



William Bohre Morais



PLANO DE NEGÓCIOS: Bohre – Criação e Customização de móveis

Orientadora: Profa. Dra. Sibelly Resch

Naviraí-MS

2025



PLANO DE NEGÓCIOS: Bohre – Criação e Customização de móveis

William Bohre Morais

RESUMO

Este trabalho consiste num plano de negócios que tem como objetivo detalhar a estruturação e a viabilidade do empreendimento Bohre – Criação e Customização, uma oficina especializada na fabricação de móveis de alto padrão com design industrial, utilizando a combinação de madeira, ferro e resina epóxi, na região de Naviraí, Mato Grosso do Sul. O método empregado consistiu na análise estratégica do mercado moveleiro, na identificação de uma lacuna por personalização e design diferenciado na região, e na elaboração de um planejamento mercadológico, operacional, de pessoas e financeiro. A estratégia de diferenciação foca em exclusividade, qualidade e especialização técnica. Os resultados operacionais demonstram solidez nas margens de contribuição e lucratividade. Contudo, o alto investimento em ativos fixos (terreno e barracão) gerou um *payback* superior a 60 meses e um valor presente líquido (VPL) negativo com taxa interna de retorno (TIR) também negativa. Todavia, a projeção de faturamento é bastante modesta tendo em vista a crescente demanda por móveis personalizados e exclusivos na região. Desta forma, entende-se que o negócio crescerá gradualmente e as taxas de retorno se tornarão atrativas considerando um ciclo de 3 anos. Ademais, o município de Naviraí está em crescimento e, portanto, projeta-se valorização do imóvel do empreendedor. Conclui-se que o crescimento gradual da produção, aproveitando a carência de concorrentes diretos poderá alavancar o negócio.

Palavras-chave: Plano de Negócios; Móveis; Estilo Industrial; Personalização.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é amplamente reconhecido como um vetor essencial de desenvolvimento econômico e social, especialmente em contextos locais onde a inovação surge como resposta a demandas específicas de mercado. O empreendedor é aquele que identifica oportunidades e as transforma em negócios rentáveis, criando valor por meio da inovação (Drucker, 2013). Esse processo envolve a capacidade de perceber lacunas e propor soluções diferenciadas que gerem impacto econômico e social (Dornelas, 2018).

O presente plano de negócios fundamenta-se em uma visão contemporânea de empreendedorismo intencional e inovador, orientada por propósito e diferenciação. O Brasil possui 46,9 milhões de empreendedores, o equivalente a 33% da população adulta, com crescimento consistente nas taxas de criação e formalização de novos negócios (Gera; Anegepe; Sebrae, 2025). A pesquisa aponta que as principais motivações para empreender no país envolvem fazer a diferença no mundo (74,6%), melhorar a renda pessoal (69,3%) e construir algo próprio com propósito, evidenciando um perfil empreendedor cada vez mais orientado à inovação, ao impacto e à sustentabilidade.

No contexto setorial, o mercado moveleiro brasileiro representa uma oportunidade estratégica de crescimento e diferenciação. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (ABIMÓVEL, 2025), em 2024 o Brasil produziu 439,9 milhões de peças de móveis e colchões produzidas em 2024, um crescimento de 8,6% frente ao volume produzido em 2023 com faturamento da indústria de R\$ 91,557 bilhões com aumento de 12,1% em relação à 2023. O setor é constituído por 22,3 mil empresas e 282,724 mil trabalhadores diretos e indiretos. A relevância do conceito industrial é corroborada pelo crescimento nos segmentos de produção, com destaque para a projeção de Móveis de Metal, que alcançou 43,9 milhões de peças produzidas em 2024, um aumento projetado de 8,2% em comparação a 2023. Esse dado consolida a tendência do consumidor em buscar itens com estética robusta e durabilidade, características centrais da proposta de valor da Bohre.

O Boletim de Tendências do Mercado Moveleiro (Sebrae-RS, 2023) destaca transformações relevantes no comportamento do consumidor, marcadas pela preferência por móveis personalizados, sustentáveis e multifuncionais. As tendências mais expressivas incluem layouts sob medida, ambientes integrados e versáteis, design minimalista e uso de materiais naturais e recicláveis, características fortemente associadas ao estilo industrial contemporâneo.

Complementarmente, o Caderno Setorial Moveleiro (Sebrae, 2024) indica que a digitalização do processo produtivo, tais como a adoção de tecnologias como CNCs, modelagem



3D e uso de resina epóxi, tem ampliado a competitividade das pequenas oficinas e marcenarias, permitindo a combinação entre artesanato e precisão tecnológica. Essa integração entre design e tecnologia é apontada como tendência de diferenciação e alto valor agregado para o setor (Sebrae, 2024).

Dessa forma, o empreendimento aqui proposto — uma oficina especializada na fabricação de móveis com conceito industrial, utilizando madeira, ferro e resina epóxi — surge alinhado às transformações contemporâneas do setor moveleiro. A proposta busca atender um público que valoriza qualidade, durabilidade e identidade estética, consolidando-se como referência regional para o Conesul de Mato Grosso do Sul em design industrial e mobiliário personalizado. A realidade observada em Naviraí e região revela uma carência de empresas especializadas na confecção de móveis que explorem o design industrial sofisticado e a versatilidade da resina epóxi como elemento de personalização e durabilidade.

Neste contexto, este plano de negócios detalha a estruturação de uma oficina especializada na fabricação de móveis com conceito e estilo industrial de alto padrão, utilizando a combinação de madeira, ferro e resina epóxi. A proposta é oferecer produtos e serviços de alto valor agregado, focados em qualidade, design exclusivo e durabilidade superior, atendendo a um público que busca diferenciação e personalização. O objetivo é construir uma marca reconhecida pela excelência e pela inovação, consolidando-se como referência em móveis industriais inovadores na região.

1.1 Identificação do negócio

Setor de Atividade: Fabricação de mesas, utensílios e produtos de madeiras com o uso de resina epóxi e estruturas de ferro.

Forma Jurídica: Optante pelo Simples Nacional, considerando a previsão inicial de faturamento bruto anual estimada em R\$ 210.000,00.

Enquadramento Tributário: Simples Nacional, regime tributário simplificado e favorecido para micro e pequenas empresas.

Capital Social: Investimento próprio, alocado na estruturação da oficina para fabricação de móveis e na aquisição e construção de maquinários e equipamentos necessários para confecção de produtos que atendam as necessidades especiais dos clientes, como a construção

de uma CNC, por exemplo.

Fonte de Recursos: Capital próprio do empreendedor.

2 ESTRATÉGIA

Segundo Abdala, Conejero e Oliveira (2019), a estratégia organizacional envolve a definição de direcionamento, posicionamento e criação de valor, considerando a interação entre ambiente e capacidades internas. Para os autores, o papel do estrategista é articular escolhas conscientes de mercado e recursos de modo a garantir vantagem competitiva sustentável.

Na indústria moveleira, a inovação em design e processos produtivos pode consistir em diferencial competitivo para as empresas, conforme afirmam Braun et al. (2022). Para os autores, o design pode conferir diferenciação estimulando a inovação no setor.

A Bohre fundamenta sua estratégia na inovação e foco em nicho, direcionando-se à fabricação de móveis de design industrial personalizados com madeira, ferro e resina epóxi. A diferenciação estética e funcional posiciona a marca em um segmento de alto valor agregado, ainda pouco explorado em Naviraí (MS) e região.

2.1 Vantagem Competitiva e Posicionamento

Para Conejero e Ferreira (2019), a vantagem competitiva é alcançada quando a organização cria valor único e percebido pelo cliente. De acordo com Porter (2004) a diferenciação se sustenta pela combinação de atributos difíceis de imitar. Braun et al. (2022) observam que, no setor moveleiro o design pode consistir em fonte de vantagem competitiva. A Bohre constrói sua vantagem com base em quatro pilares:

- a) **Exclusividade:** Oferecer produtos e serviços únicos e personalizados, que não são encontrados na concorrência local.
- b) **Qualidade:** Utilização de materiais alta qualidade e processos de produção que garantem a durabilidade e resistência dos produtos.
- c) **Design:** Criação de peças que fogem da produção em larga escala. O design é esteticamente arrojado e atraente, garantindo que cada peça seja um ponto focal que eleva o estilo e percepção de valor do ambiente.
- d) **Especialização:** Qualificação técnica e expertise na manipulação da madeira, e aplicação correta da resina epóxi, aliada utilização de equipamentos e maquinários de última geração, garantindo resultados superiores, em toda a cadeia produtiva.

2.2 Identificação da Oportunidade de Negócio

Resch e Pereira (2022) destacam que a identificação de oportunidades estratégicas decorre da análise integrada das forças e competências internas em relação às demandas de mercado. Abdala, Conejero e Oliveira (2019) reforçam que a estratégia bem-sucedida nasce da interpretação de lacunas e da criação de propostas de valor únicas. Braun et al. (2022) evidenciam que o design inovador e a personalização são os principais vetores de diferenciação competitiva nas indústrias moveleiras de pequeno porte.

A oportunidade de negócio foi identificada a partir da combinação de experiência e competência em produção de móveis (força) em conjunto com a carência de empresas especializadas em Naviraí e região que produzam móveis com design industrial que atendam à demanda por peças exclusivas e personalizadas (demanda do ambiente externo). Nota-se uma demanda por serviços especializados de marcenaria complementar de alto padrão (restaurações e peças customizadas), que supram a necessidade de acabamentos premium em reformas ou projetos de interiores. Essa combinação permite diversificar a oferta da empresa, mantendo o foco na marcenaria de alto valor agregado e nas técnicas de acabamento (resina e pintura).

2.3 Ambiente de negócios

Conforme Oliveira e Rossi (2019), a análise estratégica envolve a leitura sistemática do macroambiente (variáveis econômicas, sociais, tecnológicas e políticas) e do microambiente (concorrência, fornecedores, clientes e parceiros), permitindo alinhar estratégias às tendências externas. Abdala, Conejero e Oliveira (2019) complementam que a competitividade depende da capacidade de interpretar esse ambiente e agir proativamente.

Johann et al. (2022) demonstram que as práticas de sustentabilidade, quando combinadas com a inovação, atuam como vetor de vantagem competitiva para a indústria moveleira, especialmente no que tange à diferenciação de produtos e à melhoria da imagem corporativa. Essas práticas, que envolvem a redução do impacto ambiental, o uso de materiais ecologicamente corretos e a durabilidade, são fenômenos que favorecem pequenas empresas capazes de oferecer produtos sob medida e de maior valor agregado, como é o caso da Bohre.

A Bohre atua em um mercado local carente de soluções especializadas em design industrial, o que reduz a rivalidade direta e aumenta a atratividade. O macroambiente mostra-se favorável devido à valorização da sustentabilidade e do consumo de produtos artesanais. Já no microambiente, as marcenarias e lojas convencionais representam concorrência indireta, oferecendo oportunidades para posicionamento diferenciado.

Resch e Pereira (2022) descrevem a Análise SWOT como instrumento de diagnóstico estratégico que conecta fatores internos e externos à tomada de decisão.

Quadro 01 – Análise SWOT

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Fatores Internos (Empresa)	➤ Pioneirismo no mercado local. ➤ Experiência: Cursos em Marcenaria, Resina epóxi, e fibra de vidro e carbono. ➤ Alto potencial de personalização. ➤ Nicho de mercado com pouca ou nenhuma concorrência local. ➤ Potencial de valor agregado em serviços especializados. ➤ Modelo de negócio diversificado e inovador na região. ➤ Qualidade dos produtos.	➤ Aceitação do mercado local ao novo estilo. ➤ Potencial limitação de escala inicial no espaço de 120m². ➤ Necessidade de alto conhecimento técnico. ➤ Necessidade de alto investimento inicial em equipamentos e materiais. ➤ Gestão de múltiplos projetos no mesmo espaço.
	Oportunidades	Ameaças
Fatores Externos (Mercado)	➤ Crescente interesse por produtos com design diferenciado e personalizado. ➤ Potencial de parcerias com profissionais da área (arquitetos/designers). ➤ Demanda por restaurações e peças complementares de alto padrão. ➤ Potencial de fidelização de clientes com atendimento personalizado. ➤ Demanda por produtos mais sustentáveis (maior qualidade e menor impacto ambiental).	➤ Possível imitação por concorrentes futuros. ➤ Variação nos custos de matéria-prima. ➤ Mercado potencialmente menor em Naviraí e região. ➤ Concorrência de serviços em grandes centros, necessidade de manter-se atualizado. ➤ Flutuações econômicas que podem afetar o poder de compra dos clientes. ➤ Surgimento de novas tendências de design e materiais.

Fonte: elaborado pelo autor

2.4 Propósito Organizacional

Missão - Entregar experiências em peças exclusivas, superando consistentemente as expectativas do mercado e dos clientes através da inovação, personalização impecável e da excelência em cada interação.

Visão - Ser a referência em Naviraí e região na fabricação de móveis industriais e serviços de marcenaria premium, destacando-se pela qualidade, inovação e satisfação total do cliente

Valores - Qualidade: Busca constante pela excelência nos produtos e serviços.

Inovação: Criação de soluções originais e personalizadas.

Integridade: Conduta ética e transparente em todas as relações.

Compromisso: Dedicação à satisfação dos clientes e ao sucesso do negócio.

Sustentabilidade: Utilização de materiais e processos que minimizem o impacto ambiental.

2.5 Concorrência

Devido ao alto custo de frete de móveis, não se consideram empresas de outros lugares como concorrentes.

Direta

Não há concorrentes diretos em Naviraí com conhecimento técnico, que ofereçam móveis com design industrial e acabamento em resina epóxi.

Indireta

Lojas de móveis convencionais, marceneiros e lojas de decoração.

Marcenarias que não possuem o mesmo foco em design industrial ou a expertise em resina epóxi.

3 PLANO DE MARKETING

3.1 Definição da Marca

A marca "Bohre Criação e Customização" (Figura 01) será o pilar da nossa identidade visual e comunicação com público, transmitindo principalmente valores, qualidade, inovação e exclusividade. O logo, é composto por um ícone estilizado que combina elementos que remetem de maneira minimalista a perfeição da natureza e ao mesmo tempo, padrões geométricos robustos, integrados de forma harmoniosa, transmitindo sofisticação e profissionalismo.

Figura 01 - Marca



Fonte: elaborado pelo autor

A escolha do ícone em formato de colmeia (hexágonos interligados) remete diretamente aos fundamentos da natureza, simbolizando a eficiência, a organização e a perfeição geométrica encontradas na construção natural. Essa representação evoca a ideia de trabalho meticuloso, durabilidade e interconexão, valores essenciais para a confecção de móveis robustos. As cores, o azul marinho e o dourado, reforçam essa percepção de excelência: o azul marinho transmite



confiança, seriedade e profundidade, enquanto o dourado simboliza qualidade premium, sofisticação e valor.

Juntos, esses elementos visuais e conceituais refletem o compromisso da Bohre Criação e Customização com a prestação de produtos e serviços de excelência, inspirados na perfeição da natureza.

3.2 Estudo dos Clientes

Naviraí é a cidade polo do Conesul de Mato Grosso do Sul. O município possui 53.000 habitantes e área de 3.189,667 km² (IBGE, 2025). A cidade conta com diversas instituições públicas, como universidades e institutos, polícia federal, varas de justiça, entre outras. Além disso, o município conta com empresas de pequeno, médio e grande porte. A área rural do município possui diversas fazendas.

A partir desse contexto, acredita-se que a cidade possui um público-alvo com poder aquisitivo médio-alto a alto, interessado em exclusividade, design e durabilidade. A partir desse contexto, foram elaboradas quatro personas que definem o público-alvo deste negócio e auxiliam a gestão na tomada de decisão quanto aos investimentos de marketing e desenvolvimento comercial do negócio.

"Jovem Profissional de Alto Gasto"

Idade: 30-45 anos.

Perfil Familiar: Casal jovem sem filhos ou com filhos pequenos, morando em casa ou apartamento recém-adquirido/reformado.

Posição Profissional: Profissional liberal (advogado, médico, arquiteto), empresário de pequeno/médio porte.

Poder Aquisitivo: Renda familiar acima da média de Naviraí.

Comportamento de Consumo: Busca por produtos que expressem personalidade e modernidade. Valoriza o design, a originalidade e a durabilidade. Pesquisa em redes sociais (Instagram, Pinterest) e blogs de decoração.

Benefícios Procurados: Exclusividade, estética diferenciada, durabilidade, baixa manutenção.

Decisão de Compra: Compartilhada com o cônjuge e influenciada por tendências

Média de Gasto: R\$ 5.000 - R\$ 20.000 por peça de mobiliário.

"Cliente de reforma Premium"

Idade: 40-60 anos.



Perfil Familiar: Casal com filhos adultos, morando em casa, apartamento ou zona rural.

Posição Profissional: Profissional liberal, funcionários públicos, empresários de pequeno/médio porte.

Poder Aquisitivo: Renda familiar acima da média de Naviraí.

Comportamento de Consumo: Está em processo de reforma ou construção de imóveis de alto padrão. Busca fornecedores que entreguem acabamentos e peças complementares que elevem o valor estético do projeto (painéis de madeira, portas restauradas, bancadas de resina).

Benefícios Procurados: Exclusividade, estética diferenciada, durabilidade, baixa manutenção.

Decisão de Compra: Compartilhada com o cônjuge, influenciada por tendências e indicações de designers.

Média de Gasto: R\$ 5.000 - R\$ 50.000 por projeto mobiliário.

O Empresário do Agronegócio

Idade: 45-65 anos.

Perfil Familiar: Casal estabelecido com alto poder aquisitivo, proprietários de fazendas ou grandes negócios no agronegócio da região (Pecuária, Soja, Cana).

Posição Profissional: Empresário do agronegócio, pecuarista de grande porte, ou investidor imobiliário rural.

Poder Aquisitivo: Alta capacidade de investimento, renda passiva ou ativa que suporta luxo e personalização.

Comportamento de Consumo: Busca por peças de declaração (statement pieces) para sedes de fazendas, áreas gourmet ou escritórios executivos. Valoriza materiais robustos, durabilidade extrema e designs que remetem à natureza e à força de quem a possui.

Conveniência: O valor do produto e a exclusividade superam a velocidade de entrega. Exige alto padrão de atendimento e pós-venda.

Benefícios Procurados: Exclusividade em peças únicas com durabilidade superior, design imponente e materiais que refletem a riqueza do campo.

Decisão de Compra: Individual ou compartilhada com consultor de design/arquiteto, baseada em exclusividade e impacto visual.

Média de Gasto: Acima de R\$ 20.000,00 por peça única com foco em mesas de reuniões, mesas de jantar rústicas ou bancadas de áreas de lazer de alto valor.

O Parceiro Estratégico (B2B)

Idade: 25-50 anos.

Perfil Familiar: Arquitetos, designers de interiores, ou proprietários/gerentes de lojas de móveis/decoração de alto padrão.

Posição Profissional: Parceiro de negócios essencial para captação de projetos de grande escala.

Poder Aquisitivo: Busca maximizar a margem de lucro por meio de parcerias e fornecedores confiáveis.

Comportamento de Consumo: Busca fornecedores que ofereçam qualidade impecável, cumprimento de prazos rigoroso e exclusividade de design. Precisa de garantia de qualidade para preservar sua própria reputação profissional.

Importância da Conveniência: Requer processo B2B ágil, documentação profissional, e atendimento técnico especializado.

Benefícios Procurados: Confiança, margem de negociação justa, exclusividade do produto, suporte técnico e cumprimento de prazos.

Decisão de Compra: Técnica, baseada na qualidade do fornecedor, portfólio de sucesso e capacidade de entrega em projetos complexos.

Média de Gasto: Variável, baseado no volume de projetos e contratos de parceria.

3.3 Descrição dos Principais Produtos e/ou Serviços (Mix de Produtos/Serviços)

A Bohre trabalhará inicialmente com uma linha de móveis industriais, especialmente com produtos de resina epóxi.

Mesas de Jantar e Centro: Com tampos de madeira maciça e detalhes em resina epóxi translúcida ou pigmentada, combinadas com bases metálicas robustas (Figura 02).

Figura 02 – Exemplos de Mesas



Fonte: criado com Gemini



Bancadas e Ilhas Gourmet: Soluções personalizadas para cozinhas e áreas de lazer.

Móveis sob Medida: Atendimento personalizado para projetos específicos de clientes residenciais e comerciais.

Restauração Premium: Recuperação de móveis antigos e peças de madeira danificadas com acabamentos de alto padrão.

Painéis e Acabamentos Arquitetônicos: Criação e instalação de painéis ripados, boiserie e outros acabamentos em madeira para projetos de interiores.

Peças Complementares Customizadas: Prateleiras flutuantes, nichos, tábuas de carnes e outras peças de madeira que complementem a decoração do ambiente.

3.4 Preço

A estratégia de precificação será baseada em valor percebido e custo-mais-margem, considerando a exclusividade, a qualidade dos materiais importados, a expertise técnica e o tempo de produção. Os preços serão premium, refletindo a durabilidade superior (mais 10 anos sem manutenção para móveis em ambientes internos, observando os cuidados mínimos de manutenção e cuidados) e a personalização. Para os móveis, será utilizado um modelo de orçamento por projeto, considerando o tipo de madeira, a quantidade de resina, a complexidade do design e o acabamento.

3.5 Localização do Negócio e Ambiente

O negócio estará localizado, em um barracão de 120m², na Alameda dos Tucanos, 537, esquina com a Alameda Rio Tocantins, Eco Park, em Naviraí, em uma área de fácil acesso e com boa visibilidade. A fachada moderna e convidativa reflete o design sofisticado dos seus produtos. O ambiente interno será otimizado para a produção.

Figura 03 – Fachada da Bohre Criação e Customização



Fonte: elaborado pelo arquiteto responsável pela obra

3.6 Estrutura de Comercialização

Venda Direta no Atelier/Showroom: O principal canal será o atendimento personalizado no escritório, que funcionará como atelier de produção, permitindo que os clientes vejam as peças prontas, os materiais e o processo de trabalho.

Venda Online (Website e Redes Sociais): Futuramente será desenvolvido um website profissional com portfólio de produtos, descrições detalhadas, formulário de contato e informações sobre os serviços. As redes sociais (Instagram, Facebook, Pinterest) serão vitrines visuais para exibir o trabalho, atrair clientes e gerar leads.

Parcerias Estratégicas: Colaboração com arquitetos, designers de interiores, lojas de decoração de alto padrão em Naviraí e região para indicações e projetos conjuntos.

Feiras e Eventos: Participação em feiras de design, decoração da região para exposição dos produtos e serviços, networking e prospecção de clientes.

Relacionamento com o Cliente: O relacionamento com o cliente será pautado pela personalização e pela excelência no atendimento:

Atendimento Personalizado: Consultoria individualizada para entender as necessidades e desejos dos clientes, desde o primeiro contato até a entrega do produto/serviço.

Canais Digitais: Utilização de WhatsApp Business, e-mail e mensagens diretas nas redes

sociais para comunicação rápida e eficiente, agendamento de visitas e acompanhamento de projetos.

Pós-Venda: Contato pós-venda para garantir a satisfação do cliente, solicitar feedback, tendo em vista que o processo de crescimento e consolidação de um produto se dá principalmente no uso cotidiano, e oferecer suporte, fortalecendo a fidelização.

Conteúdo de Valor: Publicação regular de conteúdo informativo e inspirador nas redes sociais sobre design, cuidados com móveis de resina e móveis industriais e tendências do mercado.

Conteúdo para Redes Sociais: Imagens e vídeos de alta qualidade dos produtos e serviços, dicas de manutenção, e bastidores da produção.

Material Impresso: Cartões de visita e folders informativos com o portfólio de produtos e serviços, distribuídos em pontos estratégicos e em eventos.

Anúncios Digitais: Campanhas segmentadas em redes sociais (Instagram, Facebook) e Google Ads, direcionadas ao público-alvo em Naviraí e região, utilizando as personas definidas.

4 PLANO OPERACIONAL

4.1 Layout ou Arranjo Físico

O barracão de 120m² será dividido em zonas funcionais (Figura 04), agora totalmente focadas no ciclo da madeira, resina e acabamento:

Área de Atendimento (Escritório): Para o primeiro contato e reuniões de projeto.

Área de Marcenaria: Dedicada ao corte, lixamento e montagem das estruturas de madeira dos móveis, com equipamentos de serra, lixadeiras e bancadas.

Área de Resina Epóxi: Espaço isolado e bem ventilado, com bancadas e equipamentos específicos para a manipulação e cura da resina.

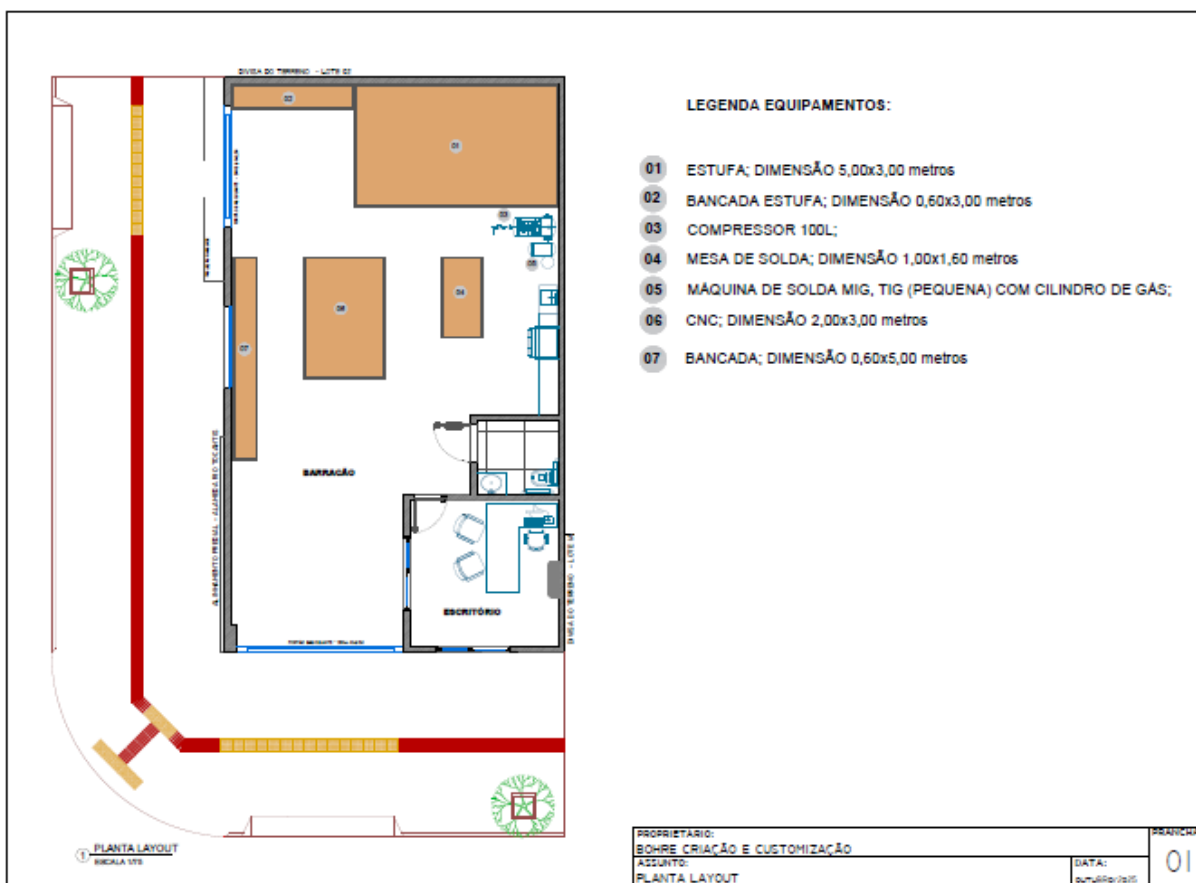
Estufa de Pintura: Estrutura isolada, com controle de ventilação, para aplicação de vernizes, seladores e tintas em móveis e peças complementares, garantindo acabamento livre de poeira.

Área de Acabamento e Embalagem: Para os últimos retoques, polimento dos móveis e preparação para entrega.

Armazenamento de Matéria-Prima: Espaço para estoque setorizado e organizado de madeiras, metais, resinas, e outros suprimentos, garantindo fácil acesso e controle.

O fluxo de trabalho será linear, minimizando o transporte de materiais entre as etapas e otimizando o uso do espaço disponível.

Figura 04 – Layout da Oficina



Fonte: elaborado pelo autor

4.2 Sistema de Produção

O sistema de produção adotará uma abordagem híbrida:

a) Produção sob Encomenda (Make-to-Order): Cada peça será produzida conforme as especificações e o design desejado pelo cliente, garantindo a exclusividade e a personalização. Isso minimiza estoques e desperdícios, mas exige um bom gerenciamento de prazos e comunicação com o cliente.

b) Produção por Projeto: A criação de peças complexas, que demandam um planejamento e execução individualizados.

4.3 Capacidade Produtiva, Comercial e/ou de Prestação de Serviços

A capacidade produtiva inicial será limitada pelo espaço de 120m² e pela equipe.

Móveis: Previsão de produção de **01 uma mesa por mês** de grande porte de tamanho médio 2,5mx1,0m, com capacidade para atender 8 a 12 projetos de marcenaria complementar

(painéis, restaurações, peças menores) por mês, otimizando o tempo de produção entre as grandes encomendas.

Evolução da Capacidade: Com a consolidação do negócio, a capacidade poderá ser expandida através da otimização de processos, aquisição de maquinário mais eficiente ou, em longo prazo, a ampliação do espaço físico, tendo em vista que o barracão possui 6,4m de altura, com o intuito de construção de um segundo piso em estrutura metálica, aumentando em pelo menos 80 m² área. A contratação de mais mão de obra especializada também será um fator crucial para escalar a produção e os serviços.

4.4 Processos Operacionais

Os processos serão simplificados (Figura 05), focando na integração entre as etapas de marcenaria e acabamento com resina:

1. Recebimento do Pedido/Orçamento:

- Cliente entra em contato (presencial, online, telefone).
- Coleta de requisitos (dimensões, tipo de madeira, design, cor da resina)
- Elaboração do orçamento detalhado e envio ao cliente.
- Aprovação do orçamento e pagamento de sinal.

2. Planejamento e Design:

- Desenvolvimento do projeto detalhado.
- Seleção e compra das matérias-primas (madeira, resina, metal, pigmentos, etc.).

3. Preparação da Matéria-Prima:

- **Móveis e afins:** Corte da madeira, tratamento, preparação para recebimento da resina. Preparação das estruturas metálicas.

4. Fabricação/Reparo:

Móveis e afins:

- Escolha da madeira (qualidade, cor espessura).
- Preparação (tratamento, verificação de umidade).
- Construção do molde.
- Aplicação da resina na madeira (camadas e cura).
- Lixamento e polimento da resina e madeira.
- Montagem da estrutura metálica e união com o tampo.
- Acabamento final.

5. Pintura (se aplicável):

- Limpeza da peça/móvel.

- Aplicação de tinta.
- Pintura em estufa pressurizada.
- Cura da pintura.
- Polimento e acabamento final.

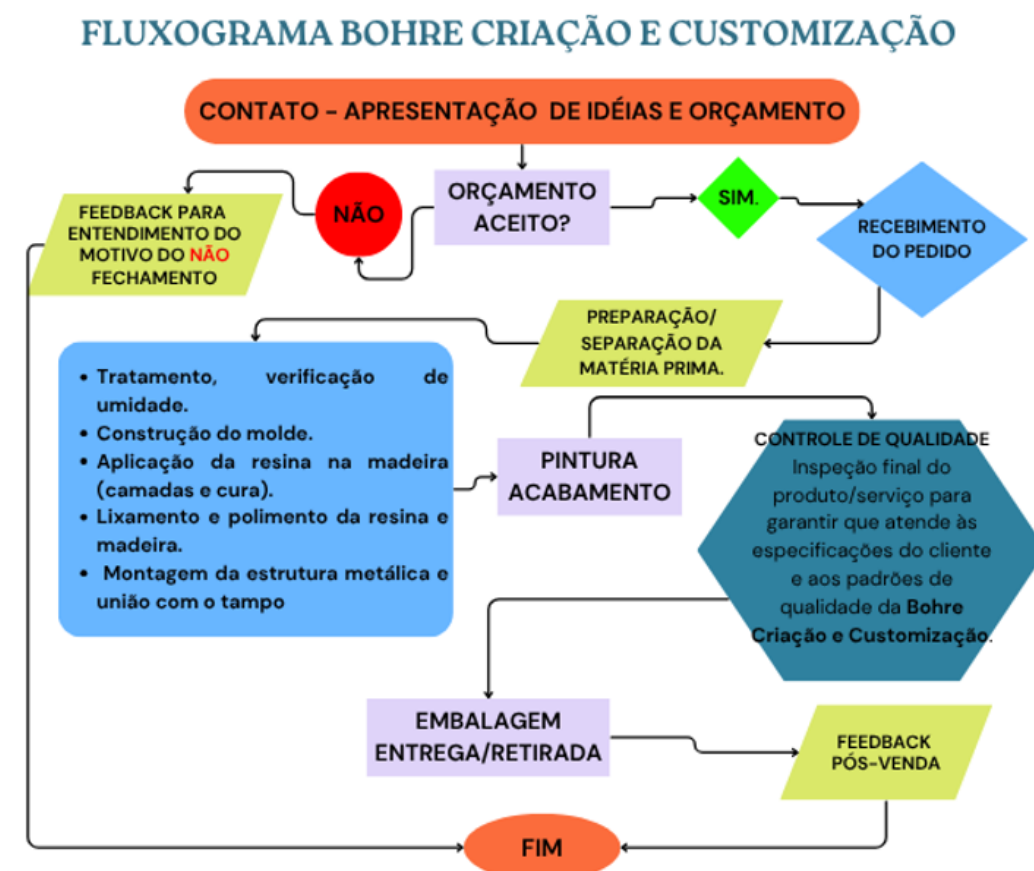
6. Controle de Qualidade:

- Inspeção final do produto/serviço para garantir que atende às especificações do cliente e aos padrões de qualidade da Bohre Criação e Customização.

7. Embalagem e Entrega/Retirada:

- Embalagem adequada do produto para transporte seguro.
- Agendamento da entrega ou notificação para retirada do cliente.
- Coleta de feedback pós-venda.

Figura 05 – Fluxograma da Bohre Criação e Customização



Fonte: elaborado pelo autor

5 GESTÃO DE PESSOAS

5.1 Estrutura Organizacional

Nesta fase inicial, a estrutura organizacional será horizontal e centralizada na figura do empreendedor/diretor, que será o único indivíduo na equipe. Ele acumulará todas as responsabilidades estratégicas, operacionais, de marketing e financeiras. Essa abordagem minimiza os custos fixos e permite maior agilidade na tomada de decisões e na adaptação às demandas do mercado. A gestão será focada na otimização dos processos individuais e na disciplina para o cumprimento das múltiplas funções, reconhecendo que o empreendedor é a força central da sua empresa, responsável por gerir e organizar todas as partes do negócio para garantir o funcionamento adequado. A centralização do controle e da tomada de decisão é uma característica comum em *startups* e microempresas, onde o fundador frequentemente assume múltiplos papéis conforme aponta Dornelas (2018).

5.2 Políticas de Gestão de Pessoas

Considerando que todo o processo produtivo e a gestão serão exercidos pelo próprio empreendedor, deve-se buscar formação contínua visando o desenvolvimento de diferentes habilidades e competências. Atualmente o empreendedor está concluindo o Curso de Administração e possui as seguintes formações: Curso de Marcenaria 4.0, Resina Epóxi, construção e criação de Móveis com Resina, Laminação de Fibra de Vidro e Carbono. Está recebendo atualmente uma Mentoria sobre Laminação. Tendo em vista esse contexto, as políticas de "gestão de pessoas" se transformam em políticas de autogestão e desenvolvimento profissional contínuo. Os pilares serão:

Autodesenvolvimento: Busca constante por aprimoramento de habilidades técnicas (marcenaria, resina, pintura) e de gestão como, marketing, finanças, vendas e operações, através de cursos, *workshops* e literatura especializada. A capacidade de aprendizado contínuo é fundamental para o sucesso de um empreendedor individual, permitindo a adaptação a novas tecnologias e tendências de mercado.

Gestão do Tempo e Produtividade: Implementação de técnicas de organização e priorização para conciliar as demandas de produção, vendas, atendimento e administração, maximizando a eficiência do tempo que será dedicado ao negócio. A autogestão do tempo é crucial para evitar a sobrecarga e garantir que todas as áreas do negócio recebam a atenção necessária.

Bem-estar e Saúde: Consciência sobre a importância de pausas estratégicas, descanso adequado e manutenção da saúde física e mental para a sustentabilidade do negócio a longo prazo e prevenção de *burnout*. O cuidado com o bem-estar do empreendedor é um fator crítico para a longevidade da empresa.

Planejamento de Crescimento Futuro: Definição de critérios claros para a futura contratação de colaboradores, incluindo a identificação de necessidades específicas de mão de obra e o perfil desejado para a equipe, sempre alinhado ao crescimento projetado e à capacidade de investimento da empresa.

5.3 Fatores Críticos para Gestão de Pessoas

Neste modelo inicial, os fatores críticos para o sucesso da autogestão são:

Autodisciplina e Organização: Essenciais para gerenciar múltiplas funções sem sobrecarga e manter a produtividade. A falta de planejamento e organização é um dos principais desafios para pequenas empresas.

Capacidade de Adaptação e Aprendizado Contínuo: O mercado de design e de materiais avançados como fibra de carbono e resina está em constante evolução, exigindo atualização constante das técnicas e processos. A adaptação às mudanças do mercado, e a inovação.

Resiliência e Gestão de Estresse: O empreendedorismo solo pode ser desafiador, com a necessidade de lidar com imprevistos e pressões. A capacidade de manter a calma e a motivação é fundamental para superar os obstáculos.

Construção e Manutenção de Rede de Contatos (*Networking*): A capacidade de construir uma rede de contatos sólida e parcerias estratégicas com fornecedores, clientes e outros profissionais será vital para compensar a ausência de equipe interna e buscar sinergias.

Visão de Longo Prazo: Manter o foco nos objetivos de crescimento e na expansão futura, mesmo diante dos desafios iniciais, é crucial para a motivação e o desenvolvimento do negócio.

5.4 Descrição de Cargos e Salários

Nesta fase, não há "cargos" no sentido tradicional de uma empresa com funcionários, mas sim uma função multifacetada desempenhada pelo empreendedor. Para fins de registro de custo fixo e remuneração do proprietário, será definido um pró-labore.

O pró-labore do empreendedor foi definido em R\$ 2.000,00, tendo em vista que essa não é a única renda do empreendedor. Este valor foi estabelecido como um custo fixo mensal, buscando ser superior ao salário-mínimo nacional e compatível com a função multifacetada de direção, produção e comercialização, garantindo a separação das finanças pessoais e empresariais.

O pró-labore é a remuneração pela atuação do sócio na empresa, diferente da distribuição de lucros, e é considerado um custo fixo para fins contábeis e fiscais, mesmo em empresas do

Simples Nacional. Embora não haja um salário mínimo para pró-labore, ele deve ser compatível com a função exercida no mercado e a capacidade financeira da empresa.

6 SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

6.1 Estrutura de Hardware e Software

A estrutura de TI é vital para a gestão, o design e o marketing da empresa, necessitando de equipamentos robustos para lidar com softwares de modelagem 3D (se necessário) e edição de imagens/vídeos, conforme se apresenta no Quadro 02.

Quadro 02 – Estrutura de Hardware e Software

Tipo	Descrição	Justificativa
Hardware	Computador/Notebook (Processador Core i5 ou superior, 16GB RAM, SSD)	Necessário para rodar softwares de design (CAD) e edição de fotos/vídeos de alta resolução para o marketing digital.
Software	Gestão Financeira: Software de gestão simples (ex: Bitrix24, ContaAzul, Granatum,)	Essencial para registrar entradas e saídas, controlar o fluxo de caixa e o estoque de matérias-primas.
Software	Design/Modelagem: Licença básica de software de design 2D/3D (ex: SketchUp, Fusion 360, CorelDraw)	Fundamental para criar projetos personalizados de móveis e desenhar as peças de carbono.
Software	Comunicação: WhatsApp Business e ferramentas de automação de redes sociais.	Otimização do atendimento ao cliente e programação de conteúdo de marketing.

Fonte: elaborado pelo autor

7 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é a representação numérica das estratégias de marketing, operacionais e de recursos humanos, estabelecendo o capital necessário e a capacidade de geração de lucro da empresa..

7.1 Regime Tributário

O regime tributário escolhido é o Simples Nacional. A Receita Bruta Anual projetada de R\$ 210.000,00 está bem abaixo do limite máximo de 4,8 milhões do regime, tornando-o a opção mais vantajosa. A análise comparativa de impostos demonstra que o Simples Nacional tem uma alíquota total de 4% sobre a receita, substancialmente inferior ao Lucro Presumido (8,12%) e ao Lucro Real (19,31%). A escolha otimiza diretamente a Margem de Contribuição.

7.2 Investimento Fixo

O Investimento Fixo (CAPEX) (Tabela 01) totaliza R\$ 358.150,00, refletindo um projeto que integra a aquisição de maquinário especializado com a construção da infraestrutura própria.

A maior parcela desse capital, totalizando R\$ 260.000,00, é destinada a Construções, englobando o Terreno (R\$ 45.000,00) e o Barracão (R\$ 215.000,00). O investimento no imóvel próprio, embora crucial para a consolidação do patrimônio do empreendedor a longo prazo, eleva a base de capital necessário para iniciar o negócio operacional. Essa elevação tem como consequência direta uma depreciação mensal de R\$ 1.763,33, que se soma aos custos fixos.

O restante do investimento fixo é dedicado à capacidade produtiva essencial: R\$ 67.700,00 em Máquinas e Equipamentos. A alocação de R\$ 30.000,00 para a máquina CNC (Controle Numérico Computadorizado) e R\$ 5.000,00 para Máquinas de Solda atesta o foco da Bohre em alta precisão e na produção de peças metálicas robustas, elementos centrais do estilo industrial. Complementam o CAPEX os R\$ 9.450,00 em Computadores, incluindo Plotter e hardware de alta performance para design e modelagem, e R\$ 21.000,00 em Móveis e Utensílios, englobando R\$ 15.000,00 em ferramentas manuais e gabaritos, que garantem a qualidade do acabamento premium.

Tabela 01 – Investimento inicial

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	TOTAL FIXO %	DEPREC. ANUAL %
Construções	215.000,00		4,0%
Terreno e barracão	215.000,00	72,59%	
Máquinas e Equipamentos	67.700,00		10,0%
Compressor de ar100 litros Schulz	2.900,00	0,81%	
Serra 1/2 esquadrdia Hitachi	3.500,00	0,98%	
Serra 10" Dewalt	3.700,00	1,03%	
Furadeiras 18V Makita	4.500,00	1,26%	
Coletor de Pó	2.100,00	0,59%	
Serra fita Makita	4.000,00	1,12%	
Maquinas de Solda	5.000,00	1,40%	
Plaina Elétrica	2.000,00	0,56%	
Demais máquinas elétricas (Tupia, furadeira, esmerilhadeiras, serras)	10.000,00	2,79%	
CNC	30.000,00	8,38 %	
Móveis e Utensílios	21.000,00		10,0%
Ferramentas Manuais diversas (chaves, réguas, Gabaritos)	15.000,00	4,19%	
Móveis escritório	6.000,00	1,68%	
Computadores	9.450,00		20,0%
Computador Completo	5.000,00	1,40%	
Impressora	1.750,00	0,49%	
Plotter	2.700,00	0,75%	
Total Investimento Fixo	358.150,00	100%	1.763,33

Fonte: elaborado pelo autor

7.3 Capital de Giro e Investimento Total

A Necessidade de Capital de Giro para suportar a fase inicial e as operações é de R\$ 10.500,00. O Estoque Inicial necessário é de R\$ 10.000,00.

O Investimento Total consolidado, que serve de base para o cálculo de retorno de capital, atinge R\$ 368.650,00 (CAPEX R\$ 358.150,00 + CG R\$ 10.500,00). Este valor reflete o custo integral para iniciar a operação e manter o capital de reserva.

7.4 Estrutura de Custos e Despesas

A distinção clara entre custos fixos e variáveis é crucial para entender a saúde operacional da empresa.

7.4.1 Custos e Despesas Operacionais (Custo Fixo Mensal)

Esses custos são essenciais para manter a empresa em funcionamento, independentemente do volume de produção ou serviço.

Tabela 02 – Custos Fixos Mensais

Discriminação	Valor R\$
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	2.220,00
Água	100,00
Luz	200,00
Telefone	110,00
Contador	300,00
Despesas com Veículos	400,00
Material de Expediente e Consumo	100,00
Seguros	Futuro
Propaganda e Publicidade	Futuro
Depreciação Mensal	1.763,33
Manutenção	50,00
TOTAL	5.243,33

Fonte: elaborado pelo autor

O Custo Fixo Total é de R\$ 5.243,33 mensais. Os dois maiores componentes deste custo são a Retirada dos Sócios (Pró-Labore), definida em R\$ 2.220,00 (incluindo 11% de INSS sobre R\$ 2.000,00), e a Depreciação Mensal de R\$ 1.763,33. A Depreciação, alta devido ao investimento imobiliário, configura-se como um fator que onera a operação mensal.

O fato de a "Propaganda e Publicidade" e "Seguros" estarem zerados decorre da estratégia de negócios que é nichada e busca um público de alto poder aquisitivo que valoriza design, o investimento em marketing e comunicação é vital. A ausência de um orçamento dedicado a estes itens representa um risco comercial significativo, pois o sucesso da estratégia de

precificação premium depende da visibilidade e da credibilidade da marca. Além disso, a aquisição de Seguros (para o alto investimento em maquinário e para o imóvel, totalizando R\$ 358.150,00, deve ser considerada como a primeira medida de proteção e estabilização financeira após o início das atividades e estabilização do fluxo de caixa, mitigando o risco de perda total de ativos cruciais para a produção.

7.4.2 Custos Variáveis

Os custos variáveis (matéria-prima) flutuam conforme a demanda e o mix de produtos/serviços.

Tabela 03 – Custos Variáveis

Item de Custo Variável	Unidade de Medida	Custo Estimado por Unidade (R\$)	Detalhamento da Composição
Mesa Industrial Grande	Por Mesa	R\$ 3.000,00 - R\$ 4.000,00	Composição: Madeira, Resina Epóxi(internet), Pigmentos, Estrutura metálica, Lixa, verniz, embalagem, e Material de Consumo (Lixas e Discos).
Serviço Médio de Tábua de Carne	Unidade	R\$ 90,00	Composição: Madeira, Resina Epóxi(internet), Pigmentos, Lixa, verniz, embalagem, e Material de Consumo (Lixas e Discos).
Custos Variáveis Operacionais Adicionais	% sobre a Venda	3% (embutido no CV%)	Inclui energia elétrica variável do maquinário pesado e frete (se aplicável).

Fonte: elaborado pelo autor

Os Custos da Mercadoria Vendida (CMV) e Custo do Serviço (CS) somam R\$ 4.740,00, o que corresponde a 27,09% da Receita. Essa percentagem baixa é resultado da excelente margem bruta obtida no principal produto: a Mesa Industrial, que tem um custo de R\$ 4.000,00 e é vendida por R\$ 15.000,00.

Os tributos (Tabela 04), sendo o maior componente variável após o CMV, somam R\$ 4.550,00, divididos entre os Impostos Federais R\$ 875,00, e a previsão de Inadimplência de 1,5%, R\$ 262,50, também é incluída nos custos variáveis, totalizando R\$ 5.877,50 (Custo Variável estimado por produção).

Tabela 04 – Previsão de Tributação

Discriminação	Valor R\$	Base Percentual sobre Receita
Previsão de Custos (CMV + CS)	4.740,00	27,09%
Tributação Simples Nacional – DAS (Anexo II – Indústria)	875,00	5,00%
Previsão de Inadimplência	262,50	1,50%

Comissões	0,00	0,00%
Cartões de Crédito e Débito	0,00	0,00%
Outros Custos Variáveis	0,00	0,00%
Total Custos Variáveis	5.877,50	33,59%

Fonte: elaborado pelo autor

Os Custos Variáveis (CV) flutuam em proporção à Receita, considerando o custo das mercadorias (Tabela 03) e a previsão de imposto (Tabela 04) totalizam R\$ 5.877,50, representando 33,59% da Receita Total.

7.5 Faturamento

A Tabela 05 apresenta a previsão de faturamento mensal inicial.

Tabela 05 – Previsão de Faturamento Mensal

ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL					
TOTAIS	Produtos	4.540,00	16.500,00	94,3%	
	Serviços	200,00	1.000,00	5,7%	
	Total	4.740,00	17.500,00		

PRODUTOS					
Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Venda Unit.	Custo Unit.	Custo	Preço Unitário	Faturamento
Mesa de madeira com resina Epóxi Estilo Industrial (River Table) 2,5x1,00	1	4.000,00	4.000,00	15.000,00	15.000,00
Tábuas de carne	6	90,00	540,00	250,00	1.500,00
	CMV	4.540,00	TOTAL DE PRODUTOS		16.500,00

SERVIÇOS					
Descrição do Serviço	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unit.	Custo Unit.	C. Dir. Serviço	P. Venda Unit.	Faturamento
Pequenos serviços em resina	10	20,00	200,00	100,00	1.000,00
			-		-
	Custo Direto	200,00	TOTAL DE SERVIÇOS		1.000,00

Fonte: elaborado pelo autor

7.6 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) Gerencial

A DRE consolida os custos e receitas projetados para determinar o resultado operacional do empreendimento no cenário base mensal.

Tabela 06 – DRE resumida

Discriminação	Valor (R\$)	Percentual s/ Receita (%)	Análise
1. Receita Total	17.500,00	100,00%	Receita total prevista (produtos + serviços).
2. Custos Variáveis Totais	5.877,50	33,59%	Inclui CMV + DAS (5%) + inadimplência (1,5%).
3. Margem de Contribuição Bruta	11.622,50	66,41%	Reflete o poder de cobertura dos custos fixos.
4. Custos Fixos Totais (OPEX)	5.243,33	29,96%	Inclui pró-labore, contador, energia, manutenção e depreciação.
5. Resultado Operacional (Lucro)	6.379,17	36,45%	Lucro líquido após cobertura dos custos fixos e variáveis.

Fonte: elaborado pelo autor

A Margem de Contribuição (MC) de 66,41% demonstra que a estratégia de alto valor percebido e preço premium é eficaz. O Resultado Operacional Líquido projetado é de R\$ 6.379,17, correspondente a uma lucratividade de 36,45%

7.7 Análise de Viabilidade e Conclusão

A avaliação de viabilidade mede a capacidade do projeto de gerar riqueza e proporcionar um retorno financeiro aceitável sobre o capital investido.

7.7.1 Ponto de Equilíbrio (PE) e Margem de Segurança

O Ponto Equilíbrio é de R\$ 7.892,10. Com um faturamento projetado de R\$ 17.500,00, a Margem de Segurança é de 54,90%, indicando que a empresa pode ter uma queda de quase 55% no faturamento antes de começar a ter prejuízo.

7.7.2 Rentabilidade e Lucratividade

A lucratividade média mensal projetada (relação entre lucro e receita) é de 36,45%, um percentual considerado excelente para o setor. A Rentabilidade Média Mensal (relação entre lucro e Investimento Total de R\$ 368.650,00) é de 1,73%. O alto investimento fixo é o fator que dilui a rentabilidade, mas o percentual operacional é robusto.

7.7.3 Avaliação de Retorno de Capital (Fluxo de Caixa Descontado)

Os indicadores de Fluxo de Caixa Descontado (VPL e TIR) comparam a taxa de retorno do projeto com o custo de oportunidade do capital (TMA), enquanto o Payback mede o prazo de recuperação do investimento.

- TMA (Taxa Mínima de Atratividade): Definida em 11,35%.
- O Investimento Total de R\$ 368.650,00 será recuperado com o Lucro Líquido mensal aproximado de R\$ 6.379,17, resultando nos seguintes indicadores corrigidos:
- Payback (Prazo de Retorno): O período necessário para que o Investimento Total seja recuperado. A projeção, após o ajuste tributário, indica que o prazo é de 57,80 meses (aproximadamente 4 anos e 10 meses). Este resultado, em contraste com a projeção inicial (superior a 60 meses), valida a correção fiscal e demonstra a viabilidade do capital.
- ROI Anual (Rentabilidade): $(R\$ 6.379,17 \times 12 \text{ meses}) / R\$ 368.650,00 = 20,84\%$.
- TIR (Taxa Interna de Retorno): 17,00% (Valor ajustado, superior à TMA).
- VPL (Valor Presente Líquido): R\$ 264.445,34 (Positivo).
- Os resultados demonstram que, o projeto apresenta um desempenho de capital plenamente viável, com TIR e ROI superiores à TMA, e VPL positivo.

Tabela 07- Indicadores Chave de Viabilidade Econômico-Financeira

Indicador	Valor Projetado	Fórmula/Base	Status de Viabilidade
Faturamento Mensal Projetado	R\$ 17.500,00	(Lucro Anual / Investimento Total)	---
Margem de Contribuição	66,41%		Excelente
Ponto de Equilíbrio Mensal (PE)	R\$ 7.892,10		Excelente (Margem de Segurança 54,90%)
Lucratividade Média Mensal	36,45%		Excelente
ROI Anual (Rentabilidade)	20,84%		Viável (superior à TMA)
TMA (Taxa Mínima de Atratividade)	11,35%		---
Payback (Prazo de Retorno)	57,8 meses (4,8 anos)		Aceitável
TIR (Taxa Interna de Retorno)	17,00%		Viável (TIR < TMA)
VPL (Valor Presente Líquido)	R\$ 264.445,34		Inviável (VPL < 0)

Fonte: elaborado pelo autor

7.8 Parecer da Análise Econômico-Financeira

A análise econômico-financeira do Plano de Negócios Bohre Criação e Customização, com o investimento fixo de R\$ 358.150,00, reflete a alta eficiência fiscal do regime Simples Nacional (DAS 5,00%).

O modelo de negócio gera margens operacionais sólidas (Margem de Contribuição de 66,41% e Lucratividade mensal de 36,45%), confirmando o sucesso da estratégia de valor.

Os indicadores de retorno de capital são satisfatórios: o ROI anual de 20.84% supera a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) de 11,35%, e o VPL positivo de R\$ 264.445,34 e a TIR de 17,00% confirmam que o valor presente dos fluxos de caixa futuros é superior ao custo do investimento inicial.

O projeto é Plenamente Viável Financeiramente. A imobilização do capital no imóvel (Terreno + Barracão) deve ser vista como uma estratégia de construção de patrimônio de longo prazo, suportada por uma operação altamente lucrativa e com uma alta Margem de Segurança.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todo o cenário de projeções, cálculos e investimentos apresentados, a análise dos indicadores financeiros tradicionais, como a TIR, TMA e ROI, pode, à primeira vista, sugerir que o projeto não se configure como um investimento altamente atrativo para quem busca liquidez ou um retorno rápido do capital.

Contudo, essa conclusão técnica não capta a totalidade do objetivo estratégico e deve ser recontextualizada: o investimento vultoso pode e deve ser considerado e direcionado à construção de um ativo imobiliário em Naviraí, uma cidade com sólidas projeções de crescimento a médio e longo prazo.

Desta forma, o projeto se consolida como um investimento de oportunidade médio/longo prazo, onde a valorização passiva do imóvel (terreno e construção) atua como o retorno primário e forma de preservação e multiplicação de capital, eliminando a necessidade de um retorno operacional imediato.

O negócio em si, com produtos e serviços que se diferenciam radicalmente dos oferecidos na região, pode até ser encarado como um "Hobby" com grande e substancial potencial de valor agregado que, por sua natureza pioneira, naturalmente exige tempo para a consolidação.

Tendo em vista que o público-alvo demonstra uma forte tendência a valorizar o que é exclusivo, independentemente do local de produção, o plano de marketing, que é um veículo importantíssimo, será prioridade para divulgar e alavancar a marca, sendo assim uma alternativa a realocação dos recursos de depreciação do imóvel, e destinados a este fim, tendo em vista que não há a necessidade imediata desse retorno.



Assim, o investimento deve ser percebido como uma estratégia de imobilização e valorização de capital no longo prazo, alavancada pela infraestrutura em uma região de crescimento, permitindo ao negócio prosperar em seu próprio ritmo até atingir a plena lucratividade.

REFERÊNCIAS

ABDALLA, M. M., CONEJERO, M. A., OLIVEIRA, M. A. **Administração Estratégica: Da teoria à prática no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2019. 241p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DO MOBILIÁRIO (ABIMÓVEL). **Anuário Brasil Móveis 2025: Relatório Setorial da Indústria de Móveis no Brasil (Projeções e Consolidação de 2024)**. São Paulo: ABIMÓVEL, 2025. Disponível em: <https://abimovel.com/capa/dados-do-setor/>. Acesso em: 01 set. 2025.

BRAUN, L. A. Et al. Inovação, competitividade e gestão de design na indústria moveleira do Rio Grande do Sul: um estudo comparativo. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 8, n. 5, p. 38209-38226, maio 2022. DOI: 10.34117/bjdv8n5-361.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Pioneira, 2013.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION (GERA); ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (ANEGEPE); SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **GEM: Empreendedorismo no Brasil 2024: Relatório Executivo**. Brasília: Anegepe; Sebrae, 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE CIDADES**. Rio de Janeiro: IBGE, 2025. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/navirai/panorama>. Acesso em: [01/09/2025].

JOHANN, Gabriela Bertoletti et al. Práticas de Sustentabilidade, Desempenho e Competitividade na Gestão da Indústria Moveleira Exportadora. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo, v. 25, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/asoc/a/PrH4h3JZypSftXQnWhm5Sbf/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 29 out. 2025.

RESCH, S.; PEREIRA, J. A. . Diagnóstico e planejamento organizacional. In: CONEJERO, Marco Antonio; OLIVEIRA, Murilo Alvarenga; ABDALLA, Márcio Moutinho. (Org.). **Administração - Conceitos, Teoria e Prática aplicados à Realidade Brasileira**. 1ed. São Paulo: Editora Atlas, 2022, v. 1, p. 1-624.



SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE).
Tendências do mercado moveleiro: boletim de tendências. Porto Alegre: SEBRAE-RS, 2023.
6 p. Disponível em: < https://conhecimento.sebraers.com.br/wp-content/uploads/2023/08/E-BOOK-TENDENCIAS-DO-MERCADO-MOVELEIRO-13414.pdf?utm_source=thankyoupage&utm_medium=&utm_campaign=sebraeprati_inbound&utm_content=sebraeprati_inbound_conversao_MOVELEIRO_generico_MOV_ebook_boletim_de_tendencias_do_moveleiro_botao>. Acesso em: 10 out. 2025.