

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Faculdade de Ciências Econômicas - FACE
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

Ana Luisa Liberato Rodrigues

PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UM ATELIÊ DE ARTE TEXTIL:
nalú ateliê

Belo Horizonte
2025

Ana Luisa Liberato Rodrigues

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UM ATELIÊ DE ARTE TEXTIL:
nalú ateliê**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de Ciências
Econômicas da Universidade Federal de
Minas Gerais, como requisito para o grau
de especialista em Gestão Estratégica de
Negócios.

Orientador: Prof. Ricardo Augusto Oliveira
Santos

Belo Horizonte
2025

Ficha catalográfica

R696p
2025

Rodrigues, Ana Luisa Liberato.

Plano de negócio para abertura de um ateliê de arte textil
[manuscrito]: Nalú Ateliê / Ana Luisa Liberato Rodrigues. – 2025.
1 v.: il.

Orientador: Ricardo Augusto Oliveira Santos.

Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas
Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.
Inclui bibliografia.

1. Administração. 2. Negócios. I. Santos, Ricardo Augusto
Oliveira. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-
Graduação e Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658

Elaborado por Fabiana Santos - CRB-6/2530
Biblioteca da FACE/UFMG. – FS 048/2025



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO da Senhora **ANA LUISA LIBERATO RODRIGUES**, matrícula nº **2023673318**. No dia 04/04/2025 às 14:00 horas, reuniu-se em sala virtual, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UM ATELIÊ DE ARTE TÊXTIL: NALÚ ATELIÊ**", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Prof. Dr. Ricardo Augusto Oliveira Santos, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra à aluna para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguida das respostas da aluna. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da aluna e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

(X) APROVADO

() NÃO APROVADO

75 pontos (setenta e cinco pontos) trabalhos com nota maior ou igual a 60 serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente à aluna pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 04/04/2025.

Documento assinado digitalmente



RICARDO AUGUSTO OLIVEIRA SANTOS
Data: 23/05/2025 13:17:03-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. Dr. Ricardo Augusto Oliveira Santos _____
(Orientador - professor convidado CEGE/UFMG)

Dra. Simone Evangelista Fonseca _____
(UFOP)

Simone E. Fonseca

RESUMO

O estudo apresentado a seguir objetivou estruturar um ateliê de arte têxtil voltado para decoração de interiores e presentes, utilizando a metodologia de plano de negócio recomendada pelo SEBRAE. Durante essa análise espera-se validar a viabilidade econômica do empreendimento, que apresenta restrições orçamentárias e de infraestrutura. Para isso foram analisados o setor e o contexto da empresa, buscando recomendar a melhor estrutura para maximizar o rendimento após o início das operações. O plano de negócio apresentado incluiu uma análise do mercado, propostas estratégias para otimizar a utilização dos recursos disponíveis, gestão financeira, marketing e logística, visando garantir a sustentabilidade do ateliê a longo prazo. Com essas recomendações, o estudo buscou fornecer uma base sólida para a tomada de decisões estratégicas, permitindo que o ateliê de arte têxtil se estabeleça como um negócio viável e competitivo no mercado de decoração e presentes.

Palavras-chave: artesanato; decoração; arte têxtil.

ABSTRACT

The study presented below aimed to structure a textile art studio focused on interior decoration and gifts, using the business plan methodology recommended by SEBRAE. During this analysis, the aim is to validate the economic viability of the enterprise, which has budgetary and infrastructure restrictions. To this end, the sector and the context of the company were analyzed, seeking to recommend the best structure to maximize income after the start of operations. The business plan presented included a market analysis, proposed strategies to optimize the use of available resources, financial management, marketing and logistics, aiming to ensure the sustainability of the studio in the long term. With these recommendations, the study sought to provide a solid basis for strategic decision-making, allowing the textile art studio to establish itself as a viable and competitive business in the decoration and gifts market.

Keywords: crafts; decoration; textile art.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
1.1 Contexto	9
1.2 Problema	10
1.3 Objetivos	12
1.4 Estrutura de Trabalho	12
2. REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Artesanato como expressão artística	12
2.2 Microempreendedor Individual – MEI	13
3. METODOLOGIA	14
3.1 Pesquisa de mercado	15
4. PLANO DE NEGÓCIO	16
4.1 Sumário Executivo	16
4.1.1 Dados dos empreendedores e atribuições;	17
4.1.2 Dados do empreendimento;	17
4.1.3 Missão da empresa;	18
4.1.4 Setores de atividades;	18
4.1.5 Forma jurídica e Enquadramento Tributário;	18
4.1.6 Capital social e Fonte de Recursos;	18
4.2 ANÁLISE DE MERCADO	20
4.2.1 Estudo dos Clientes	20
4.2.2 Persona e Público-alvo	21
4.2.3 Estudo dos Concorrentes	22
4.2.4 Estudo dos Fornecedores	23
4.3 PLANO DE MARKETING	24
4.3.1 Definição de produtos e serviços	24
4.3.2 Estrutura de comercialização	27
4.3.3 Localização do negócio	28

4.4 PLANO OPERACIONAL	28
4.4.1 Abertura da empresa.....	28
4.4.2 Estrutura Organizacional.....	29
4.4.3 Capacidade produtiva / comercial / serviços.....	29
4.5 PLANO FINANCEIRO	30
4.5.1 Estimativa dos investimentos fixos	31
4.5.2 Capital de Giro	32
4.5.3 Investimento Total.....	32
4.5.4 Indicadores de viabilidade	32
5. ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A E CONCLUSÃO	35
5.1 Análise da Matriz F.O.F.A.....	35
5.1 Conclusão	36
REFERÊNCIA	38

1. INTRODUÇÃO

1.1 Contexto

O plano de negócio que será apresentado a seguir tem como foco estruturar a operação e plano de investimentos necessários para viabilizar, no contexto comercial e financeiro, um ateliê de arte têxtil visando vender peças artesanais fabricadas em tecido com finalidade decorativa. Assim tem-se como foco os potenciais mercadológicos de se comercializar quadros decorativos, ilustrados através de bordado livre em escala local e personalizada. Desta maneira a pesquisa que se segue procura consolidar a ideia de que há lugar para peças artesanais, construídas sobre os pilares de conhecimento de quem os fabrica, ainda que de maneira manual.

Para que seja viável entender o contexto do negócio proposto e sua viabilidade econômica, primeiramente o relatório se propõe a analisar o contexto do artesanato no Brasil e seu papel econômico/social.

De acordo com o dicionário Oxford Languages a palavra “Arte” se refere à “produção consciente de obras, formas ou objetos voltados para a concretização de um ideal de beleza e harmonia ou para a expressão da subjetividade humana”. Ainda de acordo com o mesmo dicionário, a palavra “Artesanato” é a “arte e técnica do trabalho manual não industrializado, realizado por artesão, e que escapa à produção em série; tem finalidade a um tempo utilitária e artística”.

Se aprofundando ainda na definição de artesanato, a UNESCO (1997) define o termo com um olhar sobre seu contexto e suas ferramentas, conforme:

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente a mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com uso de matérias-primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas,

criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social (UNESCO, 1997, p. 06)

Segundo Santana (2020) “o artesanato é transmissão de representações culturais, simbólicas e sociais para um objeto, que pode ser tudo, menos inerte. Adquire um valor sentimental para além do seu valor venal”. Para a autora e artesã responsável pela produção do ateliê, o trabalho manual carrega a energia e o cuidado que são empregados durante a sua confecção e esse cuidado transborda a peça e pode ser percebido por quem aprecia a arte, mesmo tendo ou não vivido o momento que está representado ali.

Partindo deste contexto figura-se a oportunidade de estruturar a comercialização de quadros artesanais. Espera-se por meio das análises que se seguirão, trazer a visão da estrutura necessária para abertura da empresa que será mais bem definida ao longo dos próximos tópicos.

1.2 Problema

Segundo SANTANA (2020) o artesanato se desenvolveu como política de incentivo econômico para classes sociais com menor acesso ao mercado de trabalho, como consequência do rápido desenvolvimento da indústria mundial. Naquele momento a padronização e a larga escala de produção eram os novos pilares dos meios de produção que apresentavam crescimento econômico, e por tanto, tornavam menos relevante que um único indivíduo detivesse o conhecimento necessário para produzir produtos por completo.

Porém após a redemocratização brasileira, o apelo pelo reconhecimento nacional e cultural do país retoma com a discussão sobre os saberes intrínsecos dos povos que compõe essa população e desencadeia uma valorização de itens de artesanato e artes locais com cunho cultural.

Após diversas políticas de incentivos, criações de leis de proteção à bens imateriais e afins, temos um cenário latente e rico de métodos de produção exclusivos de diferentes povos, regiões e/ou materiais. De acordo o Instituto Brasileiro de Geografia

e Estatística (IBGE), em pesquisa citada no livro Artesanato Brasil (FAVILLA; BARRETO; REZENDE, 2016), 67% dos municípios brasileiros apresentam alguma vertente do artesanato em sua economia local.

Visando desenvolver e ampliar o rendimento dessas atividades, é lançado em 2016 o plano setorial de artesanato (SANTANA, 2020), que, entre os seis objetivos apontados para a primeira década de vigência, apresenta o eixo de “estimular o uso de inovações tecnológicas e de técnicas de sustentabilidade ambiental na produção do artesanato brasileiro”.

Porém, ainda de acordo com os dados divulgado pelo IBGE (2024), através das estatísticas dos cadastros de microempreendedores individuais, a taxa de sobrevivências das empresas no 3º ano de funcionamento é de 79,9% em média. Ao olhar especificamente para o setor de comércio, essa taxa cai um pouco, chegando à 79,5% de empresas ainda em operação no 3º ano de vida.

Em outras palavras, podemos dizer que 20% das microempresas abertas no Brasil, chegam à falência e/ou encerram suas atividades antes mesmo de completar 3 anos de operação. Ainda de acordo com a mesma pesquisa do IBGE, em 2022, entre as empresas cadastradas como MEI, 86% daquelas que atuavam com comércio varejista (excluindo bebidas, vestuários e acessórios) eram chefiadas por pessoas sem experiência prévia no setor.

Com base nesses dados infere-se que um grande desafio do micro e pequeno empreendedor brasileiro é entender e estruturar a empresa que será aberta, de forma a garantir o investimento necessário e sua alocação correta. Partindo deste cenário, neste trabalho pretende-se desenvolver um plano de negócios estruturado e capaz de realizar uma análise de rentabilidade para um negócio de pequeno porte e atuação local em Belo Horizonte – MG.

Espera-se analisar o mercado e estruturar o negócio com investimento inicial mínimo, que seja capaz de se sustentar e crescer sem a necessidade de novos aportes financeiros externos.

1.3 Objetivos

O relatório que será desenvolvido a partir daqui, tem por objetivo apresentar e estruturar o plano de negócio citado anteriormente, a fim de tornar possível avaliar a viabilidade econômica do empreendimento. Desta maneira espera-se:

- Analisar o nicho de mercado;
- Identificar pontos fortes e oportunidades no mercado proposto;
- Descrever a persona e o público-alvo;
- Desenvolver o plano de negócio;
- Analisar a viabilidade financeira do projeto descrito;

1.4 Estrutura de Trabalho

Com o objetivo de elucidar os tópicos apresentados anteriormente, o relatório será estruturado em 5 capítulos diferentes. O primeiro, apresentado no início desta seção, tem por objetivo definir o conceito do empreendimento proposto neste plano de negócio, bem como o contexto ao qual a nova empresa estará inserida quando aberta.

No capítulo 2 será detalhado conceitos importantes para o entendimento da proposta de forma a basear a apresentação do produto idealizado. A partir do 3º e 4º capítulo detalha-se a estrutura da empresa, sua construção e investimentos necessários, sempre se pautando nas orientações da metodologia indicada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), através da cartilha de ROSA (2013).

Por fim, no quinto e último capítulo, apresenta-se a conclusão sobre a viabilidade deste negócio e suas recomendações.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Artesanato como expressão artística

O artesanato, em suas diferentes formas, apresenta uma influência muito significativa do espaço e cultura onde suas técnicas são executadas. Por muitas vezes, a mesma

técnica em povos diferentes resulta em produtos com nuances exclusivas, diferenciando cada peça e produzindo artigos únicos (FAVILLA; BARRETO; REZENDE, 2016).

O bordado livre é uma técnica artesanal de adorno em tecidos, usada para decoração de artigos domésticos, enfeites, roupas, entre outros. Um exemplo da tradição dessa técnica é a Casa Meyer.

Definida como uma casa de bordados, a Casa Meyer funcionou entre os anos de 1903 e 1997. Após ter suas operações encerradas, a casa virou objeto de resgate de um projeto social em Blumenau - SC que tem por objetivo resgatar o conhecimento perdido no tempo das artesãs que faziam parte da casa e restabelecer o valor dessa arte local. (FAVILLA; BARRETO; REZENDE, 2016).

São essas nuances que, carregadas ao desenho executado no tecido, agregam valor às peças confeccionadas e imprimem nela um significado maior ao comparado com simples fotos digitais ou estamparias mecânicas impressas em tecido.

2.2 Microempreendedor Individual – MEI

Criada pela Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, a nomenclatura de microempreendedor individual entra no cenário tributário brasileiro com o intuito de viabilizar que um trabalhador informal possa ser regularizado. Com essa legalização, os chamados MEI passam a gozar de benefícios da previdência social e contribuir com impostos e com o mercado formal uma vez que passam a emitir notas fiscais e declarar seus recebimentos (GRETZ, GALINDO e PADUA, 2018).

Ainda de acordo com a lei, para se enquadrar nesses requisitos, o empreendedor precisa garantir uma receita anual de até R\$81.000,00 (oitenta e um mil reais), não participar de nenhuma outra empresa, trabalhar sozinho ou ter apenas um funcionário e não possuir filial.

Através desse cadastro o empreendedor passa a contar com:

- CNPJ e inscrição estadual;

- Benefícios previdenciários;
- Dispensa da escrituração fiscal e contábil;
- Possibilidade de emissão de notas fiscais;
- Possibilidade de contratação de até 1 funcionário legalmente;
- Maior acessibilidade à serviços financeiros;
- Entre outras vantagens;

A formalização como MEI também acarreta algumas obrigações, como as apresentadas por GRETZ, GALINDO e PADUA (2018), na cartilha de orientação do SEBRAE-BA. São elas:

- Pagamento de contribuição única até o 20º dia de cada mês;
- Realizar a declaração anual de rendimento (DASN-Simei);

Esse processo garante o enquadramento e a regularização da atividade conforme descrito neste tópico. Por fim, vale ressaltar que apenas algumas atividades listadas pelo governo se enquadram dentro dessa possibilidade de regulamentação. Essa listagem pode ser consultada no Anexo XI da Resolução CGSN Nº 140, de 2018.

Vale também destacar que, por meio do convênio ICM 32/75, do Conselho Nacional de Política Fazendária (CONFAZ), a comercialização de artesanatos locais de qualquer técnica é isenta da cobrança de impostos estaduais e municipais.

3. METODOLOGIA

Há disponível na bibliografia diversas fontes reconhecidas por orientar a abertura de negócios diversos. Neste trabalho foi adotada a diretriz de seguir a metodologia sugerida pelo SEBRAE por entender que o órgão, por ter atuação específica para o público empreendedor brasileiro, possui total competência para definir melhores práticas para o setor. Desta maneira, a estrutura apresentada foi baseada nas orientações divulgadas através da cartilha “Como elaborar um plano de negócios” de autoria de ROSA, 2013.

Para ROSA (2013):

“Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.”

Desta maneira, podemos dizer que o plano de negócios é uma ferramenta crucial para orientar micro e pequenos empreendedores a reduzir seus riscos e avaliar, nas mais diferentes frentes, a estrutura necessária para suporte da operação ao qual ele se propõe. E por esse motivo será utilizada essa abordagem para o desenvolvimento de todo o relatório a partir deste ponto, onde espera-se abordar os seguintes temas:

- Sumário Executivo;
- Análise de mercado;
- Plano de Marketing;
- Plano Operacional;
- Plano Financeiro;
- Avaliação Estratégica;
- Avaliação do Plano de Negócio (Conclusão);

3.1 Pesquisa de mercado

Para definição dos preços cobrados foi realizada uma pesquisa de mercado, com um grupo de artesãos que produzem produtos semelhantes aos que serão comercializados no ateliê objeto do estudo. Nessa pesquisa, cada integrante do grupo, que conta com 793 artesãos de diferentes tipos de ilustrações, informou a média de valores cobrados por suas produções.

Com base nessa pesquisa foram selecionadas as concorrentes com produtos semelhantes aos propostos para o ateliê e a proprietária do empreendimento optou por operar com valores médios a fim de entrar no mercado sem ter o quesito preço como uma barreira de entrada significativa.

Assim foram definidos os preços que serão apresentados. Essa estratégia poderá ser revista a qualquer momento, na medida em que a cartela de clientes do ateliê for formada e definir realmente uma disposição de compra concreta.

Posteriormente será analisada a viabilidade desses preços, considerando os custos de produção e margem de lucro esperada para cada produto.

4. PLANO DE NEGÓCIO

Inicia-se neste tópico a estruturação da proposta de planejamento, para que o ateliê, objeto do presente estudo, seja capaz de cumprir e atender a demanda do nicho de mercado descrito anteriormente.

4.1 Sumário Executivo

Com o crescimento das tecnologias e popularização de artigos de decoração produzidos em larga escala, peças manuais e exclusivas, com significado emocional ganham cada vez mais destaque e interesse no mercado de design de interiores (CAMPESTRINI; FONTANA; MORGENSTERN; ZAMBERLAN, 2017). Assim surgiu a possibilidade de negócio que é estudada neste trabalho.

O negócio proposto trata-se da produção de quadros decorativos, personalizados para decoração de interiores com temáticas diversas. Os quadros serão produzidos em bastidores de madeira e tecido bordado a mão.

A tabela 1, apresentada abaixo, traz um resumo dos indicadores que serão apresentados ao longo do trabalho aqui desenvolvido. Nela pode-se identificar um alta taxa de rentabilidade e um rápido retorno de investimento. Itens que serão apresentados no fim das análises de estruturação do ateliê.

Tabela 1 - Indicadores de Viabilidade

Indicadores de Viabilidade	Valor
Lucratividade	44%
Rentabilidade	86%
Prazo de retorno do investimento	1,17
Ponto de Equilíbrio (PE)	R\$ 19.590,70

Fonte: adaptado de Rosa (2013, p. 21)

4.1.1 Dados dos empreendedores e atribuições;

O quadro societário da empresa será composto apenas pela sua fundadora e artesã, conforme dados abaixo:

Tabela 2 - Quadro Societário

Sócio 1
Nome: Ana Luisa XXXXX XXXXX
Endereço: Rua XXXXXXXXX
Cidade: Belo Horizonte - MG
Telefone: (31) 9XXXX-XXXX

Fonte: adaptado de Rosa (2013)

4.1.2 Dados do empreendimento;

Para o detalhamento da empresa seria necessário já ter aberto seu CNPJ. Como o presente trabalho trata de uma proposta de empreendimento, esses dados ainda não estão disponíveis, mas serão abertos conforme enquadramento da atividade no MEI correspondente à atuação no mercado.

Tabela 3 - Dados da empresa

Nome da Empresa: Nalú artesanatos
CNPJ/CPF: XXX.XXX.XXX/0001-XX

Fonte: adaptado de Rosa (2013)

4.1.3 Missão da empresa;

Para ROSA (2013) missão de uma empresa trata-se da sua razão de existência. Tendo isso em vista, o empreendimento define como sua missão eternizar momentos especiais através de tecido e linha.

4.1.4 Setores de atividades;

Entre as classificações de atividade econômica, o ateliê objeto de estudo nesse relatório se enquadra como comércio. Para ROSA (2013), o comércio designa “empresas que vendem mercadorias diretamente ao consumidor”, no caso estudado, os quadros serão vendidos diretamente aos clientes por meio, majoritariamente, de produtos a pronta entrega.

4.1.5 Forma jurídica e Enquadramento Tributário;

Diante do disposto no capítulo 2.2, o projeto de empresa aqui descrito se enquadra na categoria de Microempreendedor Individual (MEI). Optante pelo Simples Nacional, entende-se que o faturamento da empresa, em seus primeiros anos de operação não será superior a R\$81.000,00 por ano.

Apesar da regulamentação permitir a contratação de um funcionário, nesse primeiro momento também não há a previsão de formação de uma equipe, fato que reforça a estimativa de um faturamento dentro dos limites permitidos para essa modalidade.

4.1.6 Capital social e Fonte de Recursos;

A totalidade do investimento necessário para o início das operações será realizada pela proprietária do ateliê. Sendo sua fonte de recursos exclusivamente própria, não derivando de nenhum tipo de empréstimo ou outras aplicações que tenham acréscimo de juros ou afins. Para iniciar o , será feito o aporte de reais escalonado durante o primeiro ano de operação, conforme volume de vendas realizado.

4.1.7 Definição da Logo e Marca

Ao se propor comercializar quadros feitos sob o olhar de uma artesã específica, o plano de negócio entende como necessário adotar uma identidade visual que transmita a dualidade da artista responsável pelas obras e ao mesmo tempo que seja familiar ao grande público.

Tendo esses conceitos em mente, se propõe a logo mostrada na figura 1 deste trabalho. Sua construção se dá através dos elementos descritos abaixo:

- a. Ampulheta deitada em linha contínua: O símbolo de destaque da logo que se propõe é uma ampulheta em posição horizontal. Essa escolha se deve à referência de ser um Hobbie da artista, ou uma atividade de tempo livre.

Além disso, a posição horizontal trás semelhanças dá forma ao símbolo de infinito, fazendo referência a ideia de eternizar momento em retratos bordados.

Por fim, o desenho ser construído em linha contínua faz referência ao fio da meada de bordado, ou seja, à linha contínua usada no bordado.

- b. Nome do Ateliê: O nome proposto é uma construção juntando partes do nome da artista, uma composição entre o final do primeiro nome e o início do segundo, portanto “naLu”.
- c. Menção ao setor de atuação: Como forma de diferenciação dos demais ateliês de artesanato e de arte, entende-se ser necessária a definição do setor de atuação logo na apresentação da marca, por isso a menção sobre “Arte Têxtil”
- d. Cor neutra e variável: A logo principal se apresenta em preto, para que mantenha a ideia de neutralidade e possa ser reapresentada em outras cores sem causar estranheza. Essa necessidade de mudança de cor garante a possibilidade de adaptar a imagem conforme a construção de cada coleção criada.

Dada todas as características descritas, chega-se à proposta abaixo:

Figura 1 - Logo da empresa



Fonte: Elaborada pela autora, 2024

4.2 ANÁLISE DE MERCADO

4.2.1 Estudo dos Clientes

Para ROSA (2013) clientes não realizam compras apenas na busca de produtos específicos, mas sim na aquisição de soluções para problemas. Desta maneira, conhecer seu cliente e o problema que a empresa se propõe a solucionar é um passo importante para a consolidação de um comércio.

Buscando entender qual o público principal desse tipo de mercado, foram divulgados na internet, através do perfil de Instagram @meubordado.bh alguns produtos testes. Por meio dos indicadores dessa página foram identificados que o público com maior interação é composto por 70% de mulheres, sendo 57% delas na faixa de 25 a 44 anos. As interações mostraram que essas pessoas estavam buscando soluções de decoração e presente, que demonstrasse carinho para seus presenteados.

Desta maneira, entende-se que o plano de empreendimento aqui descrito se propõe a oferecer uma opção de presente ou decoração afetiva, que apesar de ter sua funcionalidade comparada com produtos mais simples, terá seu valor afetivo como um diferencial mercadológico.

4.2.2 Persona e Público-alvo

Em decorrência dos fatos apresentados acima o público-alvo da empresa passa a ser mulheres, em busca de presentes especiais, com valor sentimental, para os mais diversos eventos (casamento, nascimento, aniversários, feriados e afins).

Tendo em vista esta descrição as personas definidas são:

Persona 1: Maria, a Amante de Arte e Decoração

- Idade: 38 anos
- Profissão: Arquitetura ou Design de Interiores
- Renda: Classe média ou classe média alta
- Localização: Grandes centros urbanos
- Objetivos: Buscar peças exclusivas e sofisticadas para seus projetos de decoração ou para sua própria casa. Maria gosta de ter ambientes que transmitam personalidade e estilo e procura por itens que tragam aconchego e sofisticação, com um toque de arte manual.
- Desafios: Encontrar peças que se destaquem no mercado de decoração, sem perder a qualidade e a exclusividade. Maria prefere comprar de pequenos ateliês ou marcas que ofereçam produtos feitos à mão, com qualidade e história.

Persona 2: Fernanda, a Mãe que Busca Presentes Personalizados

- Idade: 45 anos
- Profissão: Empresária ou Funcionária Pública
- Renda: Classe média
- Localização: Subúrbios ou cidades de médio porte
- Objetivos: Encontrar presentes únicos para aniversários, casamentos ou datas especiais, especialmente para familiares e amigos. Fernanda busca itens que transmitam carinho e personalização, e que ao mesmo tempo sejam práticos para o dia a dia.

- Desafios: Tem pouco tempo para procurar presentes e precisa de algo que se encaixe bem em diferentes ocasiões, sem ser genérico. Prefere peças que transmitam afeto e significados especiais, como quadros decorativos com bordado que podem ser personalizados para aniversários, datas comemorativas ou momentos especiais da vida.

4.2.3 Estudo dos Concorrentes

A observação do mercado de ilustração têxtil para decoração demonstrou que há basicamente três vertentes de atuação com ampla divulgação e engajamento no Brasil. São eles:

1. Confecção de quadros personalizados sob encomenda: Muito comum serem adquiridos como presentes para gestantes e casais recém-casados, nesse mercado vemos uma predominância de bordados com desenhos simples e/ou ilustrações infantis para uso como porta maternidade e porta aliança.
2. Confecção de quadros em técnica realista para encomendas: Vertente muito forte para quadros ilustrando pets, essa linha de atuação já apresenta algumas pessoas atuando em realismo humano, mas ainda demonstra ser um mercado novo e com maiores barreiras de entrada, uma vez que a técnica não é amplamente difundida.
3. Obras de arte para exposição: Mercado particularmente novo no Brasil, mas que já possui alguns artistas na Europa, a confecção de quadros em formato de coleção para divulgação em galerias de arte tem ganhado força e atuado na valorização do bordado livre também para outros setores.

Tendo em vista essas áreas de atuação, o presente estudo optou por analisar de forma mais profunda os tópicos abordados.

Considerando restrições de recurso que serão mais bem exploradas no decorrer desse trabalho, o quadro societário opta por se posicionar junto a vertentes do

mercado com maior rentabilidade por peça, em uma tentativa de alavancar a receita da empresa em questão.

Sendo assim, na tabela 4 foi realizado um estudo de dois expoentes no mercado, em seus respectivos nichos.

Tabela 4 - Análise dos Concorrentes

Ateliê	Qualidade	Preço	Localização	Atendimento	Garantias
Nalú Ateliê (proposta desse relatório)	Padrão mediano, ateliê em início de produção com seleção precisa de materiais porém sem fidelização de fornecedores, o que pode trazer uma despadronização para as peças entregues.	Entre R\$120 e R\$2.300	Belo Horizonte (Entrega para todo o Brasil)	Online	Em definição.
Larissa Honorato @ilustraralii	Padrão mediano, ateliê apenas com entregas digitais, o que não garante a qualidade final do produto uma vez que a impressão física e uso da arte ficam sob responsabilidade do cliente.	Entre R\$80 e R\$250	São Paulo (Entrega para todo o Brasil)	Online	Entrega digital, podendo ter até 3 alterações sob demanda do cliente.
Aline Roesler @aline.roesler	Alto padrão de qualidade, referência em bordado realista de pessoas e paisagens.	Apartir de R\$2.300	Curitiba (Entrega para todo o Brasil)	Online	Artista referência na área, porém após aprovação do projeto não há possibilidade de novas alterações.

Fonte: adaptado de Rosa (2013)

4.2.4 Estudo dos Fornecedores

Para ROSA (2013) é importante manter sempre um controle de fornecedores atualizado, de forma a dar suporte na escolha dos fornecedores de cada item durante todo o período de operações da empresa. Para isso, foi pesquisado 3 tipos de fornecedores de cada um dos materiais necessários à operação do ateliê. Os fornecedores selecionados respeitaram a lógica a seguir:

- Fornecedor online, com visão de menor custo.
- Fornecedor de referência na localidade do empreendimento, para que fosse possível ter a possibilidade de adquirir itens com prazo de entrega curto.
- Fornecedor local, produção pequena, como garantia de procedência dos insumos.

A partir dessa análise foi montada a tabela 5, com as principais informações de cada fornecedor, para cada insumo. Nela, o conceito de preço demonstra o custo do material necessário para produção de 1 quadro, já considerando variáveis como lote de compra e outras negociações possíveis.

Tabela 5 - Análise dos Fornecedores

Ordem	Descrição do Item	Fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização
1	Meadas de Bordado	Renda Nova Aviaamentos	R\$ 4,00	Pagamento a vista	1 dia	Belo Horizonte
2		Mercado Livre	R\$ 3,60	Até 12x sem juros	5 dias	Online
3		Lojas Bibelô	R\$ 3,80	Até 3x sem juros	1 dia	Belo Horizonte
4	Algodão Cru	Renda Nova Aviaamentos	R\$ 18,00	Pagamento a vista	1 dia	Belo Horizonte
5		Mercado Livre	R\$ 20,00	Até 12x sem juros	5 dias	Online
6		Lojas Bibelô	R\$ 16,00	Até 3x sem juros	1 dia	Belo Horizonte
7	Bastidor de Bambu	Ateliê CMV	R\$ 22,00	Até 6x sem juros	20 dias	Online
8		Mercado Livre	R\$ 18,00	Até 12x sem juros	5 dias	Online
9		Lojas Bibelô	R\$ 22,00	Até 3x sem juros	1 dia	Belo Horizonte
10	Moldura Caixa	Ateliê CMV	R\$ 30,00	Até 6x sem juros	20 dias	Online
11		Mercado Livre	R\$ 28,00	Até 12x sem juros	5 dias	Online
12		Lojas Bibelô	R\$ 35,00	Até 3x sem juros	1 dia	Belo Horizonte
13	Papelaria	Print Papelaria	R\$ 12,00	Até 6x sem juros	15 dias	Online
14		Gráfica local	R\$ 10,00	Até 3x sem juros	5 dias	Belo Horizonte

Fonte: adaptado de Rosa (2013)

Partindo da comparação entre as categorias, optou-se pela seleção dos fornecedores locais e de produção pequena, uma vez que esses possuem alinhamento com a filosofia proposta pelo negócio, sem grandes impactos financeiros.

Porém, vale pontuar que a troca desses fornecedores pode ser realizada a qualquer momento, de forma a garantir o cumprimento de necessidades operacionais sem impactos ao resultado financeiro.

4.3 PLANO DE MARKETING

4.3.1 Definição de produtos e serviços

Por se tratar de peças fabricadas sob encomenda ou vendidas a pronta entrega, a precificação se torna flexível e variável. Por isso foi definida a prática de preços na média de mercado de forma a ter maior aceitação do público que já consome esses materiais artísticos.

Para certificar que esses preços mantinham a lucratividade do empreendimento foi feita uma análise de viabilidade para cada um dos 3 produtos propostos. Conforme apresentado a seguir:

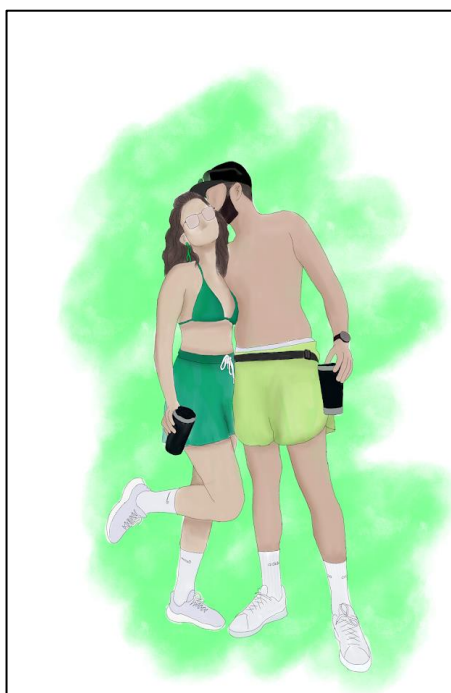
- **Desenho digital:** Produto de entrada, com fácil comunicação e aceitação para o público, tem por objetivo apresentar a marca e o estilo da artista para o público-alvo. Valor comercial proposto, com base na pesquisa de mercado relatada na metodologia deste relatório, foi de R\$120,00.

Para análise de viabilidade foi considerado o custo de mão de obra de R\$22,78/hora. Esse valor se dá pelo custo de um salário de R\$1.640,00 por 72h mensais de produção (estimativa da disponibilidade da artesã). Além disso, para o produto digital não há custos com insumos específicos, apenas com a infraestrutura do ateliê que será tratada em outro momento.

Desta forma, considerando que a produção desse item dura em média 2,5h, temos um custo de R\$56,94 por peça. Totalizando uma renda de R\$63,06 para remuneração do restante da operação.

Essa lógica também foi utilizada para avaliação dos demais itens apresentados a seguir.

Figura 2 - Exemplo de desenho digital utilizado como produto teste.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2024

- **Bordados simples:** Quadros ilustrados em bastidor de 16 ou 20 cm, podendo ou não estar emoldurados (valor cobrado à parte). Ideal para portas maternidade e portas aliança, também tido como produtos de entrada para ampla divulgação da marca. Valor comercial, com base na metodologia deste relatório, definido em R\$ 250,00

Figura 3 - Exemplo de bordado simples utilizado como produto teste.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2024

Neste caso, como se trata de um produto físico, o custo de material está apresentado na tabela 6.

Tabela 6 - Custo de material por peça produzida

Ordem	Descrição do Item	Fornecedor	Preço
1	Meadas de Bordado	Renda Nova Aviamentos	R\$ 4,00
4	Algodão Cru	Renda Nova Aviamentos	R\$ 18,00
7	Bastidor de Bambu	Ateliê CMV	R\$ 22,00
10	Moldura Caixa	Ateliê CMV	R\$ 30,00
13	Papelaria	Print Papelaria	R\$ 12,00
Custo Total:			R\$ 86,00

Fonte: Desenvolvida pela autora, com base na tabela de ROSA (2013)

Tendo em vista essa estrutura de custo, a análise de viabilidade para o produto ficou conforme mostrado na tabela 7.

Tabela 7 - Estrutura do custo de produção do bordado simples

Produto	Custo com Material	Horas de fabricação	Custo Mão de Obra	Custo total	Preço de venda	Renda
Bordado Simples	R\$ 86,00	5	R\$ 113,89	R\$ 199,89	R\$ 250,00	R\$ 50,11

Fonte: Desenvolvida pela autora (2025)

Desta forma o produto “Bordado Simples” apresenta uma margem de R\$50,11 para remuneração do restante da operação do negócio.

- **Bordados realistas:** Principal produto do ateliê, tem-se como alvo a sua especialização nesse mercado. Valor comercial de R\$ 2.300,00, com base na mesma pesquisa de mercado relatada na metodologia deste relatório.

Figura 4: Exemplo de bordado realista utilizado como produto teste.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2024

Para esse produto, considerando a mesma estrutura de custo de mão de obra e de material, temos a composição do custo do produto conforme tabela 8:

Tabela 8 - Estrutura do custo de produção do bordado realista

Produto	Custo com Material	Horas de fabricação	Custo Mão de Obra	Custo total	Preço de venda	Renda
Bordado Realista	R\$ 86,00	40	R\$ 911,11	R\$ 997,11	R\$ 2.300,00	R\$ 1.302,89

Fonte: Desenvolvida pela autora, 2025

Desta forma o produto “Bordado Realista” apresenta uma margem de R\$1.302,89 para remuneração do restante da operação do negócio.

4.3.2 Estrutura de comercialização

O posicionamento do ateliê no mercado nacional acontece via página no Instagram, disponível no @meubordado.bh, com envio para todo o país através dos correios ou transportadora privada.

Entende-se viável que a totalidade das vendas seja feita de forma online, dispensando a necessidade de loja física ou contratação de equipe para atendimento. Desta forma recomenda-se a estruturação de um site, de forma a viabilizar vendas em escala e aferir maior credibilidade para a marca.

Para suporte com estratégias de marketing e divulgação nas redes sociais, será contratado o serviço de uma empresa terceira que ficará responsável pela estruturação das campanhas de divulgação e gestão da plataforma de venda escolhida.

Atualmente o custo desse processo foi negociado com a empresa responsável pelo valor de R\$500,00 fixos mensais, mais 5% da renda do empreendimento. O custo dessa terceirização entrará na análise de rentabilidade do negócio que será apresentada no decorrer do relatório.

4.3.3 Localização do negócio

Como não há loja física para atendimento aos clientes, a estrutura física do ateliê se restringe a um escritório de produção, localizado em um cômodo do imóvel de moradia da artesã. Desta forma não está previsto nesse momento custos com infraestrutura de aluguel, água ou luz, apenas um rateio dos custos de moradia da artesã. Nesse cenário o ateliê irá contribuir com 10% dos custos fixos citados.

Sua base e operação ficará localizada na cidade de Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais. Por se tratar de um negócio online com vendas para todo Brasil, entende-se ser necessário apenas um bom acesso aos correios e/ou outras transportadoras para viabilizar a operação. Neste ponto, a capital mineira apresenta total infraestrutura para este processo.

4.4 PLANO OPERACIONAL

4.4.1 Abertura da empresa

De maneira inicial sugere-se a abertura de um CNPJ na modalidade MEI - Microempreendedor Individual. Entre as diferentes atividades listadas no anexo XI da

Resolução CGSN Nº 140, de 2018, que define as atividades que se enquadram nesta definição tributária, o negócio descrito aqui se enquadra nas CNAEs abaixo:

- CNAE 1359-6/00 - atividade realizada de ARTESÃO TÊXTIL (Fabricação de outros produtos têxteis não especificados);
- CNAE 1340-5/99 – atividade realizada de BORDADEIRO(A) INDEPENDENTE (Outros serviços de acabamento em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário);
- CNAE 1351-1/00 – atividade realizada de FABRICANTE DE ARTEFATOS TÊXTEIS PARA USO DOMÉSTICO INDEPENDENTE (Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico);

4.4.2 Estrutura Organizacional

Por se tratar de uma microempresa individual, a organização deste negócio se restringe a artista responsável pela fabricação das peças, gerenciamento comercial e financeiro do ateliê. Para a estrutura atual e nível de produção ao que o negócio se propõe não está prevista a contratação de outros funcionários, apenas a terceirização da gestão de campanhas publicitárias para uma agência especializada na manutenção de perfis comerciais no Instagram e futuro site comercial.

4.4.3 Capacidade produtiva / comercial / serviços

Como mencionado nos tópicos anteriores, o plano de negócio descrito neste trabalho possui uma restrição operacional importante, onde a produção necessária para as operações mensais não pode ser superior a 72h (Disponibilidade da mão de obra).

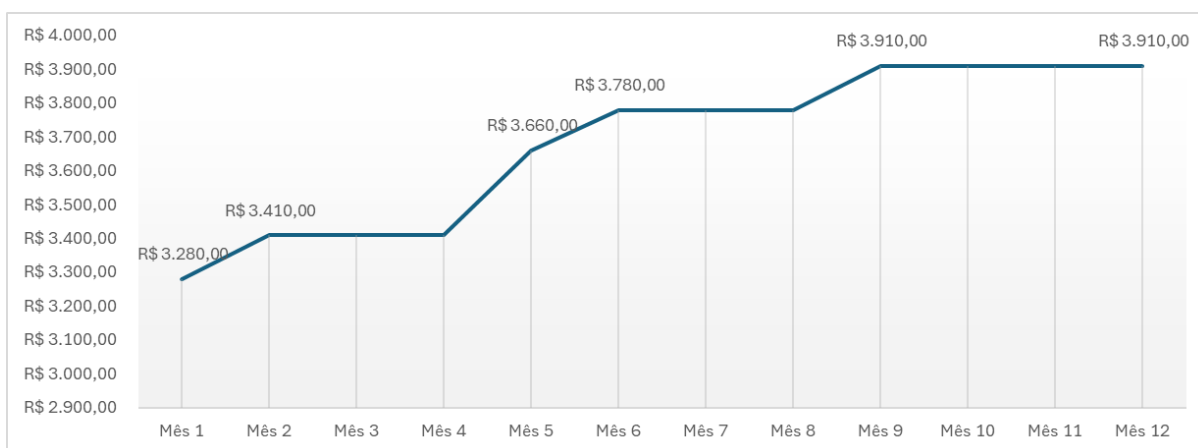
Para atender esse requisito foi calculada uma curva de desenvolvimento de cada produto de modo a maximizar a receita do empreendimento sem gerar gargalos na operação da empresa. A tabela 8 mostra o número de produtos estimado para venda, por mês, durante o primeiro ano de operação.

Tabela 1 - Oferta de produtos no 1º ano de operação

Produto	Mês 1		Mês 2		Mês 3		Mês 4		Mês 5		Mês 6		Mês 7		Mês 8		Mês 9		Mês 10		Mês 11		Mês 12	
	Unid.	Horas	Unid.	Horas	Unid.	Horas	Unid.	Horas	Unid.	Horas	Unid.	Horas	Unid.	Horas	Unid.	Horas	Unid.	Horas	Unid.	Horas	Unid.	Horas	Unid.	Horas
Desenho Digital	4	8	3	6	3	6	3	6	3	6	4	8	4	8	4	8	3	6	3	6	3	6	3	6
Bordado Simples	2	10	3	15	3	15	3	15	4	20	4	20	4	20	4	20	5	25	5	25	5	25	5	25
Bordado Realista	1	40	1	40	1	40	1	40	1	40	1	40	1	40	1	40	1	40	1	40	1	40	1	40
Total	7	58	7	61	7	61	7	61	8	66	9	68	9	68	9	68	9	71	9	71	9	71	9	71

Fonte: Desenvolvida pela autora, 2025

Concretizando essas vendas, espera-se uma crescente de receita refletida em patamares de evolução. Como mostra o gráfico de projeção de receita exposto abaixo:

Gráfico 1 - Receita Mensal Estimada

Fonte: Desenvolvida pela autora (2025)

Com esse fluxo, o empreendimento respeita a limitação de capacidade produtiva de 72h mensais e projeta uma receita anual de R\$44.150,00 já no primeiro ano de operação. Podendo alcançar o patamar de R\$46.920/ano sem realizar nenhum aumento na sua capacidade produtiva.

4.5 PLANO FINANCEIRO

Dada toda a estrutura e metas propostas até este ponto, no capítulo atual iremos falar sobre a infraestrutura e planejamento financeiro necessário para tornar essa operação economicamente viável. De acordo com ROSA (2013) é nessa etapa onde devem ser detalhados os investimentos necessários para iniciar a operação.

São eles:

- Investimentos fixos;
- Capital de giro;
- Investimentos pré-operacionais.

Seguindo esta diretriz, entraremos nos detalhes desses três tópicos a seguir.

4.5.1 Estimativa dos investimentos fixos

Entre os investimentos iniciais necessários para abrir o negócio está a estruturação física do ateliê. Para isso, a proprietária e única investidora demonstrou a possibilidade de investimento dos custos equivalentes a 6 meses de operação.

Levando em consideração os custos com material e mão de obra estimados no capítulo 4.4, chegamos a um valor de R\$ 10.931,67. Além disso há a necessidade de aquisição dos equipamentos necessários para confecção dos itens comercializados.

A tabela 9 traz a visão da totalidade dos custos necessários para estrutura física e operação do ateliê:

Tabela 9 - Investimentos Iniciais

Investimento Inicial Necessário	Valor
Custo com Material	R\$ 10.931,67
Custo com Equipamentos	R\$ 7.300,00
6 meses de operação da agência de mkt	R\$ 4.047,50
6 meses de pagamentos do MEI	R\$ 498,00
Total:	R\$ 22.777,17

Fonte: Desenvolvida pela autora, 2025

Conforme já mencionado o valor que será investido através de fundos próprios, a fim de reduzir o custo com riscos externos à operação da empresa aqui descrita. Vale também pontuar que esse valor possui impacto direto do custo de material, equivalente a 47,8% do investimento inicial, que nesse caso poderá ser aportado pela investidora de forma escalonada, durante os meses, conforme realização das vendas.

4.5.2 Capital de Giro

Ainda de acordo com ROSA (2013), o capital de giro de uma empresa trata-se do “montante de recursos necessário para o funcionamento normal da empresa, compreendendo a compra de matérias-primas ou mercadorias, financiamento das vendas e o pagamento das despesas.”

Para atender essa necessidade, o aporte realizado será o equivalente a 3 meses de operação. Ou seja, um total de R\$ 5.166,00. Essa decisão foi tomada com base na capacidade de investimento inicial que é baixa, considerando que o aporte financeiro será proporcional ao volume de vendas, adotaremos a estratégia de definir um valor de capital de giro mínimo que poderá ser ampliado de acordo com as vendas que forem realizadas.

4.5.3 Investimento Total

Dado todos os detalhes e estruturas definidas até aqui, entende-se por necessário como investimento total para início das operações do novo ateliê um aporte equivalente a R\$22.777,17. Conforme consolidado da tabela 10.

Tabela 10: Investimento Total Proposto

Investimento Inicial Necessário	Valor
Custo com Material	R\$ 10.931,67
Custo com Equipamentos	R\$ 7.300,00
6 meses de operação da agência de mkt	R\$ 4.047,50
6 meses de pagamentos do MEI	R\$ 498,00
Capital de Giro	R\$ 5.166,00
Total:	R\$ 22.777,17

Fonte: Desenvolvida pela autora, 2025

4.5.4 Indicadores de viabilidade

Após todo o detalhamento do plano de negócio proposto no presente relatório, entraremos na análise de viabilidade econômica para essa empresa. Essa análise será conduzida através dos indicadores recomendados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, com base na metodologia de

confeção do plano de negócios adotada por ROSA (2013) durante a elaboração da cartilha adotada como modelo para este trabalho.

Desta maneira os indicadores apresentados serão:

- Ponto de equilíbrio contábil;
- Lucratividade;
- Rentabilidade;
- Prazo de retorno do investimento;

4.5.4.1 – Ponto de equilíbrio contábil.

De acordo com o SEBRAE, este é um indicador considerado importante e de segurança para a operação do empreendimento. O ponto de equilíbrio demonstra matematicamente o quanto é preciso vender para que as receitas e custos se igualem.

Ainda sob a luz das recomendações de ROSA (2013), esse indicador será calculado segundo a lógica matemática apresentada abaixo:

$$\text{Equilíbrio Contábil} = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice de Margem de Contribuição}} = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\frac{(\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total})}{\text{Receita total}}}$$

Trazendo os números da nossa análise para esse cálculo, sob a ótica de valores anuais, temos:

$$\text{Equilíbrio Contábil} = \frac{9.091}{\frac{(44.150 - 23.662,33)}{44.150}} = \frac{9.091}{0,46} = R\$19.590,70$$

Em outras palavras, podemos dizer que a empresa analisada precisa de uma receita mínima de R\$ 19.590,70 para cobrir seus custos de operação e não apresentar prejuízo.

Vale destacar que por se tratar de um empreendimento com baixo investimento em ativos imobilizados, o ponto de equilíbrio indicado acima basicamente se refere ao custo do consumo dos insumos necessários à produção.

Desta forma podemos considerar que o valor de R\$ 19.590,70 (custo anual) será rateado ao longo dos meses de forma proporcional ao volume de vendas realizado. Tendo um valor médio esperado de R\$1.632,56 por mês, caso o volume de produção seja estável durante todo o ano.

4.5.4.2 – Lucratividade

O próximo indicador recomendando por ROSA (2013) é o de lucratividade. Nesse ponto iremos encontrar o percentual referente ao que “sobra” para a empresa, após fechado os ciclos de operação. Ou seja, após a realização da venda e pago todos os custos existentes, quanto dinheiro é gerado por essa operação.

Para isso usaremos a lógica matemática a seguir:

$$Lucratividade = \frac{Lucro\ Líquido}{Receita\ Total} \times 100 = \frac{19.491,67}{44.150} \times 100 = 44\%$$

4.5.4.3 – Rentabilidade

No indicador de rentabilidade, segundo ROSA (2013) é calculado o retorno aos sócios do investimento empregado na empresa. No caso analisado, como há apenas uma proprietária, encontraremos qual o valor anual de retorno para o caixa dessa investidora através da abertura deste ateliê.

Esse cálculo será realizado através da fórmula abaixo:

$$Rentabilidade = \frac{Lucro\ Líquido}{Investimento\ Total} \times 100 = \frac{19.491,67}{22.777,17} \times 100 = 86\%$$

Desta forma podemos dizer que, ao ano, a investidora irá recuperar o equivalente à 86% do valor investido na operação da nova empresa.

4.5.4.4 – Prazo de retorno do investimento

Por fim, para concluir as avaliações matemáticas propostas, o indicador de prazo de retorno terá como objetivo encontrar o tempo necessário para que o investidor recupere a totalidade do valor aportado no novo empreendimento. Ainda de acordo com ROSA (2013) esse cálculo pode ser realizado através da fórmula:

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{22.777,17}{19.491,67} = 1,17 \text{ anos}$$

A leitura desse indicador nos diz que, após 1,17 anos de operação, nos moldes descritos durante esse relatório, a investidora já terá recuperado 100% do dinheiro aplicado na estruturação desse novo ateliê.

5. ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A E CONCLUSÃO

5.1 Análise da Matriz F.O.F.A

Finalmente, para concluir as análises propostas, utilizaremos aqui a metodologia F.O.F.A. Recomendada pelo SEBRAE e orientada pela cartilha de ROSA (2013), a metodologia citada tem por objetivo, de uma forma simples, detectar pontos fortes e fracos do empreendimento.

Com base nessas informações é possível tomar decisões mais assertivas sobre o posicionamento estratégico da empresa e/ou novos investimentos realizados no futuro. Com essa visão, foi criada a matriz abaixo a respeito do Nalú Ateliê, considerando toda a estrutura proposta para o empreendimento e descrita nesse relatório.

Gráfico 2 - Matriz F.O.F.A

	Forças	Oportunidades
Pontos Fortes	1. Preço compatível com mercado 2. Disponibilidade de agenda para novas encomendas 3. Disponibilidade de produtos a pronta entrega	1. Crescimento da procura por produtos personalizados
Pontos Fracos	1. Baixa capacidade de investimento 2. Restrição de Mão de Obra qualificada	1. Alta instabilidade de fornecedores disponíveis para insumos específicos 2. Alta dependência do serviço de transporte terceirizado
	Internos	Externos

Fonte: Desenvolvida pela autora (2025)

5.1 Conclusão

Diante de todo o cenário apresentado no presente trabalho, é possível concluir que apesar dos altos índices de rentabilidade apresentados pelo empreendimento, a capacidade de geração de receita da empresa é baixa.

Assim, podemos afirmar que há no mercado outras opções de investimentos que possam trazer o mesmo resultado ou até melhores, economicamente falando, para a investidora. Porém neste ponto vale realizar um recorte de objetivo desejado.

O empreendimento trata-se de um ateliê de *Hobbie* da proprietária, onde o principal alvo almejado é que a empresa não gere novos custos e possa se retroalimentar sem necessitar de novos aportes no futuro. Dado este ponto, o plano de negócios apresentado mostra ser extremamente viável que o empreendimento remunere a mão

de obra e se sustente sem demandar grandes aportes financeiros, e sem acarretar um alto risco para sua financiadora.

O plano de negócios também demonstrou ser possível obter lucros reais para a proprietária, mesmo respeitando a limitação de investimento e mão de obra estipulada, fato que indica uma possibilidade real de crescimento a médio e longo prazo, caso haja uma reestruturação dos recursos que neste momento são limitados.

REFERÊNCIA

Anexo XI da Resolução CGSN Nº 140, de 2018. (Arts. 100, Inciso I e 101, § 1º, Inciso I, § 2º) **Ocupações Permitidas ao MEI**. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei/atividades-permitidas> Acesso em 07 de março de 2025

Artesanato Brasil. / Clara Favilla, Luciana Barreto, Renata Rezende – Brasília: Sebrae, 2016

Borges, Adélia. **Design + Artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

CAMPESTRINI, Manoela Cristina; FONTANA, Daiane Laís; MORGENSTERN, Elenir; **Artesanato e design: teoria e prática aplicadas ao desenvolvimento e comercialização de artefatos híbridos produzidos por projetos de extensão universitária**. 6º GAMPI Plural, 2017, Joinville, SC.

Castilho, M. A. Dorsa, A. C., Santos, M. C. L. F., & Oliveira, M. M. G. (2017). **Artesanato e saberes locais no contexto do desenvolvimento local**. *Interações (Campo Grande)*, 18(3), 191–202. <https://doi.org/10.20435/inter.v18i3.1518>

CRAB SEBRAE. **Arquitetura, Design e Artesanato: as Feiras que conectam tendências em 2024 e 2025**. Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://crab.sebrae.com.br/arquitetura-design-e-artesanato-as-feiras-que-conectam-tendencias-em-2024-e-2025/#:~:text=Pe%C3%A7as%20feitas%20%C3%A0%20m%C3%A3o%20s%C3%A3o,na%20ABCasa%20Fair%20em%202023>. Acesso em 20 de janeiro de 2025.

Estatísticas dos Cadastros de Microempreendedores Individuais: 2022 / IBGE, Coordenação de Cadastros e Classificações. - Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: < <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102109.pdf> > Acesso 20 de Abril de 2025

GRETZ, Fernanda. GALINDO, Rafael. PADUA, C. Valquíria. **CARTILHA DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL**. Bahia, 2018. Disponível em: <
[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/89396a75276a9856e0c4ecbc5b986a74/\\$File/30394.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/89396a75276a9856e0c4ecbc5b986a74/$File/30394.pdf)> Acesso em 07 de março de 2025.

Ocupações Permitidas. GOVERNO FEDERAL, 2021. Disponível em:
<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei/atividades-permitidas>. Acesso em 04 de janeiro de 2025.

Plano de Negócios: o que é, como fazer e modelo do Sebrae. SEBRAE, 2024. Disponível em: [<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/plano-de-negocios-o-que-e-como-fazer-e-modelo-do-sebrae,f8fca26475abb810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Resumo%20executivo:,isso%2C%20torne%2Do%20convincente.>]. Acesso em: 04 de janeiro de 2025

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília, 2013. Disponível em: <
<https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>> Acesso dia 10 de março de 2025

SANTANA, Maíra Fontenele. **TRAJETÓRIA DO ARTESANATO BRASILEIRO: PERSPECTIVA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS**. Dissertação (Mestrado – Mestrado em Desing). Universidade Federal de Brasília, 2020. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/40378/1/2020_MairaFonteneleSantana.pdf
Acesso em: 06 de março de 2025

Serafim, E. F., Cavalcanti, V., & Fernandes, D. M. P. (2015). DESIGN E ARTESANATO NO BRASIL: REFLEXÕES SOBRE MODELOS DE ATUAÇÃO DO DESIGN JUNTO A GRUPOS DE PRODUÇÃO ARTESANAL. *IX Sustentável*, 1(2), 86–93. <https://doi.org/10.29183/2447-3073.MIX2015.v1.n2.86-93>

UNESCO. **International Symposium on crafts and the international market: trade and customs codification**. Manila: Unesco, 1997. Disponível em:

<<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000111488>> Acesso em: 06 de março de 2025.

Vega Torres, D. R. (2017). **Campo Artesanal e Produção Acadêmica: Artesanato e Artesãos no Brasil**. *Revista Cesumar – Ciências Humanas E Sociais Aplicadas*, 21(2), 385–405. Recuperado de <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revcesumar/article/view/5247>