

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**  
**Técnico em Comércio**

**Alana Cristina Lopes dos Santos**  
**Denis Gomes Franco**  
**Eduarda Fernanda Fávaro Maia**  
**Jaqueline Ferro Ferraz**

**SOFISTICASA ADEGA BAR: a reutilização da madeira na fabricação  
de móveis**

**Tupã-SP**  
**2020**

**Alana Cristina Lopes dos Santos**

**Denis Gomes Franco**

**Eduarda Fernanda Fávaro Maia**

**Jaqueline Ferro Ferraz**

**SOFISTICASA ADEGA BAR: a reutilização da madeira na fabricação  
de móveis**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico em Comércio da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Professora Esp. Renata Miranda Duarte, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Comércio.

**Tupã-SP**

**2020**

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

**Técnico em Comércio**

**Alana Cristina Lopes dos Santos**  
**Denis Gomes Franco**  
**Eduarda Fernanda Fávaro Maia**  
**Jaqueline Ferro Ferraz**

**SOFISTICASA ADEGA BAR: a reutilização da madeira na fabricação  
de móveis**

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Comércio.

BANCA EXAMINADORA:

---

Professora Esp. Renata Miranda Duarte

Orientadora

**Tupã, 23 de Julho de 2020.**

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O(a) professor(a) orientador(a), a banca examinadora e a instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Dedicamos este trabalho às nossas famílias, por terem acreditado em nosso potencial e nos incentivado a continuarem e darem todo o apoio de que precisávamos para alcançar o sucesso.

Agradecemos aos nossos professores e orientadores pela paciência e dedicação de suas vidas em transmitir o conhecimento para aqueles que o buscam.

“O primeiro dever da inteligência é desconfiar dela mesma.”

*Albert Einstein*

## RESUMO

**Introdução:** A reutilização da madeira pelas indústrias é um assunto de suma importância nos últimos anos devido à maior preocupação da sociedade com a sustentabilidade e a eventual escassez de matérias primas, bem como uma maior consciência sobre os conceitos da economia circular. **Objetivo:** Identificar a viabilidade de implantação da empresa Sofisticasa, especializada na fabricação de móveis a base de madeira reciclada. **Metodologia/Desenvolvimento:** O trabalho foi baseado em uma pesquisa bibliográfica baseada em artigos e livros referentes aos temas abordados, seguido da realização de uma pesquisa de campo quantitativa, elaborada e realizada com base na ferramenta Google Formulários, com o objetivo de avaliar o comportamento do consumidor e suas atitudes e preferências em relação a mobiliário doméstico. E por fim, foi elaborado um plano de negócios utilizando-se da ferramenta Canvas para apresentar e analisar o negócio proposto e a sua viabilidade como empresa. **Resultados:** A pesquisa de campo identificou uma preferência dos consumidores por móveis e objetos de decoração produzidos por empresas que se preocupam com a sustentabilidade. **Considerações Finais:** Conclui-se que a utilização de madeira reaproveitada traz uma nova estética para a fabricação de móveis enquanto reduz o consumo de madeira virgem. Assim, a abertura da empresa Sofisticasa no ramo de fabricação de móveis utilizando madeira reaproveitada representa uma grande oportunidade para os envolvidos e para a sociedade em geral.

**Palavras-chave:** Madeira, reaproveitamento, sustentabilidade, móveis.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01:</b> Layout da empresa Sofisticasa .....	34
---	----

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 01:</b> Faixa etária dos entrevistados .....	16
<b>Gráfico 02:</b> Você mora com?.....	17
<b>Gráfico 03:</b> Quantas pessoas moram com você? .....	17
<b>Gráfico 04:</b> Casa própria ou alugada .....	18
<b>Gráfico 05:</b> Classificação do estilo .....	19
<b>Gráfico 06:</b> Frequência de realização de festas .....	20
<b>Gráfico 07:</b> Você utilizaria um móvel para exibir as bebidas de sua casa?.....	20
<b>Gráfico 08:</b> Quanto estaria disposto a pagar.....	21
<b>Gráfico 09:</b> Probabilidade de usar ou substituir um móvel semelhante.....	21

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>2. PESQUISA DE CAMPO</b> .....	<b>16</b>
<b>3. PLANO DE NEGÓCIOS</b> .....	<b>22</b>
3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO .....	22
3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	22
3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários .....	22
3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições.....	23
3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO .....	24
3.3.1. Missão e Visão da Empresa.....	24
3.3.2. Setor de Atividade .....	24
3.3.3. Forma Jurídica .....	25
3.3.4. Enquadramento Tributário.....	25
3.4. CAPITAL SOCIAL .....	27
3.5. FONTE DE RECURSOS .....	27
3.6. ANÁLISE DE MERCADO .....	27
3.6.1. Análise dos Clientes .....	27
3.6.2. Análise dos Concorrentes .....	29
3.6.3. Análise dos Fornecedores.....	30
3.7. PLANO DE MARKETING .....	31
3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços .....	31
3.7.2. Preço.....	31
3.7.3. Estratégias Promocionais.....	31
3.7.4. Estrutura de Comercialização .....	32
3.7.5. Localização da Empresa .....	33
3.8. PLANO DE OPERACIONAL .....	34
3.8.1. Layout ou Arranjo Físico.....	34
3.8.2. Capacidade Produtiva .....	35
3.8.3. Necessidade de Pessoal .....	35
3.9. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO .....	35
3.9.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa.....	35
3.9.2. Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto .....	35

3.9.3. Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa .....	36
3.9.4. Margem de Contribuição Unitária .....	36
3.9.5 – Estimativa dos custos de comercialização .....	37
3.9.6 Custo total .....	38
3.9.6.1 Custo total unitário .....	38
3.9.6.1.1 Preço de venda unitário.....	38
3.9.6.2 Custo total dos itens .....	38
3.9.7 Demonstrativo de resultados.....	38
3.9.8 Ponto de Equilíbrio .....	39
3.10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	39
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>41</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>42</b>
<b>APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL DE SOCIEDADE LIMITADA .....</b>	<b>44</b>
<b>APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO .....</b>	<b>47</b>
<b>APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS .....</b>	<b>48</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A reutilização da madeira pelas indústrias é um assunto de suma importância nos últimos anos devido à maior preocupação da sociedade com a sustentabilidade e a eventual escassez de matérias primas, bem como uma maior consciência sobre os conceitos da economia circular. Através do reaproveitamento de matérias-primas as empresas passam a apostar em um futuro mais verde com consciência social.

A reciclagem de madeira, onde se utilizam sobras dessa matéria prima, é uma atividade antiga e bem aceita em diversos setores da sociedade, podendo ser utilizada inclusive como fonte de renda com trabalhos artesanais, peças de decoração, ou até mesmo a fabricação de novos objetos de forma industrializada. Esse processo reduz o impacto ambiental ao utilizar insumos que já foram extraídos da natureza e posteriormente foram descartados.

A reciclagem também abre novas portas para o design, oferecendo a possibilidade de se criar estilos rústicos e tradicionais de decoração. É possível observar que as tendências de design costumam ser cíclicas, e neste momento há uma saudável demanda por produtos fabricados com madeira reciclada.

A Imazon – Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia (2004) realizou estudos que mostram que mais da metade da madeira extraída da Amazônia não é aproveitada pela indústria. O índice de não aproveitamento chega a 58%, ou seja, 14,1 milhões de metros cúbicos de madeira são desperdiçados em um ano.

Neste contexto, este trabalho consiste em investigar: Como reduzir a utilização de madeira virgem e promover a utilização de madeira reciclada na fabricação de móveis com design sofisticado?

Diante disso, podem ser levantadas algumas hipóteses, como: Existem diversos concorrentes oferecendo produtos de madeira reciclados, no entanto, isto abre a possibilidade de que novos entrantes tragam ideias inovadoras e originais; A maior preocupação da sociedade com o futuro do planeta justifica a busca por soluções sustentáveis, que incluem a reutilização de matérias primas; Com o aumento da consciência ecológica e conseqüentemente o aumento na demanda por produtos feitos com matéria prima reciclada, seria viável a criação de

uma empresa especializada na fabricação de móveis com este tipo de matéria-prima.

Nesse contexto este trabalho tem como objetivo geral identificar a viabilidade de implantação da empresa Sofisticasa, especializada na fabricação de móveis a base de madeira reciclada. Buscando atingir o objetivo geral este trabalho possui os seguintes objetivos específicos: Estudar as características de design em móveis planejados e fabricados com madeira reciclada; Incentivar a reutilização da madeira reciclada, visando a diminuição do desmatamento e da utilização de madeira virgem; Demonstrar a importância da reutilização de madeira na fabricação de móveis com estilo e design sofisticado.

Em estudo citado anteriormente e realizado em 2004 pelo Instituto Homem e Meio Ambiente da Amazônia - Imazon foi possível verificar que mais da metade da madeira extraída da Amazônia não é aproveitada pela indústria. Este estudo abrangeu mais de 600 empresas no estado do Amazonas e mostrou que, em 2003, somente 42% de toda a madeira foi processada. Os 58% restantes – 14,1 milhões de metros cúbicos – consistiram de resíduos que foram desperdiçados. Destes, 24% foi transformado em carvão, 6% ficou estocado em empresas, 5% foi destinado à fábricas de tijolos, 5% foi utilizado na geração de energia elétrica e 15% foi desperdiçado sem qualquer utilização.

Diante dos dados acima expostos, justifica-se a importância deste trabalho.

De acordo com Fogaça (s.d.) a expressão “desenvolvimento sustentável” foi usada pela primeira vez pela ex-primeira-ministra da Noruega Gro Harlem Brundtland em 1987, e o objetivo da sustentabilidade é permitir que sejam atendidas as demandas presentes sem afetar a capacidade dessas demandas serem atendidas no futuro.

“Mesmo antes de definirmos melhor o que seja sustentabilidade, podemos avançar mostrando o que ela fundamentalmente significa: o conjunto dos processos e ações que se destinam a manter a vitalidade e a integridade da Mãe Terra, a preservação de seus ecossistemas, com todos os elementos físicos, químicos e ecológicos que possibilitam a existência e a reprodução da vida, o atendimento de necessidades, da presente e das futuras gerações, e a continuidade, a expansão e a realização das potencialidades da civilização humana em seus várias expressões.” (BOFF, 2017, p. 4)

De acordo com Monteiro (2016) o desperdício de madeira ocorre de forma sistemática na cadeia de produção de produtos de madeira:

Através da análise do Sistema Anel e Tampa Symington para uma caixa de vinho verificou-se que, para a produção de um disco de 11,1 cm de diâmetro e 3,7 cm de espessura em madeira carvalho americano, são necessários 489,33 cm<sup>3</sup> de madeira e geram-se 231,33 cm<sup>3</sup> de desperdício. Se o volume final da peça é de 258 cm<sup>3</sup>, 47% do material não é utilizado. (MONTEIRO, 2016, p. 5)

O desperdício de madeira também ocorre nas etapas anteriores à produção:

Para exemplificar o quanto é elevado o desperdício de madeira, um estudo realizado pelo SFB e IMAZON (2010), registraram que no ano de 2009 foi processado 14,2 milhões de metros cúbicos de madeira em tora, o que resultou na produção de 5,8 milhões de metros cúbicos de madeira processada. A maioria (72%) dessa produção era madeira serrada com baixo valor agregado, os outros 15% foram transformados em madeira beneficiada com algum grau de agregação de valor, o restante (13%), em madeira laminada e compensada. Isso representou um rendimento médio de processamento de 41%. Os outros 8,4 milhões de madeira em tora foram categorizados como os resíduos do processamento. Desse total, cerca de 1,6 milhão de metros cúbicos desses resíduos foram aproveitados na produção de carvão, outros 2,7 milhões, na geração de energia, e 2,0 milhões, em usos diversos. Os 2,1 milhões restantes foram considerados resíduos sem nenhum aproveitamento, os quais foram queimados ou abandonados como entulho. (BRAZ, NUTTO, *et al.*, 2014, p. 172)

Diante da conscientização da sociedade sobre esses fatos, e sobre os desperdícios de uma forma geral, o conceito dos 3Rs – reduzir, reusar, reciclar – tem ganhado força:

A política dos 3Rs é uma medida criada para que as pessoas diminuam a produção de lixo. Trata-se de um incentivo ou uma campanha para influenciar a população a poluir menos o meio ambiente através de um consumo consciente e também por meio de um manejo sustentável dos produtos e materiais utilizados no dia-a-dia.(PENA, s.d., p. n.p.)

Os 3Rs são definidos da seguinte forma: reduzir significa diminuir o consumo, reusar refere-se ao melhor aproveitamento dos materiais e reciclar diz respeito a utilizar materiais já descartados. Móveis são objetos que podem ser reaproveitados e reciclados de diversas formas, e existem vários materiais que podem ser reaproveitados para a fabricação de novos móveis:

A fabricação de móveis a partir de paletes descartados aparece nesse cenário atual atacando em duas frentes diferentes para causar uma modificação na vida urbana atual. A primeira é a questão ambiental, que é a transformação desse “lixo” orgânico que seria descartado em uma coisa útil para os lares das famílias, poupando o meio ambiente de fornecer mais matéria prima para a produção futura de móveis que seriam adquiridos no comércio por essas famílias. E também o aspecto comercial e modernista que os móveis reciclados acabam se tornando, o giro do comércio que essa produção traz para a região, com venda de ferramentas e materiais para o tratamento e acabamento desses móveis, e o design que proporciona na casa da pessoa, dando um toque rústico na decoração doméstica. Diante disso o mercado, uso, e fabricação desses móveis só tende a crescer e se otimizar nos próximos anos, com potencialidade para se tornar um mercado não apenas secundário do uso do palete como também podendo chegar até paralelamente ao seu uso principal. (GÓES, 2019, p. 138)

Hanzen, Camiloti e Pinheiro (2018, p.12) mostram que há demanda por este tipo de produto, bem como boa aceitação por parte da população:

[...] percebe-se que 87% das pessoas entrevistadas comprariam o móvel feito com resíduos e 13% não comprariam ou estão em dúvida referente ao produto. Conforme dados apresentados no Gráfico 02, o cliente predomina um móvel feito de resíduos reaproveitado para sala de estar com 37% dos entrevistados. (HANZEN, CAMILOTI e PINHEIRO, 2018, p. 12)

Ainda segundo os autores, é preciso propostas que integrem novos produtos, serviços e comportamentos sociais sustentáveis para que ocorra a mudança na maneira de consumir.

Assim, para realização deste trabalho a metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica baseada em artigos e livros referentes aos temas abordados, com objetivo de obter maior esclarecimento.

Também foi realizada uma pesquisa de campo quantitativa, elaborada e realizada com base na ferramenta Google Formulários, respondida por 53 pessoas na cidade de Tupã/SP e região, com o objetivo de avaliar o comportamento do consumidor e suas atitudes e preferências em relação a mobiliário doméstico.

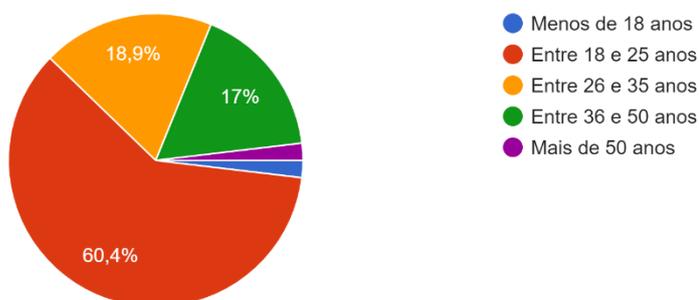
Além disso para alcançar os objetivos deste projeto também será elaborado um plano de negócios utilizando-se da ferramenta Canvas para apresentar e analisar o negócio proposto e a sua viabilidade como empresa.

## 2. PESQUISA DE CAMPO

A empresa Sofisticasa foi a campo para realizar uma pesquisa de mercado junto ao seu público alvo com o intuito de compreender melhor o seu comportamento, suas atitudes e suas preferências em relação a mobiliário doméstico. A pesquisa foi realizada entre os dias 30 de outubro e 06 de novembro de 2019, com 53 participantes da cidade de Tupã e de cidades próximas. Foi aplicada por meio da ferramenta Google Formulários e disseminada principalmente através de contato direto pelo WhatsApp.

Em um primeiro momento os entrevistados foram perguntados sobre a faixa etária a que pertencem. As respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

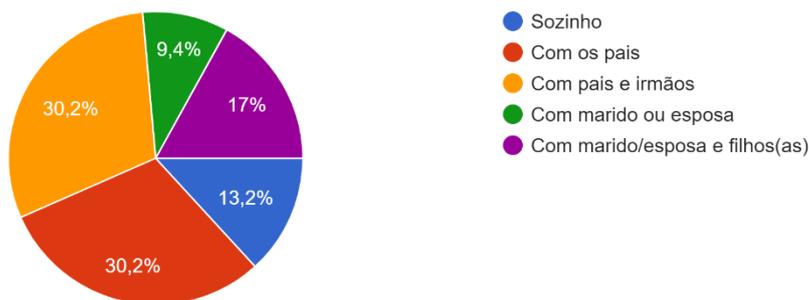
**Gráfico 01:** Faixa etária dos entrevistados



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2019).

Como pôde ser observado, 60,4% dos entrevistados está na faixa etária de 18 a 25 anos, 18,9% na faixa etária de 26 a 35 anos e 17% na faixa etária de 36 a 50 anos. Os demais entrevistados somam 3,7% e possuem menos de 18 ou mais de 50 anos. Foi possível observar que a maioria dos respondentes possui de 18 a 25 anos de idade, ou seja, jovens adultos, que estão iniciando a faculdade ou começando a ter a sua independência.

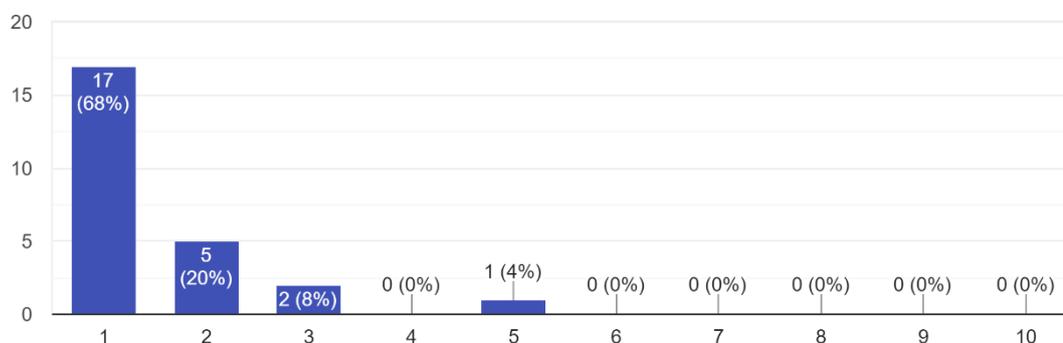
Em seguida os entrevistados foram questionados sobre com quem moram. As respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

**Gráfico 02: Você mora com?**

**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2019).

Neste gráfico é possível observar que 30,2% dos respondentes moram com os pais e irmãos, 30,2% moram apenas com os pais, 13,2% moram sozinhos, 17% moram com marido e/ou esposa e filhos e 9,4% moram apenas com marido e/ou esposa. Tais resultados demonstram que a maior parte dos respondentes possui um maior número de integrantes em sua residência, o que sinaliza grande possibilidade de interesse pelo produto devido a realização de confraternizações em casa.

Ainda nessa questão, os respondentes que sinalizaram que moram com irmãos(as) ou filhos(as) tiveram a oportunidade de indicar quantas pessoas no total moram na casa.

**Gráfico 03: Quantas pessoas moram com você?**

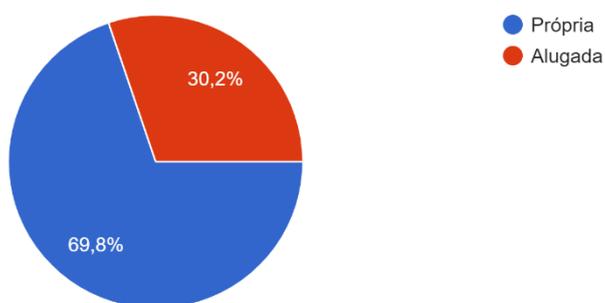
**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2019).

Como pode ser visualizado no gráfico acima, 68% dos respondentes indicaram que moram com mais 1 pessoa em casa; 20% indicaram que moram com

mais 2 pessoas em casa; 8% indicaram que moram com mais 3 pessoas em casa; e 4% indicaram que moram com mais 5 pessoas em casa.

Os entrevistados foram questionados ainda sobre o local onde moram, se sua residência seria própria ou alugada. As respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

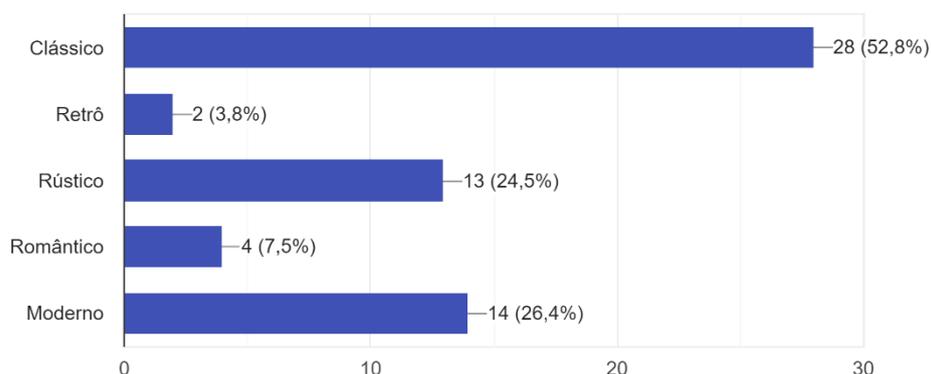
**Gráfico 04:** Casa própria ou alugada



**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2019).

Neste gráfico foi possível constatar que 69,8% dos respondentes moram em casa própria e 30,2% dos respondentes moram em casa alugada. Devido a maioria dos respondentes morar em casa própria, acredita-se que há, para a Sofisticasa, uma grande oportunidade de negócios pois pessoas que moram em casas próprias tendem a estar mais dispostas a investir em decoração, reformas e melhorias.

Posteriormente os entrevistados foram questionados sobre a preferência por estilo de decoração. As respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

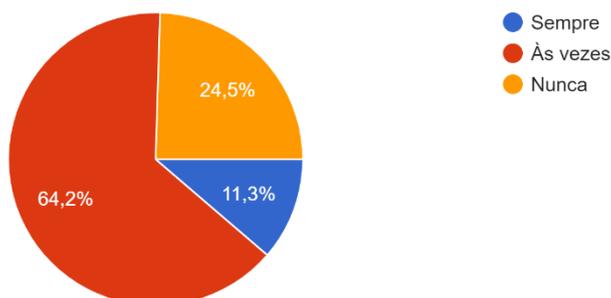
**Gráfico 05:** Classificação do estilo

**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2019).

Neste gráfico foi possível perceber que 52,8% dos participantes consideram que sua casa possui estilo clássico; 26,4% consideram o estilo moderno; 24,5% consideram o estilo rústico; 7,5% consideram o estilo romântico e 3,8% consideram que sua casa possui estilo retrô.

O produto Adegas Bar possui um estilo rústico por ser fabricado com pallets reaproveitados. As respostas apresentadas neste gráfico nos fornecem insights valiosos no que diz respeito ao posicionamento da marca, e com base nessas informações consideraremos uma mudança de direção na linha de produtos, ou ainda ampliação do nosso portfólio com outras opções de produtos e acabamentos.

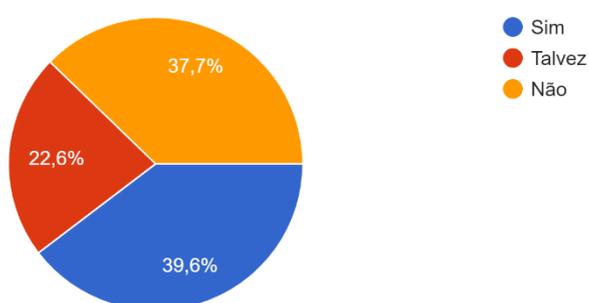
Na próxima pergunta os respondentes puderam falar sobre a realização de festas em sua casa. As respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

**Gráfico 06:** Frequência de realização de festas

**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2019).

Neste gráfico observa-se que 64,2% dos participantes indicaram que realizam festas “às vezes”, 24,5% indicaram que nunca realizam festas e 11,3% indicaram que sempre realizam festas. A realização de festas em casa representa uma oportunidade para a empresa, pois o público alvo poderá necessitar de algo para acondicionar e exibir as bebidas que serão consumidas nestas festas.

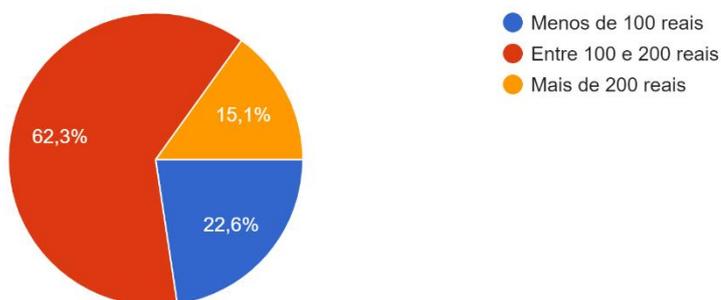
Em seguida os entrevistados foram questionados se utilizariam tal produto. As respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

**Gráfico 07:** Você utilizaria um móvel para exibir as bebidas de sua casa?

**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2019).

Como pode ser observado 39,6% dos participantes indicaram que utilizariam um móvel para exibir as bebidas de sua casa. 37,7% indicaram que não utilizariam, e 22,6% indicaram que talvez utilizariam.

Os entrevistados também foram questionados sobre o quanto ele estaria disposto a pagar por tal produto. As respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

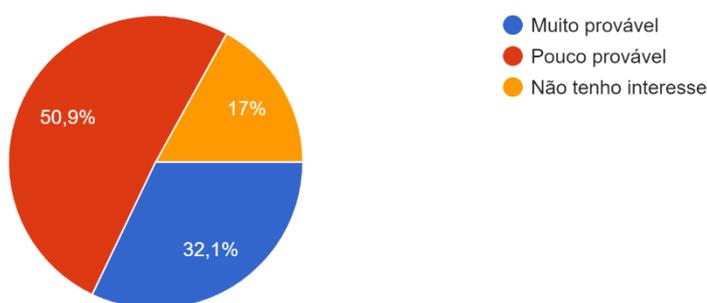
**Gráfico 08:** Quanto estaria disposto a pagar

**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2019).

No gráfico acima pode-se observar que 62,3% dos entrevistados pagaria entre 100 e 200 reais por um produto que pudesse exibir suas bebidas. 22,6% indicaram que pagariam menos de 100 reais, e 15,1% indicaram que pagariam mais de 200 reais.

O time de marketing também determinou que a média de preço de produtos similares dos concorrentes está entre 150 e 300 reais. Sendo assim, o nosso produto encontra-se dentro da faixa média de preço.

E, por fim, os participantes indicaram a probabilidade de passar a usar um móvel deste tipo, ou de substituir um móvel semelhante. As respostas podem ser observadas no gráfico abaixo.

**Gráfico 09:** Probabilidade de usar ou substituir um móvel semelhante

**Fonte:** Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa (2019).

Neste gráfico é possível observar que 50,9% responderam que seria pouco provável que passassem a usar tal móvel ou substituir um móvel existente,

32,1% dos participantes responderam que seria muito provável que passassem a usar, e 17% dos participantes responderam que não tinham qualquer interesse. Diante disso é possível analisar que poderia haver grande resistência ao produto.

### 3. PLANO DE NEGÓCIOS

#### 3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A Sofisticasa nasceu com a ideia de oferecer móveis construídos com madeira reutilizada. A empresa surgiu da oportunidade identificada de um mercado de produtos com consciência ecológica, mais especificamente mirando na diminuição do desmatamento.

A empresa irá operar no sistema de produção sob demanda, o que permite oferecer opções de customização para o cliente final, que receberá um produto com design único.

O investimento inicial para o negócio será de R\$ 30.000 (trinta mil reais), integralizados pelos sócios, onde serão comercializados produtos em uma faixa de preços de 200 a 500 reais, com o primeiro produto “Adega Bar” sendo comercializado a R\$ 350.

A equipe é composta por quatro profissionais com experiência variada e atuando nos setores da empresa, especialmente nas áreas de administração e vendas. De acordo com o planejamento e projeções preliminares, acredita-se que o retorno do investimento no negócio ocorrerá entre 12 e 18 meses.

#### 3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

##### 3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários

<b>Fundador 01</b>	
Nome: Eduarda Fernanda Fávaro Maia	
Endereço: Rua Tupiniquins, 500	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: eduarda.fernanda@sofisticasa.com.br	Telefone: (14) 99857-4475

Atribuição do Fundador 01  
CFO – Chief Financial Officer – Diretor financeiro

<b>Fundador 02</b>	
Nome: Denis Gomes Franco	
Endereço: Rua Caingangs, 2350	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: denis.gomes@sofisticasa.com.br	Telefone: (14) 98544-3225

Atribuição do Fundador 02

COO – Chief Operating Officer – Diretor de operações

<b>Fundador 03</b>	
Nome: Jaqueline Ferro Ferraz	
Endereço: Rua Miguel Gantus, 230	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: jaqueline.ferro@sofisticasa.com.br	Telefone: (14) 91874-6857

Atribuição do Fundador 03

CCO – Chief Communications Officer – Diretor de comunicação

<b>Fundador 04</b>	
Nome: Alana Cristina Lopes dos Santos	
Endereço: Rua Iporans, 730	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: alana.cristina@sofisticasa.com.br	Telefone: (14) 96358-5577

Atribuição do Fundador 04

CPO – Chief Product Officer – Diretor de produtos

### 3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições

#### Perfil do Fundador 01

Eduarda Fernando Fávaro Maia – Ensino médio completo, Escola Joaquim Abarca – Tupã/SP; Técnico em Comércio no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã – SP. Experiência profissional: Auxiliar de escritório na empresa PI Publicidade.

#### Perfil do Fundador 02

Denis Gomes Franco – Ensino médio completo, Escola Estadual Índia Vanuíre – Tupã/SP; Técnico em Administração na ETEC Prof. Massuyuki Kawano – Tupã/SP; Técnico em Comércio no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã – SP. Experiência profissional: Empresário na empresa Denis Gomes Digital.

#### Perfil do Fundador 03

Jaqueline Ferro Ferraz – Ensino médio completo, Escola Estadual Aristides Rodrigues Simões – Herculândia/SP; Técnico em Comércio no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã – SP; Curso de Gestão Comercial na AGCOMP – Tupã/SP; Experiência profissional: Cuidadora de idosos.

#### Perfil do Fundador 04

Alana Cristina Lopes dos Santos – Ensino médio completo, Escola Estadual Irene Resina Migliorucci – Tupã/SP; Curso de Auxiliar Administrativo no CENAIC – Tupã/SP; Técnico em Comércio no Centro Paula Souza/ ETEC Prof. Massuyuki Kawano/ Tupã – SP. Experiência profissional: Atendente da Zona Azul pela Legião Mirim; Auxiliar Administrativo na empresa Eletrônica Via Electron.

### 3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Razão Social: AB CIA LTDA ME

Nome Fantasia: Sofisticasa

CNPJ: 02.812.946/0001-88

#### 3.3.1. Missão e Visão da Empresa

A missão da Sofisticasa é oferecer produtos diferenciados e soluções personalizadas em móveis fabricados com madeira reaproveitada, para quem busca ambientes clássicos e rústicos com um olhar diferenciado.

A empresa tem como visão ser, nos próximos cinco anos, a referência de mercado em móveis com madeira reaproveitada.

Os valores da Sofisticasa são desenvolvimento sustentável, respeito às pessoas e à natureza, criatividade e valorização dos colaboradores.

#### 3.3.2. Setor de Atividade

A empresa irá atuar no setor de indústria e comércio de produtos de decoração fabricados com madeira reutilizada.

Com as complicações urbanas relacionadas a trânsito e violência, o lar transformou-se num ponto de recepção de amigos. A casa passou a ser um centro de entretenimento, com atrativos visuais harmônicos e luxuosos. Os elementos de decoração ganharam o conceito de qualidade de vida e superaram a característica de “luxo para poucos”.

De acordo com o SEBRAE (2014), existem 14.400 empresas produtoras de móveis em todo o país, gerando cerca de 228.000 empregos formais diretamente na produção. O mercado de móveis de madeira de demolição é constituído por consumidores da classe média. Este é um segmento que está em expansão, especialmente em razão da atratividade formada por dois fatores, a conscientização da necessidade de proteger a natureza e o modismo, com certo glamour que se criou em torno dos móveis em madeira de demolição.

Outra possibilidade para exploração é o mercado formado pelas empresas, clínicas, restaurantes, escritórios, que percebem no móvel com jeito “antigo” uma forma de sofisticação e possibilitar um tom de ecologicamente perfeito.

Ao considerar que a madeira tem se transformado cada vez mais em bem de alto custo e com grandes probabilidades de escassez iminente, a customização de peças variadas tem se tornado cada vez mais receptiva ao ingresso de novos empreendedores.

### 3.3.3. Forma Jurídica

A forma jurídica na qual a empresa se enquadrará é a LTDA ME – Sociedade Limitada e Microempresa.

As microempresas, também chamadas de ME, são as organizações que atuam como pessoas jurídicas (com CNPJ) e que faturam até R\$360.000,00 por ano.

As sociedades limitadas, conhecidas como LTDA, são aquelas em que os sócios possuem limitações em suas responsabilidades, quando do momento do investimento no negócio.

### 3.3.4. Enquadramento Tributário

O enquadramento tributário usado pela empresa é o Simples Nacional devido às vantagens de simplificação e redução na apuração dos valores.

Segundo a Lei do Simples Nacional 2020, a empresa Sofisticasa se encaixa no Anexo II, destinado a fábricas, indústrias e empresas industriais. A alíquota efetiva do Simples Nacional para o faturamento previsto para a empresa é de 10% com desconto de R\$ 13.860,00 sobre o valor recolhido.

#### INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR:

O Simples Nacional destina-se as empresas que se beneficiarão da redução e simplificação dos tributos, além do recolhimento de um imposto único. O enquadramento no Simples está sujeito à aprovação da Receita Federal e considera a atividade e a estimativa de faturamento anual da empresa. A Lei também prevê benefícios quanto à desburocratização, acesso ao mercado, ao crédito e a justiça, o estímulo à inovação e à exportação. A Lei enquadra como microempresa (ME) a pessoa jurídica com receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360 mil. Se a receita bruta anual for superior a R\$ 360 mil e igual ou inferior é R\$ 3,6 milhões ela será classificada como Empresa de Pequeno Porte (EPP). Para as ME e EPP, o Simples Nacional abrange os seguintes tributos e contribuições: IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social Patronal. A Lei também criou o Microempreendedor Individual (MEI), que é pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional, com receita bruta anual de até R\$ 60 mil. O MEI pode ter um empregado e não pode ser sócio ou titular de outra empresa. O recolhimento dos impostos e contribuições é feito em valor fixo mensal, independente da receita bruta.

Observação: Empresas não optantes pelo Simples estarão sujeitas ao recolhimento dos seguintes tributos e contribuições: • IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica; • PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social; • COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social; • CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido; • IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (para indústria); • ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercado (para indústria, comércio e serviços de transporte intermunicipal e interestadual); • ISS – Imposto sobre Serviços (prestação de serviços).

### 3.4. CAPITAL SOCIAL

O capital social é representado por todos os recursos (dinheiro, equipamentos, ferramentas etc.) colocado(s) pelo(s) proprietário(s) para a montagem do negócio.

<b>Nomes do Fundador</b>	<b>Valor do Capital Integralizado</b>
Euarda Fernanda Fávaro Maia	R\$ 7.500,00
Denis Gomes Franco	R\$ 7.500,00
Jaqueline Ferro Ferraz	R\$ 7.500,00
Alana Cristina Lopes dos Santos	R\$ 7.500,00

### 3.5. FONTE DE RECURSOS

A empresa será iniciada com recursos próprios aportados pelos sócios, que serão utilizados para investir na reforma do ambiente, na compra de maquinários, utensílios, móveis e veículos, além de matéria prima inicial, para que a empresa não necessite de recursos de terceiros a princípio.

### 3.6. ANÁLISE DE MERCADO

#### 3.6.1. Análise dos Clientes

A análise de mercado é uma das etapas essenciais na execução do plano de negócios. O empreendedor deve estar atento às variáveis do mercado e não somente basear-se naquilo que ele considera uma boa ideia.

Através da pesquisa realizada pela empresa Sofisticasa em 05 de novembro de 2019, foi possível observar que os entrevistados estão inseridos na faixa etária de 18 a 50 anos, onde a empresa pretende dividir este público em dois grupos: jovens adultos (entre 18 e 25 anos) e adultos (26 a 50 anos), pois a empresa acredita que este público tem poder de compra e motivação suficientes para adquirir os produtos propostos por nossa empresa, e por isso seriam clientes ideais para nós.

Também foi possível identificar que este público alvo reside em casa própria, informação esta muito importante pois pessoas que possuem casa própria tendem a gastar mais com itens de decoração, que são o coração da proposta da Sofisticasa.

Com relação ao comportamento dos consumidores, a pesquisa indicou que o público alvo realiza festas com certa frequência, além de morar com pais e/ou irmãos e filhos, informação também relevante, pois o primeiro produto e carro chefe da empresa, a “Adega Bar”, é um móvel destinado a guardar e expor bebidas, que é claro são consumidas em tais festas.

A proposta de valor da empresa consiste em produtos que tenham um estilo único e próprio, de modo que os consumidores se sintam orgulhosos em expô-los em suas residências. Também foi possível identificar com a pesquisa que a maioria dos entrevistados identifica o estilo de sua casa como “clássico”, e a empresa acredita que isto representa uma boa oportunidade de negócio, pois abre oportunidades para que o consumidor tenha em sua casa um produto com um estilo diferenciado.

## 3.6.2. Análise dos Concorrentes

	<b>Qualidade do produto</b>	<b>Tipo de concorrente</b>	<b>Preço</b>	<b>Condições de pagamento</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Serviços Oferecidos</b>
<b>Armazém do Rústico Tupã/SP</b>	Ruim	Direto	Bom	Dinheiro, cartão	Telefone, Whatsapp	Comércio de móveis rústicos
<b>Móveis Rústicos Ferrary Marília/SP</b>	Bom	Direto	Mais alto	Dinheiro, cartão	Telefone, Whatsapp	Comércio de móveis rústicos
<b>Casa Caiada Bauru/SP</b>	Ótimo	Direto	Mais alto	Dinheiro, cartão	Telefone, Whatsapp	Comércio de móveis rústicos

Conclusão da análise dos concorrentes: Conclui-se que há vários concorrentes, porém a empresa tem o diferencial de qualidade e preço bom. Os concorrentes que possuem qualidade também possuem um preço alto, e os que possuem preço baixo não oferecem qualidade.

## 3.6.3. Análise dos Fornecedores

<b>Nome do Fornecedor</b>	<b>Descrição do Item</b>	<b>Preço</b>	<b>Condições de Pagamento</b>	<b>Prazo de Entrega</b>	<b>Localização do Fornecedor</b>
C&D Acabamentos	Pallet	R\$ 4,00/un.	A vista	2 dias úteis	Tupã/SP
Americanas.com	Fita de LED	R\$ 69,90/5 un.	A vista	7 dias úteis	São Paulo/SP
Casa dos Parafusos	Parafusos	R\$ 0,45/un.	A vista	Imediato	Tupã/SP
Vidrotec	Vidro	R\$ 60,00/m <sup>2</sup>	A vista	2 dias úteis	Tupã/SP

Conclusão da análise dos fornecedores: Conclui-se que os fornecedores são ágeis para entrega, sempre possuem grandes estoques de seus produtos, e o preço é acessível para a fabricação dos produtos da empresa.

## 3.7. PLANO DE MARKETING

### 3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

A Sofisticasa é uma empresa do segmento mobiliário que oferece uma proposta de estilo diferenciada através de produtos à base de materiais sustentáveis, utilizando madeira reciclada como os pallets para a fabricação de seus produtos.

O primeiro produto e carro chefe da empresa é a Adega Bar, um display de bebidas que permite exibi-las em qualquer ambiente e que atende às necessidades de quem deseja decorar sua casa com um estilo rústico e acondicionar suas bebidas com um estilo único.

### 3.7.2. Preço

A Sofisticasa Adega Bar será comercializada no valor de R\$ 350,00 (trezentos e cinquenta reais).

### 3.7.3. Estratégias Promocionais

A empresa adotará estratégias promocionais de vendas a varejo pela internet, bem como disponibilizará um *showroom* em sua sede.

Será disponibilizado um *e-commerce* com catálogo completo dos produtos, onde os clientes poderão adquirir os produtos de qualquer lugar do país. E será disponibilizado o recurso de frete grátis com entrega própria em região próxima à sede da empresa.

Será adotada a proposta de atendimento e consultoria personalizados através do Whatsapp, em ligações ou vídeo chamadas, para apresentar os produtos a potenciais clientes.

Também serão utilizadas campanhas de impulsionamento online através do *Google Adwords*, bem como participação ativa em redes sociais, especialmente Instagram e Pinterest, duas redes sociais voltadas a estilo de vida.

Será utilizada a estratégia de marketing de conteúdo através de um blog, atualizado regularmente com matérias, dicas, artigos e afins voltados ao consumidor final.

Em uma etapa posterior, e dependendo dos resultados obtidos nos primeiros 12 meses, a empresa adotará estratégias mais amplas como inserção dos seus produtos nos principais *marketplaces online* (Mercado Livre, Americanas, Ponto Frio, Magazine Luiza, etc).

Será avaliada também a possibilidade de participação em feiras, eventos e exposições relevantes, com a montagem de estandes com o objetivo de introduzir a marca ao público e permitir que ele experimente os produtos em um ambiente real.

#### 3.7.4. Estrutura de Comercialização

A empresa utilizará principalmente a internet para conduzir seus negócios. Através de um *e-commerce*, receberá pedidos do público alvo e os encaminhará para despacho através de transportadoras, ou através de entrega própria dentro do seu raio de atendimento.

Os clientes também serão alcançados através da nossa presença, em uma segunda etapa, nos principais *marketplaces online*.

A empresa também contará com atendimento pré-venda personalizado através de ligações ou vídeo chamadas para sanar as dúvidas dos clientes e apresentar os produtos da melhor forma possível.

Para o pós-venda serão adotadas as seguintes estratégias: pesquisa de satisfação (contato personalizado) junto aos clientes após a entrega ou instalação, lançamento de novos modelos anualmente, implementação de programas de relacionamento para informar das novidades e oferecer descontos e promoções especiais para clientes da empresa, publicação de *newsletters* e *blog* com dicas de casa e decoração e realização de pesquisas de mercado junto a clientes para buscar ideias de novos produtos. Com relação a garantia, os clientes poderão contatar a empresa da melhor forma que lhe convierem: e-mail, site, chat ou ligação.

### 3.7.5. Localização da Empresa

Endereço da Empresa: Rua Cherentes, 1811	
Bairro: Tupã Mirim I	Cidade/Estado: Tupã/SP
Telefone/Fax: (14) 3441-4850	

O endereço acima refere-se a um barracão comercial que possui metragem suficiente para reunir a área de produção, montagem e acabamento dos produtos recebidos dos fornecedores, bem como um pequeno *showroom* para clientes que desejarem conhecer os produtos pessoalmente. A área também abrigará os setores administrativos da empresa.

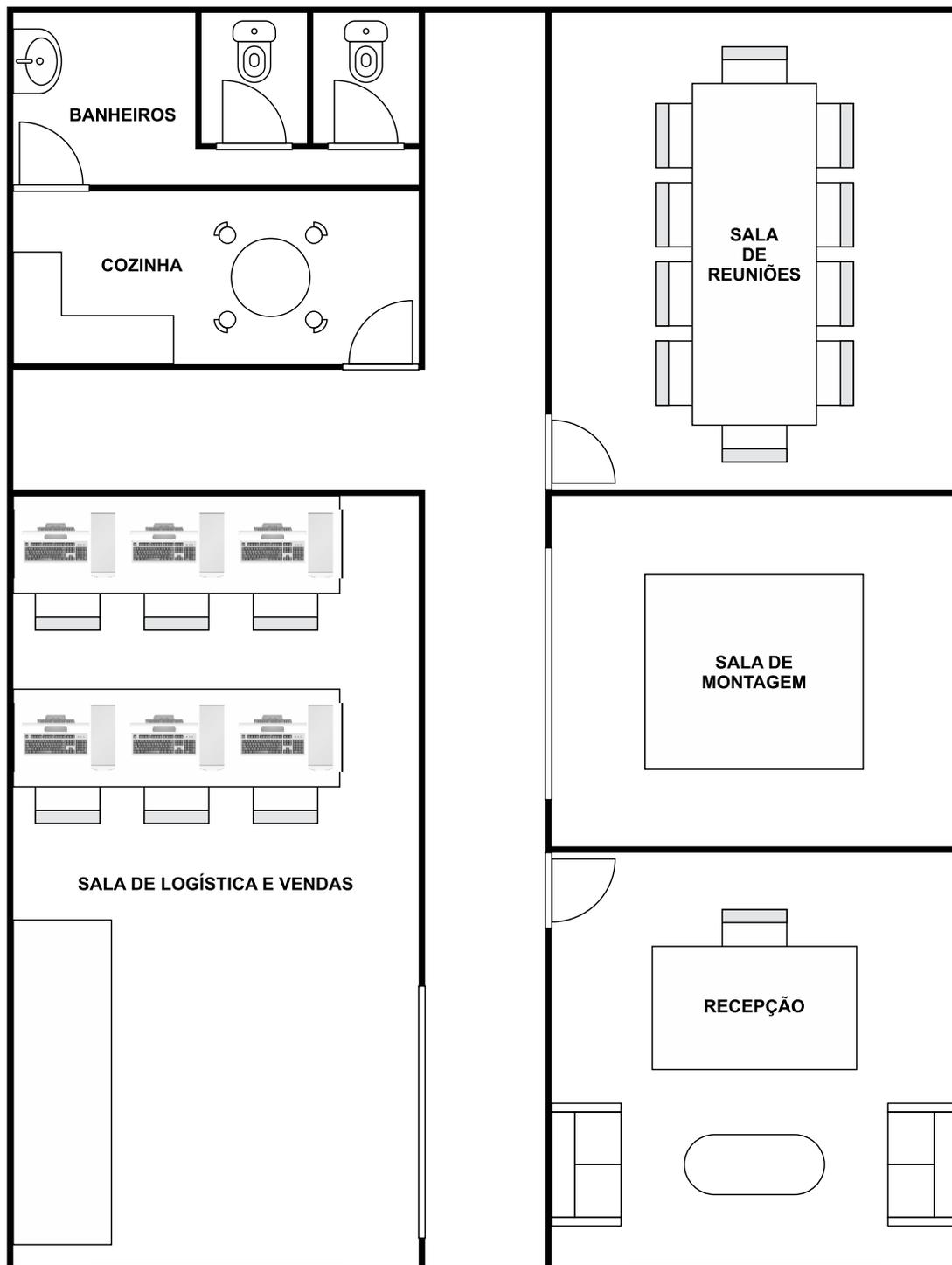
Este local foi escolhido através de pesquisa junto a imobiliária, onde foi localizado um imóvel com metragem ideal e suficiente para comportar as atividades da empresa. Por já ser um imóvel de uso comercial não foi necessário realizar adequações no imóvel ou em suas imediações. E por estar localizado em um bairro residencial, o tráfego de veículos baixo pode ser um fator positivo em questões logísticas.

Por fim, considerando que a estrutura de comercialização envolve revendedores e comercialização pela internet, não há necessidade de a empresa estar localizada em um local com alto fluxo de clientes, o que auxilia na redução dos custos fixos.

### 3.8. PLANO DE OPERACIONAL

#### 3.8.1. Layout ou Arranjo Físico

**Figura 01:** Layout da empresa Sofisticasa



**Fonte:** Elaborada pelos autores (2020)

## 3.8.2. Capacidade Produtiva

A produção inicial será de 200 peças.

## 3.8.3. Necessidade de Pessoal

<b>CARGO</b>	<b>FUNÇÃO</b>	<b>QUALIFICAÇÃO NECESSÁRIA</b>
Auxiliar de limpeza	Manter o local de trabalho limpo e arrumado	Boa disposição física; capacidade de cumprir ordens; capacidade de organização; ter gosto por servir; ter paciência e iniciativa;

## 3.9. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO

## 3.9.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

<b>ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA</b>			
<b>PRODUTO</b>	<b>QUANTIDADE (ESTIMATIVA DE VENDAS)</b>	<b>PREÇO DE VENDA UNITÁRIO (EM R\$)</b>	<b>FATURAMENTO TOTAL (EM R\$)</b>
Adega Bar	200	R\$ 350,00	R\$ 70.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>R\$ 350,00</b>	<b>R\$ 70.000,00</b>

## 3.9.2. Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto

**Produto: Adega Bar**

<b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b>			
<b>Adega Bar</b>			
<b>INSUMOS UTILIZADOS</b>	<b>QUANTIDADE NECESSÁRIA</b>	<b>CUSTO UNITÁRIO</b>	<b>TOTAL</b>
Pallet	2 unidades	R\$ 5,00	R\$ 10,00
Fita de LED	1 unidade	R\$ 35,00	R\$ 35,00
Vidro	2 peças 40 x 45 cm	R\$ 40,00	R\$ 80,00
Parafusos	30 unidades	R\$ 0,05	R\$ 1,50
Verniz spray	Meia lata	R\$ 18,00	R\$ 9,00
<b>TOTAL</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>R\$ 135,50</b>

**Custo variável mensal**

R\$ 135,50 \* 200 peças = R\$ 27.100,00

**3.9.3. Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa**

<b>FUNÇÃO</b>	<b>QTD</b>	<b>SALÁRIO MENSAL</b>	<b>(%) DE ENCARGOS SOCIAIS</b>	<b>ENCARGOS SOCIAIS R\$</b>	<b>TOTAL R\$</b>
Auxiliar de limpeza	1	R\$ 1.045,00	52,89%	R\$ 552,69	R\$ 1.597,69*
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>R\$ 1.045,00</b>	<b>52,89%</b>	<b>R\$ 552,69</b>	<b>R\$ 1.597,69</b>

\* Provisão 13º: R\$ 87,08 – Provisão Férias: R\$ 87,08 – Provisão Férias + 1/3: R\$ 29,03 – FGTS: R\$ 83,60 – FGTS sobre 13º e férias: R\$ 16,26 – INSS: R\$ 83,60 – INSS sobre 13º e férias: R\$ 40,64

<b>CUSTOS FIXOS</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Aluguel	R\$ 1.500,00
Salários (salário + encargos)	R\$ 1.597,69
IPTU (mensal)	R\$ 50,00
Material de Escritório	R\$ 100,00
Material de Limpeza	R\$ 100,00
Escritório de Contabilidade	R\$ 500,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 252,31
Pró-labore	R\$ 8.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 12.100,00</b>

Custo fixo unitário: R\$ 12.100,00 / 200 unidades mês = R\$ 60,50

**3.9.4. Margem de Contribuição Unitária**

Com o custo do produto identificado, é necessário identificar também o valor que cada unidade efetivamente traz à empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou, ou seja, a diferença entre a receita (preço de venda) e o custo variável.

Produto: ADEGA BAR

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Receita Total (preço de venda)	R\$ 350,00
Custos variáveis unitários	R\$ 135,50
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>R\$ 214,50</b>

### 3.9.5 – Estimativa dos custos de comercialização

Cálculo de impostos devidos

*Tabela do Simples 2020 – Anexo II*

Faixa 4: De 720.000,01 a 1.800.000,00

Alíquota: 11,2% - Parcela a deduzir: R\$ 22.500,00

$R\$ 70.000,00 * 12 \text{ meses} = R\$ 840.000,00$

$(R\$ 840.000,00 * 11,2\%) - R\$ 22.500,00 / R\$ 840.000,00$

$R\$ 94.080,00 - R\$ 22.500,00 / R\$ 840.000,00$

$R\$ 71.580,00 / R\$ 840.000,00 = 0,0852 * 100 = 8,52\%$  de alíquota efetiva

<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>%</b>	<b>FATURAMENTO MENSAL ESTIMADO</b>	<b>CUSTO TOTAL (R\$)</b>
<b>1. IMPOSTOS</b>			
SIMPLES	8,52%	R\$ 70.000,00	R\$ 5.964,00
<b>SUBTOTAL 1</b>	<b>8,52%</b>		<b>R\$ 5.964,00</b>
<b>2. GASTOS COM VENDAS</b>			
Comissões do <i>marketplace</i>	7%	R\$ 70.000,00	R\$ 4.900,00
Propaganda			
Taxa de administração do cartão de crédito	5%	R\$ 70.000,00	R\$ 3.500,00
<b>SUBTOTAL 2</b>			<b>R\$ 8.400,00</b>
<b>TOTAL (1+2)</b>			<b>R\$ 14.364,00</b>

*Cálculo do Simples para janeiro/2020*

R\$ 70.000,00 \* 8,52% = R\$ 5.964,00

Valor a pagar no DAS em 2019: R\$ 5.964

### 3.9.6 Custo total

#### 3.9.6.1 Custo total unitário

Itens	Valor
Custo variável unitário	R\$ 135,50
Custo fixo unitário	R\$ 60,50
Custo de comercialização unitário	R\$ 71,82
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 267,32</b>

#### 3.9.6.1.1 Preço de venda unitário

Item	Valores
Custo total unitário	R\$ 267,32
Margem de lucro %	30,93%
<b>Total:</b>	<b>R\$ 350,00</b>

#### 3.9.6.2 Custo total dos itens

DESCRIÇÃO	R\$
Custo total com materiais diretos	R\$ 27.100,00
Custo de comercialização total	R\$ 14.365,00
Custos fixos totais	R\$ 12.100,00
<b>Custo total</b>	<b>R\$ 53.565,00</b>

### 3.9.7 Demonstrativo de resultados

ITENS	DESCRIÇÃO	R\$	(%)
	Receita total com vendas	R\$ 70.000,00	100%
	(-) Custos totais	R\$ 53.565,00	76,5%
	<b>LUCRO DO PERÍODO</b>	<b>R\$ 16.435,00</b>	<b>23,5%</b>

## 3.9.8 Ponto de Equilíbrio

$$IMC = \frac{(70.000,00 - 53.565,00)}{70.000,00}$$

$$PE = \frac{12.100,00}{0,2347} = 51.555,17$$

O ponto de equilíbrio é de R\$ 51.555,17 (ou 147 unidades por mês).

## 3.10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

	<b>Fatores Internos (Controláveis)</b>	<b>Fatores Externos (Incontroláveis)</b>
<b>Pontos Fortes</b>	<p><b>Forças</b>            Produto feito sob medida            O cliente escolhe as medidas e opções para o seu produto.</p> <p>Variedade de acabamentos            Durante a compra o cliente pode optar por cores e acabamentos de seu gosto.</p>	<p><b>Oportunidades</b>            Festas e eventos            A empresa pode ceder ou fornecer produtos para serem utilizados em feiras, eventos, exposições, festas, confraternizações e afins.</p> <p>Parceria com blogueiros e youtubers            Podemos buscar parcerias com influenciadores nas áreas de casa, decoração, moda e estilo de vida para divulgar nossa linha de produtos.</p> <p>Nicho de mercado pouco explorado            O estilo adotado pelos produtos da Sofisticasa representa um mercado de nicho interessante: o de decoração doméstica com personalidade.</p>

<b>Pontos Fracos</b>	<p><b>Fraquezas</b>  Atrasos de fornecedores  A matéria prima chave são os pallets reaproveitados. Quaisquer problemas com os fornecedores causarão atrasos na cadeia de produção.</p> <p>Dificuldades na logística  Devido ao tamanho do produto, podem ocorrer problemas logísticos tanto com relação ao fornecedor quanto com relação a entrega do produto ao cliente.</p>	<p><b>Ameaças</b>  Falta de matéria prima  Podem ocorrer gargalos na produção devido a dificuldade no fornecimento de pallets reaproveitados, que são mais baratos que pallets novos.</p> <p>Mudanças no estilo e gosto dos consumidores  Nossos produtos possuem um estilo que apela aos consumidores que buscam uma aparência rústica. Mudanças no estilo e gosto dos consumidores podem fazer com que a demanda por nossos produtos seja reduzida ou eliminada.</p> <p>Baixa barreira de entrada  O produto pode ser fabricado de forma artesanal por uma equipe reduzida. Sendo assim, a barreira de entrada de novos competidores é baixa, o que pode causar diluição do mercado.</p>
----------------------	---	--

Conclusão da Análise SWOT: Com a análise SWOT conclui-se que apesar de existirem pontos fortes que representam boas oportunidades, visto que a variedade de opções para o consumidor no setor de móveis é grande, a dificuldade em obter matéria prima pode ser um entrave. Por ter um foco em sustentabilidade, a empresa pode ter dificuldade em conseguir os materiais necessários. A empresa também precisará ter uma estratégia de observação dos consumidores para se atentar às mudanças de gosto e estilo deles.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A preservação do ambiente é um assunto que tem se tornado destaque em todo o mundo e o reaproveitamento da madeira é algo que tem atraído as empresas para questões que incluem minimizar a devastação e reduzir as queimadas desnecessárias. Neste cenário tem se destacado o setor de móveis planejados, que podem reaproveitar a madeira de diversas formas, o que permite trazer um novo olhar para dentro das casas, com um toque de design único e diferenciado ao ambiente.

A região de Tupã, no interior de São Paulo, conta com várias fábricas e distribuidoras de móveis, o que resulta em um grande descarte de resíduos de madeira e até mesmo outros materiais. Neste contexto e após levantamento e análise de dados obtidos através de questionários realizados com um público variado, identificamos a tendência dos consumidores em considerar que o reaproveitamento da madeira é algo benéfico e por isso estes consumidores adquiririam móveis fabricados com madeira reaproveitada.

Considerando estes aspectos, a abertura da empresa Sofisticasa no ramo de fabricação de móveis utilizando madeira reaproveitada representa uma grande oportunidade para os envolvidos e para a sociedade em geral, que principalmente se beneficiaria por ter mais uma empresa colaborando com a redução no desmatamento.

## REFERÊNCIAS

BOFF, L. **Sustentabilidade - O que é - O que não é**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017. 4 p.

BRAZ, R. L. et al. Resíduos da colheita florestal e do processamento da madeira na Amazônia – uma análise da cadeia produtiva. **Journal of Biotechnology and Biodiversity**, v. 5, n. 2, p. 172, 04 Abril 2014. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/JBB/article/view/1216>>. Acesso em: 13 Mar. 2020.

FOGAÇA, J. R. V. O que é sustentabilidade? **Brasil Escola**, p. n.p, s.d. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/quimica/o-que-e-sustentabilidade.htm>>. Acesso em: 13 Mar. 2020.

GÓES, M. B. D. Aspectos e Impactos Ambientais do Processo de Reutilização de Paletes de Madeira na Fabricação de Móveis. **Revista Competitividade e Sustentabilidade - ComSuS**, v. 6, n. 2, p. 138, Dezembro 2019. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/comsus/article/view/23624>>. Acesso em: 13 Mar. 2020.

HANZEN, C. M.; CAMILOTI, L.; PINHEIRO, D. O Reaproveitamento de Madeira de Descarte na Criação de Mobiliário. **Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc São Miguel do Oeste**, n. 3, p. 12, 19 Junho 2018. Disponível em: <<https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/apeusmo/article/view/17525>>. Acesso em: 13 Mar. 2020.

IMAZON. 2010. **A atividade madeireira na Amazônia brasileira: produção, receita e mercados**. Disponível em: <<https://amazon.org.br/a-atividade-madeireira-na-amazonia-brasileira-producao-receita-e-mercados/>>. Acesso em: 13 Mar. 2020

MONTEIRO, M. I. F. **Desperdícios de Madeira Aplicados em Soluções de Design. O Serrim**. Universidade do Porto. Porto, p. 141. 2016.

PENA, R. A. **Política dos 3 Rs**, p. n.p., s.d. Disponível em: <<https://escolakids.uol.com.br/geografia/a-politica-dos-3rs.htm>>. Acesso em: 13 Março 2020.

SEBRAE/GO – **OBSERVATÓRIO – TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES 2014**. SEBRAE. Disponível em: <<http://observatorio.sebraego.com.br/tendenciaseoportunidades2014>>. Acesso em: 9 de mai. 2020

SEBRAE/GO – **IDEIAS DE NEGÓCIOS – MÓVEIS DE MADEIRA DE DEMOLIÇÃO**. SEBRAE. Disponível em:

<<http://observatorio.sebraego.com.br/tendenciaseoportunidades2014/wp-content/uploads/2014/07/moveis-de-madeira-de-demolicao.pdf>>. Acesso em: 09 de mai. 2020

## APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL DE SOCIEDADE LIMITADA

### CONTRATO SOCIAL – SOCIEDADE LIMITADA CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE COMÉRCIO

1. **Eduarda Fernanda Fávaro Maia**, brasileira, solteira, empresária, CPF 118.432.900-14, RG 20.366.334-2, residente e domiciliada a Rua Tupiniquins, 500, em Tupã/SP, e

2. **Denis Gomes Franco**, brasileiro, casado com comunhão parcial de bens, empresário, CPF 206.396.020-88, RG 49.078.190-1, residente e domiciliado a Rua Caingangs, 2350, na cidade de Tupã, estado de São Paulo, e

3. **Jaqueline Ferro Ferraz**, brasileira, solteira, empresária, CPF 846.323.630-81, RG 22.277.054-5, residente e domiciliada a Rua Miguel Gantus, 230, na cidade de Tupã, estado de São Paulo, e

4. **Alana Cristina Lopes dos Santos**, brasileira, solteira, empresária, CPF 665.353.420-00, RG 23.595.053-1, residente e domiciliada a Rua Iporans, 730, na cidade de Tupã, estado de São Paulo, constituem uma sociedade limitada mediante as seguintes cláusulas:

1ª - A sociedade girará sob o nome empresarial AB CIA LTDA e terá sede e domicílio na Rua Cherentes, 1811, bairro Vila Tupã Mirim I, na cidade de Tupã, estado de São Paulo.

2ª - Seu objeto social será **INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PRODUTOS DE DECORAÇÃO**.

3ª - O capital social será de R\$ 30.000 (trinta mil reais), dividido em 3.000 (três mil) quotas de valor nominal de R\$ 10 (dez reais), cada uma, subscritas,

3.1 e integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País, pelos sócios:

Eduarda Fernanda Fávaro Maia..... nº de quotas 750 - R\$ 7.500

Denis Gomes Franco ..... nº de quotas 750 - R\$ 7.500

Jaqueline Ferro Ferraz ..... nº de quotas 750 - R\$ 7.500

Alana Cristina Lopes dos Santos ..... nº de quotas 750 - R\$ 7.500

**Total..... nº de quotas 3.000 - R\$ 30.000**

4ª - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

5ª - As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço, o direito de preferência para sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª - A sociedade iniciará suas atividades em 01/12/2019 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado. (artigo 967 do Código Civil de 2002).

7ª - A administração da sociedade caberá a Denis Gomes Franco com os poderes e atribuições de representar a sociedade de forma completa e irrestrita, podendo os sócios assinar na forma isoladamente ou em conjunto (a empresa que deverá decidir se as atribuições designadas aos sócios deverão ser feitas de forma isolada ou em conjunto), autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª - Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

9ª - A sociedade poderá levantar balanços ou balancetes patrimoniais em períodos inferiores a um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediárias, poderão ser distribuídos mensalmente aos sócios cotistas, a título de Antecipação de Lucros, proporcionalmente às cotas de capital de cada um (clausula facultativa, onde os sócios manifestam a possibilidade da retirada de lucros e apuração de perdas em períodos inferiores a um ano).

10ª - Opções de cláusula para solucionar divergências ocorridas na sociedade:

Fica eleito o foro de Tupã/SP para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

11ª – Os administradores declaram, sob as penas da Lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude

de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (artigo 1.011, § 1º do Código Civil de 2002).

E por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 2 vias, na presença de duas testemunhas.

Tupã, 1 de dezembro de 2019

### **Sócios**

Eduarda Fernanda  
Fávaro Maia

Denis Gomes  
Franco

Jaqueline Ferro  
Ferraz

Alana Cristina  
Lopes dos Santos

### **Testemunhas**

Paulo da Silva

Marcos Henrique Santos

**APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC  
PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

1. Qual é a sua idade?

- Menos de 18 anos       Entre 18 e 25 anos       Entre 26 e 35 anos  
 Entre 36 e 50 anos       Mais de 50 anos

2. Você mora:

- Sozinho(a)     Com os pais     Com os pais e irmãos, quantos? \_\_\_\_  
 Com marido/esposa       Com marido/esposa e filhos(as)

3. Sua casa é própria ou alugada?

- Própria     Alugada

4. Como você classificaria o estilo de decoração da sua casa? Escolha até duas.

- Clássico.     Retrô.     Rústico     Romântico     Moderno

5. Com que frequência você realiza festas em sua residência?

- Sempre     As vezes     Nunca

6. Você utilizaria um móvel para organizar e exibir as bebidas de sua casa?

- Sim     Talvez     Não

7. Quanto você estaria disposto a pagar por este móvel?

- Menos de 100 reais       Entre 100 e 200 reais     Mais de 200 reais

8. Qual a probabilidade de você começar a usar este móvel ou substituir um móvel semelhante existente em sua casa?

- Muito provável     Pouco provável     Não tenho interesse

## APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

