



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE
TECNOLOGIA EM GESTÃO EMPRESARIAL**

JOVANA MAIARA TOLEDO

TOLEDO CASA CRIATIVA

Presidente Prudente – SP

2024



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE
TECNOLOGIA EM GESTÃO EMPRESARIAL**

JOVANA MAIARA TOLEDO

TOLEDO CASA CRIATIVA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Tecnologia de Presidente Prudente, como requisito parcial para obtenção do diploma de Tecnólogo Gestão Empresarial.

Orientador(a): Prof. Me. Claudio José Donato

Presidente Prudente – SP

2024

JOVANA MAIARA TOLEDO

TOLEDO CASA CRIATIVA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Tecnologia de Presidente Prudente, como requisito parcial para obtenção do diploma de Tecnólogo Gestão Empresarial.

Presidente Prudente, 04 de dezembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Orientador(a): Prof. Me. Claudio José Donato
FATEC – Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo
Presidente Prudente – SP

Prof. Me. Edson Roberto Manfré
FATEC – Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo
Presidente Prudente – SP

Prof. Dr. Flávio Alberto Oliva
FATEC – Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo
Presidente Prudente – SP

Dedico este trabalho aos meus pais Antonio Marcos Toledo e Luzia Fátima Manfré
Toledo que são minha inspiração para realização desse
estudo. Serei para sempre grata!

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente à Deus que me deu força, capacidade e persistência para superar as dificuldades, vencer o desânimo e concluir este curso, pois os planos Dele são maiores que os meus.

Agradeço minha família e ao meu namorado por todo amparo, esforço e amor que tiveram comigo durante todos esses anos, em especial minha mãe Luzia Fatima Manfré Toledo e meu pai Antonio Marcos Toledo, que são minha base e inspiração.

Agradeço ao Professor Doutor Flávio Alberto Oliva pela atenção ao aceitar ser membro dessa banca e prestigiar meu trabalho, acrescentando suas ideias e orientações. Agradeço também ao Professor Mestre Edson Manfré pela confiança e parceria que criamos ao longo desses anos, pelo trabalho realizado na Empresa Júnior que juntos hoje encerramos.

Agradeço a todos os professores, funcionários e colaboradores que de alguma forma, contribuíram para minha formação. Juntamente agradeço aos colegas de turma que dividir momentos que ficaram para sempre guardados em meu coração.

Em especial agradeço ao meu orientador, Professor Mestre Claudio José Donato. Obrigada por acreditar em mim e aceitar esse desafio ao meu lado. Sou grata por toda dedicação, instrução, paciência e credibilidade que depositou em mim.

Enfim, sou grata à profissional que me tornei e espero exercer com paixão e sabedoria o segmento escolhido, com respeito e determinação.

“Ó, vida futura! Nós te criaremos.”

Carlos Drummond de Andrade

RESUMO

TOLEDO, Jovana Maiara. **Toledo Casa Criativa**. Orientador: Claudio José Donato. 2024. 104 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Gestão Empresarial) – Faculdade de Tecnologia de Presidente Prudente, SP, 2024.

O presente trabalho tem como objetivo analisar a concessão de implantação de uma empresa de produtos personalizados e artesanais com estrutura física no município de Presidente Prudente, no Estado de São Paulo. Será elaborada uma ideia de negócio tendo em vista os aspectos que influenciam os clientes a buscarem produtos únicos que fiquem marcados na história dos seus eventos ou como decoração de suas casas. O empreendimento, além de comercializar os produtos, irá fazer a confecção das artes, personalizando de acordo com as necessidades dos clientes. Vale ressaltar que a empresa terá como propósito elevado práticas conscientes que viabilizam a utilização de materiais sustentáveis e até mesmo reciclável. Este trabalho busca analisar riscos e ganhos que o gestor poderá ter sobre a empresa a ser implantada e a necessidade de manter atualizado sobre as mudanças de mercado e suas repercussões. Logo, o objetivo geral é compreender de que forma as tendências desse segmento repercutem no setor comercial, especialmente, em relação às escolhas do cliente no momento da compra. A metodologia será baseada em pesquisa exploratória, buscando filtrar dados de empresas do mesmo ramo, pesquisa em rede sociais, artigos e estudos similares. Ao final do estudo, espera-se que o plano de negócio seja viável e assim possa ser utilizado para conciliar seus projetos e prática da melhor forma possível, atendendo os desejos dos clientes. Por fim é esperado que esse trabalho contribua para facilitar o trabalho do gestor, que poderá compreender mais sobre as tendências desse mercado, facilitando os processos de planejamento e execução do negócio.

Palavras-chave: Artesanato; Personalizado; Artesanal; Empreendedorismo.

ABSTRACT

Toledo Creative House

TOLEDO, Jovana Maiara. **Toledo Creative House**. Advisor: Claudio José Donato. 2024. 104 f. Course Completion Work (Technology in Business Management) – Faculty of Technology Presidente Prudente, SP, 2024.

The present work aims to analyze the establishment of a company focused on personalized and handcrafted products with a physical presence in the municipality of Presidente Prudente, in the state of São Paulo. A business concept will be developed, taking into account the factors that influence customers to seek unique products that leave a lasting impression on their events or serve as home décor. In addition to selling the products, the business will also create designs, customizing them according to the clients' needs. It is important to highlight that the company will prioritize conscious practices, enabling the use of sustainable and even recyclable materials. This study seeks to assess the risks and benefits that the manager may face with the establishment of the company, as well as the need to stay updated on market changes and their repercussions. Therefore, the main objective is to understand how trends in this segment impact the commercial sector, particularly in terms of customer preferences during the purchasing process. The methodology will be based on exploratory research, gathering data from companies in the same industry, social media analysis, articles, and similar studies. At the end of the study, it is expected that the business plan will be viable, enabling the integration of projects and practices in the best possible way to meet customer desires. Finally, it is anticipated that this work will contribute to facilitating the manager's tasks by providing a deeper understanding of market trends, thus streamlining the planning and execution processes of the business.

Palavras-chave: Crafts; Customized; Handcrafted; Entrepreneurship.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Dados Empresariais.....	19
TABELA 2 – Plano de Carreira.....	33
TABELA 3 – Relação de Produtos Produtos.....	34
TABELA 4 – Estudo dos Concorrentes.....	52
TABELA 5 – Calendário Sazonal Simplificado.....	67
TABELA 6 – Aplicação de Recursos.....	82
TABELA 7 – Remuneração do Capital Próprio.....	82
TABELA 8 – Depreciação.....	83
TABELA 9 – Investimento pré-operacional.....	83
TABELA 10 – Máquinas e equipamentos.....	84
TABELA 11 – Hardware.....	84
TABELA 12 – Móveis e utensílios.....	85
TABELA 13 – Construção e reforma.....	85
TABELA 14 – Investimento total.....	85
TABELA 15 – Encargos.....	86
TABELA 16 – Resumo Folha de Pagamento.....	86
TABELA 17 – Projeção Folha de Pagamento (5 anos)	87
TABELA 18 – Despesa Fixa Estimada 1° Semestre.....	87
TABELA 19 – Despesa Fixa Estimada 2° Semestre.....	88

TABELA 20 – Projeção de despesas (5 anos)	88
TABELA 21 – Mark up.....	89
TABELA 22 – DRE Gerencial Projetado.....	80
TABELA 23 – Ponto de Equilíbrio.....	90
TABELA 24 – Necessidade de Faturamento.....	91
TABELA 25 – Projeção DRE 1° Semestre.....	92
TABELA 26 – Projeção DRE 2° Semestre.....	93
TABELA 27 – Média Mensal 1° ano.....	94
TABELA 28 – Necessidade de Caixa.....	94
TABELA 29 – Projeção de Crescimento (5 anos)	95
TABELA 30 – Fluxo de Caixa.....	95
TABELA 31 – TMA, TIR e VPL.....	96
TABELA 32 – Payback Descontado.....	96
TABELA 33 – Projeção Ponto de Equilíbrio (5 anos)	96

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Questionário Questão 1.....	46
GRÁFICO 2 – Questionário Questão 2.....	46
GRÁFICO 3 – Questionário Questão 3.....	47
GRÁFICO 4 – Questionário Questão 4.....	47
GRÁFICO 5 – Questionário Questão 5.....	48
GRÁFICO 6 – Questionário Questão 6.....	48

GRÁFICO 7 – Questionário Questão 7.....	49
GRÁFICO 8 – Questionário Questão 8.....	50
GRÁFICO 9 – Questionário Questão 9.....	50
GRÁFICO 10 – Questionário Questão 10.....	51

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Localização Loja Física.....	23
FIGURA 2 – Planta Baixa da Loja Física.....	24
FIGURA 3 – Organograma.....	28
FIGURA 4 – Fluxograma.....	30
FIGURA 5 – Catalogo de Produtos.....	40
FIGURA 6 – Logotipo da Empresa.....	61

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
2 JUSTIFICATIVA.....	16
3 OBJETIVOS.....	16
3.1 OBJETIVO GERAL.....	16
3.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS.....	17
4 METODOLOGIA.....	17
4.1 Revisão bibliográfica e documental.....	17
5 DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	17
5.1 Natureza do negócio.....	18
5.2 Missão, visão e valores.....	19
5.2.1 Missão.....	19
5.2.2 Visão.....	19
5.2.3 Valores.....	19
5.3 Abrangência de atuação (nacional, internacional, regional)	20
5.4 Vantagens competitivas	20
5.5 Localização geográfica	21
5.6 Exigências legais para o funcionamento da empresa.....	23
5.7 Alianças estratégicas.....	24
5.8 Responsabilidade social e ambiental.....	25
6 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	25
6.1 Descrição do organograma	25
6.2 Descrição do fluxograma.....	26
6.3 Política de recursos humanos.....	28
6.4 Plano de carreira.....	30
6.4.1 Área de Produção (Artesãos e Operacional)	31
6.4.2 Área de Vendas e Marketing	31

6.4.3 Área Administrativa Financeira.....	31
6.5 Treinamento e desenvolvimento	32
6.5.1 Objetivos do Programa de Treinamento e Desenvolvimento	32
7 PRODUTOS E SERVIÇOS	33
7.1 Produtos Artesanais.....	33
7.2 Requisitos Técnicos Gerais	34
7.3 Tecnologia aplicada aos Produtos/Serviços	34
7.3.1 Propriedade industrial associada (registro de marcas ou patentes)	34
7.4 Descrição de novos Produtos/Serviços (no futuro)	35
7.4.1 Linha de Produtos Biodegradáveis	35
7.4.2 Artesanato com Materiais Reciclados e Upcycling	36
7.4.3 Produtos Personalizáveis através de Plataformas Digitais	36
8 PLANO DE MARKETING.....	38
8.1. Descrição do setor	38
8.2 Panorama atual e principais tendências do setor	39
8.3 Tamanho e taxa de crescimento do setor	39
8.4 Mercado alvo (perfil dos clientes, características, renda, idade)	40
8.5 Cobertura geográfica.....	41
8.6 Análise de Mercado	42
8.7 Oportunidades e Ameaças, Fortes e Pontos Fracos (Swot)	48
8.7.1 Pontos Fortes (Strengths)	48
8.7.2 Pontos Fracos (Weaknesses)	49
8.7.3 Oportunidades (Opportunities).....	49
8.7.4 Ameaças (Threats).....	50
8.8 Concorrência (características, forma de atuação)	50
8.9 Barreiras à entrada no mercado	55

8.10 Estratégia de marketing	56
8.11 Estratégia de marca	57
8.12 Comunicação (Promoção/Publicidade/Material)	59
8.13 Estratégia de comercialização e canais de distribuição	60
8.14 Efeitos de sazonalidades	63
8.15 Processos de pós-venda	67
9. PLANO OPERACIONAL	69
9.1 Descrição do fluxo operacional	70
9.1.1 Planejamento e Estratégia	70
9.1.2 Atendimento e Captação de Pedidos	70
9.1.3 Design e Prototipagem	70
9.1.4 Produção	70
9.1.5 Embalagem e Finalização	71
9.1.6 Logística e Entrega	71
9.1.7 Pós-Venda	71
9.1.8 Ferramentas e Tecnologias Auxiliares	72
9.2 Vantagens competitivas nas operações	72
9.3 Fornecedores e terceiros (fornecedores críticos)	73
9.4 Descrição de parceiros	73
9.5 Gestão da qualidade	74
9.5.1 Princípios Fundamentais de Gestão da Qualidade	74
9.5.2 Práticas Específicas para o Segmento	75
9.5.3 Ferramentas e Indicadores de Qualidade	75
9.5.4 Benefícios da Gestão da Qualidade	75
9.6 Gestão de segurança e saúde do colaborador	76
9.7 Gestão do impacto ambiental	78
9.8 Sistemas de informação e automação	81

10. ESTRUTURA E CAPITALIZAÇÃO	81
10.1 Capital próprio	81
10.2 Remuneração do capital	82
11. PLANO FINANCEIRO	82
11.2 Folha de Pagamento	86
11.3 Despesas Fixas	88
11.4 Mark Up	89
11.5 Necessidade Faturamento	90
11.6 DRE (Demonstração do Resultado do Exercício)	92
11.7 Projeção de Crescimento	95
11.8 Análise de Investimento	96
12 CONCLUSÃO	97
REFERÊNCIAS.....	98

1 INTRODUÇÃO

O mercado consumidor e as constantes variações obrigaram as empresas a estarem atentas às mudanças e se atualizarem sem perder o foco principal de seu negócio. Para manter-se competitiva dentro de seu segmento, é fundamental pensar no desenvolvimento de novos produtos e serviços únicos e personalizados que refletem na criação de tendências e acabam por influenciar nas escolhas e desejos dos clientes.

Segundo Machado et al. (2010, p.112):

“Para ser um empreendedor de sucesso é preciso ir além de desenvolver, inovar ou criar novos negócios. É necessário empreender em sua própria vida, sonhar, ter metas e desejos pessoais, que lhe deem motivação para concretizar seus objetivos e conseqüentemente, obter sucesso. Os padrões de personalidade de um empreendedor exercem influência marcante no sucesso de seu empreendimento”.

A abertura de uma empresa não consiste apenas em colocar os produtos/serviços para serem comercializados, se faz necessário uma estruturação prévia através de pesquisas de mercado e planejamento estratégico. Tais fatores podem ser estruturados através de uma ferramenta eficaz denominada plano de negócio. “É um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros”. (CÉSAR SALIM et al, 2003, p. 3). O objetivo principal dessa ferramenta é o planejamento e o desenvolvimento de um empreendimento, tendo como base a projeção dos possíveis riscos da organização no mercado, a viabilidade do negócio e a minimização dos erros que podem afetar diretamente a credibilidade da empresa.

Uma tendência pode ser compreendida como um direcionamento geral para o qual algo se movimenta ou evolui, através de estilo, cor, materiais, formatos com característica singular. Entende-se como produtos personalizados itens

confeccionados de forma exclusiva e direcionada a uma ocasião específica, com intuito de impactar positivamente a identificação da marca.

A Toledo Casa Criativa surge da necessidade de atender esse mercado consumidor formado por empresas, formandos, noivos e aniversariantes. Neste sentido espera-se levantar informações suficientes para tornar viável o desenvolvimento e abertura no negócio estudado em questão.

2 JUSTIFICATIVA

A temática foi escolhida com base na grande, diversificada e eclética demanda de tendências observada nas redes sociais e encontradas nos eventos de uma forma geral.

Considerando a análise do modelo de negócio escolhido e as repercussões que possivelmente geram no setor, a abordagem proposta poderá ajudar a identificar a viabilidade do surgimento da empresa.

Os resultados obtidos com o trabalho são considerados fundamentais para que as necessidades dos clientes sejam atendidas e superadas durante a comercialização dos produtos confeccionados, dando assim um diferencial competitivo.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivos Gerais

O objetivo geral do trabalho é realizar um estudo que permita estruturar o plano de negócio desenvolvido com a intenção de entender a viabilidade econômica e financeira para a abertura de uma empresa de produtos artesanais e personalizados.

3.2 Objetivos Específicos

- ❖ Analisar o nicho de mercado e as tendências mais seguidas no seu ramo de atuação.
- ❖ Identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da empresa.
- ❖ Elaborar o escopo do projeto, definindo metas a serem seguidas.

4 METODOLOGIA

4.1 Revisão bibliográfica e documental

O tipo de pesquisa escolhido para esse trabalho foi a pesquisa exploratória, por desempenhar um papel fundamental no desenvolvimento de um plano de negócios, fornecendo uma base sólida de conhecimento e informações para embasar as decisões estratégicas no sentido de compreender melhor o setor, suas tendências e estabelecer relações com empresa e clientes.

Será realizado levantamento de informações por meio da revisão bibliográfica, documental e em mídias digitais, no intuito de entender mais sobre mercado atual, identificando características, processos e outros aspectos relevantes (MARCONI; LAKATOS, 2011).

5 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Esse plano de negócio visa uma empresa de artesanato e artigos personalizados, especializado em criar peças criativas, com material sustentável de forma única e diferenciada, que traga satisfação e deixe uma memória agradável a quem os tiver. Uma empresa familiar que agrega dons e talentos de seus componentes explorando cultura e habilidades para melhor desenvolvimento da marca e fidelização dos clientes.

Tabela 1 – Dados Empresariais

Dados Empresariais	
Descrição da Empresa	Loja de Artesanato e Personalizados
Nome da Empresa	Toledo Casa Criativa
Data Prevista de Fundação	Dezembro de 2024
Localização	Rua Coronel Albino, nº 1867, Parque São Judas Tadeu, na cidade de Presidente Prudente, Estado de São Paulo.

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

5.1. Natureza do negócio

A natureza do negócio da empresa Toledo Casa Criativa será uma loja especializada em produtos personalizados e artesanais, oferecendo uma ampla gama de itens únicos e feitos à mão para atender às necessidades e preferências individuais de cada cliente. Nossa missão é combinar criatividade, qualidade e autenticidade em todos os produtos, criando uma experiência personalizada para o consumidor.

A empresa atuará no setor de artesanato e personalização de produtos, voltada para o mercado de presentes, decoração e itens exclusivos. Os produtos são ideais para presentes especiais, decoração de ambientes e eventos, além de atender às demandas por produtos personalizados e feitos sob medida.

Será oferecido uma vasta gama de produtos, incluindo itens personalizados como canecas, objetos decorativos, chinelos e lembrancinhas para eventos que podem ser customizados com nomes, frases, imagens ou logos. Artesanato de Alta Qualidade com produtos feitos à mão com materiais de alta qualidade, incluindo cerâmicas, artigos de madeira, de barbantes, quadros decorativos, peças exclusivas de decoração como luminárias, vasos, móveis pequenos e objetos artísticos, com design artesanal único.

A empresa acredita no poder da personalização e do artesanato como formas de expressão, e estamos sempre buscando maneiras de inovar e oferecer produtos que tenham um significado especial para nossos clientes.

5.2 Missão, visão e valores

5.2.1 Missão

A missão desta empresa é a criação de peças de únicas e personalizadas, valorizando o trabalho manual de tradição familiar, com foco na qualidade, criatividade e satisfação de nossos clientes. Buscamos oferecer produtos que contem histórias, conectem pessoas e transformem espaços com autenticidade e afeto. Além disso, pode englobar a valorização de práticas sustentáveis e o respeito às técnicas manuais.

5.2.2 Visão

Ser referência na produção de peças de artesanato, oferecendo qualidade e preço justo a você cliente que é a inspiração da nossa arte.

5.2.3 Valores

Qualidade e Exclusividade: Cada peça é feita com atenção aos detalhes e personalizada para criar um vínculo especial com o cliente.

Sustentabilidade: Valorizamos o uso de materiais sustentáveis e práticas que respeitam o meio ambiente em cada fase da produção.

Tradição e Inovação: Preservamos as tradições artesanais enquanto buscamos novas formas de inovar e atender às necessidades dos clientes.

Respeito e Ética: Cultivamos relações de respeito com nossos clientes, colaboradores e fornecedores, garantindo transparência e confiança em todas as nossas interações.

Compromisso Familiar: A base familiar da nossa empresa é refletida em cada peça, prezando pelo trabalho em equipe e a transmissão de valores entre gerações

5.3 Abrangência de atuação (nacional, internacional, regional)

A abrangência terá atuação regional, sendo assim a empresa poderá começar atendendo principalmente a clientes da própria cidade de Presidente Prudente e municípios vizinhos, como Alvares Machado, Dracena, Presidente Epitácio, e Assis, dependendo da proximidade e da demanda local. A presença em feiras e eventos

regionais também é uma forma de ampliar o reconhecimento da marca na comunidade.

Podendo ao longo do crescimento ter expansão estadual com a crescente demanda por produtos personalizados e artesanais, a empresa pode expandir sua atuação para outras cidades do interior paulista, como Marília, Bauru e Araçatuba, além de grandes centros urbanos como Campinas e a capital São Paulo. E através do E-commerce e vendas online aumentar a abrangência regional é por meio de plataformas online, como Mercado Livre, Etsy, ou Instagram. Com isso, a empresa consegue atender a consumidores de qualquer lugar do Brasil, tornando sua área de atuação nacional.

5.4 Vantagens competitivas

A empresa visa como vantagem competitiva o conjunto de características, recursos ou estratégias que possui e que a diferencia de seus concorrentes, permitindo que ela ofereça maior valor ao cliente e obtenha melhor desempenho no mercado. Isso pode se traduzir em maior lucratividade, participação de mercado ou reputação.

Produtos Exclusivos e Personalizados: A capacidade de personalizar peças e oferecer produtos exclusivos, adaptados ao gosto e necessidade do cliente. Isso cria um diferencial em relação à produção em massa, atendendo a um público que busca itens únicos e feitos sob medida.

Produção Artesanal e Autenticidade: O processo artesanal, que valoriza o trabalho manual, dá um toque especial a cada produto, trazendo maior valor agregado. O cliente vê autenticidade em cada peça, sabendo que ela foi cuidadosamente feita por uma pessoa, e não em uma linha de montagem.

Tradição Familiar: Uma empresa familiar tem a vantagem de contar com um legado de tradição e valores transmitidos entre gerações, o que pode agregar ao apelo emocional do produto. Muitos consumidores valorizam o fato de estarem apoiando negócios familiares com forte conexão cultural e comunitária.

Sustentabilidade e Consumo Consciente: Adotar práticas de produção sustentável, como o uso de materiais reciclados, eco-friendly ou a redução de

desperdício – isso pode ser uma vantagem estratégica, já que o consumo consciente é uma tendência crescente. O apelo sustentável pode atrair clientes que valorizam o impacto ambiental dos produtos que consomem.

Fidelidade e Confiança do Cliente: Empresas familiares de artesanato podem criar uma forte relação de confiança com os clientes ao longo do tempo, o que resulta em fidelização. A qualidade consistente e o relacionamento próximo ajudam a criar uma base de clientes fiéis, que também atuam como promotores da marca.

Baixos Custos Operacionais por ter uma estrutura familiar e artesanal, a empresa pode ter custos operacionais menores do que grandes fabricantes, o que permite manter preços competitivos ou oferecer maior valor percebido sem impactar a margem de lucro.

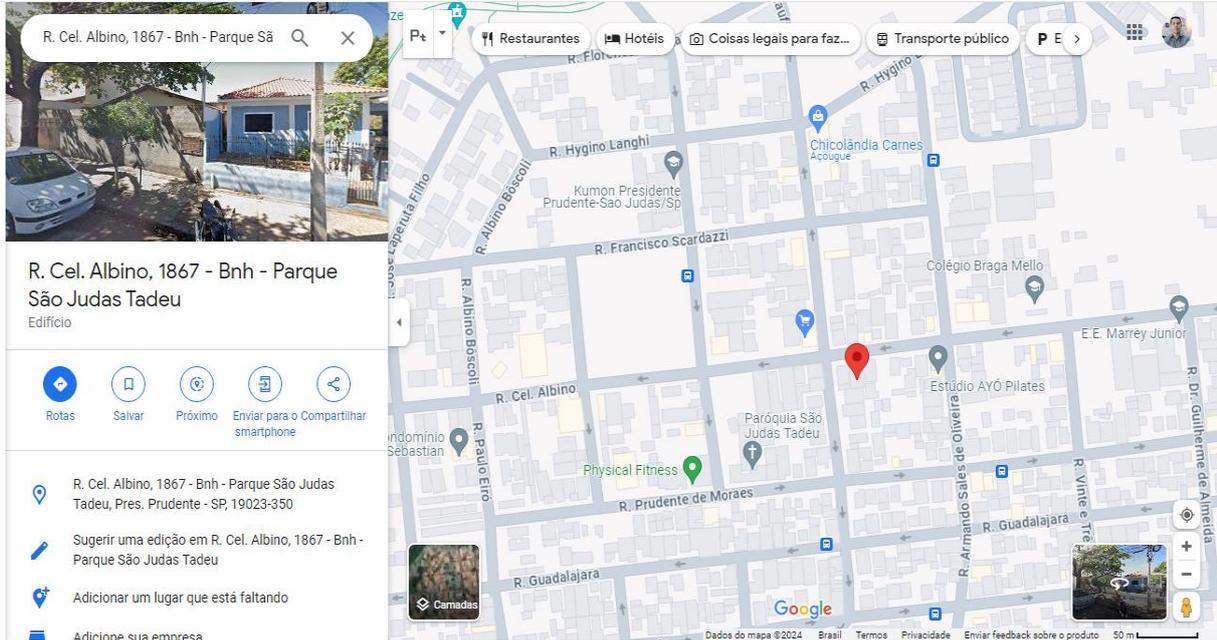
Capacidade de Inovação em Design q pequena empresa e ágil, pode experimentar e criar novos designs exclusivos rapidamente, adaptando-se às tendências do mercado ou lançando suas próprias tendências.

Essas vantagens competitivas ajudam a destacar a empresa em um mercado cada vez mais exigente e focado em autenticidade, sustentabilidade e personalização. Ao utilizar essas forças, a empresa pode aumentar sua base de clientes e garantir uma posição diferenciada e sólida no mercado de artesanato.

5.5 Localização geográfica

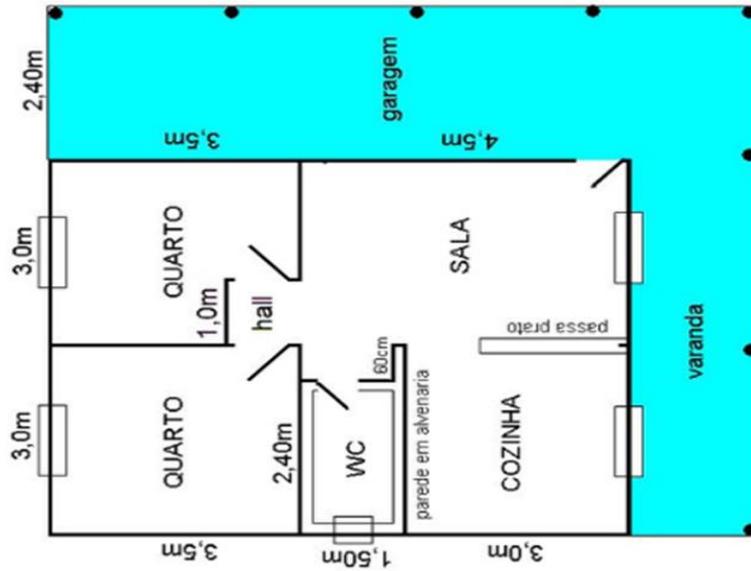
A loja física ficará situada na Rua Coronel Albino 1867, São Judas Tadeu, Presidente Prudente, São Paulo. O local foi escolhido devido a ser uma propriedade própria, ser de fácil acesso e apresentar grande fluxo de pessoas.

Figura 1 – Localização Loja Física.



Fonte: Google Maps.

Figura 2– Planta Baixa da Loja Física.



Fonte: Banco de imagens Google.

5.5 Exigências legais para o funcionamento da empresa

Para abertura e manutenção da empresa em questão, é necessário cumprir algumas exigências legais, para a formalização de Registro da Empresa através da abertura de CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica) que é necessário registrar a empresa junto à Receita Federal para obter o CNPJ. Isso pode ser feito por meio do Portal do Empreendedor (no caso do MEI) ou via Junta Comercial (para outros tipos de empresa).

Alvará de Funcionamento que a Prefeitura exige um alvará de funcionamento, que autoriza a empresa a exercer suas atividades no local escolhido. Para isso, o imóvel deve estar regularizado e atender às normas de uso do solo e acessibilidade.

Inscrição Estadual ou Municipal se a empresa de artesanato comercializa produtos que estão sujeitos ao ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), ela precisará se inscrever na Secretaria da Fazenda do estado.

Alvará de Localização e Funcionamento de funcionamento é emitido pela prefeitura e depende da localização do estabelecimento. Para isso, a prefeitura avaliará se o imóvel atende às normas de zoneamento urbano e ao Código de Obras Municipal.

Registro de Marca e Propriedade Intelectual (opcional) com registro no INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) é possível registrar a marca do negócio no INPI, garantindo a exclusividade do uso do nome e logotipo.

Certificação de Produção Artesanal (opcional) em algumas regiões, artesãos podem obter certificações que comprovam a autenticidade do trabalho artesanal e garantem incentivos fiscais ou benefícios no comércio. O Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), por exemplo, oferece reconhecimento oficial para artesãos.

Emissão de Nota Fiscal empresas formalizadas precisam emitir notas fiscais nas vendas de produtos ou prestação de serviços. O processo de emissão depende do tipo de empresa e do regime tributário. No caso do MEI, é obrigatório emitir nota fiscal ao vender para outras empresas.

Contribuições e Obrigações Tributárias dependendo do regime escolhido (Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real), a empresa deverá cumprir suas obrigações tributárias, como o pagamento de impostos, contribuições previdenciárias e, se houver, taxas municipais ou estaduais.

Obrigações acessórias onde empresas que não são MEI precisam enviar periodicamente declarações ao fisco, como a DASN (Declaração Anual do Simples Nacional) ou a SPED (Sistema Público de Escrituração Digital).

Cadastro de Funcionários e Obrigações Trabalhistas (quando aplicável) registrar os trabalhadores na CTPS (Carteira de Trabalho e Previdência Social). Cumprir as obrigações trabalhistas, como o recolhimento do FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço) e INSS (Instituto Nacional do Seguro Social).

5.7 Alianças estratégicas

Formar alianças estratégicas pode ser uma excelente maneira de expandir os negócios de uma empresa de artesanato, fortalecendo sua presença no mercado, ampliando canais de venda e agregando valor aos produtos.

A Empresa buscará parcerias com a coordenação de Eventos Culturais e Feiras de Artesanato, Cooperativas e Associações de Artesãos trabalhando junto a artesãos pode gerar sinergias, como a compra coletiva de insumos, participação conjunta em feiras e eventos, e compartilhamento de técnicas e conhecimentos.

Busca se filiar a ONGs e Projetos Sociais como o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB) e outros projetos governamentais incentivam parcerias e fornecem suporte a artesãos, seja com capacitação, divulgação ou oportunidades de financiamento. Se o artesanato usa materiais reciclados, reutilizados ou eco-friendly, essas alianças podem ser muito benéficas para a imagem da empresa e para a atração de consumidores conscientes.

Colaborar com influenciadores que têm afinidade com o mercado de produtos artesanais, decoração e estilo de vida pode ajudar a divulgar os produtos para um público mais amplo e qualificado. Blogueiros e YouTubers Influenciadores que falam sobre sustentabilidade, produtos feitos à mão ou consumo consciente podem ser grandes aliados na promoção de peças artesanais, especialmente aqueles que produzem conteúdo de "lifestyle" e design.

5.8 Responsabilidade social e ambiental

O projeto tem como item de responsabilidade ambiental a produção de peças utilizando material reciclado ou de origem sustentável como madeira de demolição par o uso de suas peças.

Como responsabilidade social que visa desenvolver projeto junto ao Cento Social da Paróquia São Judas Tadeu, que se localiza no mesmo bairro que a empresa. Programa que conta com os funcionários como voluntários, que movimentam doações para causa sociais e campanhas de conscientização sobre temas importantes, como também cursos rápidos que unem igreja, sociedade e empresa capacitando aqueles que buscam uma renda extra.

6. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A estrutura organizacional da empresa segue um modelo de estrutura horizontal, focada em uma gestão descentralizada, com menos níveis de hierarquia, com uma clara divisão de responsabilidades entre as principais áreas funcionais, como produção, vendas, finanças, marketing e recursos humanos. Isso garante eficiência na tomada de decisões e clareza na definição de papéis e responsabilidades.

Conforme descrito por Oliveira (2006), a estrutura organizacional é vista como um instrumento administrativo que emerge da identificação, análise, ordenação e agrupamento das atividades e recursos de uma empresa. Isso inclui a definição de níveis de autoridade e processos decisórios, todos alinhados para atingir os objetivos estabelecidos pelos planejamentos das empresas.

6.1. Descrição do organograma

CEO (Diretor Executivo) responsável por liderar a empresa, tomar decisões estratégicas e supervisionar todas as áreas.

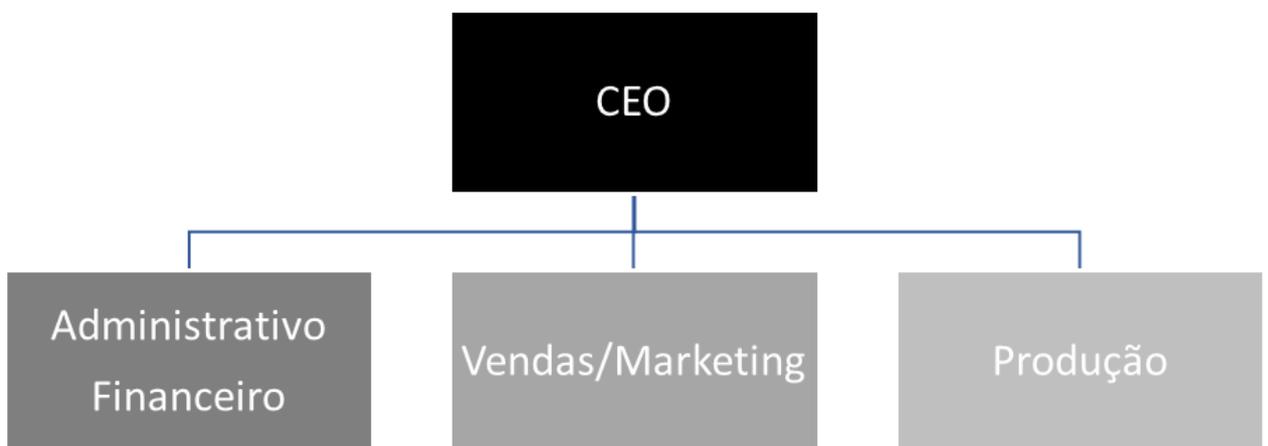
Administrativo Financeiro e responsável pela gestão financeira, contabilidade, pagamento de fornecedores, controle de fluxo de caixa e questões fiscais.

Vendas e Marketing responsável por vender os produtos, atender clientes, negociar preços, além de cuidar da divulgação e promoção da marca.

Operacional (Produção) responsável pela produção dos produtos artesanais, controle de qualidade e entrega de mercadorias. Também cuida da logística de produção.

O organograma pode ser representado da seguinte forma:

Figura 3 - Organograma

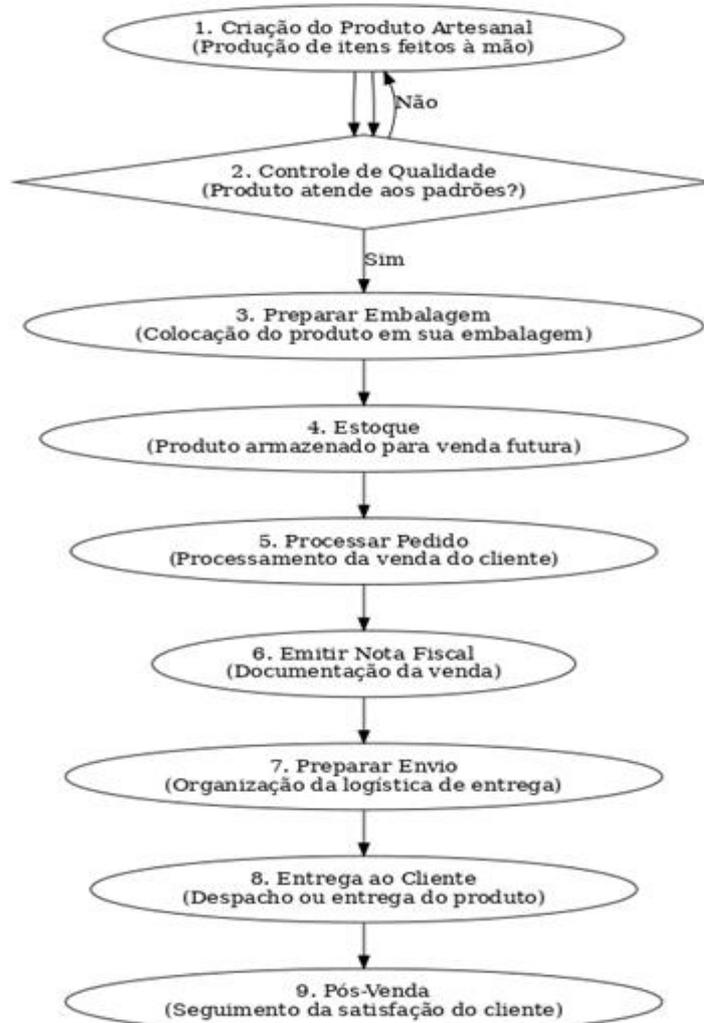


Fonte: Elaborado pela autora (2024)

6.2 Descrição do fluxograma

Um fluxograma é amplamente usado em diversas áreas, como gestão de projetos, processos de negócios, desenvolvimento de software, ou educação. É uma ferramenta essencial para visualizar e organizar processos, permitindo identificar gargalos, simplificar operações e promover uma comunicação clara entre as partes envolvidas. Segue a descrição dos Passos:

- 1- Criação do Produto Artesanal: Produção de itens feitos à mão.
- 2- Controle de Qualidade: Verificação se o produto atende aos padrões da empresa.
 - Se sim, o processo continua para a embalagem.
 - Se não, o produto volta para ser refeito.
- 3- Preparar Embalagem: Colocação do produto em sua embalagem para envio.
- 4- Estoque: Caso não seja um pedido direto, o produto vai para o estoque para ser vendido posteriormente.
- 5- Processar Pedido: Após a venda, processar o pedido do cliente.
- 6- Emitir Nota Fiscal: Documentação da venda para fins fiscais.
- 7- Preparar Envio: Embalagem e organização da logística para o envio ao cliente.
- 8- Entrega ao Cliente: Despacho ou entrega do produto para o comprador.
- 9- Pós-Venda: Seguimento após a venda, para verificar a satisfação do cliente e tratar de possíveis retornos.

Figura 4 - Fluxograma

Fonte: Openai (2024)

6.3 Política de recursos humanos

A Política de Recursos Humanos (RH) de uma empresa de artesanato deve ser pensada de forma a promover um ambiente de trabalho saudável, produtivo e colaborativo, alinhado com os valores da empresa. Abaixo estão alguns pontos principais que podem compor essa política:

6.3.1 Recrutamento e Seleção

Objetivo: Atrair talentos que se alinhem com a missão da empresa e tenham as habilidades necessárias para trabalhar com artesanato.

Crítérios de Seleção: Valorizamos experiência, habilidades técnicas e criativas, assim como alinhamento com os valores da empresa.

Inclusão e Diversidade: A empresa se compromete com práticas de contratação que promovam a diversidade e a igualdade de oportunidades.

6.3.2 Treinamento e Desenvolvimento

Capacitação Técnica: Oferecer treinamentos periódicos sobre técnicas de produção artesanal, ferramentas, e aprimoramento das habilidades dos funcionários.

Desenvolvimento Profissional: Incentivar os funcionários a participarem de cursos e workshops que possam melhorar sua performance e crescimento dentro da empresa.

Mentoria: Implementar um sistema de mentoria para ajudar novos colaboradores a se integrarem à equipe e aprenderem com profissionais mais experientes.

6.3.3 Remuneração e Benefícios

Salários Competitivos: Garantir que a remuneração seja justa e compatível com o mercado de artesanato e o nível de qualificação dos funcionários.

Benefícios: Oferecer benefícios como vale-alimentação, assistência médica, e seguro de vida, dependendo do porte da empresa.

Bonificações: Implementar um sistema de bonificação baseado no desempenho e no cumprimento de metas da empresa.

6.3.4 Jornada de Trabalho

Horário Flexível: Quando possível, adotar um sistema de horário flexível para favorecer o bem-estar e a criatividade dos funcionários.

Respeito às Normas Trabalhistas: Cumprir todas as normas legais de carga horária, pausas e intervalos conforme a legislação trabalhista vigente.

6.3.5 Saúde e Segurança no Trabalho

Ambiente Seguro: Garantir que o ambiente de trabalho seja seguro, com a devida manutenção de ferramentas e equipamentos.

Prevenção de Acidentes: Implementar medidas de prevenção de acidentes, principalmente em áreas de produção que envolvem o uso de ferramentas.

Bem-Estar no Trabalho: Promover ações voltadas à saúde mental e ao bem-estar dos colaboradores, como programas de apoio psicológico e atividades que melhorem a qualidade de vida.

6.3.6 Comunicação Interna

Transparência: Manter uma comunicação transparente entre a gestão e os colaboradores, com atualizações regulares sobre o desempenho da empresa, novas políticas e oportunidades.

Canais de Comunicação: Criar canais claros para que os funcionários possam dar feedback ou levantar questões, garantindo que suas vozes sejam ouvidas e valorizadas.

6.4 Plano de carreira

Um plano de carreira é essencial para manter os funcionários motivados e engajados, oferecendo oportunidades de crescimento profissional e pessoal dentro da empresa. Benefícios de se ter um plano de carreira é contar com a que os colaboradores saberão o que é esperado deles para evoluir dentro da empresa. Incentivo ao aprendizado e aprimoramento das habilidades, com funcionários engajados e motivados a crescer com a empresa, diminuindo a rotatividade.

A empresa valoriza seus talentos e oferece oportunidades reais de crescimento, promovendo colaboradores que conhecem bem os processos e a cultura organizacional.

O plano de carreira visa fornecer aos colaboradores um caminho claro de desenvolvimento dentro da empresa, recompensando o desempenho, o aprimoramento das habilidades e a lealdade à organização. Visando o crescimento

profissional, valorização dos talentos interno, aumento da produtividade e satisfação dos colaboradores. Desenvolvimento por Áreas:

6.4.1 Área de Produção (Artesãos e Operacional)

Assistente de Produção - Responsável por auxiliar na confecção dos produtos artesanais, aprender técnicas e apoiar nas tarefas de rotina. Desenvolvimento: Treinamentos de habilidades manuais, técnicas específicas do artesanato e controle de qualidade. Responsável pela produção completa dos itens artesanais com autonomia e seguindo os padrões da empresa. Desenvolvimento de cursos avançados de técnicas de artesanato, inovação em materiais e design.

Supervisor de Produção - Responsável por gerenciar toda a operação de produção, prazos, qualidade e integração com a área de vendas e administração. Desenvolvimento de treinamento em gestão de processos, eficiência de produção e otimização de recursos.

6.4.2 Área de Vendas e Marketing

Vendedor Pleno - Responsável por gerir sua carteira de clientes, realizar vendas, e contribuir na criação de campanhas promocionais. Desenvolvimento de cursos sobre negociação, técnicas avançadas de vendas e estratégias de marketing digital. Gerente de Vendas e Marketing - Responsável pela estratégia geral de vendas e marketing da empresa, coordenando todas as ações e supervisionando o desempenho da equipe. Desenvolvimento de novos mercados.

6.4.3 Área Administrativa e financeira

Assistente Administrativo/Financeiro - Responsável pelo suporte em atividades administrativas e financeiras, como organização de documentos, controle de caixa e contas a pagar. Administração, contabilidade básica e controle financeiro.

Gerente Administrativo/Financeiro - Responsável pela gestão geral dos recursos administrativos e financeiros da empresa, garantindo a saúde financeira e eficiência operacional. Planejamento estratégico, gestão de pessoas e controle orçamentário.

6.5 Treinamento e desenvolvimento

6.5.1 Objetivos do Programa de Treinamento e Desenvolvimento

Melhorar habilidades técnicas: Capacitar os colaboradores em técnicas específicas de artesanato e inovações no uso de materiais e ferramentas.

Desenvolver competências gerenciais: Preparar funcionários para cargos de liderança e gestão de equipes.

Estimular a criatividade e inovação: Incentivar os colaboradores a criar novos produtos e melhorar processos de produção.

Aumentar a produtividade: Tornar os processos mais eficientes, reduzindo desperdícios e melhorando a qualidade final dos produtos.

Promover o desenvolvimento pessoal: Melhorar a comunicação, trabalho em equipe e a capacidade de resolver problemas.

Tabela 2 – Plano de Carreira

DENOMINAÇÃO	SALÁRIO BRUTO	VALE ALIMENTAÇÃO	TEMPO (ANOS)
Assistente de Produção	R\$ 2.500,00	R\$ 180,00	-
Supervisor de Produção	R\$ 3.000,00	R\$ 350,00	1
Vendedor Pleno	R\$ 1.800,00	R\$ 180,00	-
Gerente de Vendas e Marketing	R\$ 2.200,00	R\$ 350,00	1
Assistente Administrativo/Financeiro	R\$ 1.900,00	R\$ 180,00	-
Gerente Administrativo/Financeiro	R\$ 2.500,00	R\$ 350,00	1

Fonte: Elaborada pela autora (2024).

7. PRODUTOS E SERVIÇOS

7.1 Produtos Artesanais

Os produtos de uma empresa de artesanato podem ser variados, desde itens decorativos, utilitários, lembranças de eventos e acessórios. Abaixo estão alguns exemplos com suas respectivas descrições técnicas:

a) Peças de Cerâmica Artesanal - Vasos, pratos, tigelas e objetos decorativos pintados à mão utilizando técnicas de modelagem em torno ou manual.

- b) Têxteis Artesanais (Roupas e Acessórios) chinelos, bolsas e acessórios produzidos manualmente utilizando técnicas de costura, bordado ou crochê.
- c) Peças em Madeira - Colares de mesas, bandejas, porta vinhos, itens de decorativos feitos à mão utilizando materiais naturais ou reciclados, como madeira, metais e pedras.
- d) Móveis e Itens de Madeira Artesanal - Móveis rústicos ou contemporâneos feitos à mão, como mesas, casinhas de pet, casinhas de bonecas, prateleiras e bancos.

Tabela 3 – Relação de Produtos

Nº	PRODUTOS	CATEGORIA
1	Canecas	Cerâmica
2	Pratos	Cerâmica
3	Vasos	Cerâmica
4	Objetos Decorativos	Têxteis
5	Chinelos	Têxteis
6	Acessórios de Cabelo	Têxteis
7	Toalhas Bordadas	Têxteis
8	Souplast Crochê	Têxteis
9	Tapetes Crochê	Têxteis
10	Porta Guardanapo	Têxteis
11	Colares de Mesa	Madeira
12	Bandejas	Madeira
13	Cachepó	Madeira
14	Porta Vinho	Madeira
15	Banco	Madeira
16	Casa de Boneca	Madeira
17	Casa de Pet	Madeira
18	Lembrancinha de Eventos em Geral	Papelaria

Fonte: Elaborada pela autora (2024).

7.2 Requisitos Técnicos Gerais

a) Qualidade dos Materiais

- Todos os produtos são feitos com materiais de alta qualidade, como cerâmica de queima em alta temperatura, tecidos naturais e madeiras certificadas.
- As matérias-primas utilizadas são selecionadas para garantir durabilidade e resistência, além de valorizar o trabalho manual e a sustentabilidade.

b) Sustentabilidade

- A empresa prioriza o uso de materiais sustentáveis, como madeira de reflorestamento, fibras naturais e tintas ecológicas.
- Além disso, os processos produtivos buscam minimizar o desperdício de material, e as embalagens são feitas com materiais recicláveis.

c) Embalagem e Transporte

- Os produtos são embalados com materiais de proteção para evitar danos durante o transporte.
- Para peças frágeis (como cerâmicas ou vidro), são utilizados materiais amortecedores e caixas reforçadas.

7.3 Tecnologia aplicada aos Produtos/Serviços

7.3.1 Propriedade industrial associada (registro de marcas ou patentes)

A propriedade industrial é um aspecto fundamental para proteger os ativos intangíveis de uma empresa como marcas, patentes, desenhos industriais e indicações geográficas. Proteger esses elementos garante que a empresa tenha direitos exclusivos sobre suas criações, impedindo que terceiros usem ou copiem suas ideias sem permissão.

O registro de marcas é essencial para proteger o nome, logotipo ou qualquer outro símbolo que identifique a empresa de artesanato e seus produtos. A marca registrada é o que diferencia os produtos da empresa no mercado e impede que outras empresas utilizem nomes ou símbolos semelhantes. A Toledo Casa Criativa adotará a Marca Mista que combina nome e logotipo, protegendo ambos de forma conjunta.

O registro da marca garante que a empresa tenha o direito exclusivo de usar o nome ou logotipo em todo o território nacional (ou internacional, se o registro for feito em outros países). Uma marca registrada agrega valor à empresa, pois pode se tornar um ativo comercial, além de permitir licenciamento e franquias, além de prevenir contra uso indevido. O registro impede que concorrentes usem uma marca semelhante, evitando confusão no mercado e garantindo a identidade da empresa.

Proteger a propriedade industrial é essencial para a sustentabilidade e crescimento de uma empresa de artesanato. O registro de marcas, patentes,

desenhos industriais e indicações geográficas não só garantem a exclusividade e o controle sobre criações e inovações, como também aumentam o valor da empresa no mercado. Com a propriedade intelectual devidamente protegida, a empresa pode explorar novos mercados com segurança, evitando a cópia ou uso indevido de seus ativos intangíveis.

7.4 Descrição de novos Produtos/Serviços (no futuro)

A evolução e inovação no mercado de artesanato, é fundamental para uma visão de futuros produtos e serviços que possam atender às necessidades emergentes dos consumidores e aproveitar novas tecnologias e tendências. Sabendo disso é desejado a criação dos seguintes produtos:

7.4.1 Linha de Produtos Biodegradáveis

Produtos artesanais feitos a partir de materiais sustentáveis, como fibras naturais (algodão orgânico, juta, bambu) e bioplásticos. A linha incluirá itens como utensílios de cozinha, vasos decorativos e embalagens biodegradáveis para presente, promovendo um estilo de vida ecologicamente responsável. Produtos artesanais que podem ser completamente compostados após seu uso, minimizando o impacto ambiental. Como exemplos as canecas biodegradáveis feitas com resíduos de café ou pratos moldados a partir de folhas de bananeira.

7.4.2 Artesanato com Materiais Reciclados e Upcycling

Uma linha de produtos criados a partir da reciclagem de materiais como vidro, madeira, tecidos e metais. Esses itens podem incluir móveis pequenos, acessórios e peças decorativas com um toque moderno, combinando design sustentável e exclusivo. O foco na economia circular e no reaproveitamento de resíduos, transformando materiais descartados em produtos únicos. Exemplos de produtos como luminárias de vidro reciclado ou móveis rústicos feitos a partir de pallets.

7.4.3 Produtos Personalizáveis através de Plataformas Digitais

Um serviço online onde os clientes podem personalizar artesanatos de acordo com suas preferências, incluindo cores, formas e gravuras. A plataforma permitirá que os clientes vejam uma visualização 3D dos produtos antes de finalizar a compra. Cada item será único, criado sob medida para o cliente, oferecendo uma experiência de personalização exclusiva. A personalização de vasos cerâmicos com nomes ou frases, escolha de padrões de tecidos ou alteração de cores em móveis artesanais são exemplos dessa modalidade.

Esses novos produtos e serviços buscam não apenas acompanhar as tendências de sustentabilidade e personalização, mas também promover inovação e a integração de tecnologias emergentes. A empresa de artesanato, ao explorar essas possibilidades futuras, pode alcançar novos públicos e fortalecer sua posição no mercado como uma marca inovadora e relevante.

Figura 6 – Catálogo de Produtos.

Catálogo de Produtos



Canecas Personalizadas 



Pratos Pintados a Mão 



Vasos 



Chinelos Personalizados 



Acessórios de Cabelo 



Souplast e Porta Guardanapos em Crochê 



Colar de Mesa 



Bandejas em Madeira 



Casa Pet em Madeira 

Fonte: Canva - Elaborada pela autora (2024).

8. Plano de Marketing

“Plano de Marketing é uma ferramenta de comunicação que reúne todos os elementos do mix de marketing em um plano de ação que especifica quem fará o quê, quando, onde e como para atingir seus objetivos. Os planos de marketing são ajustados para o futuro”. (Westwood 1996, p.5).

Segundo Dornelas (2018, p.), o plano de negócios é uma ferramenta essencial para planejar e administrar empreendimentos, pois contribui para minimizar as incertezas e potencializar as chances de êxito, oferecendo uma visão estratégica e bem definida do percurso a ser trilhado. Essas abordagens destacam que o plano de marketing é um documento essencial para o êxito de qualquer negócio. Ele fornece uma orientação precisa, permitindo que a empresa se conecte de maneira eficiente com seu público-alvo, estabeleça metas bem definidas e coloque em prática estratégias assertivas.

Dessa forma, o plano de marketing vai além de ser apenas uma ferramenta de planejamento. Ele se torna um elemento indispensável para a execução eficaz das estratégias de marketing e para o alcance de uma vantagem competitiva duradoura.

8.1. Descrição do setor

O comércio de produtos artesanais abrange a produção e venda de itens feitos à mão, que podem incluir uma ampla variedade de produtos, com para decoração de ambientes, acessórios pessoais, presentes personalizados e criativos.

Os produtos são de produção manual geralmente feitos por artesãos, o que confere um toque único e muitas vezes personalizado. Há um crescente interesse por produtos que refletem autenticidade, tradição e o apoio a negócios locais.

Muitos desses artesãos utilizam materiais reciclados ou sustentáveis, atraindo consumidores preocupados com o meio ambiente. O setor abrange desde feiras locais

As vendas podem ser realizadas através de lojas físicas, e-commerce, redes sociais e eventos.

O setor pode ser competitivo, com muitos artesãos e empresas oferecendo produtos similares. Assim é necessário definir preços que reflitam o valor do trabalho artesanal, sem afastar clientes, mantendo um fluxo constante de receita em um mercado que pode ser sazonal.

O comércio de produtos artesanais é um setor dinâmico e em crescimento, impulsionado pela busca por autenticidade e qualidade. Com a estratégia certa, é possível se destacar e construir uma base de clientes fiéis.

8.2 Panorama atual e principais tendências do setor

Tendências do setor que mais cresce estão ligadas à digitalização com uso crescente de plataformas de e-commerce e redes sociais para alcançar um público mais amplo. Com a personalização aumentou a demanda por produtos únicos o que permitindo que os consumidores se conectem de forma mais íntima com os produtos. Foco na criação de experiências únicas de compra, como workshops e eventos presenciais.

Os desafios trazem um setor mais competitivo, com muitos artesãos e empresas oferecendo produtos similares. Dificultando a definição de preços que reflitam o valor do trabalho artesanal, sem afastar clientes e assim manter um fluxo constante de receita em um mercado que pode ser sazonal.

O comércio de produtos artesanais é um setor dinâmico e em crescimento, impulsionado pela busca por autenticidade e qualidade. Com a estratégia certa, é possível se destacar e construir uma base de clientes fiéis.

8.3 Tamanho e taxa de crescimento do setor

Nos últimos cinco anos, o setor de artesanato no Brasil tem experimentado um crescimento notável. De acordo com dados do Sebrae, o número de artesãos cadastrados no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (Sicab) mais que dobrou apenas entre janeiro e agosto de 2022, com mais de 190 mil novos profissionais se registrando. Isso demonstra a crescente profissionalização e o aumento do interesse no segmento. Hoje, cerca de 8,5 milhões de brasileiros

trabalham com o artesanato, representando uma significativa parte da economia, com um faturamento anual de aproximadamente R\$ 50 bilhões, o que corresponde a cerca de 3% do PIB nacional.

Além disso, a pandemia de COVID-19 intensificou essa demanda, uma vez que muitas pessoas buscaram atividades de lazer ou maneiras alternativas de geração de renda. Esse movimento se reflete no aumento de vendas online e na valorização de produtos feitos à mão, especialmente nas áreas de moda, decoração e presentes personalizados.

Essa tendência de crescimento do setor é vista em feiras e eventos, como o Salão do Artesanato, e também está fortemente conectada ao movimento de consumo consciente e sustentável, onde produtos exclusivos, feitos manualmente, ganham destaque por sua autenticidade e valor cultural.

O crescimento do setor de artesanato em Presidente Prudente, no interior de São Paulo, segue a tendência nacional de expansão observada nos últimos anos. O setor tem sido impulsionado por um aumento na procura por produtos artesanais, especialmente no contexto de decoração e personalização, além da forte presença de pequenos empreendedores locais. Em 2022, o mercado nacional registrou um crescimento significativo, com o número de artesãos cadastrados dobrando de janeiro a agosto, o que reflete uma alta na produção e consumo desse tipo de produto.

Embora as informações específicas para Presidente Prudente sejam limitadas, a cidade tem se destacado pela diversificação e resiliência de seus setores econômicos, incluindo o comércio, serviços e a indústria. A cidade tem se mostrado um polo comercial da região e continua em expansão, com expectativas positivas para o crescimento em diversos segmentos, incluindo o setor de serviços e o comércio.

8.4 Mercado alvo (perfil dos clientes, características, renda, idade)

O perfil do público pode variar conforme o tipo de produto oferecido (desde itens mais simples até personalizados de luxo), a Casa criativa tem como público-alvo adultos jovens (25 a 35 anos) este grupo tende a buscar produtos personalizados para festas, casamentos ou presentes. Muitos também buscam itens

de decoração ou papelaria personalizada. Adultos (35 a 50 anos) com família e filhos pequenos, que buscam personalizações para festas infantis, aniversários ou presentes exclusivos. Idosos (50+). Muitas vezes, interessados em produtos artesanais ou personalizados para datas comemorativas, presentes para familiares, ou objetos decorativos.

Clientes de classe média que pode gastar em produtos customizados para presentes, festas ou eventos especiais. Rendas entre R\$ 2.000 e R\$ 8.000: Esta faixa de renda é comum entre os consumidores desse mercado. Eles estão dispostos a pagar um pouco mais por exclusividade e personalização, principalmente em datas especiais.

Apreciação por exclusividade, o cliente do setor de personalizados gosta de produtos únicos, feitos sob medida e que refletem sua personalidade ou suas necessidades específicas. Valorizam o trabalho manual, os clientes deste mercado têm uma forte valorização pelo artesanato, pelo trabalho manual e pela originalidade dos produtos.

São presenteadores compram itens personalizados para presentear em ocasiões especiais, como aniversários, casamentos, chás de bebê, entre outros. Clientes de eventos e festas são um grupo expressivo busca produtos para decorar ou personalizar eventos pensando na sustentabilidade e consciência ambiental: Um número crescente de clientes busca produtos artesanais e personalizados com uma pegada mais sustentável, feitos com materiais recicláveis ou ecológicos.

8.5 Cobertura geográfica

A Toledo Casa Criativa atenderá toda a cidade de Presidente Prudente, com foco na Zona Central, onde se concentra a maior parte do nosso público-alvo. Além da sua cidade de origem, terá cobertura regional inclui as cidades de Regente Feijó, Alvares Machado, Presidente Bernardes e todas as cidades da região do Oeste Paulista.

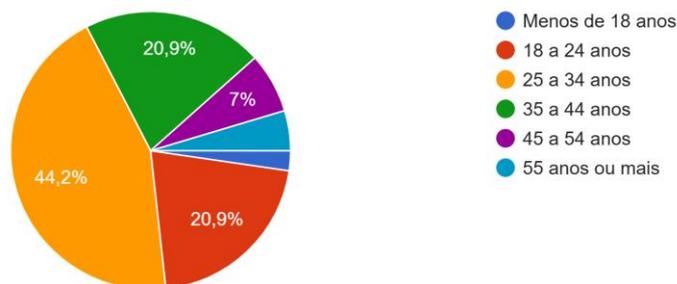
8.6 Análise de Mercado

Tendo como objetivo entender as variáveis do mercado no segmento de artesanato e personalizado, seus clientes, seus fornecedores e seus concorrentes se fez necessário colher informações desses setores para compreender melhor as necessidades do meu público-alvo, os melhores fornecedores e o perfil da concorrência e com isso analisar seus pontos fortes e fracos.

Foi elaborado questionário pela ferramenta Google Forms, o levantamento foi direcionado aos moradores da cidade de Presidente Prudente, buscando engajar o maior número possível de participantes e possíveis clientes. Por meio da campanha realizada, conseguimos atingir 43 pessoas, que acessaram o link, responderam ao questionário e apresentaram os seguintes resultados

Gráfico 1 - Questionário Questão 1

1. Qual sua faixa etária?
43 respostas



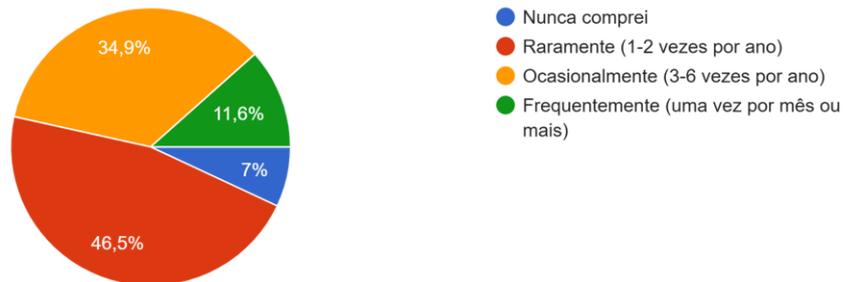
Fonte: Elaborado pela autora – Google Forms.

O gráfico relativo às faixas etárias dos participantes indica que a maioria 44,2% está na faixa dos 25 a 34 anos, seguido por um embate de 20,9% das faixas etárias de 18 a 24 anos e 35 a 44 anos sugerindo que a maioria dos participantes são jovens e adultos.

Gráfico 2 - Questionário Questão 2

2. Com que frequência você compra itens de artesanato ou personalizados?

43 respostas



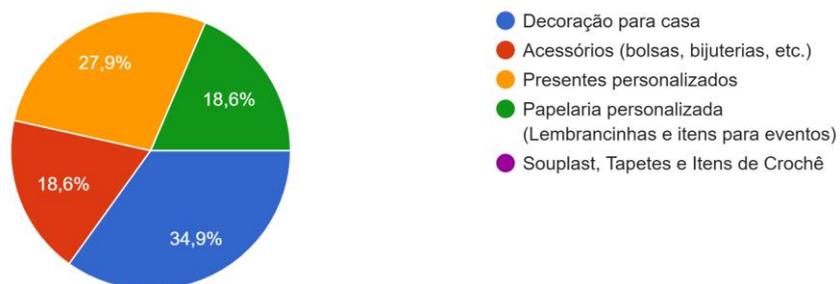
Fonte: Elaborado pela autora – Google Forms.

O gráfico mostra que com 46,5% dos participantes compram produtos artesanais raramente, 34,9% fazem compras desses itens ocasionalmente, 11,6% compram frequentemente e só apenas 7% nunca fizeram compra desses itens.

Gráfico 3 - Questionário Questão 3

3. Que tipos de itens artesanais ou personalizados mais lhe interessam?

43 respostas



Fonte: Elaborado pela autora – Google Forms

O gráfico demonstra que a preferência de 34,9% é para itens de decoração de casa, seguido por empate de 18,6% entre Acessórios e Papeleria personalizada para eventos e sem porcentagem ficou os itens em crochê.

Gráfico 4 - Questionário Questão 4

Fonte: Elaborado pela autora – Google Forms.

4. Onde você costuma comprar esses itens atualmente?

43 respostas

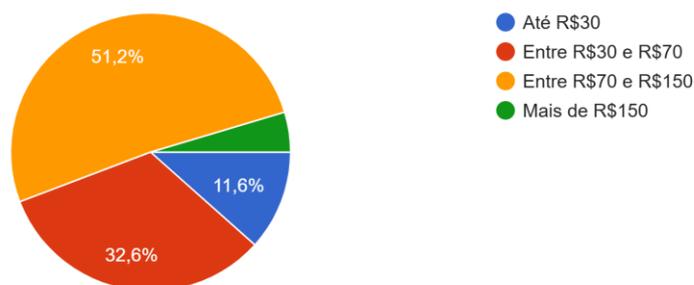


Esse gráfico retrata que a maioria com 44,2% costuma comprar em lojas online ou redes sociais, 30,2% em loja física, uma porcentagem de 14% compra em feiras de artesanato e 11,6% não fazem compras desse segmento.

Gráfico 5 - Questionário Questão 5

5. Qual faixa de preço você considera justa para produtos personalizados de qualidade?

43 respostas

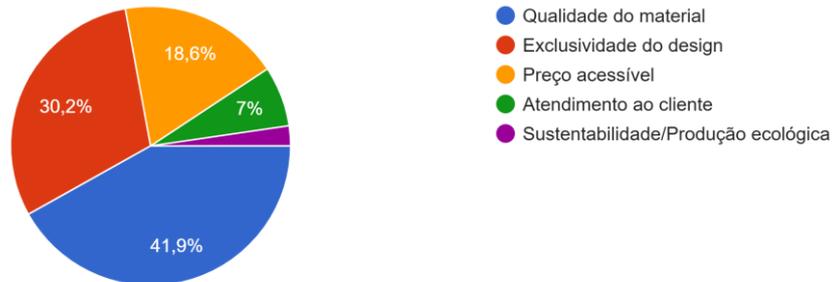


Fonte: Elaborado pela autora – Google Forms

Este gráfico demonstra que 51,2% acham que o valor mais justo em peças de artesanato varia de R\$ 70,00 a R\$ 150,00, demonstrando que valorizam peças feitas a mão. 32,6% preferem peças medianas entre R\$ 30,00 e R\$ 70,00. Já 11,6% só adquirem peças a baixo de R\$ 30,00. Já 4,6% aceitaram pagar maior que a média.

Gráfico 6 - Questionário Questão 6

6. O que é mais importante para você ao escolher um produto artesanal ou personalizado?
43 respostas

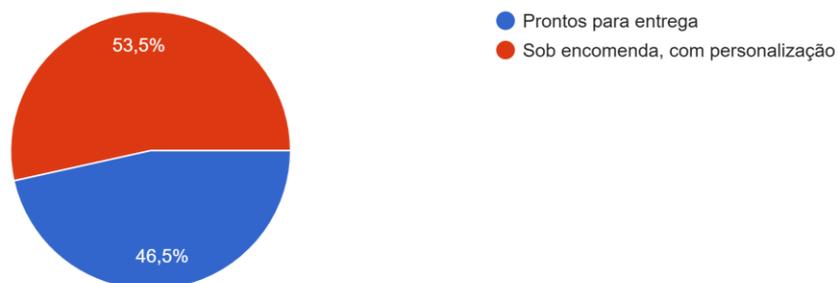


Fonte: Elaborado pela autora – Google Forms

É o critério mais valorizado pelos participantes, destacando a importância de materiais de alta qualidade com 41,9%, exclusividade também é um fator significativo, ocupando a segunda posição com 30,2%. Consumidores valorizam o preço, mas com menos peso em relação à qualidade e exclusividade com 18,6%. Atendimento ao cliente tem uma relevância menor, mas ainda é uma preocupação para alguns com 7%. A sustentabilidade quase não faz diferença com apenas 2,3% das opiniões

Gráfico 7 - Questionário Questão 7

7. Você prefere comprar produtos prontos ou feitos sob encomenda?
43 respostas

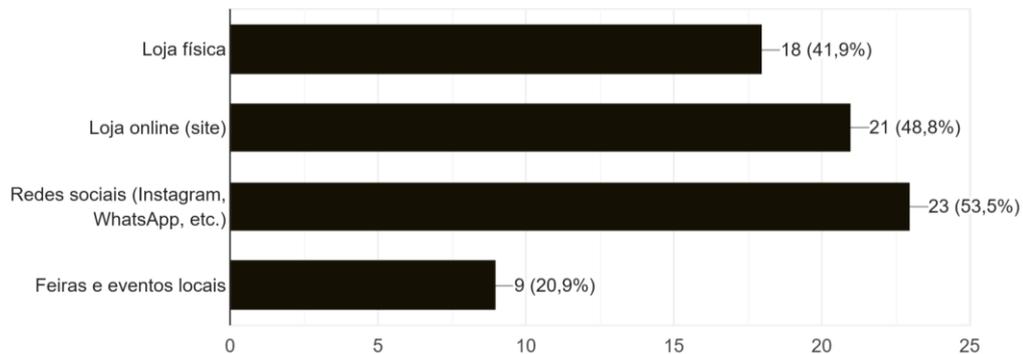


Fonte: Elaborado pela autora – Google Forms

O Gráfico mostra que mesmo os participantes gostando da praticidade de produtos a pronta entrega com 46,6%, a opção de algo único e personalizado ainda ganha com 53,5%.

Gráfico 8 - Questionário Questão 8

8. Quais canais de venda seriam mais convenientes para você?
43 respostas

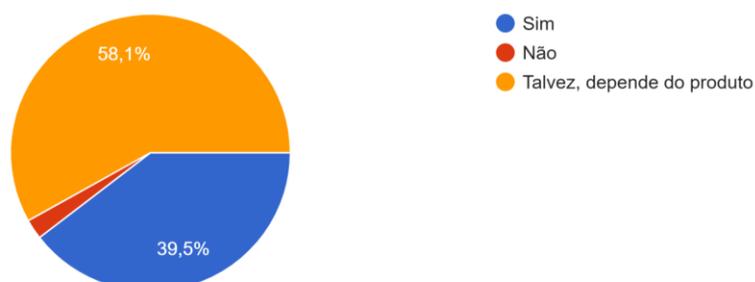


Fonte: Elaborado pela autora – Google Forms

Conforme apresentado pelo gráfico hoje as redes sociais são o meio mais popular de venda com 53,5% das opiniões, seguido pelas lojas online com 48,8% e lojas físicas com 41,9% ainda é uma escolha significativa, mostrando que muitos consumidores valorizam a experiência presencial. Já as feiras ainda são não tem tantas finalizações de vendas ficando com 20,9%, mas ainda são relevantes para um segmento menor que busca experiências mais personalizadas e contato direto com os produtos.

Gráfico 9 - Questionário Questão 9

9. Você estaria disposto(a) a pagar um pouco mais por um produto exclusivo e artesanal?
43 respostas



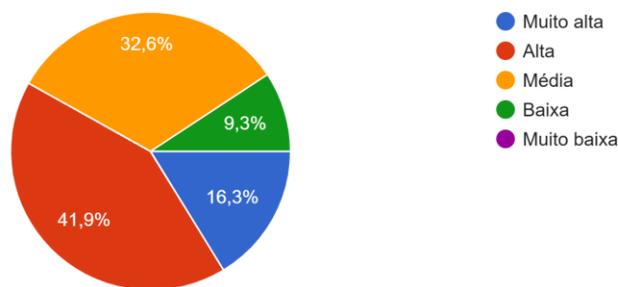
Fonte: Elaborado pela autora – Google Forms

Este gráfico mostra como a qualidade do material e produto confeccionado é essencial para a valorização do produto e fidelização do cliente com 58,1%, seguido por 39,5% de participantes que pagam mais por algo único e personalizado.

Gráfico 10 - Questionário Questão 10

10. Qual a probabilidade de você comprar produtos artesanais ou personalizados em uma loja localizada em Presidente Prudente?

43 respostas



Fonte: Elaborado pela autora – Google Forms

Através desse gráfico podemos constatar que a maioria compraria em uma loja física de artigos de personalizados e artesanato ficando com 41,9% como possibilidade alta, 32,6% probabilidade média, 16,3 de muito alta e apenas 9,3% de possibilidade baixa de compras em loja física.

8.7 Oportunidades e Ameaças, Pontos Fortes e Pontos Fracos (Swot)

A análise SWOT para o setor de personalizados e artesanato pode ajudar a identificar as oportunidades, ameaças, pontos fortes e pontos fracos desse mercado.

De acordo com Chiavenato (2020), a análise SWOT é uma ferramenta crucial no planejamento estratégico, pois permite compreender com clareza os pontos fortes e fracos da empresa, assim como as oportunidades e ameaças do ambiente externo, servindo como um alicerce para decisões estratégicas mais assertivas.

A prática da análise SWOT é essencial para que as empresas maximizem sua vantagem competitiva ao se adaptar rapidamente às mudanças no mercado, aproveitando tendências emergentes e mitigando riscos potenciais.

8.7.1 Pontos Fortes (Strengths)

Exclusividade e personalização: Produtos artesanais e personalizados têm um apelo emocional único, o que atrai consumidores que buscam itens exclusivos, feitos sob medida.

Alta demanda em eventos e datas comemorativas: Casamentos, festas infantis, formaturas e outras celebrações são ocasiões em que a demanda por personalizados e artesanato tende a crescer.

Valorização do trabalho manual e local: Muitos consumidores valorizam produtos feitos à mão e produzidos localmente, associando isso a qualidade, cuidado e sustentabilidade.

Flexibilidade e criatividade: Negócios desse setor são altamente flexíveis, capazes de inovar e adaptar-se às tendências e demandas específicas dos clientes.

Baixo custo inicial: Muitas vezes, o investimento inicial para entrar no setor é relativamente baixo, especialmente quando se trata de produção artesanal em pequena escala.

8.7.2 Pontos Fracos (Weaknesses)

Escalabilidade limitada: Produtos personalizados, por serem feitos sob medida e muitas vezes de forma artesanal, têm produção limitada, o que pode dificultar o aumento rápido de escala.

Dependência de habilidades manuais e criatividade: O sucesso depende fortemente das habilidades criativas e manuais do artesão ou empreendedor, o que pode limitar o crescimento se não houver uma equipe qualificada.

Dificuldade na padronização de processos: O processo de personalização pode ser demorado e exigir ajustes frequentes, o que impacta a eficiência e o tempo de entrega.

Concorrência com produtos industrializados: Produtos feitos em massa podem oferecer preços menores e maior disponibilidade imediata, o que pode ser uma barreira para artesãos competirem no volume.

Dependência de sazonalidade: Muitas vendas são impulsionadas por eventos e datas comemorativas, o que pode tornar a receita sazonal e variável.

8.7.3 Oportunidades (Opportunities)

Tendência de consumo consciente: O mercado valoriza cada vez mais produtos sustentáveis e feitos à mão.

Datas comemorativas: Alta demanda em períodos como Natal, Dia das Mães, Dia dos Namorados, entre outros.

Parcerias locais: Trabalhar com lojas físicas, eventos ou feiras de artesanato para aumentar a visibilidade.

Expansão online: Ampliar as vendas através de marketplaces e E-commerce.

Turismo local: Vender como souvenir pode ser atrativo em regiões turísticas.

8.7.4 Ameaças (Threats)

Concorrência direta e indireta: Desde outros artesãos até grandes empresas que oferecem produtos personalizados a preços mais baixos.

Flutuação de custos de materiais: Aumentos nos preços das matérias-primas podem impactar na lucratividade.

Mudanças econômicas: Crises econômicas podem diminuir o poder de compra dos clientes.

Riscos logísticos: Atrasos ou danos em entregas podem prejudicar a reputação da loja.

Saturação do mercado: Popularização de artigos personalizados pode dificultar a diferenciação.

Dependência de tendências: A demanda por certos itens pode cair rapidamente conforme as tendências mudam.

8.8 Concorrência (características, forma de atuação)

Concorrência refere-se à disputa entre agentes econômicos (indivíduos, empresas ou organizações) que oferecem produtos ou serviços similares no mercado, com o objetivo de atrair consumidores, maximizar lucros e conquistar ou manter participação de mercado.

Tabela 4 – Estudo dos Concorrentes

PRODUTOS E SERVIÇOS	PREÇO	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO	ATENDIMENTO	INICIO DAS ATIVIDADES	SITUAÇÃO	SITE	
ADORO ARTE	Um ateliê especializado em desenvolvimento e fabricação de brindes e produtos personalizados para aniversários, maternidade, batizado e datas sazonais como dia dos pais, dia das mães, dia dos namorados e natal. Nosso interesse é oferecer um produto de qualidade, especial e diferenciado	Possui um preço equivalent e no mercado.	Os produtos poderão ser pagos através de cartões de crédito e débito, PIX, boleto bancário ou à vista.	Av. da Saudade, 535 - Sala D30 - Cidade Universitária, Pres. Prudente - SP, 19050-310	Atendimento em loja Física, Whatsapp e site	06/03/2017	ATIVO	https://www.adoroarte.com.br/
MANDALAFLORES PERSONALIZADOS	Loja especializada na criação de presentes personalizados e Mandalas. Mandalas pintadas a mão em MDF e telas. Produtos personalizados: canecas, almofadas,	Possui um preço equivalent e no mercado.	Os produtos poderão ser pagos através de cartões de crédito e débito, PIX, ou à vista.	R. Jonas Pires de Campos, 28 - Vila Prudente, Pres. Prudente - SP, 19020-670	Atendimento em loja Física e Whatsapp.	2017	ATIVO	https://loja.mandalaflores.com.br/pagina/quem-somos.html

	agendas, quadrinhos, entre outros produtos. Kits muito especiais e papelaria criativa							
VIIIARTES PERSONALIZADOS	Produtos personalizados exclusivos. Camisetas, Canecas, Squeeze, Azulejos, Papelaria, Agendas, Planners, Personalizados para festas, Etiquetas de cetim. Produtos de brindes.	Valores sob consulta, preço exclusivo para cada serviço.	Os produtos poderão ser pagos através de cartões de crédito e débito, PIX, ou à vista.	R. Olímpio Ribeiro da Luz, 126 - Vila Iti, Pres. Prudente - SP, 19040-510	Atendimento em loja Física, Whatsapp e site	16/09/2023	ATIVO	https://novo.sublimadigital.com.br/cc/viiiartespessoalizados
ATELIÊ FEITO PRA VOCÊ	No Ateliê Feito Pra Você , você encontra: Papelaria Personalizada.["Agendas e Cadernos Personalizados", "Reforma de Bíblias " "Planners", " Convites de casamento, aniversário...." "Tags e adesivos personalizados"	Possui um preço equivalent e no mercado.	Os produtos poderão ser pagos através de cartões de crédito e débito, PIX, ou à vista.	R. Gioconda Puschiavo - Jardim Monte Alto, Pres. Prudente - SP, 19067-320	Atendimento em loja Física, Whatsapp e site		ATIVO	https://feitopravoce27.lojavirtualnuvem.com.br/

	Sublimação e Estamparia [Canecas de Porcelana Personalizadas, Canetas Personalizadas; Camisetas Body infantil e adulto, Mouse Pads, Porta copos etc							
CANECAS PRUDENTE	Produtos personalizados como caneca de cerâmica, alumínio e acrílico, copo long drink, copo Twister, copo térmico, taça de gin, vinho e champanhe, chinelo, almofada, squeeze, abridor, caneta, mouse, lanterna, porta litrinho e muito outros brindes. Se está buscando qualidade, aqui é o lugar certo	Preço acessível pelos comentários de clientes.	Os produtos poderão ser pagos através de cartões de crédito e débito, PIX, ou à vista.	R. Vantier Perdomo Bagli, 263 - Jardim Leonor, Pres. Prudente - SP, 19026-800	Atendimento em loja Física, Whatsapp e site	08/05/2017	ATIVO	https://www.instagram.com/canecasprudente/

Nossa Arte	Associação de Produtos Artesanais de Presidente Prudente SP "Nossa Arte! Exposição e vendas de Produtos Artesanais, Oficinas e Cursos de Artes, Artesanatos e Culinárias	Preço acessível pelos comentários de clientes. Experiência única em atendimento.	Os produtos poderão ser pagos através de cartões de crédito e débito, PIX, ou à vista.	R. São Sebastião, 275 - Vila Machadinho, Pres. Prudente - SP, 19020-640	Atendimento em loja Física.	09/05/2023	ATIVO	https://www.instagram.com/nossaartepprudente/
-------------------	--	--	--	---	-----------------------------	------------	-------	---

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Ao analisar toda estrutura dos concorrentes, é possível verificar muitos clientes fidelizados à sua marca, visto que já estão a um tempo maior de atuação no mercado, tendo sua fundação em 2017 na maioria das empresas. Pode ser notado que todas as lojas falem vendas online, sendo por WhatsApp, Instagram ou sites próprios das lojas.

Diante de todos os aspectos que foram mencionados, a Toledo Casa Criativa se destaca por ser uma empresa que comercializa produtos totalmente artesanais feitos à mão, visando um atendimento de ótima qualidade e colaboradores atenciosos e prestativos, além de possuir uma infraestrutura própria de fácil acesso para melhor atender aos seus clientes. Vale ressaltar a utilização das mídias sociais para divulgação dos produtos e ofertas do empreendimento e também os meios digitais para o atendimento online que estará disponível de forma ágil e eficaz.

8.9 Barreiras à entrada no mercado

Existem algumas barreiras à entrada no mercado que podem variar conforme o tipo de produto, a escala de produção e a região. Mesmo sendo um setor que parece mais acessível em comparação com outros mercados, ainda há desafios que novos entrantes devem superar.

O mercado de artesanato exige um alto nível de habilidade técnica e criatividade. Os empreendedores precisam dominar técnicas artesanais específicas e desenvolver produtos diferenciados para se destacar. Isso pode ser um desafio para iniciantes sem experiência.

A forte concorrência de grandes empresas e produtos industrializados, que conseguem oferecer preços mais baixos devido à produção em larga escala. Isso pode dificultar a valorização do artesanato, especialmente para clientes que priorizam custo em detrimento da exclusividade ou qualidade. Como a maioria dos produtos artesanais é feita manualmente, a capacidade de produção é limitada. Embora o setor de artesanato não exija, em muitos casos, maquinário pesado, ainda há a necessidade de investimento inicial para aquisição de materiais, ferramentas e infraestrutura básica.

Entregar produtos artesanais com segurança e eficiência pode ser complicado, especialmente para clientes que estão fora do mercado local. Custos de transporte e embalagens adequadas para proteger itens frágeis ou personalizados podem aumentar os custos e dificultar o acesso a mercados mais distantes.

Construir uma presença de marca é essencial para atrair clientes, mas muitos artesãos enfrentam desafios na divulgação de seus produtos. O uso de redes sociais e plataformas digitais pode ser eficaz, mas exige conhecimentos em marketing digital e tempo para gerenciar campanhas e interações com os clientes.

8.10 Estratégia de marketing

Uma estratégia de marketing eficaz deve explorar os pontos fortes do negócio, como a exclusividade, a personalização e a conexão emocional com os consumidores, ao mesmo tempo que maximiza o alcance digital.

Segmentação clara indicando os diferentes grupos de consumidores que seu produto pode atender, como noivas, pais de crianças, amantes de decoração artesanal, empresas que buscam brindes personalizados, entre outros. Persona de cliente, criar perfis detalhados dos seus clientes ideais (idade, interesses, comportamento de compra, renda, problemas que seus produtos resolvem). Isso ajudará a direcionar sua comunicação e campanhas de marketing de forma mais precisa.

Posicionamento de Marca destacando a exclusividade e a qualidade: Diferencie sua marca através da comunicação de que seus produtos são únicos, feitos à mão e personalizados de acordo com o gosto e necessidade do cliente.

Narrativa autêntica, contar a história por trás da criação dos produtos. Valorize o processo artesanal, o cuidado com os detalhes e, se possível, destaque práticas sustentáveis ou o uso de materiais recicláveis, caso seja o caso.

Relacionamento emocional onde produtos carregam muito valor emocional. Utilizando essa conexão em sua comunicação para gerar uma maior identificação com o cliente.

Marketing Digital e Redes Sociais utilize as plataformas como Instagram, Pinterest e TikTok, que são altamente visuais e ideais para apresentar produtos artesanais. Publique fotos de alta qualidade, vídeos de "making of" e mostre o processo de criação para engajar o público. Utilize também stories, enquetes e vídeos curtos para engajar o público e deixá-los participar da criação dos produtos. Peça opiniões sobre designs, cores e estilos, gerando envolvimento.

Participação em feiras de artesanato, eventos temáticos (casamentos, festas infantis) e mercados locais são ótimos espaços para promover seu negócio. Isso permite a conexão direta com clientes e gera visibilidade.

8.11 Estratégia de marca

A identidade visual desempenha um papel fundamental no posicionamento de uma empresa no mercado. Ela engloba todos os elementos gráficos que representam a marca, como o logotipo, as cores, as tipografias e outros componentes visuais. Quando bem planejada, a identidade visual deixa uma impressão duradoura, reflete a essência da marca e a distingue da concorrência.

Um nome curto e fácil de lembrar é essência. Ele precisa ser simples, direto e marcante, facilitando sua assimilação e reconhecimento pelo público-alvo. Como ressalta Martins (2002, p.73): "(...) por mais que um nome pareça perfeito e seja exclusivo, ele apenas existirá como marca quando puder ser percebido como sinal gráfico pelos consumidores." Um nome eficiente, aliado a um logotipo atraente e alinhado aos valores da marca, reforça a identidade visual e ajuda a construir uma imagem sólida e confiável.

Dessa forma, tanto o nome quanto o logotipo da empresa devem atender a critérios indispensáveis: serem visualmente impactantes, representar a personalidade da marca e garantir fácil identificação. Uma identidade visual bem estruturada não apenas atrai consumidores, mas também fomenta confiança e fidelidade, pilares essenciais para o sucesso sustentável de uma empresa.

Figura 6 – Logotipo da Empresa.



Fonte: Criação Própria (Canva)

8.12 Comunicação (Promoção/Publicidade/Material)

A comunicação eficaz para uma marca deve transmitir não apenas a beleza e exclusividade dos produtos, mas também contar uma história envolvente que conecta emocionalmente com o público. Decorremos uma estratégia de promoção, publicidade e material que podem ajudar a criar uma forte presença de marca. A promoção visa atrair e engajar o público, gerando visibilidade e incentivando compras.

A comunicação eficaz é essencial para promover produtos e serviços, pois permite que as empresas transmitam mensagens claras, impactem seu público-alvo e construam relacionamentos duradouros. Publicidade, promoção e outros materiais de marketing são ferramentas indispensáveis nesse processo, ajudando a aumentar a visibilidade e reforçar a identidade da marca. (KOTLER; KELLER, 2012).

Promoções Sazonais para datas especiais aproveitando eventos sazonais como Natal, Dia das Mães, Páscoa, casamentos e formaturas para lançar campanhas promocionais, oferecendo produtos temáticos ou descontos especiais. Ofertas limitadas onde se cria um senso de urgência ao oferecer promoções por tempo limitado ou coleções exclusivas com quantidades reduzidas. Isso pode estimular a compra imediata, com cupons de desconto e ofertas de fidelidade.

Parcerias e Colaborações com influenciadores: Envolvendo influenciadores e criadores de conteúdo em nichos como decoração, casamentos e festas, oferecendo produtos personalizados para eles divulgarem de forma orgânica. Juntamente com parcerias com eventos, expondo seus produtos em eventos como feiras de artesanato, casamentos ou eventos corporativos, colaborando com organizadores para criar brindes personalizados.

A publicidade é fundamental para aumentar o alcance da marca e direcionar o tráfego para o site ou redes sociais., como Facebook e Instagram investindo em anúncios pagos segmentados com base nos interesses do público, como decoração, casamento, festas e DIY (faça você mesmo). Anúncios em vídeo e fotos de alta qualidade destacando o processo artesanal e a personalização podem gerar alto engajamento.

Pinterest Ads é uma plataforma popular para quem busca inspiração em decoração e artesanato. Anúncios focados em produtos criativos e personalizados têm grande apelo aqui, especialmente quando associados a tendências de design e DIY.

Material de Comunicação deve ser criativo, alinhado com a identidade da marca e capaz de destacar o valor emocional dos produtos personalizados, como fotografia profissional investindo em fotos de alta qualidade que mostram os detalhes dos

produtos. Fotos com contexto, como o uso dos produtos em festas, decorações ou celebrações, ajudam o cliente a visualizar o valor do item.

Vídeos do processo de criação mostrando os bastidores do processo de produção artesanal em vídeos curtos. As pessoas valorizam o cuidado com a personalização, e vídeos que mostram o processo desde o início criam uma conexão emocional.

As embalagens personalizadas refletem o cuidado e a exclusividade dos produtos. Embalagens ecológicas ou artesanais agregam valor e criam uma experiência positiva desde a entrega. Cartões e tags personalizadas de agradecimento escritos à mão ou etiquetas personalizadas com uma mensagem especial. Esse toque pessoal faz parte da experiência única de comprar produtos personalizados.

Em caso de participação de feiras ou eventos, distribua catálogos físicos com fotos dos produtos, explicações sobre o processo artesanal e informações sobre como personalizar cada peça.

8.13 Estratégia de comercialização e canais de distribuição

A comercialização eficaz envolve planejar como seus produtos serão promovidos, precificados e distribuídos para alcançar o público-alvo através de preço, mix de produtos, customização, canais de distribuição, canais online e offline, distribuição e logística e Relacionamento e Experiência do Cliente.

Preço baseado em valor: No setor de personalizados e artesanato, o preço não deve ser baseado apenas nos custos de produção, mas também no valor percebido pelos clientes. Como os produtos são únicos e feitos sob encomenda, você pode cobrar um prêmio pela exclusividade e pelo esforço artesanal.

Segmentação de preço: Ofereça diferentes faixas de preços para atender a variados perfis de clientes. Produtos mais simples e acessíveis podem atrair um público maior, enquanto itens premium ou com personalizações mais detalhadas podem atrair consumidores dispostos a pagar mais por exclusividade.

Diversificação: Ofereça uma gama variada de produtos para diferentes ocasiões e públicos. Por exemplo, além de presentes personalizados, você pode incluir itens de decoração, acessórios de moda, lembranças de casamento, produtos infantis, entre outros.

Coleções sazonais: Crie edições limitadas e coleções sazonais que gerem senso de urgência e exclusividade. Isso mantém o interesse do cliente e possibilita maior rotatividade de estoque.

Ofertas personalizadas: Dê ao cliente a oportunidade de personalizar produtos de várias maneiras, como escolher cores, textos, materiais e design. Ferramentas online de customização podem facilitar o processo e criar uma experiência interativa de compra.

Pacotes especiais: Ofereça pacotes de produtos para eventos como casamentos, festas corporativas ou aniversários, garantindo que o cliente compre um conjunto de itens personalizados em vez de um único produto.

A escolha dos canais de distribuição é crucial para garantir que seus produtos personalizados e artesanais cheguem de forma eficiente e agradável ao cliente final.

O ambiente online é ideal para alcançar uma audiência ampla e facilitar a personalização e à venda direta ao consumidor. Loja online própria: Ter um e-commerce próprio é essencial. Essa plataforma deve ser fácil de usar, com uma interface intuitiva para que os clientes escolham as personalizações. Além disso, deve oferecer informações claras sobre prazos de entrega, opções de pagamento e suporte ao cliente.

Ferramentas de customização: Um diferencial importante para a loja online é oferecer uma ferramenta que permita ao cliente visualizar o produto personalizado em tempo real, como escolher o design, o texto ou a cor antes de finalizar a compra.

Blog e SEO: Utilize o blog do seu site para impulsionar o tráfego por meio de estratégias de SEO (otimização para motores de busca). Crie conteúdo relevante sobre tendências de personalização, dicas de presentes e histórias de clientes para atrair visitantes.

Redes sociais como canal de vendas: Instagram e Facebook: Utilize o Instagram Shopping e o Facebook Shop para vender diretamente pelas redes sociais, onde os clientes podem visualizar e comprar produtos sem sair das plataformas. Fotos bem-prodizadas e descrições detalhadas são essenciais para atrair o interesse.

Canais Offline: Embora o online seja importante, o canal offline ainda oferece oportunidades valiosas, especialmente para marcas de artesanato que se beneficiam da experiência tátil e visual. Feiras e eventos de artesanato: Participar de feiras de artesanato locais e eventos é uma excelente forma de criar visibilidade e interagir diretamente com clientes. Nessas feiras, o cliente pode ver e tocar os produtos, o que muitas vezes gera mais confiança e aumenta as vendas.

Feiras regionais: Considere expor produtos em feiras locais ou regionais que atraem um público que valoriza o trabalho artesanal, como feiras de design, eventos de pequenos produtores ou feiras de presentes personalizados.

Vendas corporativas e eventos: Ofereça produtos personalizados para eventos corporativos, casamentos ou festas. Esses tipos de parcerias podem ser uma fonte significativa de vendas, pois eventos em grande escala podem exigir grandes quantidades de itens personalizados.

Distribuição e Logística: A fabricação sob demanda (produzir após o pedido) é o modelo ideal para o setor de personalizados, pois reduz a necessidade de estoque e evita desperdício. No entanto, é importante ter uma cadeia produtiva ágil para cumprir prazos.

Parcerias com transportadoras: Estabeleça parcerias com transportadoras confiáveis para garantir entregas seguras e rápidas. Ofereça diferentes opções de envio, como entrega expressa, padrão ou retirada em pontos específicos.

Embalagem segura e diferenciada: Utilize embalagens adequadas para proteger os produtos durante o transporte e, ao mesmo tempo, garantir que a experiência de abrir o pacote seja especial e reflita a personalização do produto.

Relacionamento e Experiência do Cliente

Atendimento personalizado: Forneça um atendimento ao cliente ágil e empático. Desde o primeiro contato até o pós-venda, o cliente deve sentir que está recebendo um tratamento exclusivo e atento às suas necessidades.

Pós-venda e acompanhamento: Após a compra, envie uma mensagem de agradecimento ou peça um feedback. Isso não só fortalece a relação com o cliente como pode fornecer insights valiosos para melhorias futuras.

8.14 Efeitos de sazonalidades

A sazonalidade tem um impacto significativo no setor de personalizados e artesanato, já que a demanda por esses produtos varia bastante ao longo do ano. Entender e planejar-se para os efeitos das sazonalidades pode maximizar as vendas em períodos de alta demanda e ajudar a gerenciar melhor os períodos mais calmos. A seguir, abordarei como as sazonalidades influenciam o setor, como identificar essas variações e as estratégias para aproveitá-las ao máximo.

Nos Períodos de Alta Sazonalidade apresentam picos de demanda por produtos personalizados e artesanais, especialmente em datas comemorativas e eventos específicos. Os principais períodos de alta sazonalidade são:

a) Festas de Fim de Ano (Natal e Ano Novo)

- O Natal é uma das épocas de maior demanda para produtos personalizados, pois muitas pessoas buscam presentes únicos e exclusivos.
- Produtos típicos: Presentes personalizados como canecas, camisetas, objetos de decoração, calendários e itens natalinos como enfeites, adornos e lembranças.
- Estratégia: Criação de coleções sazonais, promoções de fim de ano e antecipação das campanhas de marketing para o início de novembro ou até antes.

b) Dia das Mães e Dia dos Pais

- Essas datas são grandes oportunidades para produtos que tenham um valor sentimental e emocional.
- Produtos típicos: Itens de uso pessoal personalizados (ex: almofadas, camisetas, bijuterias, quadros), presentes que retratam memórias (álbuns de fotos, molduras personalizadas).
- Estratégia: Investir em campanhas emocionais, com foco em temas familiares e amorosos, e oferecer promoções especiais.

c) Dia dos Namorados

- Essa data é muito forte para presentes personalizados que expressam o carinho e o afeto entre casais.
- Produtos típicos: Presentes românticos, como chaveiros com nomes, kits de presente, colares, porta-retratos, e itens decorativos para o casal.
- Estratégia: Lançar produtos que envolvam o conceito de "amor único" e exclusividade no design para casais, além de promoções de kits de presente.

d) Volta às Aulas

- A volta às aulas traz demanda por itens personalizados como mochilas, cadernos e materiais escolares.
- Produtos típicos: Mochilas, estojos, cadernos e outros acessórios escolares personalizados com nomes, personagens e temas escolhidos pelos alunos.
- Estratégia: Foco em promoções e pacotes de produtos escolares em janeiro e fevereiro, principalmente para atrair o público infantil e adolescente.

e) Casamentos e Eventos Sociais

- Os meses de maio a setembro são conhecidos por uma alta concentração de casamentos e outros eventos sociais, o que cria uma grande oportunidade para o setor de personalizados.
- Produtos típicos: Lembranças de casamento, itens de decoração, convites personalizados, brindes para eventos corporativos e sociais.
- Estratégia: Oferecer pacotes especiais de personalização para noivos, como kits para padrinhos, brindes para convidados e decorações sob medida.

f) Datas comemorativas regionais

- Dependendo da região, algumas datas comemorativas específicas, como Festas Juninas, Carnaval, ou Aniversários de Cidades, também podem gerar aumento nas vendas de produtos personalizados e artesanais.
- Produtos típicos: Fantasias, adereços, decorações temáticas e lembrancinhas.
- Estratégia: Criação de coleções temáticas e de fácil adaptação aos eventos.

Já nos Períodos de Baixa Sazonalidade normalmente ocorrem entre grandes datas comerciais. Esses momentos exigem uma estratégia proativa para manter as vendas constantes e evitar quedas bruscas. Alguns exemplos incluem:

a) Janeiro e fevereiro (pós-festas)

- Após o Natal e Ano Novo, há geralmente uma desaceleração no consumo, já que os consumidores estão se recuperando dos gastos de fim de ano.
- Estratégia: Oferecer promoções pós-festas para desovar estoque, além de aproveitar o período para planejamento e desenvolvimento de novos produtos para datas futuras.

b) Setembro e outubro (entre Dia dos Pais e Natal)

- Esse é um período de baixa sazonalidade entre as grandes datas comemorativas.

Estratégia: Apostar em novos lançamentos, campanhas de reengajamento, ou até mesmo promoções de pré-venda para o Natal, para criar antecipação e atrair clientes mais cedo.

É crucial planejar com antecedência para períodos de alta demanda. Garanta que as campanhas de marketing, a produção e a logística estejam prontas pelo menos dois meses antes do pico.

Calendário de Sazonalidade: Crie um calendário anual com as principais datas comemorativas e comece a se preparar com antecedência, tanto em termos de estoque quanto em ações de marketing.

Gestão de Estoque e Produção: Durante a alta sazonalidade, a demanda pode aumentar consideravelmente. Por isso, é importante ajustar sua produção e estoque de matérias-primas para garantir que você possa atender a todos os pedidos no prazo. Evite sobrecarregar-se durante esses períodos planejando a produção de produtos que você já sabe que serão populares com antecedência.

Tabela 5 - Calendário Sazonal Simplificado

Mês	Sazonalidade	Oportunidades de Vendas
Janeiro	Pós-Natal (baixa)	Queima de estoque, volta às aulas
Fevereiro	Volta às aulas, Carnaval	Materiais escolares personalizados
Março	Pré-Dia das Mães (preparação)	Lançamento de coleções para o Dia das Mães
Abril	Páscoa	Presentes temáticos, lembranças
Maiο	Dia das Mães (alta)	Campanhas emocionais, personalização de presentes
Junho	Dia dos Namorados (alta)	Presentes românticos, kits para casais
Julho	Férias escolares	Produtos infantis e educacionais
Agosto	Dia dos Pais (alta)	Produtos masculinos, lembranças personalizadas
Setembro	Baixa sazonalidade	Promoções de reengajamento, novos lançamentos
Outubro	Dia das Crianças	Presentes personalizados infantis
Novembro	Black Friday	Promoções de antecipação de Natal
Dezembro	Natal (alta)	Produtos temáticos, presentes personalizados

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

8.15 Processos de pós-venda

Os processos de pós-venda são essenciais para fortalecer o relacionamento com os clientes no setor de personalizados e artesanato, além de garantir a satisfação e fidelização. Nesse mercado o pós-venda tem um impacto ainda mais significativo, já que os clientes buscam um atendimento próximo, respostas rápidas e soluções personalizadas para eventuais problemas ou ajustes.

LAS CASAS, 2017 nos motivar a pensar que O pós-venda é uma fase essencial no relacionamento com o cliente, pois possibilita compreendê-lo melhor, resolver eventuais insatisfações e consolidar a reputação da empresa. Um acompanhamento cuidadoso após a conclusão da venda não apenas promove a fidelização, mas também transforma a jornada de compra em um processo contínuo de criação de valor, fortalecendo o vínculo entre cliente e empresa.

O contato com o cliente após a compra é crucial para garantir a satisfação e identificar oportunidades de melhoria. Isso também demonstra um comprometimento com o serviço oferecido.

Entre em contato para confirmar se o produto foi entregue corretamente e no prazo, isso pode ser feito via e-mail, WhatsApp ou SMS. Solicitar um Feedback do cliente logo após a entrega é importante para melhorar o serviço e entender a experiência do cliente., a utilização de ferramentas como formulários simples, pesquisas de satisfação ou até uma mensagem direta pedindo a opinião sobre a qualidade do produto e do atendimento são opções eficazes.

Apesar de o setor envolver produtos feitos sob encomenda e muitas vezes não serem aplicáveis devoluções, é importante ter uma política clara e transparente para situações específicas, como defeitos ou erros no pedido. Oferecer a troca gratuita caso o produto tenha algum defeito de fabricação, sempre respeitando prazos legais. Caso ocorra erros na personalização pela empresa (nome incorreto, erro no design), é crucial oferecer uma solução rápida, seja uma nova peça sem custo adicional ou outro tipo de compensação. Mantendo o cliente informado durante o processo de correção, mostrando comprometimento com a sua satisfação.

O suporte contínuo após a venda é um dos pilares de um bom processo de pós-venda, especialmente em um setor que envolve expectativas personalizadas. Disponibilize canais de comunicação direta como WhatsApp, chat em tempo real ou e-mail. O cliente espera respostas rápidas, especialmente se houver algum problema. Ser ativo em responder dúvidas, comentários e possíveis reclamações dentro dessas plataformas, pois isso afeta diretamente sua reputação e visibilidade.

Manter um relacionamento próximo com os clientes, mesmo após a finalização da compra, é fundamental para manter a marca na memória do consumidor.

Um processo de pós-venda eficiente não só garante a satisfação do cliente, mas também constrói uma relação de longo prazo, potencializando novas compras e criando uma base sólida de clientes fiéis. O foco deve estar no atendimento ágil, na personalização do contato e na resolução rápida de problemas, sempre com o objetivo de superar as expectativas do cliente.

9. Plano Operacional

O plano operacional desempenha um papel essencial no planejamento estratégico de qualquer organização, pois descreve em detalhes as atividades diárias e os processos necessários para que a empresa funcione de maneira eficiente e eficaz. Segundo Maximiano (2009, p. 160), "A identificação dos objetivos é o ponto de partida para a elaboração dos planos operacionais." Assim, é indispensável que o plano operacional esteja alinhado com os objetivos estratégicos da empresa, garantindo que todas as operações contribuam para alcançar as metas estabelecidas.

Além disso, o planejamento operacional foca no curto prazo, orientando-se pelas atividades diárias e buscando otimizar resultados e processos. Chiavenato reforça essa ideia ao afirmar: "O planejamento operacional atua no curto prazo, fundamentando-se nas operações organizacionais rotineiras e na otimização dos resultados e processos, conforme as normas e procedimentos postulados pela organização." (2004, p. 159).

Dessa forma, o plano operacional tem como objetivo assegurar que as atividades cotidianas sejam executadas de maneira eficiente, em consonância com os objetivos estratégicos da organização e seguindo os padrões previamente definidos.

9.1 Descrição do fluxo operacional

9.1.1 Planejamento e Estratégia

Definir os produtos personalizados e artesanais a serem oferecidos, considerando o público-alvo e tendências de mercado.

- Pesquisa de mercado e concorrentes.
- Escolha de materiais e fornecedores confiáveis.
- Definição de preços com base em custos e margens de lucro.
- Desenvolvimento de um portfólio de produtos (catálogo).

9.1.2. Atendimento e Captação de Pedidos

Atrair clientes e capturar pedidos personalizados.

- Canais de venda: Presenciais, redes sociais, site próprio, marketplaces.
- Atendimento ao cliente:
 - Esclarecimento de dúvidas sobre os produtos.
 - Coleta de informações sobre personalizações (nome, data, cores, temas, etc.).
 - Registro de detalhes específicos do pedido.
- Confirmação de orçamento e prazo.

9.1.3. Design e Prototipagem

Criar um layout personalizado e obter aprovação do cliente.

- Desenvolvimento de artes digitais ou esboços manuais.
- Envio da arte para aprovação do cliente, com revisões, se necessário.
- Criação de protótipos (opcional para novos designs ou produtos em grande quantidade).

9.1.4. Produção

Fabricação dos produtos personalizados.

- Separação e preparação dos materiais necessários.
- Processos de personalização, que podem incluir:
 - Corte e gravação a laser.
 - Pintura ou estampagem.
 - Bordado, montagem manual ou outros métodos de customização.
- Controle de qualidade ao longo da produção para garantir a perfeição dos detalhes.

9.1.5. Embalagem e Finalização

Preparar o produto final para entrega com apresentação profissional.

- Limpeza e acabamento final (verniz, polimento, ajustes).
- Embalagem com proteção adequada e design atrativo (papel de seda, caixas personalizadas, laços).
- Inclusão de tags, cartões de agradecimento ou brindes, se aplicável.

9.1.6. Logística e Entrega

Garantir que o produto chegue ao cliente de forma segura e dentro do prazo.

- Planejamento da entrega:
 - Entrega direta (local).
 - Envio pelos Correios ou transportadoras (nacional/internacional).
- Rastreamento e comunicação com o cliente sobre o status da entrega.

9.1.7. Pós-Venda

Fidelizar o cliente e coletar feedback para melhorias contínuas.

- Verificação de satisfação do cliente (e-mails, mensagens).
- Solicitação de avaliações ou depoimentos nas redes sociais.
- Atendimento a eventuais reclamações ou problemas.

9.1.8. Ferramentas e Tecnologias Auxiliares

- Gestão de pedidos: Planilhas, ERPs ou plataformas específicas.
- Design gráfico: Canva, CorelDRAW, Photoshop ou Illustrator.
- Produção: Máquinas de corte, impressoras para sublimação, ferramentas manuais.
- Logística: Serviços de rastreamento e integração com transportadoras.

9.2 Vantagens competitivas nas operações

A oferta de produtos exclusivos e personalizados é um diferencial importante, garantindo designs únicos que não podem ser facilmente replicados. Além disso, um portfólio diversificado de opções permite aos clientes escolherem entre diferentes temas, cores e materiais. A personalização detalhada, como a inclusão de nomes, datas ou mensagens especiais, proporciona um toque único aos produtos.

Atendimento ao Cliente Diferenciado com respostas rápidas a dúvidas e solicitações de orçamento são essenciais para transmitir eficiência. A flexibilidade no atendimento permite adaptações ou alterações ao longo do processo de produção. Além disso, o acompanhamento pós-venda garante a satisfação do cliente e resolve eventuais problemas, fortalecendo o relacionamento.

Uma presença marcante no marketing digital é fundamental, utilizando redes sociais como Instagram, TikTok e Pinterest para destacar produtos e processos. Conteúdos visuais de alta qualidade, como fotos e vídeos atraentes, são essenciais para captar a atenção dos clientes. Além disso, contar histórias sobre o valor do artesanato e o trabalho manual

Parcerias estratégicas com fornecedores confiáveis garantem insumos de qualidade e entregas pontuais. Além disso, a customização de materiais para atender a demandas específicas é um diferencial competitivo.

9.3 Fornecedores e terceiros (fornecedores críticos)

Os fornecedores e terceiros desempenham um papel estratégico no funcionamento de uma empresa, especialmente em setores que dependem de insumos e serviços especializados. Esses parceiros comerciais são responsáveis por fornecer materiais, produtos ou serviços que integram o processo produtivo ou operacional, garantindo que as operações sejam realizadas de forma eficiente e sustentável.

Aspecto relevante é a customização de materiais. Trabalhar com fornecedores dispostos a desenvolver insumos específicos para atender às necessidades da empresa pode ser um diferencial competitivo, especialmente em mercados que valorizam a exclusividade.

Para o segmento da Toledo casa criativa é necessário fornecedores e parceiros nos setores de Materiais e Suprimentos. Empresas de Personalização, Ateliês de Artesanato, Madeireiras e Acabamento.

Esses fornecedores são ideais tanto para aquisição de materiais quanto para parcerias na produção de itens personalizados, gerenciar esses relacionamentos de forma estratégica, com foco na qualidade, eficiência e sustentabilidade, contribui para a competitividade da empresa e para a construção de parcerias sólidas e duradouras.

9.4 Descrição de parceiros

A parceria são elementos importantes para uma empresa, para as pequenas empresas as dificuldades se estabelecem no mercado. A questão de formar uma aliança com parceiros poderosos pode ser crítica, a parceria pode proporcionar acesso a informações que normalmente não estaria disponível.

Buscar parcerias com fornecedores garantindo o abastecimento contínuo de medicamentos, proporcionando preços competitivos e prazo de entrega confiáveis.

Parcerias com profissionais da saúde como no posto de saúde participando de eventos comunitários e campanhas de conscientização. Parcerias para programas de educação em saúde.

9.5 Gestão da qualidade

A gestão da qualidade é um elemento essencial para empresas de personalizados e artesanato que desejam manter um padrão elevado nos seus produtos e serviços. No contexto desse segmento, a gestão da qualidade pode ser implementada com práticas adaptadas para garantir a satisfação do cliente e a eficiência no processo produtivo.

9.5.1. Princípios Fundamentais de Gestão da Qualidade

Foco no Cliente

- Entender as necessidades e expectativas do cliente para entregar produtos personalizados com qualidade.
- Obter feedback constante para melhorar os serviços.

Melhoria Contínua

- Avaliar processos regularmente para identificar oportunidades de otimização.
- Usar métricas como taxas de defeitos e devoluções para ajustes no processo produtivo.

Envolvimento de Todos

- Engajar a equipe na importância da qualidade, incentivando treinamento em técnicas de produção artesanal e no uso de ferramentas específicas.

Tomada de Decisões Baseada em Evidências

- Analisar dados de produção, vendas e satisfação do cliente para orientar mudanças.

Gestão de Processos

- Mapear todas as etapas, desde a aquisição de materiais até a entrega, garantindo consistência e eficiência.

9.5.2 Práticas Específicas para o Segmento de Processos

Criar manuais ou guias para a produção artesanal e personalização, garantindo uniformidade no resultado final.

Controle de Qualidade:

- Implementar checagens em diferentes estágios do processo:
- Inspeção de matérias-primas (papéis, tecidos, tintas, etc.).
- Verificação final de produtos acabados antes da entrega.

Capacitação da Equipe

- Oferecer treinamento em técnicas específicas, como corte a laser, pintura ou uso de softwares de design para personalização.

Certificações e Normas

- No caso de produtos com maior rigor, como brinquedos personalizados, seguir normas como ABNT ou buscar certificações ISO, como a ISO 9001.

9.5.3 Ferramentas e Indicadores de Qualidade

- Checklists: Para garantir que todas as etapas sejam seguidas corretamente.
- KPIs (Indicadores de Desempenho):
 - Taxa de satisfação do cliente.
 - Número de produtos devolvidos ou com defeitos.
 - Tempo médio de produção.
- Sistemas de Gestão: Usar softwares como VHSYS, PeqArt ou Bling para organizar pedidos, insumos e monitorar a qualidade durante o ciclo produtivo.

9.5.4. Benefícios da Gestão da Qualidade

- Redução de desperdícios e custos operacionais.
- Melhoria na reputação da marca.
- Fidelização de clientes devido à consistência e atenção aos detalhes.
- Maior eficiência produtiva e menores retrabalhos.

Para implementar a gestão de qualidade em sua empresa, você pode começar mapeando os processos atuais, identificando gargalos e promovendo pequenos ajustes

progressivos. Caso precise de apoio, instituições como o SEBRAE oferecem consultorias específicas para empresas do setor artesanal e criativo.

9.6 Gestão de segurança e saúde do colaborador

A gestão de segurança e saúde do colaborador em empresas de personalizados e artesanato é fundamental para garantir um ambiente de trabalho seguro e saudável, reduzindo riscos e promovendo o bem-estar. Esse tipo de gestão deve abranger práticas preventivas, treinamento e a adequação do espaço de trabalho.

Avaliação de Risco

- Identificar os perigos específicos no ambiente de trabalho, como:
 - Exposição a substâncias químicas (tintas, solventes).
 - Uso de equipamentos cortantes ou máquinas como cortadores a laser.
 - Postura inadequada em trabalhos manuais prolongados.
 - Riscos ergonômicos associados ao design e à montagem.
- Realizar inspeções regulares para monitorar condições inseguras e corrigir falhas.

Treinamento e Capacitação

- Oferecer treinamentos periódicos sobre:
 - Manipulação segura de ferramentas e materiais.
 - Uso correto de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs).
 - Postura e ergonomia no trabalho.
 - Primeiros socorros.
- Incluir programas de conscientização sobre saúde mental e gerenciamento de estresse, especialmente em atividades criativas intensivas.

Equipamentos de Proteção Individual (EPIs)

- Fornecer EPIs adequados ao tipo de atividade, como:

- Luvas de proteção contra cortes e químicos.
- Óculos de proteção para trabalhos com laser ou poeira.
- Máscaras respiratórias para substâncias químicas ou partículas no ar.
- Protetores auriculares, se houver equipamentos ruidosos.

Ergonomia no Ambiente de Trabalho

- Adaptar o espaço de trabalho para minimizar desconfortos e lesões:
 - Mesas e cadeiras ajustáveis para evitar dores nas costas e articulações.
 - Iluminação adequada para tarefas detalhadas, como pintura ou montagem.
 - Organização de ferramentas para evitar movimentos repetitivos desnecessários.

Prevenção de Acidente

- Implementar protocolos de segurança, como:
 - Procedimentos para manuseio de materiais inflamáveis ou tóxicos.
 - Controle de acesso a áreas perigosas.
 - Manutenção regular de máquinas e ferramentas.
- Garantir a existência de saídas de emergência, sinalização adequada e kits de primeiros socorros.

Promoção da Saúde

- Oferecer benefícios e incentivos para a saúde do colaborador:
 - Check-ups médicos periódicos.
 - Programas de ginástica laboral para evitar lesões por esforço repetitivo.
 - Orientação sobre alimentação saudável e hidratação.
- Incentivar pausas regulares para evitar fadiga física e mental.

Conformidade Legal

- Atender às normas regulamentadoras (NRs) do Ministério do Trabalho e Emprego, como:
 - NR-6: Uso de EPIs.
 - NR-7: Programas de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO).
 - NR-17: Ergonomia.

- Manter registros de treinamentos, inspeções e relatórios de saúde ocupacional.

Benefícios da Gestão de Segurança e Saúde

- Redução de acidentes e afastamentos.
- Melhoria no desempenho e na satisfação dos colaboradores.
- Fortalecimento da imagem da empresa como empregadora responsável.
- Cumprimento das obrigações legais, evitando multas e passivos trabalhistas.

Se precisar de informações detalhadas ou ferramentas para implementar essas práticas, instituições como o SEBRAE e o SENAI oferecem orientações específicas para pequenos negócios e artesãos.

9.7 Gestão do impacto ambiental

A gestão do impacto ambiental no segmento de personalizados e artesanato envolve a implementação de práticas que minimizem o impacto ambiental negativo durante o processo de produção e no ciclo de vida dos produtos. Considerando que muitos itens artesanais utilizam materiais naturais, reciclados ou processados, e em alguns casos exigem o uso de tecnologias e químicos, a gestão ambiental eficaz pode contribuir para a sustentabilidade da empresa e do planeta.

Uso Responsável de Materiais

- Escolha de materiais sustentáveis: Optar por insumos ecológicos como tecidos orgânicos, madeiras certificadas, tintas à base de água, e materiais reciclados. Isso reduz a pegada ambiental do produto e evita o uso de substâncias químicas prejudiciais
- Reaproveitamento de resíduos: Criar um sistema para reutilizar sobras de materiais em novos produtos ou como parte de técnicas de upcycling, transformando resíduos em novos itens criativos e funcionalmente valorizados

Processos de Produção Eficientes

- Redução de desperdício: Implementar métodos de produção que minimizem o desperdício de materiais. No caso de produtos feitos sob encomenda, é possível

utilizar ferramentas de otimização de processos e planejamento para garantir que a quantidade de material utilizada seja a mais exata possível

- Tecnologias mais limpas: Substituir processos de produção com alto impacto (como tintas químicas) por alternativas menos agressivas ao meio ambiente, além de usar equipamentos energeticamente eficientes

Gestão de Embalagens

- Embalagens sustentáveis: Utilizar embalagens biodegradáveis, recicláveis ou reutilizáveis para os produtos. Isso pode incluir caixas de papel reciclado ou sacolas feitas de materiais naturais. Além disso, é importante reduzir o uso excessivo de embalagens, priorizando designs que otimizem o espaço
- Economia circular: Incentivar os consumidores a devolverem embalagens ou incentivando o uso de embalagens reutilizáveis pode reforçar o compromisso com a sustentabilidade.

Uso de Energia e Água

- Eficiência energética: Implantar fontes de energia renovável, como painéis solares, no processo de produção, ou adotar práticas de eficiência energética, como o uso de iluminação LED e equipamentos com menor consumo
- Conservação de água: Se o processo de produção envolver o uso de água, buscar tecnologias que reduzam seu consumo ou implementar sistemas de reciclagem de água

Certificação e Compliance

- Certificações ambientais: Buscar certificações ambientais reconhecidas, como o ISO 14001, que atestam que a empresa segue práticas sustentáveis. Além disso, para negócios que lidam com produtos como madeira ou couro, certificar-se de que os materiais são provenientes de fontes responsáveis, como FSC (Forest Stewardship Council), é fundamental
- Conformidade com regulamentações ambientais: Cumprir com as normas ambientais locais e internacionais para evitar multas e proteger o meio ambiente.

Comunicação e Engajamento com o Cliente

- **Transparência e educação:** Informar os clientes sobre as práticas ambientais da empresa e como os produtos são produzidos de maneira sustentável. Isso pode ser feito por meio de campanhas de marketing, etiquetas de produtos ou certificações visíveis
- **Engajamento na comunidade:** Participar de iniciativas de sustentabilidade locais, como reciclagem ou campanhas de preservação ambiental, pode reforçar a imagem da empresa como socialmente responsável

Responsabilidade Social e Ambiental

- **Impacto social positivo:** Além das práticas ambientais, garantir que a empresa adote práticas de responsabilidade social, como promover o trabalho justo e apoiar iniciativas que ajudem a minimizar as disparidades econômicas nas comunidades locais
- Essas ações não só ajudam a reduzir o impacto ambiental, mas também criam um diferencial competitivo no mercado, atraindo consumidores conscientes e aumentando a longevidade do negócio. Para mais informações sobre como implementar essas práticas de maneira eficaz, consultar organizações como o SEBRAE e Instituto Ethos pode fornecer recursos adicionais sobre práticas sustentáveis no Brasil.

9.8 Sistemas de informação e automação

Sistemas de Gestão Empresarial (ERP) integra as principais funções de uma empresa em uma plataforma única, como finanças, estoque, vendas, compras e produção. Para o setor de personalizados, um ERP pode automatizar tarefas como controle de estoque, geração de notas fiscais e relatórios financeiros.

No artesanato, a automação pode envolver o uso de máquinas controladas por computador para cortar, gravar ou montar peças de forma repetitiva e precisa. Isso pode ser feito com a utilização de CNC (Controle Numérico Computadorizado) ou impressoras 3D para personalizações.

Na Gestão de Estoque e Compras os sistemas automatizados ajudam a monitorar o estoque em tempo real, alertando os gestores quando os materiais estão baixos e gerenciando os pedidos automaticamente.

Sistemas de Vendas e E-commerce utilizará o Mercado Livre para ajudar a automatizar a gestão de pedidos, comunicação com clientes e processamento de pagamentos, facilitando a escalabilidade das vendas online de produtos personalizados.

Sistemas de CRM (Customer Relationship Management) para organizar os contatos com clientes, registrar interações e personalizar o atendimento. Isso é especialmente útil em negócios de artesanato e personalizados, onde o contato próximo com o cliente e a personalização são fundamentais.

10 ESTRUTURA E CAPITALIZAÇÃO

10.1 Capital próprio

O investimento de capital necessário para a criação do negócio será totalmente proveniente do sócio, utilizando apenas capital próprio, sem qualquer aporte de terceiros. Em outras palavras, todos os recursos financeiros destinados ao início e à operação da empresa serão fornecidos pelo próprio empreendedor, assegurando autonomia financeira completa e controle total sobre o empreendimento.

10.2 Utilização do capital

Tabela 6 - Aplicação de Recursos

QUADRO DE ORIGEM E APLICAÇÃO DE RECURSOS		
INVESTIMENTO	APLICAÇÃO	ORIGEM
	Total	Capital Próprio
Imobilizado		
Descrição	R\$	R\$
Imobilizado - móveis	4.500,00	4.500,00
Imobilizado - veículos	-	-
Imobilizado - máq/equip.	10.000,00	10.000,00
Imobilizado - hardware	3.000,00	3.000,00
Imobilizado - software	-	-
Construção/Reforma	5.000,00	5.000,00
Pré-Operacional		
Descrição	R\$	R\$
Abertura da empresa	5.000,00	5.000,00
Capital de Giro		
Descrição	R\$	R\$
Capital de Giro	15.664,70	
TOTAL	43.164,70	27.500,00

10.3 Remuneração do capital

Tabela 7 - Remuneração do Capital Próprio

REMUNERAÇÃO DO CAPITAL PRÓPRIO	
Recurso Próprio	27.500,00
Remuneração (% a.a)	13,75%
Remuneração (% a.m)	1,0794%
Remuneração do capital	296,83

11 PLANO FINANCEIRO

11.1 – Investimento e Depreciação

Tabela 8 - Depreciação

DEPRECIÇÃO							
INVESTIMENTO	Total	Vida útil	Valor Residual		Depreciação total	Total	Depreciação Mensal
Descrição	R\$	Anos	%	R\$	R\$	Meses	R\$
Imobilizado - Móveis e Utensílios	4.500,00	10	5%	225,00	4.275,00	120	35,63
Imobilizado - Veículos	-	5	20%	-	-	60	-
Imobilizado - Máq/equip.	10.000,00	10	20%	2.000,00	8.000,00	120	66,67
Imobilizado - Hardware	3.000,00	5	0%	-	-	60	-
Imobilizado - Software	-	5	0%	-	-	60	-
Construção/Reforma	5.000,00	25	5%	250,00	4.750,00	300	15,83
TOTAL	22.500,00				17.025,00		118,13

Tabela 9 - Investimento pré-operacional

INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL	
Abertura da empresa	5.000,00
TOTAL	5.000,00

Tabela 10 - Máquinas e equipamentos

A - Máquinas e Equipamentos				
#	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Serra Tico Tico	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
2	Serra Circular	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
3	Serra de Esquadria	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
4	Lixadeira	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00
5	Maquina de Estampar	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
6	Impressora a Laser	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
7	Impressora Comum	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
8				R\$ -
9				R\$ -
10				R\$ -
Sub-total				R\$ 10.000,00

Tabela 11 – Hardware

B - Hardware				
	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Notebook Dell Inspiron I15-I120K-A25P 15.6" Full HD 12ª Geração Intel Core i5 8GB 512GB SSD Windows 11 Preto	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
2				R\$ -
3				R\$ -
4				R\$ -
5				R\$ -
6				R\$ -
7				R\$ -
8				R\$ -
9				R\$ -
10				R\$ -
11				R\$ -
Sub-total				R\$ 3.000,00

Tabela 12 - Móveis e utensílios

D - Móveis e utensílios				
Descrição		Qtde	Valor Unitário	Total
1	Bancadas de trabalho	2	R\$ 109,90	R\$ 219,80
2	Estantes para estoque e matéria-prima	2	R\$ 254,00	R\$ 508,00
3	Mesa de Escritório	1	R\$ 392,00	R\$ 392,00
4	Cadeiras	3	R\$ 289,00	R\$ 867,00
5	Celular	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
6	Luminária	1	R\$ 233,20	R\$ 233,20
7	Espelho	1	R\$ 280,00	R\$ 280,00
8				R\$ -
9				R\$ -
10				R\$ -
11				R\$ -
12				R\$ -
Sub-total				R\$ 4.500,00

Tabela 13 - Construção e reforma

F - Construção/Reforma				
Descrição		Qtde	Valor Unitário	Total
1	Reforma	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
2				R\$ -
Sub-total				R\$ 5.000,00

Tabela 14 - Investimento total

INVESTIMENTO TOTAL	
Descrição	R\$
Imobilizado	22.500,00
Pré-operacional	5.000,00
Capital de Giro	15.664,70
Total Investimento	43.164,70

11.2 – FOLHA DE PAGAMENTO

Tabela 15 – Encargos

Função	ENCARGOS							Base para Encargos	Total dos Encargos
	Férias	1/3 Férias	13º Salário	FGTS	Multa FGTS	INSS	TOTAL		
Descrição	R\$	R\$	R\$						
Assistente Produção	166,67	55,56	166,67	160,00	80,00	220,00	848,89	2.000,00	2.848,89
Vendedor	150,00	50,00	150,00	144,00	72,00	198,00	764,00	1.800,00	2.564,00
Assistente Administrativo	183,33	61,11	183,33	176,00	88,00	242,00	933,78	2.200,00	3.133,78
	-								
Total	500,00	166,67	500,00	480,00	240,00	660,00	2.546,67	6.000,00	8.546,67

Tabela 16 – Resumo Folha de Pagamento

QUADRO RESUMO DA FOLHA DE PAGAMENTO							
Função	Salário Base	Adicional Periculos.	Benefícios	Encargos sociais	Total Unitário	Qtde.	Total
Descrição	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
Assistente Produção	2.000,00	-	30,00	848,89	2.878,89	1	2.878,89
Vendedor	1.800,00	-	30,00	764,00	2.594,00	1	2.594,00
Assistente Administrativo	2.200,00	-	30,00	933,78	3.163,78	1	3.163,78
Total	6.000,00	-	90,00	2.546,67	8.636,67	3	8.636,67

Tabela 17 - Projeção Folha de Pagamento (5 anos)

PROJEÇÃO ESTIMADA PARA OS PRÓXIMOS CINCO ANOS					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Assistente Produção	34.546,67	36.274,00	37.906,33	39.422,58	40.999,49
Vendedor	31.128,00	32.684,40	32.684,40	32.684,40	32.684,40
Assistente Administrativo	37.965,33	39.863,60	39.863,60	39.863,60	39.863,60
TOTAL	103.640,00	108.822,00	110.454,33	111.970,58	113.547,49

11.3 DESPESAS FIXAS

Tabela 18 - Despesa Fixa Estimada 1º Semestre

QUADRO DE DESPESA FIXA ESTIMADA (MÉDIA MENSAL)							
ANO 1	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Total 1º Sem
Folha Pgto.	8.636,67	8.636,67	8.636,67	8.636,67	8.636,67	8.636,67	51.820,00
Escritório Contábil	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	3.000,00
Água	80,00	120,00	130,00	90,00	80,00	80,00	580,00
Energia	500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	8.000,00
Fone	150,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	3.150,00
Mat.Limpeza	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.200,00
Internet	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	599,40
Pro Labore	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	18.000,00
TOTAL	13.166,57	14.656,57	14.666,57	14.626,57	14.616,57	14.616,57	86.349,40

Tabela 19 - Despesa Fixa Estimada 2º Semestre

ANO 1	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total 2º Sem.
Folha Pgto.	8.636,67	8.636,67	8.636,67	8.636,67	8.636,67	8.636,67	51.820,00
Escritório Contábil	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	3.000,00
Água	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	480,00
Energia	500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	8.000,00
Fone	150,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	3.150,00
Mat.Limpeza	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.200,00
Internet	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	599,40
Pro Labore	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	18.000,00
TOTAL	13.166,57	14.616,57	14.616,57	14.616,57	14.616,57	14.616,57	86.249,40

Tabela 20 - Projeção de despesas (5 anos)

PROJEÇÃO ESTIMADA PARA OS PRÓXIMOS CINCO ANOS					
Despesas Fixas	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Folha Pgto.	103.640,00	108.822,00	113.718,99	118.267,75	122.998,46
Escritório Contábil	6.000,00	6.300,00	6.583,50	6.846,84	7.120,71
Água	960,00	1.008,00	1.053,36	1.095,49	1.139,31
Energia	16.000,00	16.800,00	17.556,00	18.258,24	18.988,57
Fone	6.300,00	6.615,00	6.912,68	7.189,18	7.476,75
Mat.Limpeza	2.400,00	2.520,00	2.633,40	2.738,74	2.848,29
Internet	1.198,80	1.258,74	1.315,38	1.368,00	1.422,72
Aluguel	36.000,00	37.800,00	39.501,00	41.081,04	42.724,28
ERP	-	-	-	-	-
Gás	-	-	-	-	-
TOTAL	172.498,80	181.123,74	189.274,31	196.845,28	204.719,09
Projeção Inflacionária		5,00%	4,50%	4,00%	4,00%

11.4 MARK UP

Tabela 21 -Mark up

Grupos de produtos	MarkUp	MB	Custo	Participação nas vendas	Ponderação
Produto 1	80,00%	44,44%	55,56%	5,00%	2,22%
Produto 2	66,67%	40,00%	60,00%	5,00%	2,00%
Produto 3	83,33%	45,45%	54,55%	5,00%	2,27%
Produto 4	30,91%	23,61%	76,39%	5,00%	1,18%
Produto 5	400,00%	80,00%	20,00%	5,00%	4,00%
Produto 6	300,00%	75,00%	25,00%	5,00%	3,75%
Produto 7	233,33%	70,00%	30,00%	5,00%	3,50%
Produto 8	87,50%	46,67%	53,33%	10,00%	4,67%
Produto 9	150,00%	60,00%	40,00%	5,00%	3,00%
Produto 10	133,33%	57,14%	42,86%	5,00%	2,86%
Produto 11	133,33%	57,14%	42,86%	5,00%	2,86%
Produto 12	250,00%	71,43%	28,57%	5,00%	3,57%
Produto 13	200,00%	66,67%	33,33%	5,00%	3,33%
Produto 14	166,67%	62,50%	37,50%	5,00%	3,13%
Produto 15	50,00%	33,33%	66,67%	5,00%	1,67%
Produto 16	100,00%	50,00%	50,00%	5,00%	2,50%
Produto 17	66,67%	40,00%	60,00%	5,00%	2,00%
Produto 18	100,00%	50,00%	50,00%	10,00%	5,00%
Total				100,00%	

Lucro bruto Ponderado =====>>>	53,50%
CMV (Custo da Mercadoria Vendida) =====>>>	46,50%

11.5 NECESSIDADE DE FATURAMENTO

Tabela 22 - DRE Gerencial Projetado

DRE GERENCIAL PROJETADO			
SITUAÇÃO IDEAL			
		R\$	%
	Receita Total	52.303,58	100%
	Vista	31.382,15	60,00%
	Cartão Crédito	12.029,82	23,00%
	Cartão Débito	8.891,61	17,00%
	Outras vendas a prazo	-	0,00%
(-)	Simples Nacional	3.650,79	6,98%
(-)	ICMS (final)	-	0,00%
(-)	PIS	-	0,00%
(-)	COFINS	-	0,00%
(=)	FATURAMENTO LÍQUIDO	48.652,79	
(-)	CMV	24.319,65	46,50%
(=)	LUCRO BRUTO	24.333,13	
(-)	Comissão	1.046,07	2,00%
(-)	Custo financeiro	643,33	1,23%
(=)	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	22.643,73	43,29%
(-)	Despesas fixas	14.383,23	
(-)	Depreciação	118,13	
(-)	Remuneração do Capital	296,83	
(=)	Resultado antes do I.R.	7.845,54	
(-)	IRPJ	-	0,00%
(-)	CSLL	-	0,00%
(=)	RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO	7.845,54	15%

Tabela 23 - Ponto de Equilíbrio

Ponto de Equilíbrio	Valores	Margem Segurança	
Ponto de Equilíbrio Contábil =====>>	33.495,94	-35,96%	21.451,27
Ponto de Equilíbrio Financeiro =====>>	33.223,09	-36,48%	21.103,21
Ponto de Equilíbrio Econômico =====>>	34.181,58	-34,65%	22.338,44

Tabela 24 - Necessidade de Faturamento

	Receita Total		100,00%
(-)	CMV	-	46,50%
(-)	Comissão	-	2,00%
(-)	Simplex Nacional	-	6,98%
(-)	ICMS (final)	-	0,00%
(-)	IRPJ	-	0,00%
(-)	PIS	-	0,00%
(-)	COFINS	-	0,00%
(-)	CSLL	-	0,00%
(-)	Lucro desejado	-	15,00%
(-)	Custo financeiro	-	1,23%
(=)	Margem de contribuição	=	28,29%

11.6 DRE (DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO)

Tabela 25 - Projeção DRE 1º Semestre

	PROJEÇÃO ANO 1	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5
Meses						
Variação na receita	60,00%		100%	100%	103%	104%
Receita Total	31.382,15	100%	31.382,15	31.382,15	32.323,61	33.616,55
Vista	18.829,29	60,00%	18.829,29	18.829,29	19.394,17	20.169,93
Cartão Crédito	7.217,89	23,00%	31.382,15	31.382,15	32.323,61	33.616,55
Cartão Débito	5.334,96	17,00%	5.334,96	5.334,96	5.495,01	5.714,81
(-) Simples Nacional	2.190,47	6,98%	2.190,47	2.190,47	2.256,19	2.346,44
(-) ICMS (final)	-	0,00%	-	-	-	-
(-) PIS	-	0,00%	-	-	-	-
(-) COFINS	-	0,00%	-	-	-	-
SubTotal Impostos	2.190,47	6,98%	2.190,47	2.190,47	2.256,19	2.346,44
(=) FATURAMENTO LÍQUIDO	29.191,67		29.191,67	29.191,67	30.067,42	31.270,12
(-) CMV	14.591,79	46,50%	14.591,79	14.591,79	15.029,55	15.630,73
(=) LUCRO BRUTO	14.599,88		14.599,88	14.599,88	15.037,88	15.639,39
(-) Comissão	627,64	2,00%	627,64	627,64	646,47	672,33
(-) Custo financeiro	386,00	1,23%	386,00	386,00	397,58	413,48
(=) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	13.586,24		13.586,24	13.586,24	13.993,82	14.553,58
(-) Despesas fixas	14.383,23		14.383,23	14.383,23	14.383,23	14.383,23
(-) Depreciação	118,13		118,13	118,13	118,13	118,13
(-) Remuneração do Capital	296,83		296,83	296,83	296,83	296,83
(=) Resultado antes do I.R.	- 1.211,95		- 1.211,95	- 1.211,95	- 804,37	- 244,61
(-) IRPJ	-	0,00%	-	-	-	-
(-) CSLL	-	0,00%	-	-	-	-
(=) RESULTADO OPER. LÍQUIDO	- 1.211,95	-4%	- 1.211,95	- 1.211,95	- 804,37	- 244,61
(=) RESULTADO OPER. LÍQUIDO %			-3,862%	-3,862%	-2,488%	-0,728%

Tabela 26 - Projeção DRE 2º Semestre

Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
102%	100%	107%	107%	108%	108%	108%	
34.288,88	34.288,88	36.689,11	39.257,34	42.397,93	45.789,77	49.452,95	442.251,47
20.573,33	20.573,33	22.013,46	23.554,41	25.438,76	27.473,86	29.671,77	
34.288,88	34.288,88	36.689,11	39.257,34	42.397,93	45.789,77	49.452,95	
5.829,11	5.829,11	6.237,15	6.673,75	7.207,65	7.784,26	8.407,00	
2.393,36	2.393,36	2.560,90	2.740,16	2.959,38	3.196,13	3.451,82	30.869,15
-	-	-	-	-	-	-	
-	-	-	-	-	-	-	
-	-	-	-	-	-	-	
2.393,36	2.393,36	2.560,90	2.740,16	2.959,38	3.196,13	3.451,82	30.869,15
31.895,52	31.895,52	34.128,21	36.517,18	39.438,56	42.593,64	46.001,13	
15.943,34	15.943,34	17.059,38	18.253,53	19.713,81	21.290,92	22.994,19	205.634,17
15.952,18	15.952,18	17.068,83	18.263,65	19.724,74	21.302,72	23.006,94	205.748,15
685,78	685,78	733,78	785,15	847,96	915,80	989,06	
421,75	421,75	451,28	482,87	521,49	563,21	608,27	
14.844,65	14.844,65	15.883,77	16.995,64	18.355,29	19.823,71	21.409,61	191.463,42
14.383,23	14.383,23	14.383,23	14.383,23	14.383,23	14.383,23	14.383,23	172.598,80
118,13	118,13	118,13	118,13	118,13	118,13	118,13	
296,83	296,83	296,83	296,83	296,83	296,83	296,83	
46,46	46,46	1.085,58	2.197,45	3.557,10	5.025,52	6.611,42	13.885,13
-	-	-	-	-	-	-	
-	-	-	-	-	-	-	
46,46	46,46	1.085,58	2.197,45	3.557,10	5.025,52	6.611,42	13.885,13
0,135%	0,135%	2,959%	5,598%	8,390%	10,975%	13,369%	3,1396%

Tabela 27 - Média Mensal 1º ano

Média mensal para Ano 1	R\$	
Receita	36.854,29	
CMV	17.136,18	
Despesas Fixas	14.383,23	
Impostos sobre vendas	2.572,43	
Impostos sobre lucro	-	
Total Impostos	2.572,43	
Estoque	30	dias
Dias úteis para vendas	30	dias
Prazo médio recbto. Vendas	12	dias
Prazo médio pgto Compras	7	dias
Prazo médio pgto. Despesas	30	dias
Prazo médio pgto. Impostos	15	dias

Tabela 28 - Necessidade de Caixa

Necessidade de Caixa				
	R\$ Mes	R\$ Dia	Prazo Medio	Total
Vendas	36.854,29	1.228,48	15	18.427,14
Impostos	2.572,43	85,75	30	2.572,43
Compras	17.136,18	571,21	30	17.136,18
Despesas	14.383,23	479,44	30	14.383,23
Saldo				15.664,70

11.7 PROJEÇÃO DE CRESCIMENTO

Tabela 29 - Projeção de Crescimento (5 anos)

PROJEÇÕES	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Crescimento das vendas	2,00%	3,00%	4,00%	5,00%
Inflação projetada	5,00%	4,50%	4,00%	4,00%
Aumento nominal da receita	7,10%	7,63%	8,16%	9,20%

	Ano 1		Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Total	442.251,47		473.651,32	509.814,60	551.415,47	602.145,69
Pagamento à Vista	265.350,88	60,00%	284.190,79	305.888,76	330.849,28	361.287,42
Cartão Crédito	101.717,84	23,00%	108.939,80	117.257,36	126.825,56	138.493,51
Cartão Débito	75.182,75	17,00%	80.520,72	86.668,48	93.740,63	102.364,77
(-) Simples Nacional	30.869,15	6,98%	33.060,86	35.585,06	38.488,80	42.029,77
(=) Faturamento Líquido	411.382,31		440.590,46	474.229,54	512.926,67	560.115,92
(-) CMV	205.634,17	46,50%	220.234,19	237.049,07	256.392,28	279.980,37
(=) Lucro Bruto	205.748,15		220.356,26	237.180,46	256.534,39	280.135,55
(-) Custo financeiro	5.439,69	1,23%	5.825,91	6.270,72	6.782,41	7.406,39
(=) Margem de Contribuição	191.463,42	43,29%	205.057,33	220.713,45	238.723,67	260.686,25
(-) Despesas fixas	172.598,80		181.228,74	189.384,03	196.959,39	204.837,77
(-) Depreciação	1.417,50		1.417,50	1.417,50	1.417,50	1.417,50
(-) Remuneração Capital	3.561,99		3.561,99	3.561,99	3.561,99	3.561,99
(=) Resultado antes do I.R.	13.885,13		18.849,10	26.349,93	36.784,79	50.868,99
(=) Result. Op. Líquido (R\$)	13.885,13		18.849,10	26.349,93	36.784,79	50.868,99
Result. Op. Líquido (%)	3%		4%	5%	7%	8%
(-) Distribuição de Lucros (20%)	2777,03		3769,82	5269,99	7356,96	10173,80
(=) Result. Após Distr. de Lucros (R\$)	11.108,11		15.079,28	21.079,94	29.427,83	40.695,19
Result. Após Distr. de Lucros (%)	2,51%		3,18%	4,13%	5,34%	6,76%

11.8 ANÁLISE DE INVESTIMENTO

Tabela 30 - Fluxo de Caixa

N	Fluxo de Caixa
FC0	- 43.164,70
FC1	12.525,61
FC2	16.496,78
FC3	22.497,44
FC4	30.845,33
FC5	42.112,69

Tabela 31 - TMA, TIR e VPL

TMA ==>>	13,75%	a.a
TIR ==>>	38,06%	a.a
VPL ==>>	36.419,30	36.419,30

Tabela 32 - Payback Descontado

PAYBACK DESCONTADO					
Ano	Fluxo de Caixa	VP	A Recuperar	Saldo	Prazo
0	- 43.164,70	43.164,70	-	43.164,70	
1	12.525,61	R\$ 11.011,52	11.011,52	32.153,18	1,00
2	16.496,78	R\$ 12.749,59	12.749,59	19.403,59	1,00
3	22.497,44	R\$ 15.285,48	15.285,48	4.118,11	1,00
4	30.845,33	R\$ 18.423,99	4.118,11	-	0,22
5	42.112,69	R\$ 22.113,42			-
Total =====>>					3,22

Payback descontado =>	Em anos ==>>	3,22
	Em meses =>	38,68

Tabela 33 - Projeção Ponto de Equilíbrio (5 anos)

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ponto Equilíbrio Contábil	401.951,26	421.885,11	440.722,60	458.220,54	476.418,39
Ponto Equilíbrio Financeiro	398.677,05	418.610,90	437.448,39	454.946,33	473.144,18
Ponto Equilíbrio Econômico	410.178,92	430.112,77	448.950,26	466.448,19	484.646,05

12 Conclusão

Com base nos indicadores apresentados, a TIR de 38,06% excede amplamente a TMA de 13,75%, indicando um retorno acima do esperado. Além disso, o VPL positivo de R\$ 36.419,30 confirma que o projeto gera valor para os investidores. Portanto, as análises financeiras sugerem que o plano de negócios deve ser considerado uma oportunidade promissora

Além disso, o payback de 3,22 anos é relativamente curto, o que significa que a empresa deverá recuperar seu investimento em pouco mais de três anos. Esse é um bom indicativo de que o negócio não só é rentável, mas também apresenta um ritmo de retorno financeiro eficiente, o que é fundamental para garantir a continuidade da operação e a expansão no futuro.

Portanto, com esses números, podemos concluir que o plano de negócio da loja de artesanato é viável, desde que seja bem executado. A combinação de uma alta TIR com um payback relativamente rápido é um sinal de que o empreendimento tem boas chances de sucesso, contanto que sejam mantidas boas práticas de gestão e controle financeiro.

REFERÊNCIAS

<https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreededora/artesanato-vive-movimento-de-crescimento-de-demanda-e-do-numero-de-profissionais-cadastrados/>

<https://openai.com/chatgpt>.

<https://www.band.uol.com.br/radio-bandeirantes/noticias/artesanato-movimenta-50-bilhoes-de-reais-por-ano-no-brasil-16597590>

https://images.tcdn.com.br/static_inst/escoladeecommerce/prod/wp-content/uploads/2018/04/ebook-de-artesanato.pdf

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-material-para-artesanato,71487a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#apresentacao-de-negocio>

https://www.univille.edu.br/account/ppgdesign/VirtualDisk.html/downloadDirect/1739812/Daiane_Lais_Fontana.pdf

<https://ateliedeartesanato.com.br/wp-content/uploads/2021/02/Plano-de-Negocios-Criativos-Atelie-de-Artesanato-Lucrativo-Paty-Pegorin-2021.pdf>

<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/16519/1/KVLC19112019.pdf>

<https://ecommercenapratica.com/blog/loja-de-artesanato-online/>

https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-82202011000200010

<https://www.repositorio.ufal.br/jspui/bitstream/123456789/8311/1/TCC%20-%20O%20artesanato%20como%20forma%20de%20manifesta%C3%A7%C3%A3o%200cultural%20e%20sua%20contribui%C3%A7%C3%A3o%20socioecon%C3%B4mica%20um%20estudo%20sobre%20o%20mercado%20de%20artesanato%20de%20Penedo-AL.pdf>

[Análise SWOT: Uma Ferramenta Essencial para a Gestão](#)

www.ligiafascioni.com.br/wp-content/uploads/2010/08/PDFFormas.pdf

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. 14ª ed. São Paulo: Pearson, 2012.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Princípios de Marketing*. 15ª ed. São Paulo: Pearson, 2015.

CHIAVENATO, Idalberto. *Introdução à Teoria Geral da Administração*. 7ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

Google Scholar pode fornecer artigos sobre *mass customization* (customização em massa) e *customer experience*.

Harvard Business Review: Oferece estudos de caso e insights sobre inovação e diferenciação de marcas.

SEBRAE (Brasil): Recursos gratuitos sobre estratégias para micro e pequenas empresas no setor artesanal.

DORNELAS, J. C. A. *Planejando incubadoras de empresas: como desenvolver um plano de negócios para incubadoras*. Rio de Janeiro: Campos, 2002.

ONCLICK, R. Por que 80% das micro e pequenas empresas não completam 1 ano? Disponível em: <<https://onclick.com.br/por-que-80-das-micro-e-pequenasempresas-nao-completam-1-ano/>>. Acessado em 05 maio 2024.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 9. ed. São Paulo: Elsevier, 2018.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo na prática: estratégias e casos brasileiros*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

MCCONNELL, Ben; HUBA, Jackie. *Citizen Marketers: When People Are the Message*. Chicago: Kaplan Publishing, 2007.

MANZINI, Ezio. *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. Cambridge: MIT Press, 2015.

FIRJAN. *A Economia Criativa no Brasil: Relatório 2022*. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2022.