

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**PLANO DE NEGÓCIOS: LENA ARTES**

**ELABORADO POR: KARINA VALENTIM COSTA DALTRO**

**TIPO DE EMPRESA: EMPRESA NASCENTE**

**JOÃO PESSOA-PB**

**2019**

**KARINA VALENTIM COSTA DALTRO**

**PLANO DE NEGÓCIO: LENA ARTES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Bacharela em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

**Professor Orientador:** Dr. Rosivaldo de Lima Lucena.

JOÃO PESSOA - PB

2019

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

C838p Costa, Karina Valentim de Lima.  
Plano de Negócio: Lena Artes / Karina Valentim de Lima  
Costa. - João Pessoa, 2019.  
60 f. : il.

Orientação: Rosivaldo de Lima Lucena.  
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Artesanato. 2. Empreendedorismo. 3. Plano de  
Negócio. 4. E-commerce. I. Lucena, Rosivaldo de Lima.  
II. Título.

UFPB/CCSA

**Folha de Aprovação**

KARINA VALENTIM COSTA DALTRO

**PLANO DE NEGÓCIOS: LENA ARTES**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019

Banca examinadora

\_\_\_\_\_  
Orientador

\_\_\_\_\_  
Membro 1: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Membro 2: \_\_\_\_\_

Dedico este trabalho a todas as pessoas portadoras de doenças crônicas em especial aqueles que sofrem de fibromialgia, como um incentivo de que por mais difícil que a vida possa parecer vale a pena correr atrás dos seus sonhos e superar seus limites, a Deus, que me deu saúde e forças para superar todos os momentos difíceis a que eu me deparei ao longo da minha graduação, a meu marido Zenilton de Oliveira Daltro que tive de abrir mão da minha companhia em diversos momentos, ao meu pai Severino Ribeiro e minha mãe Marilene Valentim por serem essenciais na minha vida e exemplo de força e fé, aos meus irmãos por tornar tudo mais alegre, aos amigos e ao meu chefe Marcos Coelho, por fazer vista grossa quando era necessário estudar no trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida e por me proporcionar chegar até aqui ao meu marido e família pela paciência e incentivo. Agradeço aos professores que sempre estiveram dispostos a ajudar e contribuir para um melhor aprendizado em especial ao meu professor e orientador Rosivaldo Lucena que foi um divisor de águas no curso de Administração sempre atencioso e prestativo.

*“São suas decisões, e não suas condições, que determinam seu destino.”*

Tony Robbins

## Sumário

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	13
1.1 Definição do Negócio.....	13
1.3 Missão.....	13
1.4 Visão.....	13
1.5 Valores .....	14
1.5.1 Respeito ao Meio Ambiente .....	14
1.5.2 Inovação.....	14
1.5.3 Qualidade .....	14
1.5.4 Ética .....	14
1.6 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente .....	14
1.7 Setores de Atividades.....	14
1.8 Forma Jurídica .....	15
1.9 Capital Social .....	16
2 ANÁLISE DE MERCADO.....	17
2.1 Estudo dos Clientes.....	19
2.1.1 Público-Alvo (Perfil dos Clientes) .....	19
2.1.2 Comportamento dos Clientes (interesses e o que os levam a comprar).....	19
2.1.3 Área de Abrangência (onde estão os clientes?).....	19
2.2 Análise da Concorrência .....	19
2.3 Análise dos Fornecedores .....	21
2.4 ANÁLISE SWOT.....	22
2.4.1 Forças.....	22
2.4.2 Fraquezas .....	23
2.4.3 Oportunidades .....	23
2.4.4 Ameaças.....	24
2.5 RESULTADOS DA PESQUISA .....	25
3 PLANO DE <i>MARKETING</i> .....	38
3.1 Produtos e Descrição dos Produtos .....	38
3.2 Preço .....	38
3.3 Estratégias Promocionais.....	39
4.4 Estrutura de Comercialização .....	40
4.5 Localização do Negócio .....	41
5 PLANO OPERACIONAL.....	42

5.1 Layout.....	42
5.2 Processos Operacionais .....	42
5.2.1 Receber o Pedido de Venda .....	42
5.2.2 Separar os Pedidos e Conferir o que foi separado .....	42
5.2.3 Embalar as Mercadorias.....	42
5.2.4 Emitir as Notas Fiscais Eletrônicas.....	42
5.2.5 Despachar as Mercadorias .....	43
5.2.6 Acompanhamento da Entrega do Pedido.....	43
5.2.7 Pós-Venda .....	43
5.3 Necessidade de Pessoal.....	43
<b>6 PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>44</b>
6.1 Investimento Fixo.....	44
6.2.1 Estoque Inicial.....	44
6.2.2 Caixa Mínimo .....	45
6.2.3 Fornecedores – Cálculo do Prazo Médio de Compras.....	46
6.2.4 Estoques – Cálculo da Necessidade Média de Estoques .....	46
6.2.5 Cálculo da Necessidade Líquida de Capital de Giro em Dias.....	46
6.2.6 Caixa Mínimo .....	46
6.3 Investimentos Pré-Operacionais.....	47
6.4 Investimento Total.....	48
6.5 Receita Operacional.....	48
6.6 Custos de Comercialização .....	49
6.7 Custos com Depreciação .....	49
6.8 Custos Fixos Operacionais Mensais .....	50
6.9 Demonstrativo dos Resultados .....	50
<b>7 INDICADORES DE VIABILIDADE.....</b>	<b>52</b>
7.1 Ponto de Equilíbrio .....	52
7.1.2 Lucratividade.....	52
7.1.3 Rentabilidade.....	52
7.1.4 Prazo de Retorno do Investimento.....	53
<b>8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS .....</b>	<b>54</b>
8.1 Cenário Otimista .....	54
8.2 Cenário Pessimista.....	55
<b>9 DECISÃO GERENCIAL .....</b>	<b>57</b>

REFERÊNCIAS .....	60
-------------------	----

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### Lista de figuras

FIGURA 1 DESCRIÇÃO CNAE.....	15
FIGURA 2 LAYOUT.....	42

### Lista de Quadros

QUADRO 1-CAPITAL SOCIAL.....	16
QUADRO 2- ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA .....	20
QUADRO 3- ANÁLISE DOS FORNECEDORES .....	21
QUADRO 4- ANÁLISE SWOT .....	22
QUADRO 5 - DADOS PESSOAIS DOS EMPREENDEDORES.....	25
QUADRO 6 - DADOS PROFISSIONAIS DOS EMPREENDEDORES .....	26
QUADRO 7 - O EMPRESÁRIO (A) QUANTO PESSOA.....	28
QUADRO 8 - AS ATIVIDADES NA ÁREA DE ARTESANATO E SUAS OPORTUNIDADES NESSE MERCADO ...	30
QUADRO 9 - DIFICULDADE NO MERCADO NA ÁREA DE ARTESANATO .....	32
QUADRO 10 - FACILIDADE ENCONTRADAS NO MERCADO DE ARTESANATO .....	35
QUADRO 11 - MIX DE PRODUTOS E DESCRIÇÃO DO PRODUTO .....	38
QUADRO 12 - PRECIFICAÇÃO.....	39
QUADRO 13 - INVESTIMENTO FIXO INICIAL.....	44
QUADRO 14 - INVESTIMENTO EM INSUMOS.....	44
QUADRO 15 - PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO DE VENDAS .....	45
QUADRO 16 - PRAZO MÉDIO DE COMPRAS .....	46
QUADRO 17 - NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE .....	46
QUADRO 18 - NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO (EM DIAS) .....	46
QUADRO 19 - CAIXA MÍNIMO.....	47
QUADRO 20 - CAPITAL DE GIRO (RESUMO) .....	47
QUADRO 21 - INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAIS .....	48
QUADRO 22 - INVESTIMENTO TOTAL.....	48
QUADRO 23 - FONTE DE RECURSOS.....	48
QUADRO 24 - RECEITA OPERACIONAL .....	49
QUADRO 25 - CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO .....	49
QUADRO 26 - DEPRECIACÃO.....	50
QUADRO 27 - DESPESAS OPERACIONAIS.....	50
QUADRO 28 - DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS .....	51
QUADRO 29 - PROJEÇÃO OTIMISTA .....	54
QUADRO 30 - PROJEÇÃO PESSIMISTA .....	55

## SUMÁRIO EXECUTIVO

Este plano de negócios tem como objetivo apresentar análises de viabilidade para abertura de uma loja de *e-commerce* na área de artesanato na cidade de João Pessoa com o nome de Lena Arte. Trata-se de uma loja de artesanato especializada em produtos artesanais feitos a mão e em pequena escala, e de acordo com o desejo do cliente.

O plano de negócios teve como base o modelo proposto pelo SEBRAE e teve seu estudo de mercado realizado por meio de um questionário aplicado via internet, realizada com empreendedores na área de Artesanato de vários estados do Brasil.

As matérias-primas utilizadas serão feltro, biscuit, madeira e tecidos em geral, a princípio a loja contará com um portfólio contendo o modelo de alguns produtos de matéria-prima variada, e caso seja da vontade do cliente o mesmo poderá enviar um modelo de sua escolha. Como se trata de um *e-commerce* a localização do ponto será na residência da proprietária localizado no bairro de Mangabeira, na cidade de João Pessoa, mais precisamente na Rua Comerciante Ednaldo Paiva de Araújo nº107. A empreendedora Karina Valentim atua no mercado de comércio e também na comercialização de produtos, o que lhes confere um desempenho no relacionamento interpessoal, facilitando a comunicação com clientes, além de contribuir para a conquista e manutenção do seu público.

O empreendimento terá como Razão Social: Lena Artes ME, que buscará seu espaço no mercado, oferecendo aos seus clientes produtos de qualidade e exclusivos. Nossa missão é desenvolver, produzir e comercializar produtos que satisfaça nossos clientes, através de peças artesanais exclusivas produzidas com qualidade e criatividade, sempre respeitando o meio ambiente, nossos fornecedores e colaboradores.

Iremos atuar no setor de economia criativa como principal atividade artesanato e, por se tratar de uma microempresa, nossa forma jurídica será a Sociedade Limitada com enquadramento tributário no Simples Nacional. O capital social totaliza o valor de R\$ 5.000,00, com base neste capital, todos os investimentos necessários para a implantação do negócio serão provenientes de recursos próprios.

<b>Indicadores de Viabilidade</b>	<b>Valor</b>
Lucratividade	0,48% a.a.
Rentabilidade	4,62% a.a.
Prazo de Retorno do Investimento	2 anos
Ponto de Equilíbrio (PE)	R\$ 1.805,20

## **1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO**

Nesta seção será apresentado os dados descritivos do empreendimento necessários para compreensão geral da natureza do negócio e suas características de mercado.

### **1.1 Definição do Negócio**

Nosso negócio é: atender os desejos dos clientes fornecendo produtos que simbolizam momentos de felicidade.

### **1.2 Dados do Empreendedor**

Karina Valentim Costa Daltro, brasileira, natural de São Paulo -SP, casada, vendedora, estudante concluinte de Administração pela Universidade Federal da Paraíba, residente e domiciliada na Rua Comerciante Ednaldo Paiva de Araújo, nº 107 no município de João Pessoa-PB, possui características específicas que são de suma importância para o negócio, como o bom conhecimento do ramo, iniciativa para a promoção de mudanças necessárias, visão clara de onde quer chegar, imaginação criativa e persistência, e amante de tudo que é artesanal. Nesse período de planejamento para a abertura do empreendimento a proprietária está fazendo alguns cursos para aprimorar sua técnica, melhorar a qualidade e descobrir sua própria identidade. Pode-se observar que o perfil da empreendedora tem muito a contribuir na perpetuidade do empreendimento, pois suas características são específicas de empreendedor para este ramo de atuação.

### **1.3 Missão**

Desenvolver, produzir e comercializar produtos que satisfaça nossos clientes, através de peças artesanais exclusivas produzidas com qualidade e criatividade, sempre respeitando o meio ambiente, nossos fornecedores e colaboradores.

### **1.4 Visão**

Ser, em dois anos, referência como loja virtual especializada em produtos artesanais com excelência no atendimento, rapidez na entrega e qualidade nos produtos.

## **1.5 Valores**

### **1.5.1 Respeito ao Meio Ambiente**

A partir da busca do racionamento e reaproveitamento dos recursos naturais, da otimização da produção e ainda pela preferência por fornecedores responsáveis,

### **1.5.2 Inovação**

Investir continuamente em novas tecnologias e na capacitação da empreendedora.

### **1.5.3 Qualidade**

Assegurar a qualidade de todos os processos, buscando sempre uma melhoria contínua para garantir os melhores serviços e produtos aos clientes.

### **1.5.4 Ética**

Agir profissionalmente, respeitando todas as partes envolvidas nos processos.

## **1.6 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente**

Fica sob a responsabilidade da fundadora e proprietária da empresa proporcionar as condições para execução de um bom serviço aos clientes, investindo na compra de materiais de qualidade. A mesma ficará responsável pela organização e controle dos materiais de trabalho e das entradas e saídas de caixa; coletará informações dos clientes a respeito da satisfação ou não do serviço oferecido; garantirá o bom funcionamento do negócio; e será responsável pelas criações das peças artesanais e da venda dos produtos.

## **1.7 Setores de Atividades**

A Lena Artes se enquadra na área de Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos, mais especificamente, na atividade de artigos de artesanato, conforme indica a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE/IBGE).

**Figura 1 Descrição CNAE**

Hierarquia

Seção: [G](#) COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS

Divisão: [47](#) COMÉRCIO VAREJISTA

Grupo: [47.8](#) Comércio varejista de produtos novos não especificados anteriormente e de produtos usados

Classe: [47.89-0](#) Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente

Subclasse: [4789-0/01](#) Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos

**Notas Explicativas:**  
Esta subclasse compreende:

- o comércio varejista de artigos de suvenires
- o comércio varejista de artigos de bijuterias
- o comércio varejista de artigos de artesanatos

Esta subclasse não compreende:

- o comércio varejista de artigos de amarelo ([4755-5/02](#))

**Lista de Descritores**  
Registros encontrados: 7

Mostrar 10 registros por página

Código	Descrição
<a href="#">4789-0/01</a>	ARTIGOS DE ARTESANATO; COMÉRCIO VAREJISTA
<a href="#">4789-0/01</a>	ARTIGOS DE BIJUTERIA; COMÉRCIO VAREJISTA
<a href="#">4789-0/01</a>	BIJUTERIA; COMÉRCIO VAREJISTA
<a href="#">4789-0/01</a>	BIJUTERIAS, CHAPEADOS; COMÉRCIO VAREJISTA
<a href="#">4789-0/01</a>	JOALHERIA CHAPEADA (ANÉIS, BRINÇOS, ALIANÇAS, PULSEIRAS, COLARES, PIERCINGS, PINGENTES, GARGANTILHAS DE MATERIAIS DIVERSOS- EXCETO DE METAIS PRECIOSOS); COMÉRCIO VAREJISTA
<a href="#">4789-0/01</a>	SOUVENIRS; COMÉRCIO VAREJISTA
<a href="#">4789-0/01</a>	SUVENIRES; COMÉRCIO

Anterior 1 Próximo

© 2019 IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Fonte: CNAE/IBGE, (2019)

## 1.8 Forma Jurídica

O empreendimento terá como Razão Social Lena Artes ME e estará legalizado nos seguintes órgãos:

Junta comercial;

Secretaria da Receita Federal (CNPJ);

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho;

Enquadramento na Entidade Sindical Patronal;

Prefeitura Municipal de João Pessoa para obtenção do alvará de funcionamento;

Caixa Econômica Federal para cadastramento no sistema Conectividade Social – INSS/FGTS;

Cadastro Municipal na Vigilância Sanitária – CMVS;

Corpo de Bombeiros Militar;

Além disto, a empresa será enquadrada no regime tributário Simples Nacional.

## 1.9 Capital Social

O investimento provém de capital próprio, oriundo de remunerações de trabalhos anteriores e está estimado em R\$ 5.000,00. Deste valor será destinado o valor R\$3.000,00 deve ser dedicado à compra de equipamentos e instalações gerais enquanto R\$2.000,00 devem ficar separados para o capital de giro destinado à compra de estoques e gastos no mês inicial do negócio, como mostra o Quadro 1.

**Quadro 1-Capital Social**

Sócios	Valor (R\$)	Participação (%)
Karina Valentim Costa Daltro	5.000,00	100

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

## 2 ANÁLISE DE MERCADO

A revolução tecnológica e as mudanças no mercado de trabalho têm atraído cada dia mais pessoas a considerarem o Empreendedorismo uma opção de carreira. E, para muitos, empreender vem sendo utilizado cada vez mais como estratégia de negócios com o intuito de explorar oportunidades e conquistar clientes de uma forma criativa e inovadora.

Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, em 2017, no Brasil, a taxa total de Empreendedorismo foi de 36,4%, o que significa que de cada 100 brasileiros e brasileiras adultos 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora.

A revista Exame (2019) revelou que em 2018 cerca de 2 milhões de novas empresas foram abertas por meio do regime de Microempreendedor Individual (MEI), seja por vontade ou por necessidade, a cada ano que passa vem crescendo o número de pessoas que empreendem no Brasil.

Atualmente o Brasil é um grande celeiro de novos e jovens empreendedores, e o Empreendedorismo vem sendo uma alternativa dos brasileiros para contornar as dificuldades do momento econômico, e com o crescimento do artesanato, a profissão cada dia mais vem se tornando uma forma de negócio muito rentável, sendo considerado um vetor de desenvolvimento sociocultural e econômico para muitas famílias.

Como um segmento de mercado que a cada ano vem crescendo no Brasil, segundo o site do SEBRAE (2016) o mercado de artesanato possui em média um faturamento de R\$ 28 bilhões por ano, e emprega mais de 8 milhões de pessoas, e tem crescido a cada ano. Hoje existem feiras especializadas em artesanato capazes de movimentar cinco milhões de reais diários em venda de varejo, como é o caso da Feira Nacional de Negócios do Artesanato (Fenearte) que acontece no Centro de Convenções de Olinda (PE) e já conta com a sua 19ª edição, na mesma categoria tem a Mega Artesanal que acontece na São Paulo Expo, ambas reúne artesãos de todos os estados brasileiros, e a Feneart tem um diferencial porque conta com artesãos de outros países como Itália, Egito, Países Baixos e a Polinésia Francesa..

Além das feiras, o artesão brasileiro conta com programas e políticas de apoio ao artesanato, um deles é o próprio SEBRAE que fortalece a promoção comercial do artesanato brasileiro e agrega novos mercados através de alguns projetos: como o CRAB – Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro, que é uma iniciativa de grande relevância, onde trata-se de um espaço para exposições, conhecimento e comercialização do artesanato

brasileiro que o SEBRAE instalou na cidade do Rio de Janeiro, que é um polo de visibilidade, de conhecimento e de comercialização do artesanato brasileiro, como expressão da nossa arte e cultura e também como um negócio que sustenta milhares de pequenos empreendimentos, outro programa é o projeto Brasil Original, com a montagem de lojas conceituais temporárias para conquista de novos mercados e desenvolvimento da comercialização do artesanato, com foco em gestão e desenvolvimento de negócios, trata-se de uma estratégia nacional de fortalecimento do comércio varejista especializado em artesanato.

Com o mercado virtual em expansão, as lojas *online* sofreram mudanças consideráveis, e passou a ser visto como um terreno fértil a ser explorado e muito necessário para se manter competitivo. O uso da tecnologia hoje oferece às empresas vantagens, como: ganhos de eficiência ou maior praticidade no atendimento ao cliente, facilitando o processo de vendas para regiões mais afastadas.

O Brasil está cada vez mais conectado e de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) que divulgou os resultados da pesquisa da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), mostrou que pela primeira vez praticamente dois terços da população do país (69,8%) possuem conexão com a internet. A pesquisa mostrou que, em 2017, o Brasil possuía 126,3 milhões de usuários de internet, o que significou um aumento de 10,2 milhões de usuários em comparação com 2016.

Segundo a Ebit, em sua 38ª edição do 'Relatório Webshoppers' em 2018, mesmo o começo do ano tendo sido marcado por instabilidade, o comércio eletrônico se destacou novamente no mercado brasileiro ao atingir um patamar de aumento no primeiro semestre de 2018 registrando 12,1% de crescimento nominal no período, atingindo um faturamento de R\$ 23,6 bilhões.

Um estudo da Kantar Ibope Media (2019) em uma pesquisa TG.Ne realizada com consumidores brasileiros com acesso à internet revelou que o brasileiro gasta, em média, R\$ 661,00 com compras *online*.

Os custos também são menores, se considerarmos que a loja virtual não requer a contratação de vendedores nem local físico, o que dispensa pagamento de aluguel ou de luvá pelo ponto comercial, funciona 24 horas, sem horário de pico, e não apresenta nenhuma barreira física nem regional. Segundo a Ebit, o mercado B2C e C2C, representado pela venda de produtos novos e usados em sites como Mercado Livre, Roupas Usadas e de Artesanato cresceu 62,4% entre 2016 e 2017, para R\$25,7 milhões, comprovando que o *e-commerce* está em alta e associada ao artesanato brasileiro que está seu melhor momento, com um mercado demandante e crescente.

## **2.1 Estudo dos Clientes**

### **2.1.1 Público-Alvo (Perfil dos Clientes)**

Homens e mulheres, em sua maioria mulheres, com idade entre 25 e 50 anos, pertencentes às classes A, B e C, de todos os estados brasileiros que demandem atendimento diferenciado, apreciadores de produtos criativos, customizados e artigos personalizados ou feitos sob medida, produzidos no Brasil. Os itens como artigos para festas infantis e casamentos são os mais procurados.

### **2.1.2 Comportamento dos Clientes (interesses e o que os levam a comprar)**

Segundo dados da pesquisa divulgada pelo site E-commerce News usado como base para a construção deste plano de negócio, 97% do público é feminino com idade média de 37 anos para mulheres e 40 para homens. Hoje, o estado que mais tem compradores é São Paulo, com 38%, seguido pelo Rio de Janeiro (18%), Minas Gerais (9%), Rio Grande do Sul e Paraná (ambos com 5%). Já entre as cidades, dos cinco municípios que mais compram produtos criativos e autorais, 3 delas estão no sudeste do País. A cidade de São Paulo lidera o *ranking*, com 14,9%, seguida pelo Rio de Janeiro (10,5%), Belo Horizonte (2,5%), Brasília (2,3%) e Salvador (1,6%).

O fato do artesanato por si só ser um produto único e com identidade própria é gerado um processo de valorização do vinculado ao discurso de identidade histórica de uma localidade ou região, uma grande parte procura peças feitas sob medidas, uma forma de decorar festas e ambientes com peças exclusivas, e de acordo com a ocasião.

### **2.1.3 Área de Abrangência (onde estão os clientes?)**

A Lena Artes a princípio irá atuar no atendimento de toda a grande João Pessoa, mas o intuito é fornecer os produtos para todo o estado brasileiro, para em seguida atender o público do exterior.

## **2.2 Análise da Concorrência**

Os principais concorrentes do empreendimento são lojas virtuais grandes e pequenas com anos de atuação como o portal Elo7 que é focado no comércio de produtos criativos, sobretudo artesanato, a plataforma já acumula 80 mil lojistas parceiros e conta com um portfólio de 3,5 milhões de produtos, outro concorrente grande é o Mercado livre, o site é

líder de acesso no segmento no Brasil, com mais de 154 milhões de usuários registrados, 28 mil categorias e mais de 6 compras por segundo, onde vende todo tipo de produto, redes sociais como *facebook* e *instagram* também são usados pelas pequenas lojas virtuais como opção de divulgação de baixo custo, e uma forma fácil de divulgação do produto e fidelização de consumidores.

**Quadro 2- Análise da Concorrência**

Empresas	Serviços	Qualidade	Preço	Pagamento	Localização	Atendimento	Infraestrutura
Elo7	Produtos artesanais com grande variedade de matéria prima	Boa	Baixo ou Elevado	Boleto ou cartão	Marketplaces	Bom	O site oferece praticidade e é de fácil manuseio.
Mercado Livre	Produtos variados	Boa	Baixo ao Elevado	Boleto ou cartão	Marketplaces	Bom	O site oferece praticidade e é de fácil manuseio
Pequenas lojas virtuais	Produtos apenas artesanais	Boa a Baixa	Baixo ao Elevado	Boleto ou cartão	Loja Virtual	Bom	Produtos exclusivos
Facebook	Produtos específicos	Boa	Baixo a Elevado	Cartão ou depósito em conta	Rede Social	Bom	Plataforma mais usada no Brasil e possui todas para vender <i>online</i> .
Instagram	Produtos específicos	Boa	Baixa a Elevado	Cartão ou depósito em conta	Rede Social	Bom	Oferece boa visibilidade, mas não possui todas as ferramentas necessárias para abertura de um e-commerce.
Artejá	Shopping	Boa	Baixa	Cartão ou	Marketplaces	Bom	Oferece

	Virtual focado na compra e venda de produtos artesanais		a Elevado	Boleto			produtos de artesanatos variados, em uma plataforma fácil de manusear.
Tanlup	O site permite designers, ilustradores, estilistas, artesãos, músicos e outros profissionais criativos a vender suas criações online.	Boa	Baixa a Elevado	Cartão ou Boleto	Marketplaces	Bom	A plataforma possui vários tipos de produtos artesanais para vender, e é fácil de usar.

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

### 2.3 Análise dos Fornecedores

Os principais fornecedores do negócio são distribuidores de matéria-prima e utensílios para confecção das peças que serão produzidas.

**Quadro 3- Análise dos Fornecedores**

Nº	Itens	Fornecedor	Preço	Pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Moldes/Massas e Acessórios	Casa da arte	De R\$ 2,40 a R\$ 80,00	Parcelado	10 á 15 dias	São Paulo
2	Massas/ Moldes e Acessórios	Nobre Miudeza	De R\$ 2,00 a R\$ 65,00	Parcelado	Pronta entrega	João Pessoa
3	Moldes/Massas e Acessórios	Mundo das Massinhas	De R\$ 2,00 a R\$ 70,00	Parcelado	10 a 20 dias	São Paulo

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

## 2.4 ANÁLISE SWOT

A partir da análise SWOT foram identificadas as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do empreendimento pretendido de acordo com o contexto local, as quais foram elencadas como mostra o Quadro 4:

**Quadro 4- Análise SWOT**

Fatores internos	Força	Fraquezas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilidade de fazer e criar produtos sob medida para cliente;</li> <li>• Não é necessário grande investimento;</li> <li>• Local para instalação própria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O fluxo de pedidos não é fixo;</li> <li>• Dificuldade de fazer peças para pronta entrega devido, devido a exclusividade do produto e quantidade da demanda.</li> </ul>
Fatores externos	Oportunidade	Ameaças
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pode-se exportar e efetuar vendas através dos correios;</li> <li>• Valorização do ecologicamente correto;</li> <li>• Segmento em crescimento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilidade de ter o produto copiado por terceiros;</li> <li>• Concorrência;</li> <li>• Insatisfação do cliente.</li> </ul>

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

Neste Quadro 4, analisamos os fatores relacionados à Matriz SWOT, integrando-os aos critérios evidenciados nesta pesquisa:

### 2.4.1 Forças

#### **Possibilidade de fazer e criar produtos sob medida para cliente**

Diferentemente de pedidos realizados por grandes indústrias e fábricas, que são realizados em demanda e grande quantidade, os produtos artesanais são desenvolvidos de forma única: um a um pela mão do profissional e dependendo do produto, você pode deixá-lo ainda mais exclusivo, incorporando um pouquinho de sua personalidade, onde cada peça é feita exclusivamente para seu cliente.

#### **Não é necessário grande investimento**

Para esse projeto não será necessário um grande investimento, já que o local de produção será na própria residência, no início não se fará uso de funcionários e a matéria prima utilizada (biscuit, madeira e feltro) é de baixo custo e com um leque grande de

fornecedores.

### **Local para instalação próprio**

O local onde será instalado o e-commerce de Artesanato será na residência proprietária o que deixará desnecessário obter despesas com aluguel de ponto.

### **2.4.2 Fraquezas**

#### **O fluxo de pedidos não é fixo**

O que pode ocorrer de ter atrasos nos pagamentos das contas, é preciso ter controle nos gastos para poder pagar tudo.

#### **Dificuldade de fazer peças para pronta entrega devido à exclusividade do produto e quantidade da demanda**

Por ser artesanal a fabricação demanda dedicação e tempo para cada peça ou produto separadamente, razão pela qual este trabalho pode levar muito mais tempo de produção, tempo esse essencial para a garantia da qualidade, e por ser um produto customizado dificulta a criação de estoques.

### **2.4.3 Oportunidades**

#### **Pode-se exportar e podem-se efetuar vendas através dos correios para todo o estado**

Com o *e-commerce*, o artesão pode vender seus itens de decoração de forma simplificada pela web tornando o trabalho mais fácil de ser encontrado e realizar a entrega por meio dos Correios ou transportadoras.

#### **Valorização do ecologicamente correto**

A atividade artesanal é feita em pequena escala e não provoca desperdício, pelo contrário, muitas vezes reaproveita até materiais descartados de fábricas. Não produz mais do que a demanda e não polui o planeta durante a produção

#### **Segmento em crescimento**

De acordo com a pesquisa o mercado de artesanato cresce todo ano e tem grande impacto na economia do país, além disso, o artesanato brasileiro tem adquirido força não só dentro do próprio país, mas no exterior também.

#### **2.4.4 Ameaças**

##### **Possibilidade de ter o produto copiado por terceiros**

Mesmo que cada artesão tendo a sua própria assinatura, ninguém está livre de ter o seu trabalho copiado, e conseqüentemente vendido por um valor mais abaixo.

##### **Concorrência**

Devido à crise econômica muitos optam por fazer trabalhos manuais como uma forma de complementar a renda aumentando a informalidade no segmento e por falta de conhecimento acabam vendendo o seu produto por um valor muito abaixo do mercado.

## 2.5 RESULTADOS DA PESQUISA

A fim de legitimar o plano de negócio foi realizada uma pesquisa para coleta dos dados entre outras informações necessárias a respeito do mercado e a viabilidade do empreendimento. Primeiro foi realizada uma pesquisa bibliográfica exploratória, em seguida uma pesquisa de campo através de questionário aplicado *online*. A pesquisa realizada não teve como fim fazer inferências estatísticas sobre o segmento de artesanato, mas, identificar a viabilidade do negócio, seus pontos fortes e fracos e conhecer melhor o mercado. A partir dos dados coletados, e através da análise dos dados, se obteve informações suficientes para realização de um Plano de Negócios para a implantação de uma loja de *e-commerce* voltado para o artesanato.

O presente estudo contou com a participação de vinte pessoas, sendo 19 mulheres e 1 homem, residente em diversos estados do Brasil, escolhidos de modo aleatório.

**Quadro 5 - Dados Pessoais dos Empreendedores**

	Idade	Estado	Estado Civil	Escolaridade	Áreas de atuação antes de se firmar na área de Artesanato?
<b>01</b>	45	Goiânia/DF	Casada	Superior incompleto	Sim/ Empresária
<b>02</b>	59	São Paulo/SP	Solteira	Fundamental incompleto	Sim/Vendedora de veículos
<b>03</b>	36	São Paulo/SP	Casada	Médio completo	Sim/Comércio
<b>04</b>	38	Fortaleza/CE	Casada	Médio completo	Não
<b>05</b>	30	Curitiba/ PR	Solteira	Médio completo	Sim/Manicure
<b>06</b>	39	São Paulo/SP	Solteira	Médio completo	Sim/bijuterias /salão de cabeleireiro
<b>07</b>	41	Xavantes/SP	Solteira	Médio completo	Sim/Secretária suprimentos
<b>08</b>	30	Fortaleza/CE	Casada	Superior	Sim/Trabalho como operadora de telemarketing
<b>09</b>	30	Dourados/ MS	Casada	Superior	Sim/Ramo imobiliário
<b>10</b>	32	Rio de Janeiro/RJ	Casada	Superior	Sim/Costura
<b>11</b>	37	Ludovicense/	Solteira	Superior	Sim/Administrativa

		MA			
12	27	Belo Horizonte/MG	Casada	Superior	Sim/nutricionista
13	39	Cachoeira Paulista/SP	Casada	Superior	Sim/Auxiliar de escritório
14	44	João Pessoa/PB	Casada	Superior	Sim/Auditoria em saúde
15	35	Curitiba/ PR	Casada	Superior	Sim/Professora
16	31	João Pessoa/PB	Casada	Superior incompleto	Sim/Administrativo
17	58	Goiânia/DF	Casada	Superior incompleto	Sim, empresária
18	42	Porto Ferreira/SP	Casada	Superior incompleto	Sim, metalúrgica/ceramista
19	35	Rio de Janeiro/RJ	Casado	Superior incompleto	Sim/TI
20	29	São Paulo/SP	Solteira	Fundamental incompleto	Sim/Professora

**Fonte:** Dados da Pesquisa de Campo (2019)

Podemos ver que no Quadro 5, no total dos entrevistados 14 deles são casados e 6 solteiros, 19 é do gênero feminino e apenas 1 do gênero masculino. Quanto ao grau de escolaridade apenas 2 dos entrevistados possuem o ensino fundamental, sendo que 5 deles tem o ensino médio e 13 o ensino superior. No que se refere à idade, a amostra foi composta principalmente por adultos (entre 27 a 59 anos), e apenas uma pessoa não exerceu alguma atividade antes de se firmar como artesão.

#### Quadro 6 - Dados Profissionais dos Empreendedores

	Tempo de mercado	Natureza Jurídica	Têm sócio	Tem funcionários	Tipo de serviços	Horas trabalhadas por dia	Você tira férias?	Média de Renda (em salários mínimos)
01	3 anos	Informal	Não	Não	Souplast de crochê/ tapetes/ biquínis/ bolsas	10 horas	Não	2 salários
02	10 anos	Informal	Não	Não	Peças em Biscuit	15 horas	Não	2 salário e

								meio
<b>03</b>	4 anos	Formal	Não	Não	Biscuit.	10 horas	Às vezes	5 salários
<b>04</b>	5 anos	Informal	Não	Não	Artes em biscuit crochê/Eva	12 horas	Não	2 salários
<b>05</b>	3 anos	Formal	Não	Não	Manicure	12 horas	Não	1 salário e meio
<b>06</b>	7 anos	Informal	Não	Não	Decoração para quarto de bebê	9 horas	Não	6 salários
<b>07</b>	24 anos	Formal	Não	Não	Biscuit	12 horas	Não	2 salários
<b>08</b>	8 anos	Informal	Não	Não	Biscuit	10 a 12horas	Não	4 salários
<b>09</b>	3 anos	Informal	Não	Não	Biscuit, feltro, mosaico e pintura	4 a 5horas	Não	1 salário e meio
<b>10</b>	8 anos	Informal	Não	Não	Biscuit, chinelo bordado	6 horas	Não	1 salário e meio
<b>11</b>	15 anos	Informal	Sim/2	Não	Biscuit	8 horas	Sim	6 salários
<b>12</b>	1 ano	Informal	Não	Não	Papelaria personalizada e artigos em feltro	10 a 12horas	Sim	1 salários
<b>13</b>	4 anos	Informal	Não	Não	Feltro/Projetos Criativos	10 horas	Não	2 salários
<b>14</b>	2 anos	Formal	Não	Não	Designer de acessórios personalizados	10 horas	Sim	3 salários
<b>15</b>	4 anos	Formal	Não	Não	Lembrancinhas. Decoração. Feltro patchwork	12 a 14 horas	Raramente	2 salários
<b>16</b>	5 anos	Formal	Não	Não	Feltro	12horas	Não	5 salários
<b>17</b>	3 anos	Informal	Não	Não	Sousplat de crochê/ tapetes/ biquínis/	10 horas	Não	2 salários

					bolsas			
18	2 anos	Formal	Não	Não	Feltro	12 horas	Não	3 salários
19	8 meses	Formal	Não	Não	Papelaria Personalizada	10 horas	Não	1 salário
20	29 anos	Informal	Sim/1	Não	Pintura e restauração em gesso e biscuit	10 horas	Não	3 salários

**Fonte:** Dados da Pesquisa de Campo (2019)

O Quadro 6, apresenta os dados dos empreendedores referentes às informações profissionais dos mesmos, é possível verificar que o tempo de atuação é bem variado e conta com pessoas com muita experiência (29 anos) e pessoas que ainda estão começando na área (8 meses). Na parte jurídica é possível comprovar o que foi visto nas pesquisas realizadas no Site do SEBRAE, onde a grande maioria ainda trabalha na informalidade nesse caso aqui 12 pessoas e apenas 8 formalizaram seus negócios. A média de renda em salários mínimos também é bem variada e vai de 1 a 6 salários mínimos.

O horário de quem trabalha com artesanato é bem exaustivo, em média as horas de trabalho pode variar entre 5 a 15 horas por dia. Além disso, entre os respondentes a maior parte, 12 no total desfrutaram de férias, quanto a renda a maioria respondeu conseguir faturar de em média 1 até 6 salários mínimos.

#### Quadro 7 - O Empresário (a) Quanto Pessoa

	Como é seu dia como empresário (a)?	Com concilia seu trabalho com atividades pessoais, educação dos filhos, etc.?
01	Livre	De manhã organizo tudo em relação a minha vida pessoal, à tarde trabalho até a noite.
02	Faço tudo sozinha, do atendimento a ida ao correio, portanto uma correria.	Meus filhos são adultos, minha casa é uma bagunça, fico da hora que acordo a hora de dormir no ateliê.
03	Atarefado.	Tranquilo.
04	Corrido.	Determinando hora para conciliar tudo.
05	Corrido.	Não tinha filhos naquela época, agora tenho e é corrido.
06	Corrido e cansativo.	O ateliê é em casa, estão sempre perto de mim o tempo todo. A única atividade pessoal que faço ultimamente é academia quando consigo ir à noite.
07	Cansativo.	Me viro nos 30 muito difícil
08	Corrido, cansativo, estressante, porém compensa com a sensação de dever cumprido	Tentando fazer o máximo possível para atender todas as partes
09	Corrido, estou com bebê pequeno	De manhã filho, de tarde ele vai para a creche e trabalho
10	Corrido	Planejamento

11	Minha loja é virtual, então trabalho em casa. Início por volta das 09hs e faço intervalos durante o dia, mas muitas vezes acabo trabalhando até as 23hs ou mais.	Não sou casada e não tenho filhos, consigo me dedicar mais ao trabalho, mas ainda assim o ritmo é grande e acaba sobrando pouco tempo para outras atividades, que ainda assim tento conciliar
12	Dividido entre as atividades do artesanato e filhos	No período da manhã foço as atividades de casa e filhos à tarde e a noite nas encomendas
13	Bem corrido, afinal temos que dar conta do trabalho e da família e como no fim tudo está junto e misturado, acaba dificultando um pouco certas tarefas, pois nunca sabemos quando um imprevisto pode acontecer.	Não tenho uma rotina, faço conforme surgem às necessidades.
14	Atendimento, planejamento, execução, entregas	Todo o meu tempo de trabalho é em função dos horários dos meus filhos. Não trabalho tempo corrido. Pela manhã faço as tarefas, organizo para escola, nesse meio tempo atendo clientes e planejo o dia. Levo meus filhos para a escola a tarde e volto para trabalhar até a hora de ir buscá-los. Quando chegam em casa organizo jantar e a dormida. Depois que dormem, volto ao trabalho.
15	Trabalho dia e noite eu compro material, crio, monto e entrego	Tudo tem horário, a organização é a chave para um bom negócio.
16	Corrido, demais, mas muito prazeroso.	Com jogo de cintura, bom humor e amor sempre.
17	Livre	De manhã organizo tudo em relação a minha vida pessoal, à tarde trabalho até a noite
18	Corrido, cansativo e gratificante	Como trabalho em casa faço meu horário, trabalho nas horas que tenho disponibilidade, à noite, hora do sono do meu filho.
19	Agenda cheia, cansativo	Organização de agenda
20	Como trabalho em casa concílio limpeza cuidado dos filhos almoço e artesanato	Vou levando e fazendo tudo aos poucos.

**Fonte:** Dados da Pesquisa de Campo (2019)

No Quadro 7, podemos observar como empreender vem sendo um meio de vencer desafios de ordem familiar e econômico, principalmente para as mulheres empreendedoras que almejam por horários mais flexíveis devido a motivação de ficar perto dos filhos, como ilustra um dos entrevistados:

Todo o meu tempo de trabalho é em função dos horários dos meus filhos. Pela manhã faço as tarefas, organizo para escola, nesse meio tempo atendo clientes e planejo o dia. Levo meus filhos para a escola a tarde e volto para trabalhar até a hora de ir buscá-los. Quando chegam em casa organizo jantar e a dormida. Depois que dormem, volto ao trabalho.

Ao serem questionados sobre como é seu dia de empresário a maioria respondeu cansativo e corrido e ressaltam o acúmulo de suas funções:

Bem corrido, afinal temos que dar conta do trabalho e da família e como no fim tudo está junto e misturado, acaba dificultando um pouco certas tarefas, pois nunca sabemos quando um imprevisto pode acontecer.

Como, a maioria trabalha sozinho a rotina tende a ser mais estressante, sendo necessário na fala de um dos entrevistados 'jogo de cintura, bom humor e amor pelo que faz'.

**Quadro 8 - As Atividades na Área de Artesanato e suas Oportunidades nesse Mercado**

	O que fez você despertar o interesse pela área de Artesanato?	Na sua visão quais são as principais características para quem trabalha na área de Artesanato?	Quais são as principais oportunidades encontradas no mercado de Artesanato?	Em que segmento de Artesanato, a concorrência é maior? Por quê?
01	Paixão	Precisa ter criatividade e amor pelo artesanato, pois não é fácil não.	Liberdade	Acho que sou plat de crochê
02	Criatividade, curiosidade, desejo de estar mais perto do filho mais novo.	Criatividade, amor pela arte, empreendedorismo,	O mercado de festas.	Por não exigir especialização nem cursos, qualquer pessoa pode trabalhar na área, ultimamente com o alto número de desemprego, as pessoas vêem o artesanato como opção, todos os segmentos do artesanato tem muita concorrência.
03	As inúmeras formas de criar.	Talento	Fazer seu próprio horário	Vendas de fato, devido à grande concorrência
04	Sou apaixonada por qualquer tipo de artesanatos	Sensibilidade inteligência e paixão	Uma oportunidade de uma renda extra ou conciliar estudo casa e renda	Biscuit não sei dizer o porquê.
05	Televisão	Ter amor pelas coisas que faz.	Biscuit	Tricô. Por que quase todo mundo faz.
06	Na gestação da minha filha de 8 anos, fiz toda a decoração do quarto dela e fiquei apaixonada por esse trabalho.	Dedicação, muito amor, um pouco de experiência em marketing, oferecer o produto personalizado de acordo com cada cliente, muita qualidade e bom acabamento.	No meu caso, fazer o que amo, trabalhar em casa, ficar perto dos filhos, fazer meu horário de trabalho e conseguir manter minha casa e dar tudo o que meus filhos precisam.	Decoração pra quarto de Bebê nascem muitas crianças todos os dias então acaba sendo bem lucrativo, pois as mães querem no mínimo um quadrinho ou kit de higiene.
07	Depressão	Dom	Decoração de festas	Festas muitas pessoas
08	Paixão pela modelagem	Criatividade e sensibilidade	Fazer o seu próprio dia a dia	Todos são concorridos, porém tem espaço para todos que priorizam a excelência do produto final.
09	Dom, eu sempre gostei.	Criatividade, proatividade, e perseverança	Hoje em dia cada segmento tem suas oportunidades. O negócio é estar atento a tudo... E sempre aprender pra inovar	Hoje o biscuit e o feltro, que está em alta são sempre mais visados e todos aprendem...
10	Depressão	Paciência	A internet hoje.	Valores
11	Minha mãe e tias sempre trabalharam, ainda que por hobby, com o artesanato. Então fui criada em meio a esse tipo de atividade e meu interesse surgiu desde muito nova.	Disciplina, honestidade, dedicação, resiliência espírito empreendedor...	As oportunidades são muitas, existem muitos ramos dentro do artesanato. Dedicando-se e oferecendo um produto de qualidade as oportunidades aparecem. As pessoas hoje em dia estão dando mais valor ao produto artesanal em especial a aqueles sustentáveis.	Não conheço muito outros ramos, mas no biscuit a concorrência é bastante acirrada
12	Sempre gostei de	Disciplina	Não sei.	Não sei

	trabalhos manuais.			
13	Gravidez da minha segunda filha.	Criatividade, disposição, empatia e determinação.	Independência, ser seu próprio chefe.	Não sei dizer, pois só trabalho com um tipo de artesanato... Não conheço as outras realidades.
14	Aprendi crochê com minha avó ainda criança, fazia roupinhas para minhas bonecas, sempre amei. Quando minha filha nasceu, decidi fazer os laços dela, as pessoas gostaram, então passei a fazer por encomenda.	Criatividade, dedicação e persistência.	Laços, patchwork, crochê	Laços. Porque virou passatempo de mãe e avó de menina.
15	Já me interessava a muitos anos. Mas não tinha tempo.	Responsabilidade e organização	Pra quem sabe trabalhar, não falta oportunidade	Acredito que a espaço para todos. Não me incomodo com concorrência.
16	Nascimento prematuro do meu filho mais velho	Amor, habilidade, conhecimento, dom	Fazer parte na vida de pessoas desconhecidas dos melhores momentos da vida delas que é nascimento	Acabamento. Interfere diretamente no preço.
17	Paixão	Precisa ter criatividade e amor pelo artesanato, pois não é fácil não	Liberdade	Acho que sousplat de crochê.
18	Sempre gostei, aprender achei que era um meio de passar o tempo e ser útil, com o tempo se tornou um negócio	Independência, complementação de renda.	Reconhecimento	Todos os segmentos os concorrentes são muito fortes
19	Arte	Criatividade	Exclusividade dos produtos	Mercado de festas, por que a procura é maior.
20	Incentivo da minha mãe que pintava gesso	Amor pelo que faz	Aqui na minha cidade temos um local para venda e divulgação. Mas não temos muitas oportunidades não.	Aqui na minha cidade no interior do Rio Grande Do Sul não tenho concorrência.

**Fonte:** Dados da Pesquisa de Campo (2019)

No Quadro 8 podemos observar que existe um número de fatores consideráveis que levaram os entrevistados a despertar o interesse pela área de artesanato, alguns deles ressaltam a paixão, a criatividade, o desejo de estar perto dos filhos, doenças e a influência de algum parente ou por causa da maternidade:

Aprendi crochê com minha avó ainda criança, fazia roupinhas para minhas bonecas, sempre amei. Quando minha filha nasceu, decidi fazer os laços dela, as pessoas gostaram, então passei a fazer por encomenda.

As características necessárias para quem trabalha no ramo vão desde criatividade, amor, dom, talento, a dedicação e conhecimento de empreendedorismo também foram citados por alguns:

Dedicação, muito amor, um pouco de experiência em marketing, oferecer o produto personalizado de acordo com cada cliente, muita qualidade e bom acabamento.

Disciplina, honestidade, dedicação, resiliência, e espírito empreendedor...

Ao serem questionados sobre quais as oportunidades encontradas no mercado de artesanato alguns citaram, decoração de festas, laços, *patchwork*, crochê, mas para alguns as oportunidades são muitas em todos os ramos:

Hoje em dia cada segmento tem suas oportunidades. O negócio é estar atento a tudo... E sempre aprender pra inovar.

As oportunidades são muitas, existem muitos ramos dentro do artesanato. Dedicando-se e oferecendo um produto de qualidade as oportunidades aparecem. As pessoas hoje em dia estão dando mais valor ao produto artesanal em especial a aqueles sustentáveis.

Quanto aos seguimentos de Artesanato onde a concorrência é maior foi citado *sousplat*, crochê, decoração para quarto de bebê, tricô, laços e *biscuit*. Um dos entrevistados destaca a falta de emprego como um influenciador no aumento da concorrência no ramo de Artesanato:

...ultimamente com o alto número de desemprego, as pessoas veem o artesanato como opção, todos os segmentos do artesanato têm muita concorrência.

**Quadro 9 - Dificuldade no Mercado na Área de Artesanato**

	Quais os principais desafios encontrados quando você ingressou no mercado de Artesanato?	Em algum momento da sua carreira você pensou em desistir ou mudar de área de atuação?	Como é seu relacionamento com os concorrentes?	Atualmente, quais são as principais dificuldades da área de Artesanato?	O que faz para superar os desafios na área de Artesanato?
<b>01</b>	A grande concorrência.	Quando comecei a não receber pelas encomendas feitas	Alguns me odeiam, porém eu não procuro me relacionar com nenhuma delas.	Tempo	Procuro exercer minha criatividade
<b>02</b>	Conseguir aprender sozinha, pois não tinha dinheiro para investir em cursos.	Em vários momentos pensei em desistir	Ótimo, pois não me envolvo em discussões, tenho meu tempo ocupado desenvolvendo meu trabalho e atendimento aos clientes.	O maior problema são as cópias, são muitos os artesãos que não se preocupam com seu próprio desenvolvimento e acha mais fácil copiar de quem cria.	Trabalhando e estudando sempre
<b>03</b>	Vender.	Sim.	Não tenho.	Alto custo de matéria prima	Ter criatividade

04	Concorrência.	Sim	Tranquilo eu confio no meu trabalho	Reconhecimento	Trabalho com qualidade
05	Como deixar a minha mão mais leve.	Não	Normal	Concorrência	Determinação
06	Estabelecer um horário de trabalho, separar o ateliê de casa, encontrar os melhores fornecedores.	Não	Tranquilo penso que o sol nasce para todos, então quando me pedem ajuda eu ajudo, ensino algo dou contato de fornecedores, cada um tem seu dom e seu jeito de produzir cada peça, minhas clientes conhecem o meu trabalho então estou sempre tranquila.	No meu caso, arrumar alguém pra me ajudar...	Criar cada vez mais peças lindas que chamem a atenção dos clientes
07	Compra de material.	Não sou apaixonada	Bom	Material muito caro transporte	Digo sempre enfrente
08	O reconhecimento.	Várias vezes	Não os vejo como concorrentes e sim como colegas de profissão.	A desvalorização das pessoas para com os profissionais	Continuo trabalhando
09	Falta de material onde moro.	Sim, várias vezes	Tranquila e com muitos trocamos informações	Falta de material onde moro	Expôr na internet
10	Publicidade, ficar conhecido e fazer um trabalho bom.	Não	Vejo como companheiros.	Desvalorização	Mostrar para o cliente que é uma peça única e precisa ser valorizada
11	O principal desafio ao ingressar é conquistar uma cartela de clientes, criar um portfólio e fazer o seu produto ser visto, alcançando o maior número de pessoas (as redes sociais ajudam bastante).	O artesanato além de fonte de renda é um hobby, nunca pensei em desistir.	Tenho bom relacionamento com os concorrentes, com as redes sociais acabamos ficando próximos de alguns, nunca tive problemas e acabo sempre ajudando com dicas quem recorre a mim.	As principais dificuldades em minha opinião são a desvalorização da atividade do artesão e a concorrência. Muitos clientes ainda tentam dar preço ao nosso trabalho e reclamam. Mas ao se firmar no mercado, oferecendo um produto de qualidade, que as pessoas conheçam e valorizam isso vai diminuindo gradativamente.	Invisto para que meu trabalho se torne conhecido e atraia pessoas, em especial nas redes sociais. Entrego sempre o melhor em cada peça feita atentando aos detalhes e fazendo o possível para superar as expectativas do cliente
12	Fazer o nome da empresa circular na mídia.	Não.	Não conheço diretamente as concorrentes locais, porem tenho ótimo relacionamento com parceiras de	Os clientes que querem "rifar" nossos preços	Foco na qualidade do produto

			outras cidades.		
13	Falta de material aqui onde moro.	Sim, acredito que acontece com todos.	Amigável	Falta de valorização, desonestidade e frete abusivo.	Procuro inovar.
14	Encontrar materiais.	Não, depois que comecei, decidi que queria fazer para sempre.	Excelente. Tenho várias amigas na área, compartilhamos ideias, tiramos dúvidas e fazemos compra juntas para dividir o frete. Tenho duas amigas em especial que me ajudam a fazer os pedidos quando estou sobrecarregada. Somos parceiras.	O frete caro dos correios, conciliar trabalho e casa, frete caro para compra de materiais.	Divido frete com parceiras, ofereço desconto no frete, e quanto a conciliar trabalho e casa, só paciência e oração mesmo.
15	Conhecer os produtos. Preços saber as necessidades sem custo alto.	Jamais	Quando posso até ajudo.	Nenhuma	Batalho. Garra determinação sempre.
16	Me profissionalizar.	Desistir sim. Mudar área de atuação nunca.	Super tranquilo. Não existe mercado sem concorrência.	Preços da matéria prima local	Ânimo, amor e persistência sempre.
17	A grande concorrência.	Quando não recebo o combinado.	Tenho problemas com alguns, mais tento relevar.	Arrumar tempo para resolver tudo. Frete muito caro.	Procuro exercer minha criatividade
18	Aceitação.	Não	Cuidadoso e respeitoso, não há qualidade quando não há concorrência.	Aceitação	Trabalho
19	Compra de matéria prima.	Nenhum	Boa	Aceitação	Mais equipamentos
20	Compra de material.	Nunca	Tranquila	Frete muito caro para compra de material	Não tenho muito a fazer além de pagar o frete

**Fonte:** Dados da Pesquisa de Campo (2019)

De acordo com o Quadro 9, ao ingressarem no mercado muitos desafios foram citados como à falta de matéria prima na cidade onde moram, a concorrência, vender o produto, o reconhecimento, e aceitação, um dos entrevistados aponta como principal desafio ‘conquistar uma cartela de clientes, a criação de um portfólio e fazer o seu produto ser visto, alcançando um maior número de pessoas’. E para superar os desafios muitos usam de criatividade, determinação, exclusividade e estudo, investem na qualidade e inovação.

No que se referem às dificuldades encontradas, foi destacado por alguns a desvalorização do profissional da área de artesanato como é evidenciado na fala de um dos entrevistados:

As principais dificuldades em minha opinião são a desvalorização da atividade do artesão...

Outras dificuldades encontradas são o alto custo dos fretes e da matéria prima, o tempo para conciliar as tarefas, a concorrência, o cliente querer colocar preço nas peças produzidas, e a cópia do produto:

O maior problema são as cópias, são muitos os artesãos que não se preocupam com seu próprio desenvolvimento e acha mais fácil copiar de quem cria.

Quando questionados sobre se já pensaram em desistir a maioria respondeu que não, sobre o relacionamento com os fornecedores a maioria mantém um bom relacionamento com os concorrentes:

Tranquilo penso que o sol nasce para todos, então quando me pedem ajuda eu ajudo, ensino algo, dou contato de fornecedores, cada um tem seu dom e seu jeito de produzir cada peça, minhas clientes conhecem o meu trabalho então estou sempre tranquila.

Super tranquilo. Não existe mercado sem concorrência.

Não os vejo como concorrentes e sim como colegas de profissão.

**Quadro 10 - Facilidade Encontradas no Mercado de Artesanato**

	Quais foram as principais facilidades encontradas ao ingressar no mercado de artesanato?	Quem são os seus clientes?	Quais são as plataformas que você usa para se divulgar e vender seu produto?	Em sua opinião, qual é o diferencial da sua empresa em relação aos seus concorrentes?
<b>01</b>	Liberdade para trabalhar e cuidar dos filhos e da casa.	Mulheres	Instagram e Pinterest	Eu tenho o meu jeitinho especial
<b>02</b>	Internet com tutoriais gratuitos, diversidade de materiais	Mães	Elo 7, Instagram e Facebook	Atendimento e trabalho muito bem-feitos, a minha criatividade e bom gosto!
<b>03</b>	Vender pela internet	Mães entre 25 e 32 anos	Elo7, WhatsApp, Instagram e Facebook	Atendimento de excelência e qualidade da mercadoria.
<b>04</b>	Estou conquistando clientes pelo reconhecimento do meu trabalho	Clientes fixos e indicações	Indicações	Não sei
<b>05</b>	A compra de massa para biscoit.	Meus familiares	Facebook e Instagram	Nenhuma
<b>06</b>	Variedades de fornecedores, diversos cursos gratuitos disponíveis, acesso fácil e barato a internet, produtos mais baratos, grande diversidade de materiais.	Gestantes e mães.	Instagram e Facebook	Qualidade e preços mais acessíveis que os concorrentes do mesmo nível.
<b>07</b>	A internet E facilitou	Mamães e	Instagram, Facebook	Qualidade e muito amor

	muito	decoradoras		
08	Nada é fácil!! Tudo requer muita dedicação, estudo e esforço	Público em geral	Todas as mídias sociais	Responsabilidade e compromisso para atingir o resultado esperado
09	Internet para tirar dúvida. E ter acesso a materiais	Todos podem ser	Facebook, Instagram e whats	Criatividade e sempre estar em busca de novidades
10	Internet	Mulheres	Facebook	Atenção
11	Atualmente a internet facilitou muito o trabalho, minha loja é online e atendo clientes do Brasil todo	Atualmente me dedico à venda de apliques para laços e nesse caso minhas clientes são em grande maioria outras artesãs desse ramo. Além disso, faço também topos de bolo e apliques para personalização de festas e nesse caso minhas clientes são principalmente mães que organizam o aniversário de seus filhos.	Instagram, Facebook, Iluria, WhatsApp	O diferencial é a rapidez no atendimento, a qualidade do produto e atenção aos detalhes, a facilidade da compra a pronta entrega e o envio para todo país
12	Já tenho uma clientela formada	Indicações de antigos clientes	Instagram, Facebook e WhatsApp	Foco sempre na qualidade do serviço prestado.
13	Com o advento da internet muita coisa se tornou fácil, principalmente o acesso à informação, hoje só não se firma fazendo artesanato por falta de dom ou interesse.	Outras artesãs	Facebook e Instagram	Procuo levar um produto de qualidade e com preço acessível.
14	Aulas gratuitas na internet, redes sociais para divulgar o produto, trabalhar em casa	Mães de meninas	Instagram, Facebook e WhatsApp.	Criatividade, bom gosto, qualidade no atendimento e nos produtos e conhecimento na área de empreendedorismo e marketing.
15	O fato de você trabalhar por conta ajuda muito. Eu não trocaria a rotina de hoje por horário fixo.	São pessoas especiais. Então a prioridade e o atendimento. Toda a atenção ao contato é de grande importância. Na maioria das vezes eles voltam. Pela qualidade, mas também pelo atendimento	Facebook, Instagram. Mas recebo várias indicações de cliente.	Atendimento, qualidade, e zelo pelo cliente. Peças bem embaladas, e um brinde, sempre chamam atenção
16	Existe mercado suficiente	Principalmente	Instagram	Roraima é um estado distante de

		Mães		todos os outros. Sou acessível a minha clientela local atendendo suas necessidades com preço aceitável para a região e acabamento satisfatório. Não deixando a desejar nenhum pouco em relação aos produtos oferecidos no Sudeste/sul ou centro-oeste.
17	Liberdade para trabalhar	Mulheres	Instagram e Pinterest	Eu tenho o meu jeitinho especial
18	Conhecimento a outras culturas	Decoradores de festas e mães.	Elo7, Facebook, Instagram, Mercado Livre, Rede Dots.	Atenção, facilidade pra desenvolver o diferente
19	Venda	Mães	Redes sociais	Gestão
20	Minha força de vontade	Amigos. Conhecidos dos amigos. Pessoas que veem meus trabalhos em festas. É de todas as rendas.	Face e principalmente boca a boca	Qualidade no acabamento

**Fonte:** Dados da Pesquisa de Campo (2019)

No Quadro 10, na pergunta facilidades encontradas foram citadas a liberdade para trabalhar, a compra de matéria prima e a internet que foi uma das mais citadas, como podem ver na fala de alguns entrevistados:

Com o advento da internet muita coisa se tornou fácil, principalmente o acesso a informação, hoje só não se firma fazendo artesanato por falta de dom ou interesse.

Atualmente a internet facilitou muito o trabalho, minha loja é online e atendo clientes do Brasil todo.

Variedades de fornecedores, diversos cursos gratuitos disponíveis, acesso fácil e barato a internet, produtos mais baratos, grande diversidade de materiais.

Os principais clientes são mulher, mães, famílias e amigos, as plataformas mais usadas são o *Instagram* seguido do *Faceboock*, *WhatsApp*, *Elo7*, *Pinterest* e indicações dos amigos.

Quanto ao diferencial usado na empresa em relação ao diferencial foram destacados, atendimento, qualidade, criatividade, como podemos ver na fala de alguns dos entrevistados:

Atendimento, qualidade, e zelo pelo cliente. Peças bem embaladas, e um brinde sempre chamam atenção.

Criatividade, bom gosto, qualidade no atendimento e nos produtos e conhecimento na área de empreendedorismo e marketing.

### 3 PLANO DE *MARKETING*

A seguir são apresentados alguns dos principais produtos que serão produzidos pela Lena Artes.

#### 3.1 Produtos e Descrição dos Produtos

**Quadro 11 - Mix de Produtos e Descrição do Produto**

Principais produtos (a serem fabricados, ou vendidos)	Descrição dos produtos
Canecas de porcelanas decoradas	Canecas decoradas com biscuit, podendo ser com imagens de animais, flores, ursinhos e etc.
Topos de bolo para aniversários e casamentos	Para casamentos: miniatura dos noivos ou dependendo da escolha do cliente, pode ser qualquer personagem ou animal que formam um casal. Para aniversários: Velas com as idades, podendo acompanhar uma personagem de desenho ou a própria miniatura do aniversariante
Lembrancinhas para festas em geral	Aniversário, chá de bebê, despedida de solteiro, casamento, chá de panela ou amigo secreto
Chaveiros de biscuit	Perfeitos para lembrancinhas ou clientes que desejam algo personalizado sob encomenda,
Bonecos em formatos de Toys	Personagens variados a escolha do cliente, com a característica dos Toys (cabeçudos e geralmente sem boca) podendo ser de personagens de animes, filmes, heróis, profissões, e etc.
Caixinhas decoradas	Para remédios, bijuterias, laços de bebê, materiais de costura ou para artesanatos, entre outros.
Estatuetas	As estátuas são representações dos personagens de livros, filmes, quadrinhos, entre outros. Elas também são itens colecionáveis e não podem ser movimentadas. Algumas delas vêm com suportes e pedestais especiais para os bonecos.

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

#### 3.2 Preço

A estratégia de precificação foi pensada de modo a adequar a rentabilidade do negócio ao que o mercado está disposto a pagar pelo produto/serviço, sendo assim, consideramos todos os custos (fixos e variáveis) associados ao produto/serviço, inclusive os de investimento inicial (o que possibilitou o levantamento do tempo de retorno), no intuito de proporcionar o retorno desejado. Logo, nossos produtos terão os seguintes valores:

**Quadro 12 - Precificação**

<b>Produtos</b>	<b>Preços (a partir de R\$)</b>
Canecas de porcelanas decoradas	R\$ 35,00
Topos de bolo para aniversários e casamentos	R\$ 30,00
Lembrancinhas para festas em geral	R\$ 8,00
Chaveiros de biscuit	R\$ 8,00
Bonecos em formatos de Toys	R\$ 60,00
Caixinhas decoradas	R\$ 25,00
Estatuetas	R\$ 120,00

**Fonte:** Elaboração Própria, (2019)

### 3.3 Estratégias Promocionais

As estratégias de *marketing* são os meios e métodos que a empresa deverá utilizar para atingir seus objetivos. Essas estratégias geralmente se referem ao composto de *marketing*, ou os 4Ps (quatro pês): produto, preço, praça (canais de distribuição) e propaganda/comunicação (DORNELAS, 2016. p. 154).

Produto (posicionamento): Posicionar o produto no mercado significa direcioná-lo para atender às expectativas e necessidades do cliente-alvo escolhido, no segmento de mercado definido.

O artesanato é um produto com identidade própria que expressa a cultura de uma região podendo servir para consumo ou uso, seu valor existe tanto para o consumidor como para o artesão, que cria suas peças conforme a sua criatividade ou desejo do consumidor por um produto artesanal.

Estratégia: As estratégias de *marketing* devem estar de acordo com os objetivos organizacionais, e a definição do produto deverá ser de acordo com a definição do negócio escolhido, em consequência virão às decisões sobre preço, distribuição e propaganda.

Preço: Talvez seja a maneira mais tangível de se agir no mercado, pois, pela política de preços, a empresa pode criar demanda para o produto, segmentar o mercado, definir a lucratividade da empresa, mudar a penetração do produto no mercado, sempre tendo como referência o valor que o consumidor vê no produto, não o preço que a empresa acha que ele deva ter.

O preço de cada peça artesanal deve incluir os custos fixos e variáveis e todos os fatores que incidirem sobre o custo real de venda, adicionando a esse valor o peso de ser uma

peça totalmente artesanal, que leva em suas características criatividade e talento do artesão, a maioria das vezes o cliente não reconhece todos os valores implícitos na peça.

**Praça:** Os canais de distribuição envolvem as diferentes maneiras que a empresa pode adotar para levar o produto até o consumidor. Referem-se aos canais de *marketing*, à distribuição física e aos serviços ao cliente. A empresa pode vender seus produtos diretamente ao consumidor final ou usar atacadistas ou distribuidores para fazê-lo.

Por se tratar de um *e-commerce*, é necessário um planejamento dos canais de distribuição para que a logística da loja tenha um bom funcionamento para se garantir bons resultados. Esse controle precisa existir desde o fornecedor, recebimento, armazenamento, o controle do estoque, o controle dos pedidos, a comunicação com os correios e transportadora, seu rastreamento, entrega e o pós-venda. Contudo a distribuição deve ser vista como um sistema de administração estratégico, cujo objetivo é tornar seus produtos disponíveis e acessíveis ao mercado consumidor.

**Propaganda/comunicação:** Três fatores devem ser considerados no plano de propaganda/comunicação da empresa: o pessoal envolvido, a propaganda e as promoções. A quantidade de pessoas e suas qualificações vão depender dos canais de distribuição escolhidos. Se a opção for à venda direta, o efetivo de vendas deverá ser muito maior que em qualquer outro caso. Já a propaganda tem o objetivo de fazer com que uma mensagem atinja uma audiência selecionada, com o propósito de informar, convencer e reforçar o conceito do produto junto aos consumidores. A propaganda pode ser feita por meio de vários veículos de comunicação, a escolha de cada um depende do público que se quer atingir.

No caso em questão, é necessário definir quais as mídias que serão utilizadas, associando esta decisão a um menor custo, visto que a loja não dispõe de recursos para investir em *marketing*. Por isso fica a princípio decidido a criação de um perfil nas redes sociais como *Instagram* e uma *fanpage Facebook* para divulgação da loja e de eventuais promoções que serão lançadas com o intuito de criar no cliente a necessidade de consumo dos nossos produtos. E na busca de fidelização será ofertado pequenas promoções relâmpagos e descontos para aqueles que compram com frequência e maiores quantidades, e no início será realizado a cada fim de mês um sorteio de uma peça a escolha do artesão.

#### **4.4 Estrutura de Comercialização**

Por se tratar de uma loja virtual a localização será na residência da proprietária, a comercialização será *online* e seguirá a seguinte logística: receber o pedido de venda que foi gerado por meio da propaganda realizada pelo *Instagram* ou *Facebook*, onde a negociação só

será realizada por *e-mail*, verificar os pagamentos (boletos, cartões, depósitos bancários, etc); separar os pedido e conferir o que foi separado; embalar as mercadorias; emitir as notas fiscais eletrônicas e etiquetas; despachar as mercadorias, que será feita de duas maneiras pelo Correio que é o meio mais simples, mas que possui limitações como o limite de peso que é de 30 kg por envio e de dimensões, e o risco de ser prejudicado por greves e outras paralisações, ou por Transportadoras que são mais estáveis que os Correios, pois nelas o risco de greves é muito menor; além disso, não há problemas com limitação de peso e tamanho, entretanto, essa opção não vale a pena para quem possui uma operação pequena; em seguida é realizado o acompanhamento da entrega do pedido, procurando manter o cliente sempre informado, e por fim procurar obter um *feedback* do cliente após o recebimento do produto.

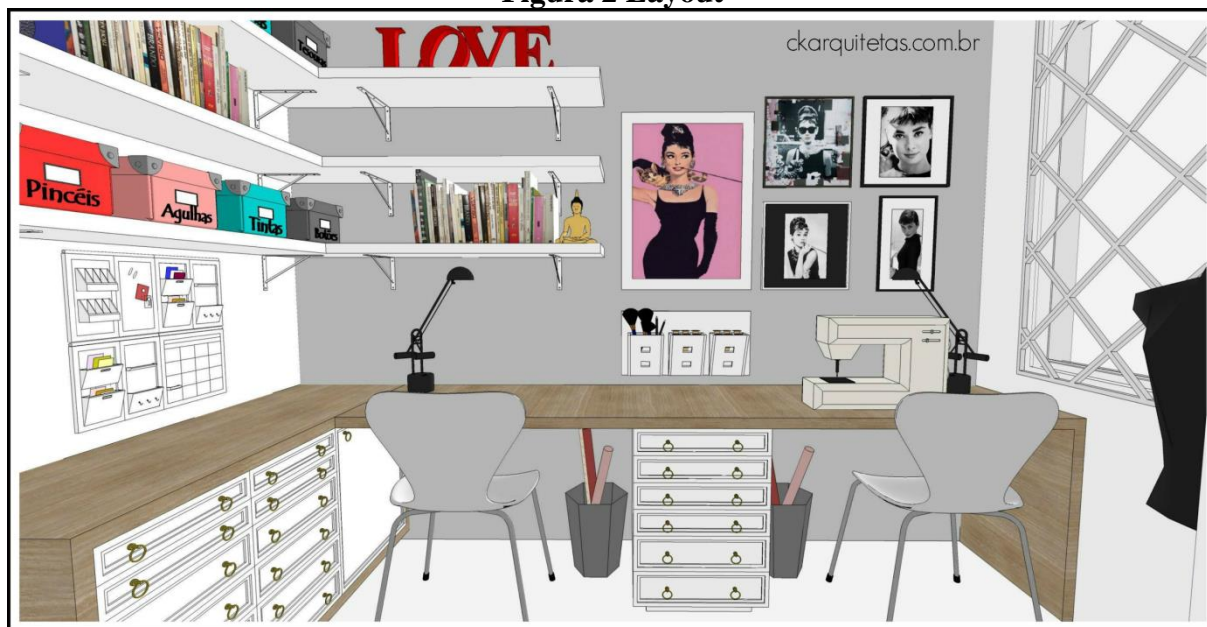
#### **4.5 Localização do Negócio**

A estrutura física do empreendimento estará localizada na Rua Comerciante Ednaldo Paiva de Araújo, número 107, no bairro de Mangabeira IV, estado da Paraíba. A escolha deste local para o funcionamento do negócio se deu por se tratar de início um *e-commerce* e por uma alternativa de baixo custo, o que diminuirá o investimento inicial com aluguel. O local conta com uma estrutura já montada, com local para armazenamento das mercadorias, uma mesa para a realização do trabalho, e uma estrutura para a parte administrativa de recebimento de pedidos, organização das contas e um *e-mail* para o contato com os clientes.

## 5 PLANO OPERACIONAL

### 5.1 Layout

**Figura 2 Layout**



Fonte: Pinterest.com (2019)

### 5.2 Processos Operacionais

As atividades listadas abaixo representam as atividades essenciais do negócio.

#### 5.2.1 Receber o Pedido de Venda

A primeira etapa do processo começa com o recebimento do pedido realizado pelo cliente pelo *e-mail* da loja, no qual ficará registrado a quantidade, a descrição do produto (cor e tamanho), a forma de pagamento e o meio para a entrega.

#### 5.2.2 Separar os Pedidos e Conferir o que foi separado

Após confirmação do pedido, o produto será confeccionado e devidamente separado.

#### 5.2.3 Embalar as Mercadorias

Depois de separado e conferido, é hora de embalar o produto.

#### 5.2.4 Emitir as Notas Fiscais Eletrônicas

Após confirmação do pagamento será emitida a nota fiscal.

### **5.2.5 Despachar as Mercadorias**

Em seguida o produto é despachado, ou por correio ou por transportadora, dependendo da escolha do cliente.

### **5.2.6 Acompanhamento da Entrega do Pedido**

Nessa fase, o número do rastreio é enviado para o cliente, para o seu *e-mail*.

### **5.2.7 Pós-Venda**

Entraremos em contato com o cliente para ouvir sua percepção acerca do produto, como grau de satisfação e qualidade, e a probabilidade de retorno e de indicação, reclamações e sugestões.

## **5.3 Necessidade de Pessoal**

De início contará apenas com a proprietária.

## 6 PLANO FINANCEIRO

A seguir, apresentaremos nosso plano financeiro.

### 6.1 Investimento Fixo

A Lena Artes terá como investimento fixo todo o equipamento que será utilizado para a produção, garantindo uma eficiente operação entre a produção dos diferentes estilos, como mostra o quadro 13

**Quadro 13 - Investimento Fixo Inicial**

Item	Descrição dos Itens a Serem Adquiridos	Qtd.	Valor Unitário	Valor Total
01	Impressora	01	R\$ 800,0	R\$ 800,00
02	Estecas variadas	10	R\$ 12,00	R\$ 120,00
03	Balança digital	01	R\$ 30,00	R\$ 30,00
04	Impressora de corte	01	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
<b>TOTAL INVESTIMENTO FIXO</b>				<b>R\$ 2.950,00</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

### 6.2 Capital de Giro

De acordo com Assaf Neto e Lima (2017), capital de giro corresponde aos ativos circulantes mantidos por uma empresa. Em sentido amplo, o capital de giro representa o valor total dos recursos demandados pela empresa para financiar seu ciclo operacional, que engloba as necessidades circulantes identificadas desde a aquisição de matérias-primas até a venda e o recebimento dos produtos elaborados.

#### 6.2.1 Estoque Inicial

**Quadro 14 - Investimento em Insumos**

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
<b>01</b>	Massas	4	R\$ 16,00	R\$ 64,00
<b>02</b>	Isopor	2	R\$ 13,10	R\$ 26,20
<b>03</b>	Arame galvanizado	01	R\$ 25,00	R\$ 25,00
<b>04</b>	Feltro	10 metros	R\$3,00	R\$ 30,00

05	Cola branca Cascola (1kg)	01	R\$ 31,00	R\$ 31,00
06	Cola instantânea	01	R\$ 20,00	R\$ 20,00
06	Pistola de cola quente	01	R\$ 30,00	R\$ 30,00
07	Régua	01	R\$ 25,00	R\$ 25,00
08	Conjunto de tesouras	01	R\$ 60,00	R\$ 60,00
09	Molde de silicone universal	03	R\$ 30,00	R\$ 90,00
10	Kit de pincéis	01	R\$ 60,00	R\$ 60,00
11	Caneta para biscoit	01	R\$ 5,00	R\$ 5,00
12	Cortadores	10	R\$ 25,00	R\$ 250,00
<b>Total:</b>			<b>R\$ 691,20</b>	

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

### 6.2.2 Caixa Mínimo

1º passo: Contas a receber – cálculo do prazo médio de recebimento das vendas. Iremos conceder aos nossos clientes três prazos de pagamentos: à vista, depósito ou transferência bancária. Como se trata de peças exclusivas, é necessário o pagamento de 50% do valor do pedido mediante a finalização da venda. Abaixo, apresentamos os cálculos do prazo médio de vendas:

**Quadro 15 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas**

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
à vista	25%	0	0
a prazo (1)	45%	15	6,75
a prazo (2)	30%	30	9
<b>Prazo Médio Total</b>		<b>16 dias</b>	

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

### 6.2.3 Fornecedores – Cálculo do Prazo Médio de Compras

**Quadro 16 - Prazo Médio de Compras**

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
à vista	25%	0	0
a prazo (1)	35%	30	10,5
a prazo (2)	40%	60	24
<b>Prazo Médio Total</b>		<b>35 dias</b>	

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

### 6.2.4 Estoques – Cálculo da Necessidade Média de Estoques

**Quadro 17 - Necessidade Média de Estoque**

	Número de dias
Necessidade média de estoques	25

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

### 6.2.5 Cálculo da Necessidade Líquida de Capital de Giro em Dias

**Quadro 18 - Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)**

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a receber - prazo médio de vendas	16
2. Estoques - necessidade média de estoques	25
<b>Subtotal 1 (item 1 + item 2)</b>	<b>41</b>
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores - prazo médio de compras	35
<b>Subtotal 2 (item 3)</b>	<b>35</b>
<b>Necessidade líquida de capital de giro (Subtotal 1 – Subtotal 2)</b>	<b>6</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

### 6.2.6 Caixa Mínimo

O caixa mínimo é a reserva total que a Lena Artes deverá ter a fim de cobrir todos os custos de produção nos primeiros meses de operação. Os cálculos deste valor seguem abaixo:

**Quadro 19 - Caixa Mínimo**

1. Custo fixo mensal	1.678,84
2. Custo variável mensal	339,21
3. Custo total da empresa	2.018,05
4. Custo total diário	67,27
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	6
<b>Caixa mínimo</b>	<b>403,61</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

Isso significa que, a Lena Artes deverá possuir uma reserva mínima de R\$ 403,61 para cobrir os custos dos dois primeiros meses de atividade.

O capital de giro é o total de recursos necessário para que não haja necessidade de financiamento de recursos para tornar possível o funcionamento normal da empresa, compreende a compra de matérias-primas ou mercadorias, o financiamento das vendas e o pagamento das despesas. Sendo assim, temos abaixo a projeção do resumo do capital de giro inicial do empreendimento.

**Quadro 20 - Capital de Giro (Resumo)**

<b>Investimentos financeiros</b>	<b>R\$</b>
A - Estoque inicial	691,20
B-Caixa mínimo	403,61
<b>Total do capital de giro (A+B)</b>	<b>1.094,84</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

### 6.3 Investimentos Pré-Operacionais

Neste tópico, serão listados os investimentos necessários para que o empreendimento fique em condições de abrir suas portas e começar a funcionar.

O cômodo onde está localizado o atelier Lena Artes é próprio e já conta com grande parte da estrutura montada, porém será necessário realizar algumas adaptações para uma melhor comodidade. Deste modo, será realizada a compra de uma cadeira mais confortável, a instalação de mais duas tomadas, e a compra de um painel perfurado de *pegboard*.

Além da compra desses itens, serão realizados alguns cursos *online* para aprimoramento de algumas técnicas e ganhar mais conhecimento. Os cálculos dos custos pré-operacionais seguem abaixo:

Consideramos como outras despesas o custo de transporte para aquisição de algumas matérias-primas que são comercializadas em algumas lojas localizadas no centro de João Pessoa.

**Quadro 21 - Investimento Pré-Operacionais**

Investimentos pré-operacionais	Valor
Obras civis e/ou reformas	R\$ 460,00
Cursos e treinamentos	R\$ 200,00
Outras despesas	R\$ 40,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 700,00</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

#### 6.4 Investimento Total

O investimento total provém das estimativas de valores necessários para os investimentos fixos, financeiros e pré-operacionais. A soma destes valores representa o total a ser investido no negócio.

**Quadro 22 - Investimento Total**

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimentos Fixos	2.950,00	63
2. Capital de Giro	1.094,84	23
3. Investimentos Pré operacionais	700,00	14
<b>Total (1 + 2 + 3)</b>	<b>4.744,84</b>	<b>100</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

**Quadro 23 - Fonte de Recursos**

Fontes de recursos	Valor (R\$)	(%)
1. Recursos próprios	4.744,84	100
<b>Total (1 + 2 + 3)</b>		<b>100</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

#### 6.5 Receita Operacional

O Quadro 18 apresenta uma projeção das receitas quando o negócio opera com 70% da capacidade.

**Quadro 24 - Receita Operacional**

Produtos	Preços	Qnt.	Faturamento/Mês	Faturamento/Ano
Canecas de porcelanas decoradas	R\$ 35,00	10	R\$ 350,00	R\$ 4.200,00
Topos de bolo para aniversários e casamentos	R\$ 30,00	13	R\$ 390,00	R\$ 4.680,00
Lembrancinhas para festas em geral	R\$ 8,00	60	R\$ 480,00	R\$ 5.760,00
Chaveiros de biscuit	R\$ 8,00	53	R\$ 424,00	R\$ 5.088,00
Bonecos em formatos de Toys	R\$ 60,00	20	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00
Caixinhas decoradas	R\$ 25,00	13	R\$ 325,00	R\$ 3.900,00
Estatuetas	R\$120,0	5	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00
<b>TOTAL</b>	-	-	<b>R\$ 3.769,00</b>	<b>R\$ 45.228,00</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

## 6.6 Custos de Comercialização

Esse tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas e representa os gastos com impostos e demais custos que viabilizam a comercialização do serviço.

**Quadro 25 - Custos de Comercialização**

Descrição	%	Faturamento Estimado.	Custo Total
<b>1. Impostos</b>			
SIMPLES	4	R\$ 3.769,00	R\$ 150,76
<b>Subtotal 1</b>			R\$ 150,76
<b>2. Gastos com vendas</b>			
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 3.769,00	R\$ 113,07
<b>Subtotal 2</b>			R\$ 113,07
<b>TOTAL (1+2)</b>	-	-	<b>R\$ 263,83</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

## 6.7 Custos com Depreciação

Para efeitos de depreciação foram usados como referência dois prazos diferentes onde os equipamentos terão uma depreciação de 5 anos, os utensílios e os equipamentos mais simples, terão uma depreciação de 1 ano. (Esses dados tiveram como base a cartilha do SEBRAE).

**Quadro 26 - Depreciação**

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Obras civis/reformas	R\$ 460,00	5	R\$ 92,00	R\$ 7,67
Móveis e máquinas	R\$ 2.800,00	5	R\$ 560,00	R\$ 46,67
Outros	R\$ 150,00	1	R\$ 150,00	R\$ 12,50
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 802,00</b>	<b>R\$ 66,84</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

## 6.8 Custos Operacionais Mensais

**Quadro 27 - Despesas Operacionais**

Item	Descrição	Valor
01	IPTU	R\$ 150,00
02	Energia Elétrica	R\$ 60,00
03	Telefone	R\$ 20,00
04	Internet	R\$ 30,00
05	Aquisição de insumos	R\$ 60,00
06	Telefone	R\$ 20,00
07	Transporte	R\$ 32,00
08	Material de Limpeza	R\$ 20,00
09	Material de Escritório	R\$ 20,00
10	Pró-Labore	R\$ 1.200,00
11	Depreciação	R\$ 66,84
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 1.678,84</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

## 6.9 Demonstrativo dos Resultados

Este tópico apresentará os resultados do negócio, verificando, a partir das estimativas realizadas, se ele possivelmente operará com lucro ou prejuízo.

**Quadro 28 - Demonstrativo dos Resultados**

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
<b>RECEITA TOTAL (=)</b>	3.769,00	45.228,00
<b>Prestação de Serviços</b>	3.769,00	45.228,00
<b>CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)</b>	263,83	3.165,96
<b>RESULTADO OPERACIONAL (=)</b>	3.505,17	42.062,04
<b>CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)</b>	1.678,84	20.146,08
<b>LUCRO LÍQUIDO (=)</b>	<b>1.826,33</b>	<b>21.915,96</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

Podemos ver nesta projeção de resultado que a Lena Artes terá um lucro estimado de R\$ 1.826,33.

## 7 INDICADORES DE VIABILIDADE

### 7.1 Ponto de Equilíbrio

A partir deste indicador, podemos estimar o faturamento necessário para cobrir os custos operacionais do empreendimento.

$$\text{IMC (índice de margem de contribuição)} = \frac{\text{Receita total} - \text{Custo variável total}}{\text{Receita Total}}$$

$$\text{IMC} = \frac{3.769,00 - 263,83}{3.769,00} = 0,93$$

$$\text{PontodeEquilíbrio} = \frac{\text{CUSTO FIXO TOTAL}}{\text{IMC}} = \frac{1.678,84}{0,93} \quad \text{PE} = 1.805,20$$

Conclui-se, então, que a empresa deve contar com uma receita mínima de R\$ 1.805,20 para que não operacionalize no prejuízo.

### 7.1.2 Lucratividade

A partir deste indicador, importante por estar diretamente ligado a competitividade do negócio, estimamos o percentual de lucratividade:

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{RECEITA TOTAL}} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{21.915,96}{45.228,00} \times 100 \quad \text{Lucratividade} = 0,48\% \text{ a. a}$$

Isso quer dizer que sob os R\$ 45.228,00 de receita total “sobram” R\$ 21.915,96 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 0,48% ao ano.

### 7.1.3 Rentabilidade

A partir deste indicador de rentabilidade, é possível mensurar o retorno do capital investido.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{INVESTIMENTO TOTAL}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{21.915,96}{4.744,84} \times 100 \quad \text{Rentabilidade} = 4,62\% \text{ a. a}$$

Isso significa que, a cada ano, o empresário recupera 4,62% do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

#### 7.1.4 Prazo de Retorno do Investimento

Este indicador estima o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu no seu negócio. Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade.

$$\textit{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\textit{INVESTIMENTO TOTAL}}{\textit{LUCRO LÍQUIDO}}$$

$$\textit{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{4.744,84}{21.915,96} \textit{PRI} = 0,22 \textit{anos}$$

Isso significa que, 2 anos e dois meses após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a montagem do negócio.

## 8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

### 8.1 Cenário Otimista

No cenário otimista, obtém-se um lucro líquido que possibilita cobrir possíveis passagens pelos cenários pessimistas, além de permitir folga financeira para investir em oportunidades e melhorias. No Quadro 29 está representada a projeção das receitas em um cenário otimista, quando o empreendimento funciona com 100% da capacidade instalada.

**Quadro 29 - Projeção Otimista**

Produtos	Preços	Quant.	Faturamento/Mês	Faturamento/Ano
Canecas de porcelanas decoradas	R\$ 35,00	18	R\$ 630,00	R\$ 7.560,00
Topos de bolo para aniversários e casamentos	R\$ 30,00	21	R\$ 630,00	R\$ 7.560,00
Lembrancinhas para festas em geral	R\$ 8,00	76	R\$ 608,00	R\$ 7.296,00
Chaveiros de biscuit	R\$ 8,00	64	R\$ 512,00	R\$ 6.144,00
Bonecos em formatos de Toys	R\$ 60,00	27	R\$ 1.620,00	R\$ 19.440,00
Caixinhas decoradas	R\$ 25,00	19	R\$ 475,00	R\$ 5.700,00
Estatuetas	R\$ 120,00	8	R\$ 960,00	R\$ 11.520,00
<b>TOTAL</b>	-	-	<b>R\$ 5.435,00</b>	<b>R\$ 65.220,00</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

Descrição	%	Faturamento Estimado.	Custo Total
<b>1. Impostos</b>			
SIMPLES	4	R\$ 5.435,00	R\$ 217,40
<b>Subtotal 1</b>			R\$ 217,40
<b>2. Gastos com vendas</b>			
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 5.435,00	R\$ 163,05
<b>Subtotal 2</b>			R\$ 163,05
<b>TOTAL (1+2)</b>	-	-	<b>R\$ 380,45</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
<b>RECEITA TOTAL (=)</b>	5.435,00	65.220,00
<b>Prestação de Serviços</b>	5.435,00	65.220,00
<b>CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)</b>	380,45	4.565,40
<b>RESULTADO OPERACIONAL (=)</b>	5.054,55	60.654,60
<b>CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)</b>	1.678,84	20.146,08
<b>LUCRO LÍQUIDO (=)</b>	<b>3, 375.71</b>	<b>40, 508.52</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

## 8.2 Cenário Pessimista

Provavelmente nos primeiros meses de vida do negócio, as receitas serão menores que as previstas, caracterizando o cenário pessimista, já que passamos pela necessidade de criar uma clientela e nos estabelecermos no mercado. Desse modo, trabalharemos fortemente em campanhas de *marketing* não só a fim de promover a Lena Artes, mas procurando conhecer ainda mais os nossos clientes e suas necessidades, estabelecendo estratégias que atinjam efetivamente o nosso público-alvo criando uma presença *online* forte para a empresa.

Mesmo operando no cenário pessimista, o negócio é viável, visto que a receita prevista é maior que o valor estabelecido pelo indicador do ponto de equilíbrio.

O quadro 30 apresenta uma projeção das receitas em um cenário onde o empreendimento operacionaliza com 60% da capacidade instalada.

**Quadro 30 - Projeção Pessimista**

Produtos	Preços	Quant.	Faturamento/Mês	Faturamento/Ano
Canecas de porcelanas decoradas	R\$ 35,00	6	R\$ 210,00	R\$ 2.520,00
Topos de bolo para aniversários e casamentos	R\$ 30,00	10	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Lembrancinhas para festas em geral	R\$ 8,00	50	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Chaveiros de biscuit	R\$ 8,00	48	R\$ 384,00	R\$ 4.608,00
Bonecos em formatos de Toys	R\$ 60,00	17	R\$ 1.020,00	R\$ 12.240,00

Caixinhas decoradas	R\$ 25,00	9	R\$ 225,00	R\$ 2.700,00
Estatuetas	R\$ 120,00	2	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
<b>TOTAL</b>	-	-	R\$ 2.779,00	R\$ 33.348,00

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

Descrição	%	Faturamento Estimado.	Custo Total
<b>1. Impostos</b>			
SIMPLES	4	R\$ 2.779,00	R\$ 111.16
<b>Subtotal 1</b>			R\$ 111.16
<b>2. Gastos com vendas</b>			
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 2.779,00	R\$ 83.37
<b>Subtotal 2</b>			R\$ 83.37
<b>TOTAL (1+2)</b>	-	-	<b>R\$ 195.53</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
<b>RECEITA TOTAL (=)</b>	2.779,00	33.348,00
<b>Prestação de Serviços</b>	2.779,00	33.348,00
<b>CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)</b>	195,53	2, 346.36
<b>RESULTADO OPERACIONAL (=)</b>	2, 583.47	31, 001,64
<b>CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)</b>	1.678,84	20.146,08
<b>LUCRO LÍQUIDO (=)</b>	<b>904.63</b>	<b>10, 855.56</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2019)

## 9 DECISÃO GERENCIAL

Não é fácil a abertura de um empreendimento e mesmo realizando um planejamento existe a possibilidade de sucesso ou fracasso, porém, com um plano há um grande aumento da possibilidade de sucesso.

O plano de negócios é uma importante ferramenta de negócios com o intuito de ajudar o empreendedor a saber se a ideia é viável auxiliando na busca por informações mais detalhadas sobre o setor, produtos ou serviços, seus clientes, concorrentes, fornecedores pontos fracos e fortes dessa nova ideia.

Com bases nas pesquisas realizadas podemos observar que o mercado de artesanato e a economia criativa estão em constante crescimento, mostrando-se uma perspectiva de mercado favorável para o empreendimento almejado.

Através deste plano, elaborado com o intuito de verificar a viabilidade da implantação de um *e-commerce* de artesanato, a Lena Artes, pudemos analisar e mensurar as variáveis e os riscos, chegando à conclusão de que se trata de um negócio viável, com uma lucratividade considerável, tornando o empreendimento promissor com uma baixa probabilidade de se tornar-se algo retrocesso.

Mesmo diante da viabilidade da abertura do *e-commerce*, é importante saber que todo negócio tem seus riscos e incertezas, e diante da pesquisa realizada foi possível constatar que o mercado de artesanato é muito diversificado e que existe um número enorme de concorrentes que ainda trabalham na informalidade e que não possuem o menor conhecimento de como precificar seus produtos. Será necessário acompanhar constantemente o mercado concorrente e fornecedores para buscar sempre produtos diferenciados e estar sempre renovando com lançamentos e aperfeiçoamento dos produtos.

A elaboração do plano de negócio se tornou um desafio e uma experiência gratificante, já que a criação do empreendimento é algo muito tempo desejado e que aos poucos vem se concretizando. Colocá-lo em prática permitirá alargar a minha visão sobre o negócio, contribuindo para o enriquecimento dos meus conhecimentos. E, além disso, sua elaboração proporcionou um contato com um número maior de outros tipos de artesanato, que provavelmente vai entrar no portfólio da Lena Artes.

## APÊNDICE A - PROTOCOLO DE ENTREVISTA

Prezado (a) respondente,

Este questionário de pesquisa tem como objetivo coletar dados com a finalidade de verificar quais são os fatores determinantes do sucesso de empreendedores da área de Artesanato?

### 1- DADOS PESSOAIS

A- Data de nascimento

B- Naturalidade

C- Estado Civil

D- Grau de escolaridade

E- Tempo de atuação nessa área

F- Trabalhou em outras áreas antes de se firmar na área da Artesanato? Se sim, em que área?

### 2- DADOS PROFISSIONAIS

A- Natureza Jurídica do negócio ( ) formal ( ) informal

B- Têm sócios? Se sim, quantos?

C- Tem funcionários? Se sim, quantos?

D- Que tipo de serviços oferece?

E- Quantas horas por dia, em média, você trabalha?

F- Você tira férias?

G- Qual a renda média da empresa em salários mínimos?

### 3- O EMPRESÁRIO (A) QUANTO PESSOA

A- Como é seu dia como empresário (a)?

B- Com concilia seu trabalho com atividades pessoais, educação dos filhos, etc.?

### 4- AS ATIVIDADES NA ÁREA DE ARTESANATO E SUAS OPORTUNIDADES NESSE MERCADO:

A- O que fez você despertar o interesse pela área de Artesanato?

B- Na sua visão quais são as principais características para quem trabalha na área de Artesanato?

- C- Quais são as principais oportunidades encontradas no mercado de Artesanato?
- D- Em que segmento de Artesanato, a concorrência é mais acirrada? Por quê?

#### 5- DIFICULDADES NO MERCADO NA ÁREA DE ARTESANATO.

- A- Quais os principais desafios encontrados quando você ingressou no mercado de Artesanato?
- B- Em algum momento da sua carreira você pensou em desistir ou mudar de área de atuação?
- C- Como é seu relacionamento com os concorrentes?
- D- Atualmente, quais são as principais dificuldades da área de Artesanato?
- E- O que faz para superar os desafios na área de Artesanato?

#### 6- FACILIDADES NO MERCADO DE ARTESANATO

- A- Quais foram às principais facilidades encontradas ao ingressar no mercado de Artesanato?
- B- Quem são os seus clientes?
- C- Quais são as plataformas que você usa para se divulgar e vender seu produto?
- D- Em sua opinião, qual é o diferencial da sua empresa em relação aos seus concorrentes?

## REFERÊNCIAS

SEBRAE NACIONAL. Como Elaborar um Plano de Negócio, 2013. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)>. Acesso em: 28 Nov. 2018.

SEBRAE NACIONAL. Empreendedorismo no Brasil, 2017. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf)>. Acesso em: 11 Dez. 2018.

FIRJAN SENAI. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, 2019. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/economicriativa/download/mapeamento-industria-criativa-sistema-firjan-2016.pdf>>. Acesso em: 17 Out. 2018.

E-COMMERCE NEWS. E-commerce cresce 12% em 2017 e projeção para 2018 vai a 15%, 2018. Disponível em: <<https://ecommercenews.com.br/noticias/balancos/e-commerce-cresce-12-em-2017-e-projecao-para-2018-vai-a-15/acesso>>. Acesso em: 17 Out. 2018.

PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO. Base Conceitual do Artesanato Brasileiro, 2012. Disponível em: <<https://manosdeartesano.files.wordpress.com/2013/06/base-conceptual-del-artesano-brasileiro.pdf>>. Acesso em: 08 Nov. 2018.

SEBRAE NACIONAL. Pesquisa com Comerciantes de Artesanato, 2013. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/5fa14f75994c971bb24c07f89b93df84/\\$File/5141.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5fa14f75994c971bb24c07f89b93df84/$File/5141.pdf)>. Acesso em: 19 Nov. 2018.

SEBRAE NACIONAL. Como o Sebrae Atua no Segmento de Artesanato, 2013. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/artesanato/como-o-sebrae-atua-no-segmento-de-artesanato,28b6fc9f9898c510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 27 Nov. 2018.

SEBRAE GOIÁS. Sebrae bons Negócios, 2017. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/af\\_SebraeGoiais\\_Revista\\_SebrarComVoce\\_ed01\\_2017.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/af_SebraeGoiais_Revista_SebrarComVoce_ed01_2017.pdf)>. Acesso em: 06 Dez. 2018.

IBGE. Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros, 2014. Disponível em: <<file:///E:/PLANO%20DE%20NEG%C3%93CIO/ARTIGOS%20ARTESANATO/liv95013%20livro%20IBGE.pdf>>. Acesso em 28 Nov. 2018.

SEBRAE NACIONAL. O Que é ser Empreendedor, 2019. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-mpreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 14 Dez. 2018.

DORNELAS, Jose. **Empreendedorismo - Transformando Ideias em Negócios**, 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016. Livro eletrônico.

Por vontade ou necessidade, cresce número de empreendedores. **Exame**, Rio de Janeiro, 3 Jan. 2019. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/blog/primeiro-lugar/por-vontade-ou-necessidade-cresce-numero-de-empresarios>>. Acesso em: 06 Fev. 2019.

TURCHI, Sandra R. **Estratégias de marketing digital e E-commerce**, 5. ed. Local da Publicação: Atlas, 2012. Livro eletrônico.

KANTAR IPOBE MEDIA. Perfil do Consumidor e seus Hábitos Impactam na Compra Online, 2019. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/perfil-do-consumidor-e-seus-habitos-impactam-na-compra-online/>>. Acesso em: 18 Fev. 2019.

OBEC DF. Base Conceitual do Artesanato Brasileiro, 2017. Disponível em: <<http://www.obecdf.org/index.php/component/k2/item/35-baseconceitualartesanatobrasileiro>> acesso em; 21 Fev. 2019.

MARCONI, Marina Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**, 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017. Livro eletrônico.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**, 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016. Livro eletrônico.

DORNELAS, José. Empreendedorismo. **Transformando Ideias em Negócios**, 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016. Livro eletrônico.

NETO, ASSAF, Alexandre, LIMA, Fabiano Guasti. **Fundamentos de Administração Financeira**, 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017. Livro eletrônico.

FIRJAN SENAI. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, 2019. Disponível em: <<https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>>. Acesso em: 27 Nov. 2018

E-COMMERCE NEWS. Elo7 divulga perfil do e-consumidor brasileiro de produtos artesanais, 2015. Disponível em: < <https://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/elo7-divulga-perfil-do-e-consumidor-brasileiro-de-produtos-artesanais/>>. Acesso 18 fev. 2019.