



CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

ANA BEATRIZ DA SILVA PEREIRA

JUAN GUSTAVO SENA DOS ANJOS

JULIA PATEZ CAMPOS

PEDRO PAULO ALVES DE FREITAS

SABRINA SILVA E MELO

PLANO DE NEGÓCIOS - PATEZ DESIGN

SÃO PAULO – SP

06/2025

ANA BEATRIZ DA SILVA PEREIRA
JUAN GUSTAVO SENA DOS ANJOS
JULIA PATEZ CAMPOS
PEDRO PAULO ALVES DE FREITAS
SABRINA SILVA E MELO

PLANO DE NEGÓCIOS- PATEZ DESIGN

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Jd Ângela, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito parcial para a obtenção da habilitação profissional de Técnico de Nível Médio em Administração sob a orientação da Professora M^a: Dalvanete F. Silva de Oliveira

SÃO PAULO - SP

06/2025

ANA BEATRIZ DA SILVA PEREIRA
JUAN GUSTAVO SENA DOS ANJOS
JULIA PATEZ CAMOS
PEDRO PAULO ALVES DE FREITAS
SABRINA SILVA E MELO

PLANO DE NEGÓCIOS PATEZ DESIGN

Aprovada em: ____ / ____ / ____

Conceito: _____

Banca de Validação:

Professor.....
Etec Jd Angela

Professor
Etec Jd Angela

Professor
Etec Jd Angela

SÃO PAULO – SP
2025

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho a todos que fizeram parte da nossa jornada durante o curso técnico, em especial aos nossos professores, que com dedicação, paciência e compromisso nos transmitiram conhecimento e nos prepararam para os desafios do futuro.

Nosso agradecimento especial vai para a professora Dalvanete, por sua orientação, apoio constante e incentivo durante a elaboração deste TCC. Sua dedicação foi fundamental para a concretização deste trabalho.

A todos os outros professores que nos acompanharam ao longo do curso, nosso sincero reconhecimento. Cada ensinamento e palavra de incentivo contribuiu para a nossa formação e para a realização deste projeto.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos este trabalho a todos os membros do nosso grupo, que juntos transformaram ideias em ações concretas. Agradeço a colaboração, criatividade e empenho que cada um trouxe para este projeto.

Agradeço

Aos nossos professores, pela orientação e apoio ao longo dessa jornada, e à marcenaria, que nos inspirou a valorizar as sobras de madeira, mostrando que é possível criar beleza e aprendizado a partir do que poderia ser descartado. Que este TCC contribua para a conscientização sobre a ODS 12 e inspire outros a adotarem práticas sustentáveis.

A todos que acreditam em um futuro mais sustentável, este agradecimento é para vocês!

EPÍGRAFE

"O melhor resíduo é aquele que não é gerado. O segundo melhor é aquele que é reutilizado."

— Zero Waste International Alliance

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Linha de produção.....	16
FIGURA 2 – Localização.....	18
FIGURA 3 – Organograma.....	21
FIGURA 4 – Logomarca.....	22
FIGURA 5 – Análise SWAT.....	24
FIGURA 6 – Móveis Planejados.....	25
FIGURA 7 – Produtos Sustentáveis.....	27
FIGURA 2 – Tabelas.....	34

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Investimentos Fixos.....	34
TABELA 1 – Investimentos Financeiros.....	34
TABELA 1 – Investimentos Fixos.....	35
TABELA 1 – Custo do Produtos.....	35
TABELA 1 – Depreciação.....	36
TABELA 1 – Custos Fixos.....	37

LISTA DE ABREVIATURAS / SIGLAS

Relação alfabética das abreviaturas e siglas utilizadas na publicação, seguidas das palavras ou expressões a que correspondem, grafadas por extenso. A formatação entre linhas é de 1,5 cm.

CLT – Consolidação das Leis Trabalhistas

DIEESE – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais

VSM – *Value Stream Mapping* (Mapeamento do Fluxo de Valor)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. A EMPRESA	13
2.1. História da Marcenaria	13
2.2. Razão Social	14
2.3. Ramo de Atividade	15
2.4. Localização	17
3. A GESTÃO	18
3.1. Missão	19
3.2. Visão	19
3.3. Valores	19
3.4. Responsabilidade Social e Ambiental	19
3.4.1. Benefícios Socio Ambientais da reutilização da serragem para a Patez Design	20
3.5. Organograma Departamental/Funcional	21
3.6. Logomarca	21
4.0. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	22
4.1. Análise do Setor	22
4.2. Mercado Regional	23
4.3. Análise SWOT	23
5. PLANO DE MARKETING	24
5.1. Descrição dos produtos	24
5.2. Análise dos Clientes	25
5.3. Análise dos Concorrentes	26
5.3. Análise dos Fornecedores	29

5.5. Promoções	27
5.6. Estrutura de comercialização	28
6.0. PLANO OPERACIONAL	28
6.1. Logística	28
6.2. Capacidade Produtiva e Comercial	30
6.3. Processos de Produção e Comercialização	30
7. PLANO FINANCEIRO	30
7.1. Investimentos Fixos	31
7.2. Tabela de Investimentos Fixos	32
7.3. Investimentos Financeiros.....	32
7.4. Investimentos Totais.....	32
7.5. Estimativa de Faturamento Mensal	33
7.6. Custo dos Produtos.....	33
7.7. Custo com Depreciação de Bens	33
7.8. Custos Fixos Mensais	34
7.9. Fluxo de Caixa	38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS	41

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo aplicar os princípios do ODS 12, que enfatizam a sustentabilidade, o consumo e a produção responsável, por meio de um estudo de caso de uma empresa do ramo moveleiro localizada no município de Itapequerica da Serra, em São Paulo. O setor foi escolhido devido ao crescente aumento da demanda por móveis, especialmente em função da redução do tamanho dos imóveis. Esse cenário leva à necessidade de móveis mais adaptáveis a espaços menores, o que gera um aumento na produção e, consequentemente, na geração de resíduos. O foco deste trabalho é como a produção pode ser realizada de maneira sustentável, buscando minimizar os impactos ambientais²⁵ relacionados ao aumento da produção de móveis.

A empresa Patez Design Marcenaria visa se destacar no mercado competitivo e em expansão, oferecendo um diferencial criativo e inovador, aliado à sustentabilidade. Seu compromisso com o meio ambiente reflete-se na criação de móveis e objetos que tornam os ambientes mais aconchegantes e únicos, sem desperdícios. A empresa prioriza a utilização responsável dos recursos, garantindo que seus produtos não sejam apenas esteticamente exigentes, mas também sustentáveis.

Com a sustentabilidade como foco central, a Patez Design Marcenaria desenvolveu uma linha de produtos inovadores que reaproveitam resíduos de madeira, evitando que esses materiais se tornem lixo e causem impactos ambientais negativos. Entre os produtos desenvolvidos destacam-se tábuas de carne, petisqueiras, cadeiras e bancos para crianças, além de brinquedos pedagógicos. Todos esses itens são fabricados a partir de sobras de madeira que, de outra forma, seriam descartados. Desta forma, a empresa contribui para a redução de resíduos e promove um ciclo produtivo mais responsável.

A missão da Patez Design Marcenaria é transmitir, por meio de seus produtos, a importância da sustentabilidade, destacando-se no mercado móvel não apenas pela inovação e criatividade, mas também pelo seu compromisso ambiental. A empresa busca, assim, mostrar que é possível aliar design de qualidade e responsabilidade ecológica, contribuindo para um futuro mais sustentável e consciente.

2. A EMPRESA

A Patez Design Marcenaria foi fundada por Iranildo Patez, cuja relação com a marcenaria surgiu de forma espontânea e apaixonada. Após atuar em diferentes áreas profissionais, Iranildo iniciou na marcenaria ao confeccionar um armário para sua própria residência e, posteriormente, algumas cadeiras para seus familiares. A partir dessas primeiras criações, percebeu-se um talento natural e uma afinidade crescente com o trabalho em madeira.

Enfrentando diversas dificuldades e com poucos recursos, Iranildo conciliou, por um período, sua atividade principal com o ofício da marcenaria. No entanto, a dedicação e o interesse em aprimorar suas habilidades o levaram à decisão de se dedicar integralmente ao setor. Com essa escolha, consolidou-se o nascimento da Patez Design Marcenaria.

Desde então, a empresa tem como propósito não apenas fabricar móveis sob medida, mas também proporcionar aos clientes peças que tragam identidade, funcionalidade e significado para os lares e ambientes. A Patez Design Marcenaria carrega consigo o sobrenome de seu fundador, simbolizando tradição, compromisso e paixão pelo ofício da marcenaria.

2.1. História da Marcenaria

A marcenaria é uma das profissões mais antigas da humanidade, com raízes que remontam aos primórdios da civilização. De acordo com o portal SOS Planejados (2023), desde os tempos pré-históricos, nossos ancestrais utilizavam a madeira para criar ferramentas, utensílios e abrigos, evidenciando a importância desse material em nossa evolução. No Egito Antigo, a marcenaria já havia alcançado um nível significativo de sofisticação. Conforme descrito pelo portal Svariati Móveis (2023), marceneiros egípcios usavam serras, cinzéis, plainas e furadeiras de arco para criar móveis complexos e duradouros, frequentemente embutidos com marfim e pedras preciosas, indicando um alto nível de habilidade e senso estético. Durante a Idade Média, a marcenaria se consolidou como um ofício respeitado na Europa. De acordo com o portal Raiz & Madeira (2023), guildas de marceneiros regulamentavam o trabalho e treinavam aprendizes, produzindo móveis ornamentados para igrejas e residências nobres, o que marcou um período de formalização da profissão. O Renascimento trouxe inovações técnicas, como a marchetaria, que envolvia a aplicação de finas lâminas de madeira para criar padrões decorativos intrincados. Conforme mencionado pelo portal SOS Planejados (2023), essa técnica permitiu a produção de móveis mais sofisticados, refletindo os avanços artísticos da época. A Revolução Industrial, no século XIX, transformou a marcenaria com a introdução de máquinas que permitiram a produção em massa de móveis, tornando-os mais acessíveis. No entanto, a busca por peças artesanais e personalizadas manteve viva a tradição da marcenaria artesanal. De acordo com o portal WebReforma (2023), a

mecanização trouxe desafios, como a diminuição da qualidade e da individualidade dos produtos, mas a marcenaria artesanal continuou a prosperar, especialmente em nichos que valorizavam a personalização e o trabalho manual. Hoje, a marcenaria continua a evoluir, incorporando novas tecnologias e materiais, mas sempre mantendo a madeira como elemento central. Conforme destacado pelo portal Raiz & Madeira (2023), o ofício reflete a engenhosidade humana e a busca por funcionalidade e estética, adaptando-se às necessidades e estilos de cada época.

2.2. Razão Social

Além da estética, a Patez Design Marcenaria se destaca pelo compromisso com a sustentabilidade e a implementação de práticas alinhadas com o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 12 da Agenda 2030 da ONU, que foca em consumo e produção responsáveis.

O ODS 12 tem como meta promover a eficiência no uso de recursos, redução de resíduos e consumo consciente, incentivando a adoção de práticas sustentáveis em todos os setores da economia. Esse ODS é fundamental para o desenvolvimento de práticas produtivas que reduzam o impacto ambiental e contribuam para a preservação dos recursos naturais. A produção responsável, que prioriza a redução de desperdícios e o uso de materiais reciclados e renováveis, é essencial para alcançar um futuro mais equilibrado e justo para todos.

A Patez Design Marcenaria adota uma série de ações para apoiar os princípios do ODS 12. Um exemplo significativo é a reutilização dos resíduos de madeira gerados durante a fabricação de móveis sob medida. Ao invés de descartar sobras de material, a empresa as utiliza para a criação de peças decorativas, acessórios e até mesmo móveis pequenos, contribuindo para a diminuição do desperdício e ao mesmo tempo oferecendo ao cliente produtos exclusivos e sustentáveis. Essa abordagem também se alinha ao conceito de economia circular, no qual os resíduos são reaproveitados e reintegrados ao processo produtivo, evitando que se tornem lixo e impactem negativamente o meio ambiente.

Além disso, a Patez Design Marcenaria dá preferência ao uso de madeira de fontes responsáveis, provenientes de fornecedores que adotam práticas de manejo florestal sustentável. Isso não só assegura a preservação das florestas e a redução do desmatamento, mas também contribui para a sustentabilidade a longo prazo da indústria da marcenaria. A empresa entende que a origem dos materiais é crucial para garantir a integridade ambiental do processo produtivo e, por isso, investe em uma cadeia de fornecimento responsável e consciente.

A prática da sustentabilidade na Patez Design Marcenaria também inclui a promoção de um consumo mais consciente entre seus clientes. Ao optar por móveis sob medida, feitos para durar por muitos anos, o cliente não apenas adquire uma peça única e personalizada, mas também contribui para a redução da obsolescência programada e do consumo excessivo. A durabilidade dos produtos diminui a necessidade de reposição constante, o que se reflete diretamente na redução do impacto ambiental da indústria moveleira.

O compromisso da Patez Design Marcenaria com a sustentabilidade vai além da produção e abrange também a educação e conscientização dos consumidores sobre os benefícios de escolhas responsáveis. Ao compartilhar suas práticas de reutilização e uso consciente de recursos, a empresa contribui para que seus clientes adotem um comportamento mais sustentável em relação ao consumo de móveis e produtos em geral. Isso ajuda a promover uma cultura de responsabilidade ambiental e consumo inteligente, fundamentais para o cumprimento das metas do ODS 12.

Em termos de impacto global, a adoção de práticas sustentáveis como as implementadas pela Patez Design Marcenaria tem um papel importante na redução de resíduos, conservação dos recursos naturais e mitigação das mudanças climáticas. Estima-se que a indústria de móveis, se não ajustada para práticas mais sustentáveis, contribua significativamente para a geração de resíduos sólidos e para a destruição de ecossistemas devido ao uso indiscriminado de recursos naturais. O ODS 12, portanto, propõe uma transformação nos modelos de produção e consumo, incentivando empresas como a Patez Design Marcenaria a adotar práticas mais eficientes e menos impactantes ao meio ambiente.

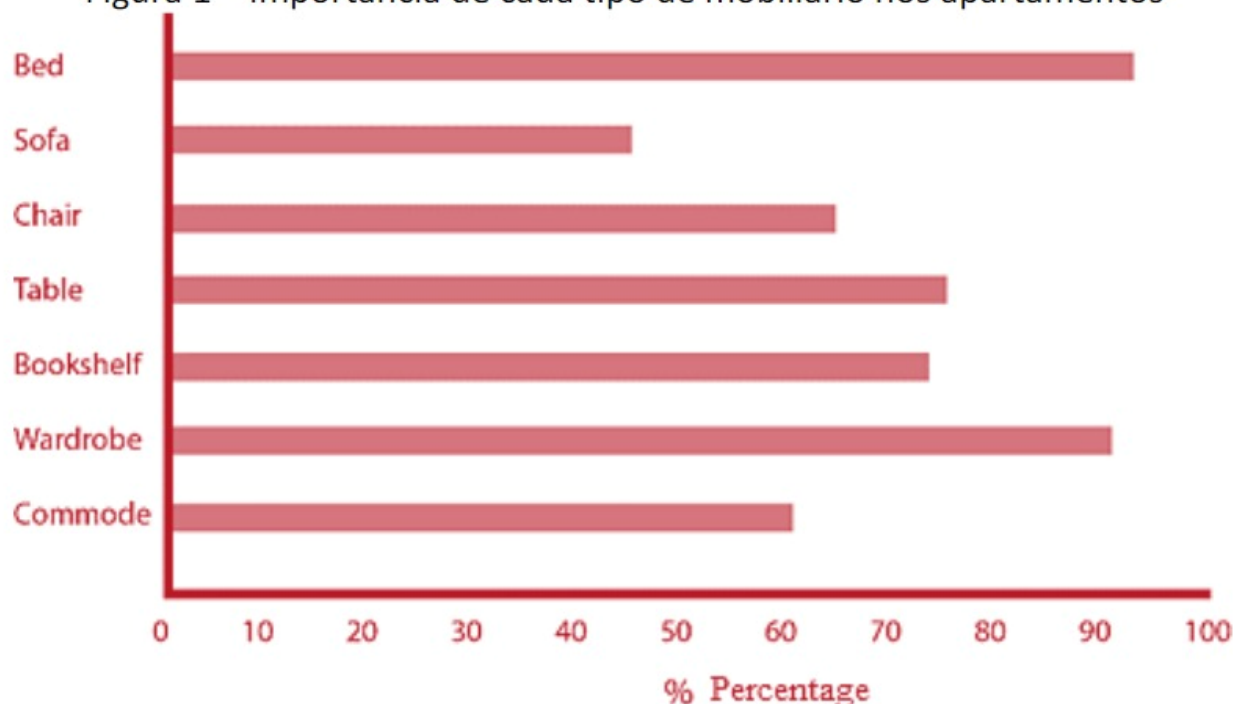
Ao adotar essas estratégias e práticas, a Patez Design Marcenaria não só segue os princípios do ODS 12, mas também se coloca como um exemplo de responsabilidade empresarial no setor de marcenaria. A empresa não só oferece produtos de alta qualidade, mas também contribui para a preservação ambiental, a redução do desperdício e o consumo responsável, promovendo um modelo de produção que beneficia tanto o consumidor quanto o meio ambiente.

2.3. Ramo de Atividade

A marcenaria de móveis planejados desempenha um papel essencial na organização e otimização de espaços dentro das residências modernas, especialmente em um cenário de habitações compactas. Segundo Husein (2020), os móveis ocupam cerca de 35-45% do espaço em uma habitação, com itens essenciais como cama (95%), guarda-roupa (91%), mesa (75%), cadeira (65%), cômoda (61%) e sofá (45%) sendo alguns dos mais utilizados. Contudo, a

escassez de espaço nos apartamentos contemporâneos exige um planejamento cuidadoso da distribuição do mobiliário, o que torna a marcenaria planejada uma solução indispensável para aproveitar cada centímetro disponível e proporcionar conforto e funcionalidade.

Figura 1 – Importância de cada tipo de mobiliário nos apartamentos



Fonte: Abimovel

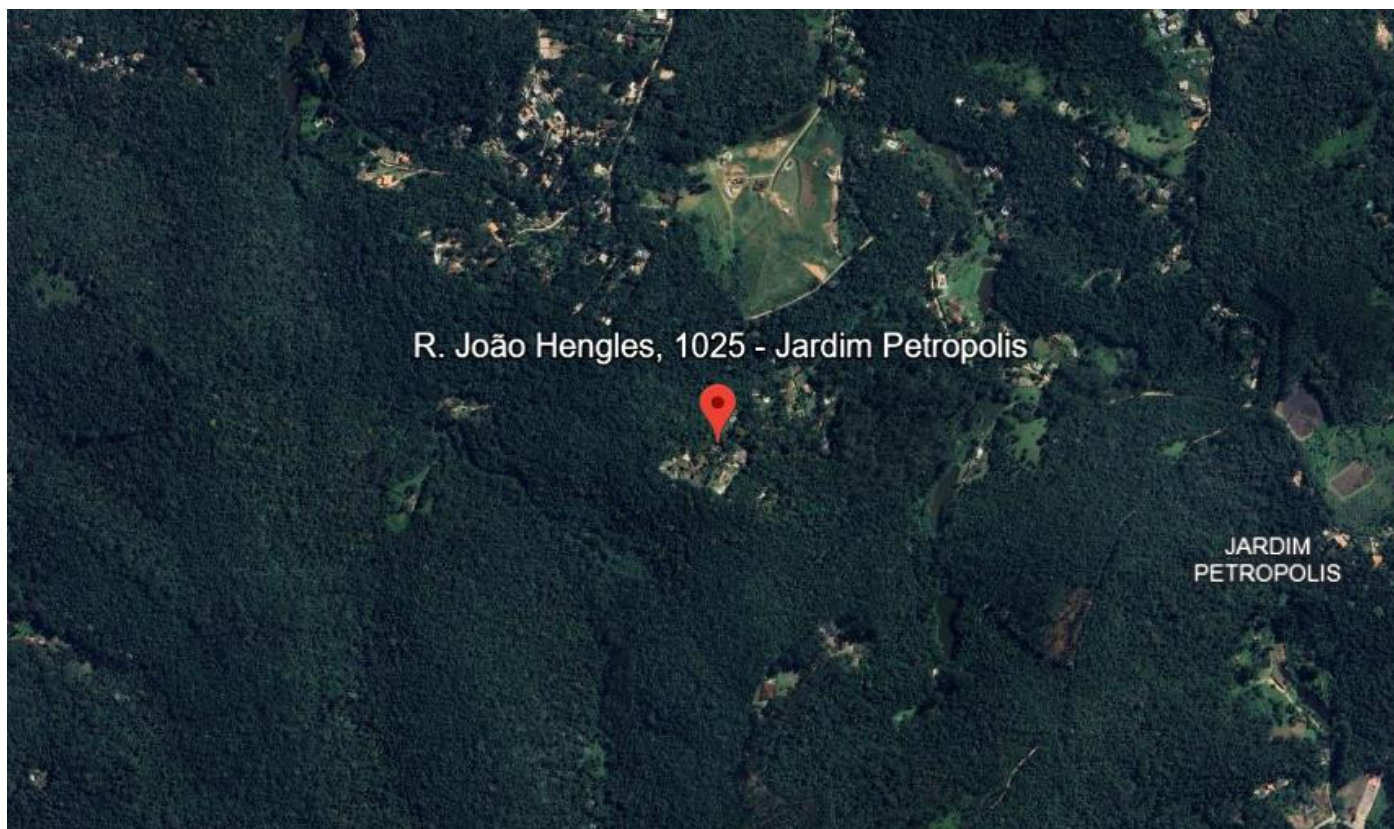
A madeira, como um dos principais materiais utilizados na marcenaria, sempre teve um papel de destaque na construção civil, seja em estruturas, acabamentos ou mobiliário. Segundo Bombonato (2014), a madeira é apreciada por sua simples manipulação, longa durabilidade e baixo impacto ambiental durante sua produção, tornando-a um material sustentável e amplamente acessível no Brasil. A versatilidade da madeira permite a criação de ambientes modernos, aconchegantes e funcionais, atendendo às diversas necessidades dos consumidores, independentemente da classe social. Esse uso versátil da madeira é essencial para a viabilidade de projetos arquitetônicos, especialmente em moradias mais compactas, que demandam soluções criativas para maximizar o uso do espaço sem comprometer o conforto.

A marcenaria planejada, ao adaptar-se às necessidades específicas de cada ambiente, oferece soluções que vão além da simples fabricação de móveis. Ela permite a criação de espaços multifuncionais, como aquelas que já eram comuns nas moradias anteriores à Revolução Industrial, onde espaços multiusos eram a norma. Tramontano (1993) destaca que, ao longo do tempo, a flexibilidade nas edificações foi aprimorada, especialmente no século 20, com a introdução de

compartimentação das residências, o que trouxe maior privacidade para os habitantes. Essa adaptação do espaço continua a ser uma preocupação central no design de interiores moderno, onde a marcenaria de móveis planejados se encaixa como uma resposta eficiente para atender às exigências de ambientes cada vez menores, mas igualmente funcionais e personalizados.

No mercado brasileiro, a madeira é amplamente utilizada devido à sua acessibilidade e variedade de tipos e qualidades, permitindo que diferentes classes sociais possam usufruir de móveis planejados de qualidade, alinhados com as suas necessidades e preferências. A combinação da marcenaria com a sustentabilidade e a personalização torna esse setor altamente relevante, não apenas no mercado de móveis, mas também na construção civil, onde a otimização de espaços e a criação de ambientes eficientes são essenciais. Assim, o setor moveleiro brasileiro, ao incorporar práticas de design inteligente e sustentável, continua a desempenhar um papel vital na evolução dos espaços urbanos, oferecendo soluções que aliam qualidade, funcionalidade e estética.

2.4. Localização



Itaipeceria da Serra – São Paulo

A empresa escolheu se instalar em Itapecerica da Serra por diversas razões estratégicas. A cidade oferece uma infraestrutura bem desenvolvida e uma estrutura urbana multifuncional, o que facilita a integração de atividades residenciais, comerciais e industriais, além disso, a região é composta principalmente por chácaras, e nossa pesquisa de campo revelou que a maioria dos moradores preferem móveis planejados essa demanda específica reforça a viabilidade do nosso negócio na área. A localização é outro grande diferencial: estamos próximos de importantes rodovias, como a Régis Bittencourt, o que otimiza a logística e facilita o escoamento de produtos e matérias-primas, algo essencial para o processo de distribuição.

Além disso, os incentivos fiscais oferecidos pela cidade foram um fator decisivo para a nossa escolha. A isenção do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) por um período determinado representa uma significativa economia, reduzindo nossos custos fixos. Também aproveitamos a isenção do Imposto sobre Transmissão de Bens Imóveis (ITBI) em nossa transação imobiliária e os benefícios no Imposto Sobre Serviços (ISS) para a construção de nossa sede. Esses incentivos tornam o ambiente de negócios ainda mais favorável.

Com uma logística eficiente e vantagens tributárias, oferecendo um espaço estratégico para o crescimento e a expansão das operações. Além disso, a cidade tem uma oferta de mão-de-obra qualificada, o que facilita o recrutamento de profissionais para fortalecer nossa equipe. Com esses benefícios, nossa decisão de investir em Itapecerica da Serra se mostrou a mais vantajosa para o futuro da nossa empresa.

3. A GESTÃO

A empresa é administrada por seu fundador Iranildo Patez, onde atua em todas as áreas associadas, como:

- **Logística:** Responsável por criar e executar uma logística que atenda do estoque de produtos até a entrega dos produtos acabados aos clientes. Devem ser planejados da melhor maneira para que os produtos sejam entregues na data estabelecida. E cuida também do agendamento das montagens.
- **Marketing e Comercial:** Será responsável por identificar o público-alvo interessado no produto, da divulgação onde a publicidade deverá ser feita através de e sites na internet, e administrará a imagem da empresa.
- **Produção:** Responsável por Planejar e produzir o produto desde sua matéria-prima.

3.1. Missão

A empresa busca criar móveis planejados e com e com uma alta qualidade, atendendo as necessidades e desejos de nossos clientes, de forma artesanal e inovadora, buscando transformar ambientes, proporcionando uma experiência única e pessoal em nossos produtos com conforto e estilo.

3.2. Visão

A Patez Design marcenaria, deseja ser reconhecida como a empresa referência no design de móveis planejados, se destacando pela qualidade, inovação, valorização do trabalho artesanal e da sustentabilidade. Queremos expandir nossa presença em lares, mantendo sempre nossos valores familiares e mantendo o respeito ao meio ambiente.

3.3. Valores

- Responsabilidade social e ambiental;
- Foco no cliente;
- Sustentabilidade;
- Inovação;
- Legalidade, transparência e ética;
- Qualidade em cada produto.

3.4. Responsabilidade Social e Ambiental

Na Patez Design, o compromisso com a responsabilidade socioambiental é um dos pilares que orientam todas as nossas decisões. Acreditamos que é possível aliar beleza, funcionalidade e design consciente, por isso implementamos processos e fluxos produtivos pensados para minimizar impactos ao meio ambiente e maximizar os benefícios para a sociedade.

Produzimos nossos móveis exclusivamente com madeiras de origem legal e certificadas por órgãos competentes, garantindo a preservação das florestas e o uso responsável dos recursos naturais. Além disso, priorizamos fornecedores que compartilham dos nossos valores de sustentabilidade e respeito ao meio ambiente.

Adotamos práticas de produção que visam a redução de resíduos e o reaproveitamento de materiais, promovendo a economia circular. Parte dos nossos resíduos de madeira, por exemplo,

é reciclada ou transformada em novos produtos, reduzindo significativamente o descarte e contribuindo para um ciclo produtivo mais limpo.

No aspecto social, temos atuado ativamente na conscientização da população local sobre a importância das práticas sustentáveis e do consumo consciente. Por estarmos localizados em uma região mais afastada dos grandes centros urbanos, percebemos que ainda há uma carência de informação sobre essas questões.

3.4.1. Benefícios Socio Ambientais da reutilização da serragem para a Patez Design

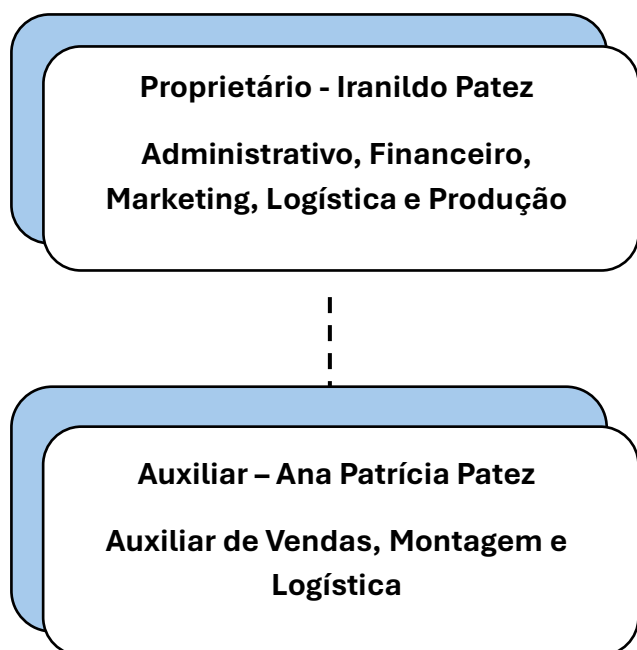
Na Patez Design, adotamos uma postura responsável e criativa em relação ao reaproveitamento desse material, alinhando sustentabilidade, inovação e impacto social positivo.

Toda a serragem gerada em nossa produção é reaproveitada de forma estratégica. Quando proveniente de madeiras que passaram por processos químicos, ela é utilizada na fabricação de pequenos móveis e peças decorativas. Já a serragem originada de madeiras naturais, sem adição de produtos químicos, é direcionada à criação de brinquedos educativos que são doados para instituições e comunidades e para a confecção de utensílios de cozinha e artigos artesanais.

Essas iniciativas não apenas reduzem o desperdício e tornam nosso processo mais sustentável, como também geram subprodutos de alto valor agregado, com baixo custo de produção. Isso representa uma vantagem competitiva para a empresa, ao mesmo tempo em que reforça nosso compromisso social.

A produção e doação de brinquedos, em especial, vai além do aspecto econômico é um ato de carinho e solidariedade que fortalece nossa causa e aproxima a Patez Design da comunidade, mostrando que é possível crescer de forma ética, consciente e colaborativa.

3.5. Organograma Departamental/Funcional



Proprietário – Iranildo Patez

Responsável pela administração geral da empresa, supervisiona todos os setores, gerencia integralmente as áreas operacionais e atua em todas as fases do processo produtivo.

Auxiliar – Ana Patrícia Patez

Atua na área de vendas e na identificação das necessidades do cliente, realizando o atendimento inicial. Auxilia na montagem dos móveis em domicílio, junto ao proprietário, e é responsável pelo cálculo dos custos de frete.

3.6. Logomarca



Durante o primeiro módulo do Curso Técnico em Administração, tivemos a oportunidade de estudar a Psicologia das Cores, sob orientação da professora Silvana Herculano. A partir desse conteúdo, compreendemos como as cores influenciam a percepção visual e emocional do público, especialmente no contexto do marketing e da identidade visual. Com base nesse estudo, decidimos aplicar os conhecimentos adquiridos realizando uma análise detalhada do logotipo da nossa marca.

A seguir, apresentamos uma interpretação das cores utilizadas, considerando seus significados simbólicos e psicológicos, bem como sua relevância para a proposta e os valores da empresa.

Análise: A composição transmite a união entre o artesanal e o criativo, reforçando os valores da marcenaria tradicional com um toque moderno de design.

- Marrom: tradição, matéria-prima, solidez.
- Preto: seriedade, profissionalismo, identidade forte.
- Amarelo: criatividade, acolhimento, dinamismo.
- Branco: clareza, organização, leveza visual.

4.0. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

A empresa Patez implementou um planejamento estratégico com o objetivo de aumentar sua competitividade no mercado, definindo metas e diretrizes claras para o futuro, sempre alinhadas ao compromisso com a sustentabilidade e práticas responsáveis.

4.1. Análise do Setor

O setor de marcenaria e móveis planejados no Brasil tem mostrado sinais de recuperação após anos de instabilidade econômica. Em 2024, a produção nacional de móveis e colchões cresceu 8,6%, alcançando aproximadamente 439,9 milhões de peças, segundo balanço da ABIMÓVEL (Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário). O faturamento do setor também teve um avanço expressivo, totalizando R\$ 91,5 bilhões – um aumento de 12,1% em relação ao ano anterior (ABIMÓVEL, 2025).

O segmento de móveis planejados, em especial, continua se destacando com crescimento médio entre 7% e 10% ao ano, impulsionado pelo aumento da demanda por personalização e aproveitamento de espaços. De acordo com o *Estado de Minas* (2024), a expectativa é que esse ritmo se mantenha estável até 2025, refletindo mudanças nos hábitos de consumo e na valorização de ambientes residenciais otimizados.

No mercado internacional, o setor também avançou. As exportações de móveis brasileiros cresceram 3,8% em 2024, somando US\$ 763 milhões (ABIMÓVEL, 2025). Embora o cenário global tenha apresentado desafios, como inflação e instabilidade em grandes mercados, o Brasil

conseguiu manter sua presença internacional por meio de ações estratégicas como o projeto Brazilian Furniture, em parceria com a ApexBrasil.

No que diz respeito ao emprego e aos investimentos, houve alta de 7,5% na geração de postos de trabalho em 2024, e as importações de máquinas para produção aumentaram 12,1%, sinalizando modernização e expansão do parque fabril (ABIMÓVEL, 2025).

Portanto, com base nos dados mais recentes, o setor de marcenaria e móveis planejados projeta um 2025 positivo, impulsionado pelo consumo interno aquecido, pela alta demanda por soluções personalizadas diante de imóveis cada vez menores e por ações consistentes de internacionalização.

4.2. Mercado Regional

O mercado de móveis planejados em Itapeverica da Serra (SP) é bastante movimentado, com a atuação de empresas formais e informais que produzem e comercializam móveis sob medida. Grande parte desse mercado é voltada para o público residencial e comercial, oferecendo projetos personalizados. Além de empresas consolidadas como a Newlar Móveis, Vertex Móveis, Revo Marcenaria e WoodWork Marcenaria, também existem marcenarias menores e prestadores de serviço informais que atuam de forma localizada, muitas vezes com preços mais acessíveis e atendimento direto ao cliente. Esse cenário reflete um setor dinâmico e competitivo.

4.3. Análise SWOT

FORÇAS • Uso de madeira de reflorestamento; • Reaproveitamento de resíduos; • Produção artesanal com o foco na qualidade; • Imagem positiva da marca ligada à responsabilidade ambiental.	AMEAÇAS • Concorrência que utiliza materiais não sustentáveis com preços mais baixos; • Falta de conscientização dos clientes sobre a importância da sustentabilidade.
FRAQUEZAS • Custo elevado dos materiais ecológicos em comparação aos convencionais; • Necessidade constante de capacitação da equipe sobre técnicas sustentáveis.	OPORTUNIDADES • Crescente demanda por móveis planejados e sustentáveis; • Expansão do mercado online focado na sustentabilidade. • Incentivos públicos voltados para negócios verdes.

5. PLANO DE MARKETING

Nossa estratégia de marketing é baseada no marketing boca a boca e na atuação ativa em redes sociais, focando em engajamento orgânico. Valorizamos a recomendação espontânea do consumidor como ferramenta de ampliação de alcance e construção de credibilidade da empresa, otimizando a visibilidade por meio de interações espontâneas e conteúdo compartilhável.

5.1. Descrição dos produtos

A empresa atua na fabricação de armários, mesas, gavetas, guarda-roupas, painéis, bancadas, escrivaninhas e estantes, todos produzidos sob medida, de acordo com as necessidades específicas de cada cliente. Além disso, os resíduos gerados durante o processo de produção são reaproveitados para a criação de novos produtos, contribuindo para a redução de desperdícios e a sustentabilidade do processo. A seguir, estão listados alguns dos principais produtos desenvolvidos pela empresa:

Armário



Guarda-roupas



Mesa



Escrivaninha



Produtos de madeira reutilizada:

Petisqueira



A peça possui divisórias internas para a organização dos alimentos, e ao centro apresenta uma ilustração entalhada de um cavalo, destacando o acabamento artístico e personalizado.

Suporte giratório para condimentos



A estrutura é composta por uma base e um topo quadrados, conectados por colunas de madeira que sustentam os potes de vidro para armazenar temperos.

Banco infantil



O assento tem formato arredondado com acabamento superior pintado tendo um visual alegre e atrativo.

Tábua de churrasco



Tábua personalizada em madeira reaproveitada.

5.2. Análise dos Clientes

Nossos clientes valorizam qualidade, transparência e acessibilidade. Vendemos para pessoas que não consideram apenas o preço, mas também todo o processo de produção dos

nossos produtos. A empresa trata com clareza seu compromisso com o meio ambiente e com a excelência.

Utilizamos madeira certificada pelo selo FSC (Forest Stewardship Council), que garante que a matéria-prima foi obtida de forma legal e sustentável. Além disso, oferecemos um serviço de altíssima qualidade, com móveis autênticos e feitos sob medida para cada cliente.

Por isso, nossos produtos não têm preços tão baixos quanto os encontrados em grandes varejistas. No entanto, deixamos claro que o cliente não está adquirindo um móvel descartável, mas sim um item durável, que pode acompanhar uma vida inteira se for bem cuidado, resultado do cuidado e da qualidade presentes em cada etapa da produção.

5.3. Análise dos Concorrentes

O setor de móveis planejados em Itapeverica da Serra (SP) se destaca por sua intensa movimentação e diversidade de atuantes, abrangendo tanto empresas formalizadas quanto prestadores de serviço informais. O mercado é fortemente voltado para clientes residenciais e comerciais, com foco em projetos personalizados que atendem às necessidades específicas de cada espaço. Entre os principais nomes do segmento, destacam-se empresas consolidadas como a Newlar Móveis, Vertex Móveis, Revo Marcenaria e WoodWork Marcenaria, que se sobressaem pela qualidade dos produtos e pela reputação no atendimento. Paralelamente, pequenas marcenarias e profissionais autônomos também têm forte presença, oferecendo alternativas mais acessíveis e atendimento personalizado. Esse cenário revela um ambiente dinâmico, competitivo e marcado por múltiplas opções para o consumidor local.

Além das empresas que concorrem diretamente com a Patez Design por atuarem no mesmo nicho, é importante fazer a ressalva em relação às grandes varejistas, como Magazine Luiza, Lojas Marabraz, Casas Bahia, MadeiraMadeira, Ponto Frio e Havan. Essas empresas se destacam pelos preços mais baixos em comparação às demais, o que representa um grande atrativo diante da situação socioeconômica da região.

5.4. Análise dos Fornecedores

A análise de fornecedores é essencial para que a Patez Design esteja alinhada com os princípios da ODS 12, que busca promover o consumo responsável. É importante identificar fornecedores de materiais e avaliar suas práticas sustentáveis.

Primeiro, é verificado a sustentabilidade do material, garantindo que a madeira venha de fontes responsáveis, como florestas certificadas (ex: FSC), e que os produtos químicos utilizados sejam menos poluentes.

Outro aspecto relevante são as práticas de produção. Avaliar a gestão de resíduos e o consumo de água e energia é fundamental. A transparência nas informações fornecidas pelos fornecedores e as certificações ambientais também são critérios importantes.

Além disso, considerar a responsabilidade social dos fornecedores, garantindo condições justas de trabalho, é essencial. A confiabilidade e a qualidade dos produtos devem ser avaliadas com base no histórico de entregas e feedback de clientes.

Com base nesses requisitos, foi elaborada uma tabela comparativa de fornecedores, contendo informações sobre localização, certificações governamentais e, principalmente, os preços da matéria-prima. Dessa forma, não tivemos dificuldades em identificar os fornecedores mais adequados.

5.5. Promoções

Para que a marcenaria *Patez Design* possa realizar promoções sem comprometer sua rentabilidade, é fundamental adotar uma abordagem estratégica baseada no conhecimento detalhado dos custos de produção. Isso envolve a apuração precisa dos valores referentes à matéria-prima, mão de obra, despesas operacionais, encargos e tributos. Com esses dados, torna-se possível calcular o custo real de cada projeto e definir uma margem de lucro mínima, mesmo durante ações promocionais.

Além disso, as promoções da *Patez Design* são planejadas de forma segmentada, evitando descontos generalizados que possam gerar prejuízos. Estratégias como a oferta de brindes de baixo custo, pacotes promocionais para ambientes específicos e descontos parciais em itens selecionados se mostram eficazes para atrair novos clientes sem afetar negativamente o equilíbrio financeiro da empresa. É considerado a sazonalidade que também é essencial, priorizando ações promocionais em períodos de menor demanda como forma de manter o fluxo de caixa e a ocupação da equipe produtiva.

A divulgação dessas ações promocionais pode ser feita principalmente por meio das redes sociais, onde a *Patez Design* consegue alcançar um público mais amplo de forma rápida e econômica. A seguir, apresentam-se dois exemplos de publicações promocionais que podem ser utilizadas nessas plataformas:

Exemplo 1 – Publicação no Instagram/Facebook:

"Promoção Especial de Maio na *Patez Design*: móveis planejados para cozinha com 15% de desconto. Projeto 3D e instalação inclusos. Qualidade garantida e entrega no prazo. Promoção válida até 31/05. Solicite seu orçamento pelo WhatsApp."

Exemplo 2 – Story com enquete interativa:

"Qual ambiente da sua casa você gostaria de planejar com a *Patez Design*? ☐ Cozinha ☐ Escritório ☐ quarto ☐ Sala. Os primeiros fechamentos ganham um brinde exclusivo! Responda aqui e receba sua condição especial!"

5.6. Estrutura de comercialização

A estrutura de comercialização da *Patez Design* é composta por uma proposta de valor focada na personalização e qualidade dos móveis planejados, um mercado-alvo bem definido, e uma série de canais de distribuição e comunicação que visam estreitar o relacionamento com os clientes e aumentar a visibilidade da marca. Ao adotar uma abordagem centrada no cliente, a *Patez Design* consegue se destacar no mercado de móveis planejados, oferecendo soluções que atendem às necessidades específicas de cada projeto. Além disso, o uso eficaz de marketing digital e canais de venda diretos contribui para o sucesso e crescimento contínuo da empresa.

6.0. PLANO OPERACIONAL

A Patez Design adota a ODS 12 – Produção e Consumo Responsáveis, implementando práticas sustentáveis em sua operação. A empresa reutiliza a serragem gerada no processo de fabricação de móveis planejados, destinando-a à produção de brinquedos e outros itens simples, o que contribui para a redução de resíduos. Essa abordagem visa não apenas minimizar o desperdício, mas também promover a economia circular. Além disso, a marcenaria busca otimizar o uso de recursos, como madeira e energia, alinhando-se aos princípios de eficiência e sustentabilidade.

6.1. Logística

1. Recebimento e Armazenamento de Materiais:

No processo de recebimento e armazenamento, a Patez Design tem um controle rigoroso sobre os materiais utilizados. As madeiras, ferragens e produtos químicos chegam de fornecedores com prazos definidos e são organizadas de maneira eficiente no estoque. A madeira é armazenada em pallets e as ferragens em gavetas ou caixas etiquetadas, facilitando o acesso rápido e organizado. Para garantir o controle de estoque, a empresa utiliza um sistema simples de planilhas, que permite o monitoramento constante dos materiais, evitando excessos ou faltas.

2. Gestão de Produção:

A produção de móveis planejados na Patez Design segue um fluxo de trabalho bem definido. As etapas de corte, montagem e acabamento são realizadas de acordo com prazos previamente estabelecidos, o que garante eficiência e agilidade no processo. A empresa adota um cronograma de produção semanal, que permite que os prazos de entrega sejam cumpridos de maneira eficaz, sem sobrecarregar ninguém.

3. Reutilização de Resíduos:

A Patez Design implementa práticas sustentáveis ao reaproveitar os resíduos gerados durante a produção de móveis planejados. A serragem e as sobras de madeira são cuidadosamente armazenadas e reutilizadas na criação de novos produtos, como brinquedos e itens decorativos. A produção desses itens com resíduos segue um processo separado, mas igualmente eficiente, com prazos definidos para garantir que os novos produtos atendam aos padrões de qualidade estabelecidos pela empresa.

4. Controle de Qualidade:

Após a produção, todos os produtos da Patez Design passam por um controle de qualidade. Cada item, seja um móvel planejado ou um produto feito com resíduos, é inspecionado para garantir que atenda aos padrões da empresa. A Patez Design adota um checklist de qualidade, onde são avaliadas as dimensões, o acabamento e a integridade dos produtos. Apenas os itens que passam nesse controle são liberados para a entrega ao cliente.

5. Transporte e Entrega:

A logística de transporte e entrega da Patez Design é planejada para garantir que os produtos cheguem aos clientes de forma segura e dentro dos prazos estabelecidos. As entregas são agrupadas por região geográfica, otimizando as rotas e reduzindo os custos com transporte. A empresa utiliza caminhão para o transporte dos móveis, garantindo que eles cheguem intactos. As

datas e horários de entrega são confirmados previamente com os clientes, o que assegura que os produtos sejam entregues conforme combinado.

6.2. Capacidade Produtiva e Comercial

Nosso parque fabril localiza-se em Itapeceira da Serra nossa capacidade média de produção de 30 móveis planejados por mês, a capacidade produtiva está ligada a demanda de cada pedido, pedidos maiores envolvem mais tempo e dinheiro ocasionando em menos produções no mês. A partir de junho de 2026, esperamos que a nossa capacidade média de produção passe a ser de 50 de móveis por mês, em decorrência dos investimentos realizados em 2025.

Contamos com um pequeno local de produção destinada à fabricação dos produtos da marca Patez Design, com tecnologia simples e com um modelo de produção versátil, nosso local de produção nos permite fabricar produtos somente após a realização de pedidos e, mesmo assim, entregá-los com agilidade (prazo máximo de 30 dias por pedido), proporcionando a manutenção de baixos níveis de estoque de produtos acabados.

6.3. Processos de Produção e Comercialização

O objetivo da Patez Design é minimizar perdas, procurando gerar padrões de corte que facilitem o processo de montagem dos móveis. A madeira sustentável é um material único, que traz consigo uma história, isso a torna especial e diferenciada dos outros materiais, não apenas pela qualidade do produto em si, mas, pelo compromisso que ele traz com o meio ambiente, os nossos produtos encantam nossos clientes, pela exclusividade, elegância, requinte e qualidade. Trabalhamos com o consumidor final, atuando no varejo em pequenas quantidades para projetos menores. Para que nosso processo seja perfeito, compramos madeira já pronta para uso, apenas moldamos no formato desejado de acordo com cada ambiente.

7. PLANO FINANCEIRO

Quanto ao plano financeiro Hisrich e Peters (2004), descrevem que essa também é uma parte importante do plano de negócio, pois determina o investimento necessário para o novo empreendimento e indica se o plano de negócio é economicamente possível de ser executado.

De acordo com Dornelas (2001), a parte financeira é, para muitos empreendedores, a mais difícil do plano de negócios. Isto porque ela deve refletir em números tudo o que foi escrito

até então nas outras seções do plano, incluindo investimentos, gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, projeção de vendas, análises de rentabilidade do negócio etc. Os principais demonstrativos a serem apresentados em um plano de negócios são: Balanço Patrimonial, Demonstrativo de Resultado e Demonstrativo de Fluxo de Caixa, todos projetados com um horizonte mínimo de três anos. No caso do Fluxo de Caixa, deve ser detalhado mensalmente. Por meio desses demonstrativos, é possível efetuar uma análise de viabilidade do negócio e o retorno financeiro proporcionado. Para essas análises, geralmente se usam os seguintes métodos: análise do ponto de equilíbrio, período de playback, VPL (Valor Presente Líquido) e TIR (Taxa Interna de Retorno).

7.1. Investimentos Fixos

Os investimentos fixos (físicos) necessários para a implantação de uma loja destinada à comercialização de móveis variam significativamente conforme o padrão de negócios que se deseja estabelecer, o público-alvo, a localização da loja e, sobretudo, o volume de capital **disponível** para investimento inicial. Esses investimentos incluem itens como aquisição ou aluguel do ponto comercial, reformas e adaptações do espaço físico, compra de mobiliário e equipamentos, instalação de sistemas de segurança e tecnologia (como softwares de gestão e sistemas de automação comercial), além de **gastos com** identidade visual e comunicação visual da loja (SEBRAE, 2023).

A definição do padrão da loja – se será uma loja de bairro, uma loja de médio porte em centros comerciais ou até uma loja-conceito de alto padrão – influencia diretamente na quantidade e qualidade dos recursos físicos necessários. **Por** exemplo, uma loja de móveis planejados exige um showroom bem estruturado, com móveis de demonstração montados, o que demanda maior espaço e investimentos em apresentação visual (IBGE, Pesquisa Anual de Comércio, 2022).

Além disso, o valor disponível para investimento **afeta** o escopo do projeto. Empreendedores com capital limitado podem optar por espaços menores e com estrutura mais enxuta, utilizando estratégias como o dropshipping ou venda por catálogo, enquanto investidores com maior disponibilidade financeira podem apostar em lojas físicas mais sofisticadas e estrategicamente localizadas, com estoques amplos e diversificada linha de produtos

7.2. Tabela de Investimentos Fixos

Investimentos Fixos	Valor
	\$
Máquinas e Equipamentos	50.000,00
Móveis e Utensílios	0,00
Equipamentos de Informática	3.300,00
Veículos	0,00
	0,00
TOTAL	53.300,00

7.3. Investimentos Financeiros

São aqueles destinados à formação de capital de giro para o negócio. O capital de giro é o valor de recursos em dinheiro necessário para o funcionamento normal da organização, compreendendo a compra de matérias primas ou mercadorias, financiamento das vendas, pagamento de salários e demais despesas que iremos ter para abertura da empresa, foram investidos 150000,00 reais para a compra da máquina Rount CNC, destinada ao projeto da ODS 12.

Investimentos Financeiros	Valor
	\$
Investimentos Financeiros	R\$ 50.000,00
TOTAL	R\$ 50.000,00

7.4. Investimentos Totais

Investimentos Fixos	Valor
	\$
Máquinas e Equipamentos	50.000,00
Móveis e Utensílios	0,00
Equipamentos de Informática	3.300,00
Veículos	0,00

	0,00
TOTAL	53.300,00

7.5. Estimativa de Faturamento Mensal

O faturamento da empresa é proporcional ao capital investido ou custodiado de clientes. Para chegarmos ao valor de R\$ 50.000,00 foi utilizada uma média de quantidade de peças produzidas no mês com um valor médio de R\$ 46.500,00.

7.6. Custo dos Produtos

CUSTOS: DO PRODUTO ou DO SERVIÇO			
	Unidade	QUANTIDADE	VALOR TOTAL
SERVIÇOS	R\$	MENSAL	R\$
Tábua de Churrasco	30,00	150	4.500,00
Dominó	10,00	100	1.000,00
Petisqueira	15,00	100	1.500,00
Jogo de montar	10,00	100	1.000,00
Quadro decorativos	12,00	150	1.800,00
Porta Objetos	14,00	100	1.400,00
CMV REAL	91,00	700	11.200,00

7.7. Custo com Depreciação de Bens

As máquinas, equipamentos e ferramentas utilizados na produção da fábrica vão se desgastando ou tornando-se ultrapassados com o passar dos anos, fazendo com que seja necessária sua reposição. Essa perda do valor dos bens pelo uso é chamada de depreciação.

Portanto, conforme Koliver (apud Vieira, 2009, p.38)

A depreciação representa, em termos econômicos, a perda de valor dos bens materiais integrantes do ativo imobilizado de uma entidade. Já na sua vida puramente financeira, o processo de transferência de valores do imobilizado para o ativo circulante, até o disponível, desde que, a receita gerada pelos produtos ou serviços que a causaram, permita a sua recuperação integral

CÁLCULO DA DEPRECIAÇÃO				ANO: 2025
Investimentos	Valor	Taxa	Valor Anual	Valor Mensal
	\$	%	\$	\$
Máquinas e Equipamentos	50.000,00	10	5.000,00	416,67
Móveis e Utensílios	0,00	10	0,00	-
Equipamentos de Informática	3.300,00	20	660,00	55,00
Veículos	0,00	20	0,00	-
	0,00	0	0,00	-
TOTAL	53.300,00		5.660,00	471,67

7.8. Custos Fixos Mensais

As despesas gerais de administração, ou custos fixos, inseridos na tabela abaixo, variam de acordo com o porte ou características do empreendimento. São considerados custos fixos os salários e encargos do pessoal de apoio, aluguel do imóvel, tarifas de água, luz, telefone, honorários do contador, despesas do escritório e retirada dos sócios.

Os custos fixos estão ligados às características da região e do tipo de empreendimento e independem do faturamento da empresa.

EMPRESA:		
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS		ANO: 2025
DISCRIMINAÇÃO	VALORES \$	
	MENSAL	ANUAL
2 - Custos Fixos	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Salários	-	-
Retiradas dos sócios - Prolabore	3.000,00	36.000,00
Água	150,00	1.800,00
Energia elétrica	600,00	7.200,00
Telefone - Internet	150,00	1.800,00
Gastos com contabilidade	-	-
Manutenção (Gastos Retirados do Caixa Mínimo)	-	-
Depreciação	471,67	5.660,00
Gastos Administrativos (Higiene, Limpeza e Outros)	200,00	2.400,00
Duplicatas a pagar	-	-
Gastos com Marketing	-	-
Fornecedores (Materiais complementares)	300,00	3.600,00
Fornecedores (Embalagens para o produto - Entrega)	63,50	762,00
Fornecedores (Mercadorias p/ Revenda)	-	-
Serviços de Terceiros - Correio, Entregas	-	-
Aluguel	-	-
Combustível	100,00	1.200,00
Gás	-	-
	-	-
	-	-
Custos Totais	5.035,17	60.422,00

7.9. Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa é fundamental para a saúde financeira de uma empresa, pois permite o controle das entradas e saídas de dinheiro, oferecendo uma visão clara sobre a liquidez do negócio. Esse controle ajuda na prevenção de problemas financeiros, no planejamento de investimentos e na tomada de decisões estratégicas. Segundo o site InfoMoney, o acompanhamento regular do fluxo de caixa permite avaliar se os gastos foram bem direcionados e se há necessidade de ajustes.

ANO 2024	MÊS	MÊS	MÊS
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO
SALDO INICIAL	-	- 2.112,07	- 4.224,13
ENTRADAS			
DINHEIRO	-	-	-
CARTAO DEBITO	-	-	-
CARTAO CREDITO	-	-	-
PIX	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
TOTAL DAS ENTRADAS	-	-	-
SAÍDAS			
Simple Nacional ou MEI	76,90	76,90	76,90
Salários	-	-	-
Retiradas dos sócios - Prolabore	-	-	-
Água	150,00	150,00	150,00
Energia elétrica	600,00	600,00	600,00
Telefone - Internet	150,00	150,00	150,00
Gastos com contabilidade	-	-	-
Manutenção (Gastos Retirados do Caixa Minimo)	-	-	-
Depreciação	471,67	471,67	471,67
Gastos Administrativos (Higiene, Limpeza e Outros)	200,00	200,00	200,00
Duplicatas a pagar	-	-	-
Gastos com Marketing	-	-	-
Fornecedores (Materiais complementares)	300,00	300,00	300,00
Fornecedores (Embalagens para o produto - Entrega	63,50	63,50	63,50
Fornecedores (Mercadorias p/ Revenda)	-	-	-
Serviços de Terceiros	-	-	-
Aluguel	-	-	-
Combustível	100,00	100,00	100,00
Gás	-	-	-
	-	-	-
TOTAL DAS SAÍDAS	2.112,07	2.112,07	2.112,07
SALDO OPERACIONAL	- 2.112,07	- 2.112,07	- 2.112,07
SALDO: Fluxo de Caixa	- 2.112,07	- 4.224,13	- 6.336,20

 Fase Vermelha – Período de Investimento Inicial

Essa fase corresponde aos primeiros meses do projeto, em que foram realizados investimentos significativos em ferramentas, insumos reutilizáveis, estruturação do espaço físico e capacitação da equipe. Durante esse período, não houve retorno financeiro, pois o foco esteve na preparação e consolidação da base operacional do empreendimento.

MES	MES	MES
ABRIL	MAIO	JUNHO
- 6.336,20	1.631,73	14.089,67
700,00	400,00	1.200,00
2.300,00	800,00	1.300,00
6.200,00	11.230,00	12.800,00
2.400,00	4.140,00	3.330,00
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-
11.600,00	16.570,00	18.630,00
76,90	76,90	76,90
-	-	-
1.520,00	2.000,00	3.000,00
150,00	150,00	150,00
600,00	600,00	600,00
150,00	150,00	150,00
-	-	-
-	-	-
471,67	471,67	471,67
200,00	200,00	200,00
-	-	-
-	-	-
300,00	300,00	300,00
63,50	63,50	63,50
-	-	-
-	-	-
-	-	-
100,00	100,00	100,00
-	-	-
-	-	-
3.632,07	4.112,07	5.112,07
7.967,93	12.457,93	13.517,93
1.631,73	14.089,67	27.607,60

● Fase Azul – Início da Produção com Foco em Vendas

Após a estruturação inicial, o projeto avançou para a produção efetiva de peças destinadas à comercialização. Essa fase representou uma transição importante entre o investimento e o retorno, com início da operação prática, realização de testes de aceitação de mercado e desenvolvimento de estratégias comerciais. Foi também nessa fase (mês 4) que houve o retorno parcial do investimento inicial, com a recuperação de R\$ 50 mil por meio das primeiras vendas e parcerias.

MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS	SALDO
JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
27.607,60	34.175,53	45.143,47	49.011,40	52.179,33	66.247,27	82.365,20
450,00	1.200,00	400,00	600,00	760,00	1.700,00	7.410,00
1.800,00	2.400,00	1.800,00	930,00	3.500,00	3.300,00	18.130,00
5.200,00	9.100,00	4.100,00	3.750,00	10.870,00	9.150,00	72.400,00
2.750,00	1.900,00	1.200,00	1.520,00	2.570,00	5.600,00	25.410,00
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
10.200,00	14.600,00	7.500,00	6.800,00	17.700,00	19.750,00	123.350,00
76,90	76,90	76,90	76,90	76,90	76,90	922,80
-	-	-	-	-	-	-
1.520,00	1.520,00	1.520,00	1.520,00	1.520,00	1.520,00	15.640,00
150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
471,67	471,67	471,67	471,67	471,67	471,67	5.660,00
200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
63,50	63,50	63,50	63,50	63,50	63,50	762,00
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
3.632,07	3.632,07	3.632,07	3.632,07	3.632,07	3.632,07	40.984,80
6.567,93	10.967,93	3.867,93	3.167,93	14.067,93	16.117,93	82.365,20
34.175,53	45.143,47	49.011,40	52.179,33	66.247,27	82.365,20	82.365,20

● Fase Amarela – Início do Retorno Financeiro

A partir do mês 9, a marcenaria começou a apresentar retornos financeiros mais consistentes, oriundos da venda regular dos produtos fabricados com materiais reaproveitados. Esse momento marca o início do equilíbrio entre custos e receitas, comprovando a viabilidade econômica e sustentável do projeto.

RESULTADOS OBITIDOS

A implementação do plano de negócios da Patez Design Marcenaria permitiu alcançar resultados significativos tanto no aspecto econômico quanto no socioambiental, comprovando a viabilidade do empreendimento e sua contribuição para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, especialmente o ODS 12.

No âmbito financeiro, os investimentos iniciais possibilitaram a estruturação adequada da empresa e a aquisição de equipamentos modernos. O fluxo de caixa projetado demonstrou que, a partir do nono mês de operação, a empresa já alcançou equilíbrio entre receitas e despesas, apresentando faturamento mensal estimado em R\$ 46.500,00, resultado que confirma a capacidade de retorno do capital investido.

Em relação à produção, a marcenaria atingiu a meta de fabricar em média 30 móveis planejados por mês, além de ampliar sua linha de produtos sustentáveis a partir da reutilização de resíduos de madeira, transformando-os em tábuas de churrasco, petisqueiras, brinquedos pedagógicos e artigos decorativos. Essa prática reduziu de forma expressiva o desperdício e gerou valor agregado aos materiais que seriam descartados.

No campo socioambiental, destacam-se as ações de reaproveitamento da serragem para a confecção de brinquedos e utensílios artesanais, alguns deles destinados à doação para comunidades locais. Essa iniciativa fortaleceu o vínculo da empresa com a sociedade, reforçando seu compromisso com a responsabilidade social. Além disso, a utilização de madeira certificada contribuiu para a preservação ambiental e para a conscientização dos consumidores quanto à importância de escolhas responsáveis.

No aspecto mercadológico, a atuação estratégica nas redes sociais e o marketing boca a boca consolidaram a imagem da Patez Design como uma empresa inovadora e comprometida com a sustentabilidade. A marca conquistou credibilidade junto aos clientes, diferenciando-se no mercado regional de móveis planejados e ampliando sua competitividade diante de grandes concorrentes.

Assim, os resultados obtidos evidenciam que a Patez Design Marcenaria conseguiu aliar inovação, sustentabilidade e viabilidade econômica, consolidando-se como um modelo de negócio promissor e capaz de gerar impactos positivos tanto no meio ambiente quanto na comunidade onde está inserida.

REFÊRENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ABIMÓVEL - Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário. Panorama do setor moveleiro em 2024. Disponível em: <https://abimovel.com>.
- BOMBONATO, Carlos. Utilização Sustentável da Madeira na Construção Civil. Revista Madeira e Arquitetura, 2014.
- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- ESTADO DE MINAS. Setor moveleiro aposta em personalização e cresce. 2024. Disponível em: <https://www.em.com.br>.
- HUSEIN, Fabio. Móveis Planejados e Aproveitamento de Espaços. Revista Design Brasil, 2020.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5. ed. São Paulo: Bookman, 2004.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Anual de Comércio: 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>.
- INFOMONEY. A importância do fluxo de caixa para as empresas. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br>.
- KOLIVER, A. Apud VIEIRA, K. Contabilidade empresarial: fundamentos e práticas. São Paulo: Atlas, 2009.
- RAIZ & MADEIRA. A História da Marcenaria. 2023. Disponível em: <https://raizemadeira.com.br>.
- SEBRAE. Como montar uma loja de móveis planejados. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>.
- SVARIATI MÓVEIS. Marcenaria no Egito Antigo. 2023. Disponível em: <https://www.svariatiMOVEIS.com.br>.
- SOS PLANEJADOS. Evolução Histórica da Marcenaria. 2023. Disponível em: <https://www.sosplanejados.com.br>.
- WEBREFORMA. A Marcenaria Artesanal na Atualidade. 2023. Disponível em: <https://www.webreforma.com.br>.
- ZERO WASTE INTERNATIONAL ALLIANCE. Citação retirada da epígrafe: "O melhor resíduo é aquele que não é gerado..." Disponível em: <https://zwia.org>.