

Natasha Sarah Godoy Galvão

natashagodoy123@gmail.com

Maria Eduarda Lopes Silva

dudamaduh4002@gmail.com

Thiago Yuzo Yamamoto

thiyuzo@gmail.com

Orientadores: Prof^o Dr. Marcio Magalhães

Fontoura

Prof^o Alexandre Fernando de Almeida

Plano de Negócio Bonsai



Conceito e oportunidade de negócio

A proposta da Bonsai é ser reconhecida no nicho de mercado de produtos naturais terapêuticos, possuindo como carro-chefe os óleos essenciais utilizados na aromaterapia, sendo oferecido de forma personalizada de acordo com cada necessidade. A oportunidade de negócio surgiu com o alinhamento de interesses de ajudar um integrante do grupo e explorar um mercado em processo de crescimento, que foi impulsionado pelos efeitos colaterais da Pandemia.

Mercado e Competidores

Uma das consequências da Pandemia foi a popularização de práticas adotadas pela medicina alternativa ou a chamada PICS (Práticas Integrativas e Complementares em Saúde), tais como a aromaterapia e acupuntura, impulsionando um mercado que já apresentava sinais de expansão. Segundo o Conselho Nacional de Saúde (2019), entre 2017 e 2018 houve um aumento de 46% (216 mil para 315 mil praticantes) e durante a Pandemia, cerca de 61% da população brasileira adotou o PICS em 2020, de acordo com o Observatório Nacional de Saberes e Práticas Tradicionais, Integrativas e Complementares em Saúde (Observa PICS, 2021). Com um ambiente favorável e um mercado pouco explorado com pouca concorrência, a Bonsai busca ser uma referência no nicho.



Equipe Gestora e Quadro Pessoal

A equipe será composta somente pelos integrantes do grupo, composta pela Natasha Godoy, Maria Eduarda e Thiago Yamamoto. O controle da empresa será dividido em três partes iguais e diferentes responsabilidades serão distribuídas entre os sócios, com a Natasha encarregada da parte administrativa e financeira, Maria encarregada com a parte comercial e marketing e por fim, com o Thiago encarregado da fabricação e desenvolvimento dos produtos. É esperado que a capacidade produtiva seja de 72,53%.

Produtos e Vantagens Competitivas

A proposta de valor da Bonsai é a possibilidade de personalização do produto para o atendimento das mais diversas necessidades, a fim de amenizar, por exemplo, sequelas deixadas pela Covid-19. De origem artesanal, os diferenciais da marca são ter insumos naturais e a adoção de práticas relacionadas à economia circular (tais como a devolução de frascos de vidro, utilização de embalagens recicladas e o cuidado com a origem dos insumos de fornecedores), a marca demonstra um forte compromisso ambiental, assim como para seus consumidores.



Estrutura e Operações

A empresa será sediada na Rua Fausto, nº593 no bairro do Moinho Velho, na cidade de São Paulo - SP. Além das atividades administrativas, o local será o ponto de fabricação e desenvolvimento de novos produtos. Atividades relacionadas a vendas serão realizadas no meio virtual.

Marketing e Projeções de Vendas

A participação em eventos e exposições, distribuição de brindes, como saquês de chá, atividades em redes sociais e divulgação por meio do Google Ads serão as principais formas de marketing, com ênfase nos meios digitais. Para as projeções de vendas, são estipulados os valores de R\$306.591,00 para o primeiro ano, R\$325.886,00 para o segundo ano e por fim, R\$330.086,00 no terceiro ano



Finanças



O investimento inicial é de R\$38.997,80, incluindo todos os custos do pré-operacional, investimento fixo e capital de giro. O resultado dos cálculos dos índices de viabilidade foram: R\$235.149,98 para o ponto de equilíbrio; período de 1 ano e 6 meses para o retorno de investimento no Payback simples; período de 1 ano e 8 meses para o retorno no Payback Descontado; 11,25% de Taxa Mínima de Atratividade; VPL de R\$31.362,72; Taxa Interna de Retorno de 51,1%; Índice de Lucratividade de 7,82% no primeiro ano, 9,58% no segundo e 9,83% no terceiro e finalmente o Índice de Rentabilidade, de 61,50% para o primeiro ano, 80,10% no segundo e 83,29% no terceiro.



Considerações Finais

Embora tenha um alto custo no investimento inicial, por meio dos indicadores de viabilidade que demonstraram números chamativos e o estudo realizado indicando uma forte tendência de crescimento do mercado, é possível concluir a viabilidade do negócio visto que ainda não há competidores predominantes no nicho, abrindo espaço para o crescimento da empresa ao mesmo passo que o mercado continua em expansão.