

ENTREVISTA DA SEMANA

Flor por assinatura e expansão da rede de lojas físicas são apostas da Giuliana

Assinatura de flores é o novo negócio da Giuliana Flores, empresa de São Caetano que se consolidou como uma das principais floricultoras on-line do Brasil. O empresário Clóvis Souza, fundador da marca, teve a ideia de criar o serviço, assim como se faz com jornais e revistas, depois de notar que as pessoas estão comprando flores para si próprias e não apenas para presentear. "Tem até em supermercado", atestou. Além disso, ele planeja expandir a rede de lojas físicas em 2024. "Serão mais 10, ou mais 12", anunciou.

Política 6

entrevista da semana

Clóvis Souza, fundador da Giuliana Flores

'A flor quebrou paradigma no Brasil'

JAQUE CORREIA Especial para o Diário

Clóvis Souza é fundador da Giuliana Flores, empresa que começou em 1990 na cidade de São Caetano e inovou no segmento com a entrada no e-commerce em 2000. Ele acredita que para o empreendedor é necessária a constante renovação, seja em seus produtos ou tecnologias.



RAIO X

Nome: Clóvis José Clóvis Souza Estado civil: Divorciado Idade: 53 anos Local de nascimento: Duartina (SP) Hobby: Ir à praia Local preferido: Sua casa Livro que recomenda: Pai Rico, Papai Din, de Robert Kiyosaki e Sharon L. Carter Personalidade que admira: Abílio Diniz Profissão: Empreendedor Onde trabalha: Giuliana Flores

Um empresário que trabalha desde os 10 anos de idade, e hoje é dono de, segundo ele, uma das maiores floriculturas do Brasil.

A primeira floricultura foi fundada em 1990. De onde surgiu a ideia de abrir uma loja deste segmento?

Primeiro que eu não decidi, as coisas aconteceram na minha vida. Eu trabalhei com flor desde os 10 anos de idade, morava em cima de uma floricultura, estudava de manhã e à tarde ficava na rua brincando. Minha mãe e meu padrasto trabalhavam, ficavam preocupados comigo por estar na rua. Até que um dia minha mãe desceu e perguntou para a dona da floricultura se ela não podia me arrumar um emprego, e assim começou a minha história com a flor. Comecei a trabalhar lá aos 10 anos de idade, e com 10, 11, 12, 13, 14 anos, fui aprendendo a profissão. Com 15 anos, já era um profissional da área, e continuei trabalhando na floricultura. Para mim era muito diferente. Imagina eu, com 14 anos, montando um arranjo, e alguém vem e compra aquela arte? Porque não devia de ser uma arte. Eu sempre trabalhei naquilo por paixão. Aos 17 e 18 anos, eu saí dessa loja e fui trabalhar em três floriculturas, então eu trabalhava no segundo-feira em uma, na terça em outra, na quarta na outra, e depois voltava na semana seguinte e fazia as mesmas coisas. Certo dia, estava de folga, fui na casa de um amigo meu, que falou: "Eu preciso te colocar uma placa de Aluguel, você vai comigo?". Foi com ele. Nisto, fiquei olhando um monte de carro passar, porque era uma avenida, onde passavam muitos carros. Era uma mão só e aí eu falei: "Caramba, acho que aqui dá para montar uma floricultura", e foi exatamente assim. Por isso que eu falei, não é "Ah, você sonhou em ser um dono de floricultura". Eu não imaginava isso que aconteceu na minha vida. Então, com a minha experiência de trabalhar em outras floriculturas, quando eu montei a minha, vim com muitas ideias.



"Imagina eu com 14 anos montando um arranjo, e alguém vem e compra aquela arte?"

fui montar a loja, tinha 19 anos, a gente não tinha muito dinheiro. Eu ia montar com um amigo meu, mas não deu certo. Então acabei chegando na casa da minha namorada à noite, e estava muito triste, a mãe dela perguntou sobre e expliquei toda a situação. Só que ela virou para mim e simplesmente falou assim: "Ah, se você quiser uma sócia, eu só não vou poder trabalhar, mas eu ponho a Giuliana para trabalhar com você". Nisto eu fui abrir a empresa, e o contador perguntou: "Qual vai ser o nome da loja?". Pensei em tudo, menos no nome. Eu achava diferente e bonito o nome da minha namorada, porque é de família italiana, não era Juliana, era Giuliana, e assim respondi: "Pode ser Giuliana". Foi dessa forma que aconteceu.

Não pensava, na verdade eu estava muito feliz em São Caetano, por isso que investi nos catálogos, para chamar o público de mais longe. Só que com a vinda da internet, a vida do e-commerce dentro da Giuliana Flores é que foi a mudança.

O e-commerce da empresa surgiu nos anos 2000. Como foi essa adaptação para as vendas pela internet? Nesses 10 anos de empresa da época, eu tinha que estar me separando o tempo todo, então eu fazia panfletagem na rua com um catálogo de algumas fotos de arranjos. Eu andava pelos prédios, dava panfletos para amigos de pedreira, pizzarias. Então no ano de 2000, quando eu me separei com um catálogo virtual, eu vi a oportunidade de apresentar mais produtos para os nossos clientes. E eu voltei para a gráfica e comecei a entregar o panfletinho de novo, só que explicando: "quando você quiser comprar flor, acesse lá www.giulianaflores.com, vai ter um monte de produto, você me liga e eu te falo qual o produto que você quer".

Durante a época da pandemia, a empresa se engajou ainda mais nas vendas on-line?

Vai fazer 24 anos que nós somos um e-commerce. Na pandemia crescemos 144% no ano de 2020, foi o recorde de tudo aqui dentro. Recorde de venda, de faturamento, de reclamação, de problema, tudo. Mas a empresa sempre esteve muito bem estruturada nessa situação. Vendíamos um número X de pedidos, então começamos a vender quase duas vezes a mais? Exemplos, no nosso negócio tenho um pedido de 6.000 metros quadrados, que não utilizo no dia a dia, utilizo um terço disso, mas quando chega a demanda sazonal, uso o preço inteiro e ainda falta espaço. Foi como se tivéssemos diariamente uma demanda sazonal. Um Dia das Mães, um Dia dos Namorados, é exatamente o que aconteceu na pandemia, que não tivemos, super cansativo. Trabalhava

das seis da manhã às oito da noite. Todos os dias a gente foi aprendendo, o tempo todo tinha problema, e fomos nos adaptando.

Como a marca lida com vendas fora da sazonalidade? O nosso produto é a nossa recompra. Em 14 meses, o nosso cliente chega a comprar de quatro a cinco vezes, porque ele tem que dar de Dia da Mãe, Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia da Avó, Dia da Secretária. Tenho algumas datas que trabalhamos e fomentamos, sem contar as datas pessoais, como aniversário de casamento, aniversário da filha. Então, nesse produto pede essa recompra e, quando você faz um trabalho bem feito, o cliente volta. Então imagina, você foi lá e comprou uma flor para dar para a sua mãe. Você comprou, pagou, deu tudo certinho, chegou na hora que você queria, e pronto. Quando você for comprar uma flor de novo, você não vai pensar no meu concorrente por causa



"Vai fazer 24 anos que nós somos um e-commerce, na pandemia crescemos 144% em 2020"

de RS 10 a mais ou a menos. Tanto que no ano seguinte à pandemia, em 2021, a gente cresceu 10% em cima dos 144% e, para nós, foi um sucesso porque aproveitamos bem os nossos clientes.

Na visão do sr., o que a Giuliana Flores tem de diferente dos concorrentes?

Somos muito comprometidos, temos tecnologias diferenciadas, temos logística diferenciada e hoje nós somos um marketplace. Eu faço que temos muita diferenciação entre as nossas concorrentes, e procuramos cada vez mais ser muito diferente mesmo.

Apesar de longo tempo, como a empresa se mantém atualizada sobre tendências e preferências para atrair novos consumidores?

Sempre falo que o empreendedor não tem conforto, ele tem que estar inovando o tempo todo. Seja em produto, em tecnologia, em tudo o que está acontecendo no mundo. Então tem que estar atento ao tempo todo, tem que estar se renovando. Tem que estar fazendo coisas novas, porque senão a pessoa não se sustenta.

Como o sr. vê a importância do mercado de flores?

A flor quebrou um paradigma no Brasil. Na Argentina, vendem-se muito mais flores que a gente. Na América Latina, são muito mais fortes que no próprio Brasil, mas é uma conta cultural. Falo que aqui no Brasil ainda estamos engatinhando mediante outros países. Fazendo que a flor na vida das pessoas é extremamente importante, ela traz felicidade, traz paz, traz um pedido de desculpa, um pedido de felicidade... Então a flor é vida, a flor é importante ter. E isso vem acontecendo no Brasil, essa quebra de paradigma vem acontecendo. As pessoas compram flores para elas também, têm até em supermercado. Você não vai ao supermercado comprar flor, mas você comprou uma flor porque você gosta, quer deixar na

SUA CASA.

Como as mudanças climáticas que o mundo vem enfrentando, como a empresa dribla os impactos que podem atingir as produções?

Para nós ainda não chegou nenhuma negativa, só tem as variações, mas porque sempre teve. No passado estava tudo certinho, tinha o verão certinho, tinha inverno certinho, hoje não é assim, então automaticamente a flor sofre com isso. Nasceu no verão, que nasceu só no inverno, e vice-versa. Por isso que se planta em vários lugares do Brasil, justamente por conta disso. Porque o Nordeste, por exemplo, que é grande produtor de rosa, porque o solo é diferente, a temperatura é diferente. Acho que os produtores devem estar se mexendo em prol disso, mas não falta nenhuma flor ainda no mercado.

Neste ano a Giuliana Flores tem alguma meta a ser batida? Os consumidores terão mais opções?

Temos dois canais que estamos trabalhando fortemente: a flor por assinatura. Como as pessoas estão comprando flores para elas mesmas, acho a melhor coisa ter um clube de assinatura. Esse nasceu em outubro e está sendo um sucesso dentro dos nossos negócios. É um projeto em que estamos apostando todas as nossas fichas, mas isso é para longo prazo, uma coisa que vai acontecer. E também temos projetado as nossas lojas físicas. Então não estamos pretendendo montar de 10 a 12 lojas. Serão mais 10, ou mais 12 lojas, é misto que nós estamos fazendo.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Diário do Grande ABC

Seção: Política **Página:** 6