a ser iniciado e com todas as necessidades cumpridas.

Observações:

- Não esqueça que a partir desse momento a empresa deverá cumprir outras obrigações de caráter fiscal, tributária, trabalhista, previdenciárias e empresariais;
- O novo empresário deve consultar o PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (LEI Nº 8.078 DE 11.09.1990).

5.1 Legislação Específica

Lei Federal nº 6.766/79 em seu art. 22 dispõe sobre o parcelamento do uso do solo e conceitua Área Verde como sendo: “o local onde há o predomínio de vegetação arbórea, englobando as praças, os jardins públicos e os parques urbanos”.

Código Florestal - Lei Federal nº 4771, de 15 de setembro de 1965 apresenta no seu artigo 7º: “Qualquer árvore poderá ser declarada imune de corte, mediante ato do Poder Público, por motivo de sua localização, raridade, beleza ou condição de porta-sementes”

Lei Federal nº 9605/ 1998, conhecida como Lei da Vida.

Portaria nº 381, de 26 de abril de 1999 - Suspende por prazo indeterminado itens específicos das Portarias 321/97 e 322/97.

Portaria nº 322, de 28 de julho de 1997 - Considera o interesse e a importância de estabelecer normas específicas referentes ao registro de produtos destinados ao uso em jardinagem amadora.

Portaria nº 10 de 8 de março de 1985 - Atribui à DINAL a compilação da relação de substâncias com ação tóxica sobre animais ou plantas, cujo registro pode ser autorizado no Brasil, em atividades agropecuárias e em produtos domissanitários e determina outras providências.

Estrutura

Tendo em vista que a atividade de jardinagem é realizada na casa ou local dos clientes, a estrutura para o negócio é mínima. No caso do empreendedor utilizar a sua própria casa, há a necessidade de um pequeno galpão, de cerca de 20 m² ou inferior apenas para limpeza, manutenção e guarda dos equipamentos e insumos utilizados. Essa é a opção mais viável e de menor custo.

Caso queira alugar um espaço para atendimento ao público, há a necessidade de uma loja com a mesma metragem, com banheiro e um local para escritório.

Contudo, alguns aspectos sempre devem ser levados em consideração, tais como otimização dos espaços, área para ampliação futura e que possua instalações higiênicas, como já citado anteriormente.

Cuidado redobrado para o caso de utilizar e guardar produtos químicos, pois estes são perigosos e podem causar danos às pessoas.

Pessoal

Nesse tipo de negócio a mão-de-obra deve ser dimensionada de acordo com a estimativa de atendimentos a serem realizados, pois a quantidade de pessoal influencia diretamente na renda e faturamento do negócio.

Para iniciar um empreendimento de serviços de jardinagem de pequeno porte, o empreendedor deverá contratar pessoas de forma gradativa, à medida em que os contratos forem ocorrendo.

Mesmo assim, é fundamental que o empresário realize um dimensionamento de seu pessoal para eventuais períodos de maior ou menor demanda e elabore um planejamento de

contratação de mão-de-obra temporária, ou mesmo subcontratação de serviços para os períodos de maior movimento.

A assistência técnica especializada de um engenheiro agrônomo é fundamental, principalmente para orientar o manejo de solo, a aplicação de fertilizantes e o uso adequado de produtos para o controle de pragas e doenças. O engenheiro poderá ser remunerado por projeto, ou por horas de trabalho efetivo.

Para contratar colaboradores o empresário deverá considerar as habilidades básicas de relacionamento e o conhecimento de técnicas de cultivo de plantas, pois a qualificação é vital para uma empresa de manutenção de jardins.

O empreendedor deverá cuidar para que as pessoas que compõem a sua equipe de trabalho estejam capacitadas para atuarem nos ambientes em que a empresa venha a prestar serviços.

O atendimento personalizado e qualificado é um item que merece a maior atenção do empresário, pois esse tipo de negócio sustenta-se na confiança e na competência dos prestadores de serviço. A fidelização do cliente está intimamente relacionada ao desempenho profissional da equipe.

De um profissional desta área espera-se além de competência, atualidade profissional, ética, educação, simpatia e cordialidade. Estas qualidades – se não inatas no profissional – podem ser desenvolvidas através da leitura de publicações especializadas, participação em seminários, congressos, cursos e outras formas de aprimoramento.

O SEBRAE da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

Como dica, o empresário deve atentar, se houver, à Convenção Coletiva do Sindicato dos Empregados, ou outro similar, de

acordo com a característica específica do negócio, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis. Sugere-se para a equipe administrativo-financeira o nível mínimo de graduação e para as pessoas que forem atuar nos jardins, o mínimo de 2º grau e cursos técnico em jardinagem. Ressalta-se que o empreendedor deverá estar presente tempo integral na empresa, principalmente durante o fechamento de pedidos, recebimento e controle das atividades de compra de insumos, pois são nessas áreas que configurará o sucesso de seu empreendimento. Enfim, o empreendedor deverá fazer-se presente integralmente na gestão da empresa. Independente da dimensão da estrutura e da quantidade de pessoas é interessante estar atualizado no setor, verificar novos produtos e tendências de consumo dos clientes.

Equipamentos

O empreendedor poderá selecionar os equipamentos e ferramentas necessárias, dentre os especificados abaixo:

Os equipamentos e quantidades necessárias para o negócio aqui proposto segue abaixo:

- microcomputador completo (1) – R\$ 1.800,00;
- impressora multifuncional (1) – R\$ 400,00;
- mesas (2) – R\$ 500,00
- cadeiras (4) – R\$ 480,00

Equipamentos para jardinagem:

- soprador/sugador de folhas (1) – R\$ 450,00
- tesoura para grama/cerca (5) – R\$ 350,00
- ceifadeira a gasolina (1) – R\$ 800,00
- pulverizador de costas (1) – R\$ 115,00

- organizador multiuso para jardim (5) - R\$ 550,00
- kit tesouras para poda e luvas (4) – R\$ 600,00
- serrote de jardineiro (1) – R\$ 150,00
- tesoura aérea para poda de galhos (1) – R\$ 280,00
- aparador de cerca viva a gasolina (1) – R\$ 880,00
- moto enxada elétrica (1) – R\$ 1.200,00
- escarificador elétrico (1) – R\$ 2.000,00
- cortador de grama multidirecional (1) – R\$ 1.500,00
- pulverizador manual (1) – R\$ 50,00
- carro semeador (1) – R\$ 250,00
- veículo utilitário usado (1) – R\$ 30.000,00

Ressalta-se que a quantidade de equipamentos deverá ser dimensionada tendo em vista o espaço físico na qual a empresa será estruturada e na produção total esperada ou estimada pelo empreendedor.

O SEBRAE local deverá ser buscado para ajudar o futuro empreendedor a dimensionar corretamente o negócio.

Matéria Prima / Mercadoria

Organização do processo produtivo

Os processos produtivos de uma empresa de serviços de jardinagem são divididos em:

Atendimento ao cliente – área responsável pelo primeiro contato com o cliente, geralmente se dá por telefone ou por e-mail. Quando é agendada a visita ao cliente para estabelecer as condições do contrato e os serviços que serão realizados.

Serviços – são realizados no local indicado pelo cliente, com o deslocamento da equipe técnica para a realização dos serviços

especificados no contrato ou acordo.

Administração – constitui-se de um pequeno espaço destinado às atividades de compra e relacionamento com fornecedores, controle de estoques, controle de contas a pagar, atividades de recursos humanos, controle financeiro e de contas bancárias, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento.

Estoque – É o local onde ficam armazenados os estoques de insumos, e guarda de equipamentos.

Automação

Há no mercado uma boa oferta de sistemas para gerenciamento de empresa de serviços de jardinagem. Para uma produtividade adequada, devem ser adquiridos sistemas que integrem as compras, as vendas e o financeiro. Os softwares possibilitam o controle dos estoques, serviço de mala-direta para clientes e potenciais clientes, controle de estoque de produtos, cadastro de móveis e equipamentos, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa etc. Deve-se procurar softwares de custo acessível e compatível com uma pequena empresa. O empreendedor deverá decidir sobre a necessidade do uso, ou em que momento esse recurso será necessário.

Em termos de automação para jardinagem já estão contemplados nos valores em investimentos os equipamento elétricos ou à gasolina, de maior impacto e que aumentam a produtividade dos serviços prestados.

Canais de distribuição

O canal de distribuição é a própria empresa de serviços de jardinagem.

O desenvolvimento de um site na internet com divulgação dos serviços da empresa é uma opção de contato com o cliente e muito importante nos dias atuais.

Assim, cabe ao futuro empreendedor identificar qual o melhor canal em sua região para apresentar seus serviços.

Investimentos

Para iniciar um negócio de jardinagem o empreendedor precisa necessariamente fazer um levantamento de todos os valores que serão gastos para montar a empresa.

Cada empreendimento possui características próprias que serão determinantes para a aquisição das máquinas, equipamentos e demais utensílios necessários para iniciar as atividades de jardinagem.

O investimento necessário para um empreendimento do porte aqui apresentado é da ordem de R\$ 40.000,00.

Salienta-se que esta relação refere-se ao preço médio de máquinas novas encontradas em lojas especializadas.

Por possuir uma diversidade de preço muito elevada não foi quantificado o preço da construção civil ou reforma de espaço no caso de aluguel, sendo esta uma necessidade a ser pensada de acordo com a localidade aonde será estruturada a confecção.

Deve-se levar em conta nos investimentos um valor de aproximadamente R\$ 3.000,00 para abertura da empresa. E reservar recursos para o capital de giro, que será especificado

na próxima seção.

Capital de giro

Custos

São todos os gastos realizados na produção e que serão incorporados 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 importante notar que, quanto menores forem os custos, menor também será a necessidade de disponibilidade de capital de giro, liberando recursos para novos investimentos produtivos ou aumentando a lucratividade do empreendimento. Portanto, saber aproveitar ao máximo a capacidade de atendimento aos clientes no mesmo dia é fator fundamental para dar mais sustentabilidade ao negócio.

A relação a seguir procura apresentar de forma simplificada os principais itens de custo mensal que devem ser absorvidos pela empresa:

- Aluguel – R\$ 1.500,00
- Luz, telefone, água e internet – R\$ 200,00
- Assessoria contábil – R\$ 400,00

- Salários mão-de-obra direta (mais encargos) – R\$ 2.400,00
- Manutenção – R\$ 200,00
- Aquisição de matéria-prima e insumos; - R\$ 1.000,00
- Outras despesas mensais com insumos - R\$ 500,00
- Pró-labore – R\$ 2.500,00

Estima-se que o custo mensal para este empreendimento seja da ordem de R\$ 8.700,00. Ressalta-se que os valores acima apresentados são referenciais 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, sendo necessário um detalhamento das reais necessidades do negócio a ser montado. O SEBRAE poderá ser buscado para auxiliar nesse processo.

Diversificação / Agregação de valor

A diversificação se dá pela oferta de outros serviços como:

- aluguel de acessórios e plantas, tais como vasos de vidro, cachepôs, para eventos e festas;
- cursos e palestras de design floral, ikebana, arranjos florais temáticos, sketch e aquarela;
- recuperação de plantas para ambientes internos e externos;
- novas soluções para ambientes internos ofertando novas variedades de plantas, arranjos, vasos, pedras e etc.
- Criatividade é fundamental nesse ramo, assim como a personalização de serviços, ouvindo os desejos, expectativas e desejos dos clientes.

Novidades são itens muito interessantes para chamar a atenção do cliente tais como: vasos inovadores, jardins

temáticos, plantas exóticas, etc.

Oferecer pacotes de serviços com pagamento mensal ou semanal é um fator de diferenciação muito importante.

É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto diferenciado. Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.

O empreendedor deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos utensílios e produtos, através da leitura de colunas de jornais e revistas especializados, programas de televisão ou através da Internet. Neste tópico foram apresentadas apenas algumas opções de diversificação/agregação de valor para uma empresa de jardinagem. Vale ressaltar que sempre é possível propor melhorias e novidades. Para isso, é indicado observar hábitos, ouvir as pessoas e criar novos produtos e novos serviços, com o objetivo de ampliar os níveis de satisfação dos clientes.

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. A mídia mais adequada é aquela que tem linguagem adequada ao público-alvo, se enquadra no orçamento do empresário e tem maior penetração e credibilidade junto ao cliente.

Os meios para divulgação de serviços de jardinagem variam de

acordo com o porte e o público-alvo escolhido. Para um empreendimento de pequeno porte, pode ser usada a distribuição de pequenos informativos junto aos clientes que procuram a empresa. Outras alternativas são os anúncios em jornais de bairro, revistas locais e propaganda em rádio. A divulgação através de site na internet deve ser considerada, pois o acesso de pessoas à rede cresce permanentemente e em larga escala.

É fundamental também identificar novos nichos de mercado, fazendo parcerias e divulgação junto às empresas gerenciadoras de projetos civis, empresas do ramo de construção civil e estabelecimentos comerciais.

Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de grande circulação, revistas e outdoor. Se for de interesse do empreendedor, um profissional de marketing e comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanha específica.

Um grande diferencial é criar uniformes para os funcionários e uma identidade visual própria, que poderá chamar a atenção de vizinhos. Pense em fazer um adesivo para o carro utilitário. Como este estará sempre em circulação, é considerado um grande diferencial na hora de divulgar os produtos e serviços.

Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de SERVIÇO DE JARDINAGEM, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 8130-3/00 como a atividade de serviços de plantio, tratamento e manutenção de jardins e gramados, desde que não configurem serviços de paisagismo, 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, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/Simpl...>):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde

que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual) . Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legisl...>). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- R\$ 5,00 a título de ISS - Imposto sobre serviço de qualquer natureza.

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

Eventos

Simpósio Internacional de Paisagismo

Evento anual da EPAMIG

Local: Minas Gerais – MG (Acompanhar programação no site)

www.epamig.br/

Enflor & Garden Fair

Evento anual.

Local: Holambra-SP

www.enflor.com.br

Fiaflora ExpoGarden

Site: www.expogarden.com.br

Garden Fair

Site: www.gardenfair.com.br

Enflor - Encontro Nacional de Floristas

Site: www.gardenfair.com.br

Entidades em Geral

Associação Nacional de Paisagismo – ANP
Av. Francisco Matarazzo, 455, Parque Dr. Fernando Costa
(Parque de Água Branca) – São Paulo-SP
CEP 05031-900
(11) 3875-4545
www.anponline.com.br

Procurar na localidade:

Associação de profissionais de jardinagem e paisagismo

Alguns Fornecedores / Fabricantes

Click Jardim
(11) 3717-4018
www.clcikjardim.com.br

Bioverde Árvores do Brasil
Rod. São Paulo 147 (Limeira-Mogi Mirim) km 98,4 – Limeira-SP
CEP 13486-990
(11)3451-1840
www.bioverde.com.br

Premium Seeds
Caixa Postal 197
Florianópolis-SC
CEP 88010-970
(48)3266-4201
www.premiumseeds.com.br/index.htm

Obs.: Pesquisa na internet indicará outros fornecedores de produtos para jardinagem, que poderão estar localizados mais próximos ao local de instalação do negócio.

Cursos

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac)

<http://www.senac.br/>

Normas Técnicas

Não existem normas técnicas específicas que regulamentem este segmento empresarial.

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado.

As normas técnicas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar as características, como os métodos de ensaio.

As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

A norma técnica NBR 7449 – Cuidados no manuseio de defensivos agrícolas – procedimentos. – é aplicável ao negócio de serviços de jardinagem.

Glossário

Biofertilizante. Produto que contenha princípio ativo apto a melhorar, direta ou indiretamente, o desenvolvimento das plantas .

Bráctea. Folha modificada em cuja axila nasce uma flor ou uma inflorescência.

Briófitas. Plantas verdes terrestres, não vasculares. Por exemplo, musgos e hepáticas. (2) Vegetal de pequenas dimensões, sem canais internos condutores de seiva, como os musgos .

Broto. Lançamento, revento, renovo. É a planta proveniente de uma touça. Caule embrionário, incluindo folhas rudimentares, freqüentemente protegidas por escamas especializadas.

Bulbo - Estrutura especial que contém, em forma rudimentar, caule com gemas e primórdios de raízes.

Composto orgânico. É um produto homogêneo obtido através de processo biológico pelo qual a matéria orgânica existente nos resíduos é convertida em outra, mais estável, pela ação principalmente de microorganismos já presentes no próprio resíduo ou adicionado por meios de inoculantes.

Conservação do solo – conjunto de métodos de manejo do solo que, em função de sua capacidade de uso, estabelece a utilização adequado do solo, a recuperação de suas áreas degradadas e mesmo a sua preservação.

Decompositores – organismos que transformam a matéria orgânica morta em matéria inorgânica simples, passível de ser reutilizada pelo mundo vivo. Compreendem a maioria dos fungos e das bactérias. O mesmo que saprófitas.

Drenagem - (1) Coleta do excesso de água do solo e sua condução para rios ou lagoas, através de canais fechados ou abertos. (2) Remoção da água superficial ou subterrânea de um área determinada, por bombeamento ou gravidade.

Topiaria - é a arte de esculpir plantas vivas.

Dicas do Negócio

Qualquer atividade da vida social ou pessoal, quanto melhor planejada melhor será executada. Assim, também em qualquer negócio, o tempo que se gasta antes de começar é dinheiro que se deixa de perder: os problemas, prováveis ou meramente possíveis, já foram pensados e a solução equacionada antes que eles virem perda.

Entretanto, de nada vale planejar se não for para cumprir o planejamento. Muito importante: isto não significa um engessamento das ações. Significa, sim, não fugir do eixo, muito embora ao longo do processo algumas das coisas que se planejou tenham que ser revistas e/ou adaptadas. Ou seja, o planejamento é um instrumento dinâmico, mas o foco não deve ser perdido.

Um caso típico desta flexibilidade é a frequente aparição de gastos imprevistos nos 100 primeiros dias da empresa. Isto ocorre com frequência quando existe excesso de otimismo no cálculo das possibilidades da empresa, sacrificando o capital de giro. A recomendação é sempre considerar uma hipótese menos otimista, evitando surpresas desagradáveis.

Outro cuidado relevante é com o foco da empresa: é fundamental evitar a tentação de improvisar para agregar valor e acabar fazendo muitas coisas e mal feitas. Sempre seguir planejamento e simulações.

Avaliar permanentemente a receptividade da clientela à venda de produtos. Lembrar que comércio requer registro de empresa diferenciado de prestação de serviços;

Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento,

facilidade de agendamento de horário, cumprimento de horário ou prazos, etc;

Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, etc;

O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes, em face das novas tendências que surgem dia-a-dia.

Se possível, visite os concorrentes e potenciais clientes e procure conhecer as diversas percepções sobre o mercado, os clientes e sobre as dificuldades que o segmento confeccionista enfrenta;

Estabeleça uma relação de parceria com seus fornecedores e faça uma programação das necessidades de compra de insumos, com preços compatíveis com a lucratividade esperada;

Elabore um plano de negócios detalhado. Existem muitas publicações e cursos no mercado que ensinam como elaborá-lo;

Atente-se à salubridade do ambiente de trabalho, pois o processo de corte gera pequenos resíduos que ficam suspensos no ar e podem agravar ou gerar problemas respiratório nos colaboradores;

É importante, para se tornar mais competitivo, dimensionar o conjunto de serviços que serão agregados; avaliar o custo-benefício desses serviços é vital para a sobrevivência do negócio, porque pode representar um elevado custo sem geração do mesmo volume de receitas.

Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais como é o caso de estacionamento.

A presença do proprietário em tempo integral é fundamental

para o sucesso do empreendimento.

O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes, em face das novas tendências que surgem dia-a-dia.

Características específicas do empreendedor

O empreendedor envolvido com atividades relacionadas à Serviços de Jardinagem deve adequar-se a um perfil que o mantenha na vanguarda do setor. É aconselhável uma autoanálise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse conjunto de características e identificar oportunidades de desenvolvimento. A seguir, algumas características desejáveis ao empresário desse ramo.

- Ter paixão pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio.
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado em que está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio.
- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias.
- Acompanhar o desempenho dos concorrentes.
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa.
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos.
- 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.
- Ter habilidade para liderar a equipe de profissionais da

empresa de Serviços de Jardinagem.

Mesmo possuindo todas essas qualidades e características, o empresário ou seus funcionários devem possuir um ótimo perfil de vendas, com capacidade de entender a necessidade de seus clientes.

Bibliografia Complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS - ABIMAQ. Máquinas e Equipamentos para Jardinagem. Disponível em: <<http://www.abimaq.org.br>>.

Acesso em: 18 junho de 2011.

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: serviços. 2. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. A Cartilha do Ponto Comercial: como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio. São Paulo: Clio Editora, 2004.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

BRASIL. Código civil brasileiro, 2003.

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE REGISTRO DE COMÉRCIO – DNRC. Serviços-Código Civil/2002. Disponível em:<<http://www.dnrc.gov.br>>. Acessado em: 10 de janeiro de 2011.



INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio – PNAD 2009. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acessado em: 07 março 2011.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Lei 123/06. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br>>. Acessado em: 17 Janeiro 2011.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Lei 128/08. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br>>. Acessado em: 17 Janeiro 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO APOIO A MICRO E PEQUENA EMPRESA (SEBRAE). Os Primeiros Passos para o Sucesso. SEBRAE/SC, 2005.

SILVA, José Pereira. Análise Financeira das Empresas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.