



Fleur de Bella  
FLOWER SHOP

**UC:** Casos em Gestão Estratégica | **Docente:** Prof.<sup>a</sup> Dout.<sup>a</sup> Carla Maria Marques Curado

**Discentes:**

- Andréia Comandante: n° 60489
- Hanjie Xiao – David: n° 58888
- Huan Wang – Josefina: n° 60940
- Jiayin Li – Cátia: n° 60971
- Zhang Xi – Cecília: n°61098

ABRIL 2024

# A Empresa

A Fleur de Bella é um recente negócio de pequena dimensão, criado em 2021, com um modelo exclusivamente online.

Especializado na venda de flores naturais e preservadas, a ideia do negócio surgiu da paixão pela beleza e singularidade das flores, com um foco especial nas rosas.



# Fleur de Bella



## Missão

Proporcionar momentos de amor e encanto através de flores naturais e preservadas.



## Visão

Ser reconhecidos como referência e ser a escolha número um dos clientes que buscam qualidade, originalidade e sustentabilidade.



## Valores

- Integridade
- Inovação
- Excelência
- Sustentabilidade

# Construção do caso

## *Desafio:*

Durante épocas de grande procura, como o Dia dos Namorados, Dia da Mãe, Dia de Finados e Natal, a Fleur de Bella enfrenta quedas significativas nas vendas, devido a necessidade de adquirir as flores apenas dois dias antes dessas datas, garantindo assim que se mantenham frescas. No entanto, para alcançar um nível de vendas satisfatório, seria necessário adquirir uma quantidade maior de flores e armazená-las para utilização futura.

## *Problema:*

A ausência de um espaço físico adequado para o armazenamento das flores e para a expansão do negócio. A impossibilidade de armazenar flores para uso futuro restringe as oportunidades de crescimento e rentabilidade do negócio.

## *Questão Principal:*

Qual a viabilidade e impacto da expansão da Fleur de Bella para um espaço físico, a fim de colmatar estas lacunas, tendo em conta os benefícios potenciais e os desafios envolvidos?

# As cinco Forças de Porter



## Entrada de novos concorrentes

- Flexibilidade para satisfazer as mudanças dos consumidores;
- Recursos Financeiros;
- Custos de mudança;
- Acesso aos canais de distribuição



## Poder de negociação dos fornecedores

- Número elevado de fornecedores;
- Poder de negociação reduzido.



## Poder de negociação dos clientes

- Número elevado de concorrentes;
- Poder de negociação elevado.



## Ameaça de produtos substitutos

- Alta procura por flores naturais e arranjos específicos;
- Ameaça de produtos substitutos reduzida.



## Rivalidade entre os concorrentes

- Falta de diferenciação dos produtos;
- Intensa rivalidade entre os concorrentes.

# Análise SWOT

	<b>Positivos</b>	<b>Negativos</b>
<b>Fatores Internos</b>	<p><i>Forças</i></p> <p><u>Recursos:</u> Reputação, Parcerias, Entregas</p> <p><u>Capacidades:</u> Produtos personalizados</p> <p><u>Competências:</u> Inovação e criatividade, Arranjos com flores preservadas</p>	<p><i>Fraquezas</i></p> <p><u>Recursos:</u> Falta de espaço físico</p> <p><u>Capacidades:</u> Desperdício de flores</p> <p><u>Competências:</u> Marketing ineficaz</p>
<b>Fatores Externos</b>	<p><i>Oportunidades</i></p> <p><u>Ambiente Geral:</u> Economia estável, Sazonalidade</p> <p><u>Indústria:</u> Poder dos clientes e fornecedores</p> <p><u>Concorrentes:</u> Fleur de Paris, Fleurs à Lisbonne</p>	<p><i>Ameaças</i></p> <p><u>Ambiente Geral:</u> Inflação elevada, Sazonalidade</p> <p><u>Indústria:</u> Alta concorrência, Facilidade na imitação do negócio</p> <p><u>Concorrentes:</u> Home Flora, Flores no Cais</p>

Tabela 1- Análise SWOT

# Síntese

**Questão Estratégica:** Dada a sua situação, como a Fleur de Bella deve resolver o problema da falta de espaço para armazenamento das flores, especialmente durante os períodos de maior procura, com o objetivo de aumentar as suas vendas e expandir o negócio?

## *Opções/Hipóteses*

- Abrir uma loja na Baixa-chiado;
- Arrendar um quiosque nos centros comerciais Colombo e UBBO;
- Vender sazonalmente em feiras e eventos.

## *Critério*

Expansão do negócio para um espaço físico.

## *Opção Escolhida*

Abrir a loja na Baixa-chiado.

# Síntese

## *Prós*

- Aumento da visibilidade
- Expansão do público-alvo
- Experiência do cliente aprimorada
- Diversificação dos canais de venda
- Promoção da marca
- Aumento da quota de mercado
- Redução da taxa de desemprego

## *Contras*

- Investimento Inicial elevado;
- Altos Custos de Mudança;
- Concorrência Intensa;
- Riscos de mercado.



# Conclusão

## *Recomendações*

- Análise do mercado da Baixa-Chiado;
- Identificação de potenciais consumidores;
- Escolha de uma localização estratégica;
- Estratégia de marketing eficaz.

## *Riscos*

- Baixo Retorno do Investimento;
- Adaptação à cultura local;
- Riscos de localização;
- Altos custos operacionais;
- Gestão de stock e logística;
- Riscos de mercado.

# Implementação

## *Fatores que suportam a implementação*

- Estabilidade Política e legal em Portugal;
- Melhoria da situação económica;
- Localização estratégica na Baixa-chiado;
- A reputação já estabelecida da Fleur de Bella;
- A demanda dos clientes por uma experiência de compra presencial e personalizada.

# Implementação

Dada a complexidade e os riscos associados à transição para uma loja física, decidiu-se implementar essa mudança num horizonte temporal de aproximadamente 5 anos, seguindo a seguinte ordem:

## *1ª Fase:*

- Pesquisa e seleção do local adequado na Baixa-Chiado;
- Avaliação da acessibilidade, visibilidade e custos de aluguel/compras;
- Decisão de arrendar ou comprar o espaço.

## *2ª Fase:*

- Criar um plano de marketing;
- Estrutura Organizacional;
- Desenvolvimento Operacional.

# Questões Éticas

Na Fleur de Bella, questões éticas são prioritárias e fundamentais. No entanto, esta compromete-se a:

1

Operar com  
honestidade

2

Respeitar os direitos  
e interesses dos  
consumidores

3

Cumprir  
rigorosamente as leis  
e regulamentos da  
concorrência

4

Respeitar os direitos  
e interesses dos  
funcionários

5

Assumir a  
responsabilidade  
social



Obrigada!

@fleurdebella.flower

