

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO-
UEMASUL

CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E LETRAS – CCHSL

CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

URCILENE LICES DA COSTA

PLANO DE NEGÓCIO – ATELIÊ DE ARTES

IMPERATRIZ – MARANHÃO

2026

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO-
UEMASUL

CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E LETRAS – CCHSL

CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

URCILENE LICES DA COSTA

PLANO DE NEGÓCIO – ATELIÊ DE ARTES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – Centro de Ciências Humanas, Sociais e Letras, como requisito para conclusão do curso.

Orientador: Prof. Dr. Lourival Ribeiro Chaves Júnior

IMPERATRIZ – MARANHÃO

2026

C837p

Costa, Urcilene Lices da

Plano de negócio – Ateliê de Artes. / Urcilene Lices da Costa. – Imperatriz, MA, 2026.

26 f. ; il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Administração) – Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, Imperatriz, MA, 2026.

1. Cultura. 2. Economia criativa. 3. Empreendedorismo cultural. 4. Plano de negócios. I. Título.

CDU 658

Ficha elaborada pelo Bibliotecário: **Mateus de Araújo Souza – CRB: 13/953**

URCILENE LICES DA COSTA

TÍTULO: PLANO DE NEGÓCIOS – ATELIÊ DE ARTES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão / Centro de Ciências Humanas, Sociais e Letras, como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Administração

Aprovado em: 15 /06 / 2026

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente



LOURIVAL RIBEIRO CHAVES JUNIOR

Data: 24/06/2026 20:38:38-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof(a). Dr. Lourival Ribeiro Chaves Júnior– (Orientador(a))
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL

Documento assinado digitalmente



IRACEMA ROCHA DA SILVA

Data: 24/06/2026 19:53:53-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof(a). Dra. Iracema Rocha da Silva – (Membro)
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL

Documento assinado digitalmente



THIAGO SOUSA SILVA

Data: 23/06/2026 13:30:33-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof(a). Dr. Thiago Sousa Silva – (Membro)
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL

RESUMO

Este trabalho acadêmico trata-se de um plano de negócios e tem como objetivo apresentar o Ateliê de Artes, um ateliê criativo focado na arte personalizada, no feito à mão e na valorização da cultura de Imperatriz-MA e da Região, por meio da produção artesanal e da decoração afetiva. Os dados utilizados na elaboração do plano de negócios foram obtidos por meio de pesquisa de mercado, analisando a concorrência, os fornecedores e os clientes na área de artesanato em Imperatriz-MA.

Palavras-chave: Cultura; Economia Criativa; Empreendedorismo cultural; Plano de Negócios

ABSTRACT

This academic work consists of a business plan and aims to present Studio Lenny Lices, a creative atelier focused on personalized art, handmade craftsmanship, and the appreciation of the culture of Imperatriz-MA and the surrounding region, through artisanal production and affective decoration. The data used in the preparation of the Studio Lenny Lices business plan were obtained through market research, analyzing the competition, suppliers, and customers in the handicraft sector in Imperatriz-MA.

Keywords: Culture; Creative Economy; Cultural Entrepreneurship; Business Plan

SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	7
1.1 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	7
1.2 O EMPREENDEDOR.....	8
2 ANÁLISE DE MERCADO	9
2.1 ESTUDO DOS CLIENTES.....	9
2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES.....	10
2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES.....	11
3 PLANO DE MARKETING E VENDAS	13
4 PLANO OPERACIONAL	14
5 PLANO FINANCEIRO	15
6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	19
7 AVALIAÇÃO ESTRATEGICA – ANALISE DA MATRIZ F.O.F.A	22
REFERÊNCIA	

PLANO DE NEGÓCIOS

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Nome da Empresa: Urcilene L. Costa

Nome Fantasia: Ateliê de Artes- Lenny Lices

Missão da empresa: Desenvolver, produzir e comercializar produtos que satisfaçam nossos clientes, através de peças artesanais exclusivas e afetivas produzidas com qualidade e criatividade.

Endereço Completo: Rua Gonçalves Dias, 503 Centro Imperatriz- Maranhão

Forma Jurídica: MEI (Microempreendedor Individual)

Fonte de Recurso: Recursos próprios e possível complementação por recursos de terceiros.

Telefone: (99) 99103-2234

Ramo de Atividade: Economia Criativa, Artesanato.

Data da elaboração do Plano de Negócio: 20 de maio de 2026

1.1 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO:

O Ateliê Lenny Lices será um ateliê de artesanato localizado em Imperatriz, voltado à produção e à venda de peças artesanais decorativas, como cerâmicas, casinhas de barro, vasos, filtros de barro e pinturas em tela. O diferencial da marca será a arte afetiva, o feito à mão e as oficinas criativas.

Inicialmente a empresa será MEI, administrada pela própria artesã, funcionando em espaço alugado e adequado para produção, atendimento e realização das oficinas.

1.2 O EMPREENDEDOR

Sou Urcilene Lices da Costa, natural de Imperatriz-MA, concluinte do curso de Administração com experiências na gestão administrativa que contribuíram para desenvolver organização, planejamento e visão de negócio, conhecimentos que hoje serão aplicados no meu próprio ateliê.

Além da atuação na área administrativa, Urcilene Lices também é artista plástica e artesã, possui habilidades e técnicas artísticas adquiridas com cursos e aperfeiçoamento na área. Participante ativa nas programações culturais da cidade, foi destaque em projetos nacionais com edição no Maranhão, parcerias com grandes empresas na confecção de personalizados artesanais. Apaixonada pelo artesanato e pela valorização do feito à mão, encontrou na economia criativa a oportunidade de transformar sua habilidade artística em negócio. Assim nasceu o **Ateliê Lenny Lices**, um ateliê que une arte, cultura e decoração afetiva, criando peças autorais que tenham significado. Mais do que produzir artesanato, a marca busca conexão emocional através de cada detalhe, valorizando o simples, o manual e o verdadeiro.

2. ANÁLISE DE MERCADO

2.1 Estudo dos Clientes

2.1.1 CLIENTES

Será composto por pessoas que valorizam produtos personalizados, além de clientes que buscam presentes exclusivos afetivos e decoração artesanal.

Com base em tendências da Economia Criativa e no mercado regional, identificam-se vários clientes potenciais:

Mulheres adultas (25–65 anos) – principal público dos produtos artesanais. Valorizam itens para decoração e presentes. Muitas têm renda estável e são sensíveis a valores culturais e afetivos.

Pais e mães jovens (25–40 anos) – procuram artesanato para quartos infantis ou presentes personalizados. Exemplo: mães interessadas em produtos únicos e decorativos.

Turistas (30–60 anos) – visitantes nacionais e estrangeiros que desejam lembranças autênticas. Compram peças de artesanato que refletem a identidade local.

Consumidores criativos (18–35 anos) – perfil urbano, buscando peças sustentáveis e personalizadas. Seguem artesãos nas redes sociais.

2.2 Estudo dos Concorrentes

O **Ateliê de Artes** está inserido em um mercado competitivo, especialmente no segmento de artesanato personalizado e economia criativa em Imperatriz – MA. Entre os principais concorrentes destacam-se:

2.2.1 Concorrente direto;

Concorrente 1. Centro de Artesanato de Imperatriz

Representa um importante polo de comercialização e fortalecimento do artesanato local, reunindo diversos artesãos e promovendo a valorização cultural da região.

O espaço funciona como vitrine coletiva para produtos como cerâmica, macramê, crochê, pinturas, artes em madeira, sementes, fibras, palhas e diversas

expressões artesanais regionais. Além disso, o local oferece cursos e oficinas que incentivam a capacitação de novos artesãos e o fortalecimento do empreendedorismo criativo.

Concorrente 2. Lojas As Silvas, por atuar no formato de loja colaborativa, apresenta um modelo de negócio que favorece a exposição de diferentes marcas e produtores em um mesmo espaço, ampliando o alcance comercial e a visibilidade dos artesãos locais. Esse formato fortalece a economia criativa ao permitir que pequenos empreendedores compartilhem custos operacionais e ampliem sua presença no mercado.

Diante desse cenário, o ateliê busca se diferenciar por meio da personalização afetiva, da identidade visual própria e da produção autoral voltada para experiências emocionais. Enquanto os concorrentes atuam com forte diversidade de produtos e estrutura coletiva, o Studio concentra sua proposta no atendimento personalizado e na criação de peças exclusivas com forte valor simbólico.

Esse posicionamento estratégico permite ao Ateliê ocupar um espaço específico no mercado, fortalecendo sua marca e criando vantagem competitiva baseada na exclusividade e no relacionamento com o cliente.

2.2.2 Concorrente indireto

Além dos concorrentes diretos, o ateliê de artes também enfrenta concorrência indireta, especialmente de fornecedores e estabelecimentos que comercializam peças de cerâmica prontas, sem personalização artística.

Esses concorrentes atuam oferecendo produtos com menor custo e maior rapidez na entrega, atendendo consumidores que priorizam preço e praticidade em vez da exclusividade. Entre eles estão lojas de decoração, depósitos de cerâmica, feiras livres e fornecedores locais de peças prontas para uso imediato.

No caso específico do ateliê, esses fornecedores representam uma concorrência indireta porque parte do público pode optar pela compra de peças já finalizadas, sem o processo de personalização artesanal.

Entretanto, o diferencial competitivo do ateliê permanece na transformação dessas peças em produtos únicos, agregando valor artístico, identidade visual e

significado emocional ao produto final. Dessa forma, enquanto o concorrente indireto vende a base material, o Ateliê comercializa experiência, exclusividade e valor simbólico.

Essa distinção reforça o posicionamento estratégico do empreendimento dentro da economia criativa, destacando que o principal valor entregue não está apenas no objeto físico, mas na personalização e na conexão afetiva gerada com o cliente.

2.3 Estudo dos Fornecedores

Para o funcionamento do ateliê, a escolha dos fornecedores é uma etapa fundamental, pois influencia diretamente na qualidade final das peças, no prazo de produção e na satisfação do cliente.

Os principais fornecedores do negócio são os fabricantes e revendedores de cerâmica crua e pronta para personalização, lojas de tintas, materiais para artesanato, pincéis, vernizes, embalagens e itens decorativos complementares.

2.3.1 De quem vou comprar

A aquisição dos insumos ocorre principalmente com fornecedores locais de cerâmica artesanal, depósitos de barro, lojas de artesanato e papelarias especializadas, além de distribuidores de tintas e materiais artísticos. Entre os principais parceiros indiretos estão artesãos produtores de bases cerâmicas, pequenos fabricantes regionais e centros de comercialização de artesanato em Imperatriz e região.

2.3.2 Como atuam no mercado

Esses fornecedores atuam de forma tradicional e direta, com vendas presenciais e encomendas sob demanda. Muitos trabalham com produção manual e de pequena escala, especialmente no caso da cerâmica artesanal, o que exige planejamento antecipado.

Alguns operam por pronta entrega, enquanto outros trabalham exclusivamente sob encomenda, principalmente quando se trata de peças maiores ou em quantidade personalizada.

2.3.3 Nível de exigência deles

O nível de exigência costuma envolver pedidos mínimos, principalmente para compras em atacado, além da necessidade de confirmação antecipada para produção personalizada. Em alguns casos, exige-se pagamento parcial antecipado para garantir a reserva ou o início da produção, especialmente com fornecedores artesanais.

2.3.4 Prazos de entrega e pagamento

Os prazos variam conforme o tipo de material. Produtos de pronta entrega possuem disponibilidade imediata, enquanto peças cerâmicas personalizadas podem levar de 5 a 15 dias para entrega.

As formas de pagamento normalmente incluem PIX, transferência bancária e pagamento parcelado em compras maiores. Alguns fornecedores trabalham com entrada de 50% e restante na entrega.

2.3.5 Fornecimento dos produtos

O fornecimento ocorre de forma contínua e programada, de acordo com a demanda de encomendas do ateliê. Como o modelo de negócio trabalha com produção personalizada, o controle de estoque tende a ser reduzido, priorizando compras planejadas e evitando desperdícios.

Esse modelo contribui para melhor gestão financeira e maior eficiência operacional, além de permitir flexibilidade na criação de novas linhas de produtos.

3. PLANO DE MARKETING E VENDAS

3.1 PRODUTOS (ver apêndice I)

1 – Cerâmica: Pratos de cerâmica decorativos; Filtro de barro; Casinhas de barro decorativas e Vasos decorativos.

2 – Oficinas: Pintura em Cerâmica e Pintura em Telas

No Ateliê, o produto principal é a arte personalizada aplicada em peças artesanais, como vasos de barro, pratos decorativos, filtros personalizados, telas artísticas e objetos de decoração afetiva. O objetivo não é apenas vender um item decorativo, mas oferecer exclusividade, identidade e valor emocional ao cliente.

O produto será artesanal, personalizado e visualmente atrativo, com excelente acabamento e qualidade. Cada peça transmite autenticidade e reflete o estilo da marca, valorizando o trabalho manual e a criatividade.

3.2 PREÇOS

Estrutura escalonada (mini marca premium).

Ex.: linha básica (margem de 30%), linha premium (margem de 70%). Aplicar custo/preço final realista.

Para vendas online, o frete será incluído no cálculo de preço. Acompanhar preços da concorrência local (Ex.: Centro de Artesanato, Feira Cultural) e ajustar sazonalmente.

PRODUTOS

pratos de cerâmica P- 45,00	Casinhas de barro P- 45,00	Vasos P- 55,00	Oficinas- 180,00 por pessoas
pratos de cerâmica M- 65,00	Casinhas de barro M- 75,00	Vasos M- 95,00	
pratos de cerâmica G- 110,00	Casinhas de barro G- 140,00	Vasos G- 160,00	

3.3 PRAÇA

Loja/Ateliê física: ponto no Centro para visibilidade turística.

Feiras locais: participação mensal ou bimensal em feiras de Imperatriz (ex.: Feira Cultural e eventos comemorativos) para vendas diretas.

Online: Cadastro no “Feito Aqui” (gratuito, público municipal). E-commerce em plataformas de artesanato (Elo7, Mercado Livre) para alcançar todo o Brasil.

Redes sociais: Página no Instagram e catálogo no WhatsApp

3.4 PROMOÇÃO

Para tornar os produtos do Ateliê Lenny Lices conhecidos, será necessário investir em presença digital constante, relacionamento com o cliente e fortalecimento da identidade visual da marca.

Como se trata de produtos artesanais e altamente visuais, o processo de divulgação mostrará não apenas o produto final, mas também o processo criativo, os detalhes da produção manual e o significado de cada peça. Além disso, a participação em feiras de artesanato, exposições culturais e eventos locais contribui para ampliar a visibilidade da marca e alcançar novos consumidores.

Espera-se que o marketing de indicação também ocorra, pois clientes satisfeitos tendem a recomendar o trabalho para outras pessoas, gerando novas oportunidades de venda.

4. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional do ateliê tem como objetivo organizar todas as etapas, desde a divulgação, do atendimento ao cliente até a entrega final dos produtos e realização das oficinas.

Etapa 1- Divulgação e Atendimento

A divulgação ocorrerá principalmente por: Instagram, WhatsApp, Feiras Artesanais, Indicação de Clientes.

O Atendimento será realizado através do link do WhatsApp, onde será explicados as etapas do processo e prazo para o cliente, buscando sempre compreender a necessidade do cliente.

Etapa 2- Recebimento da Pedido

Após o contato, o pedido será registrado, em que serão definidos: modelo da peça, cores, quantidade, prazo e forma de pagamento.

Etapa 3- Desenvolvimento da Peça

A produção seguirá da seguinte forma: Separação dos materiais, preparação da peça, pintura artesanal, acabamento, secagem e embalagem. Todo o processo será manual e personalizado, respeitando a identidade artística da marca.

Etapa 4- Controle de Qualidade

Antes da entrega, faremos a verificação da pintura, acabamento, limpeza da peça, conferência do pedido, embalagem adequada e exclusiva da marca (papel Kraft personalizado).

Etapa 5- Entrega do Pedido

As entregas poderão ocorrer por: retirada no ateliê, entrega local, envio por transportadora/correios.

5. PLANO FINANCEIRO

INVESTIMENTO INICIAL	NECESSÁRIO
Máquinas e Equipamentos	R\$ 3.449,00
1.Notebook e celular para atendimento	R\$ 2.700,00
2.Impressora	R\$ 500,00
3.Furadeira/parafusadeira	R\$ 249,00
Móveis e Utensílios	R\$ 5.375,00
1.Bancada principal de trabalho	R\$ 550,00
2.Mesa de Apoio	R\$ 250,00
3.Cadeira	R\$ 180,00
4.Estante Organizadora e Prateleiras	R\$ 440,00
5.02 Mesas para oficinas (05 lugares cada)	R\$ 900,00
6.10 cadeiras para oficinas	R\$ 900,00
7.Estante Organizadora e Prateleiras-materiais oficinas	R\$ 440,00
8.02 Cavaletes para Oficina de Telas	R\$ 180,00
9.Kit ferramentas manuais: tintas acrílicas, verniz, pinceis, lixas	R\$ 880,00

10.Embalagem e Identidade Visual	R\$ 505,00
11.Materiais auxiliares	R\$ 150,00
Reformas Iniciais	R\$ 800,00
1.Pintura e adaptação do espaço	R\$ 800,00
TOTAL	R\$ 9.624,00

FONTES	R\$
Recursos Próprios	R\$ 5.000,00
Recursos de terceiros	R\$ 7.000,00
TOTAL	R\$ 12.000,00

5.1 CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS

CUSTOS FIXOS	R\$
1. Aluguel	R\$ 1.100,00
2. Telefone	R\$ 100,00
3. Material expediente	R\$ 50,00
4. Contador	R\$ 250,00
5. Pró-labore	R\$ 1.500,00
6. Internet	R\$ 110,00
7. Energia	R\$ 350,00
TOTAL	R\$ 3.460,00

CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ %
SIMPLES (Comercio + serviços)	R\$ 82,05
Custo das Mercadorias (estoque inicial)	R\$ 1.500,00
TOTAL	R\$ 1.582,05

CAPITAL DE GIRO	TOTAL
R\$ 5.042,05 X 3	R\$ 15.126,15

5.2 ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA

Especificação	Mês 01	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6
1. RECEITA DE VENDAS - BRUTA	6.155,00	6.247,32	6.341,02	6.436,13	6.532,67	6.630,66
CUSTOS VARIÁVEIS	1.500,00	1.522,50	1.545,34	1.568,32	1.592,05	1.615,93
Simples	82,05	82,05	82,05	82,05	82,05	82,05
2. TOTA DOS CUSTOS VARIÁVEIS	1.582,05	1.604,55	1.627,39	1.650,57	1.674,10	1.697,98
3. MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	4.572,95	4.642,77	4.713,63	4.785,56	4.858,57	4.932,68
4. CUSTOS FIXOS	3.460,00	3.460,00	3.460,00	3.460,00	3.460,00	3.460,0
5. LUCRO LÍQUIDO	1.112,95	1.182,77	1.253,63	1.325,56	1.398,57	1.472,68

Nota: cálculo feito com base de crescimento de 1,5 % ao mês

INDICADORES

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A margem de contribuição demonstra o quanto das vendas da empresa “contribui” para pagar os custos fixos e gerar lucro.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO			
FATURAMENTO – CUSTOS VARIÁVEIS	6.155 - 1.582,05	4.572,95	0,7429 OU
<u>FATURAMENTO</u>	<u>6.155</u>	<u>6.155</u>	74,29%

PONTO DE EQUILÍBRIO

O ponto de equilíbrio demonstra a venda mínima que sua empresa deve alcançar para não ter prejuízo.

PONTO DE EQUILÍBRIO		
CUSTOS FIXOS	3.460,00	4.657,42
<u>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</u>	<u>0,7429</u>	

RENTABILIDADE

A rentabilidade é o percentual que representa o quanto rende mensalmente o resultado da empresa em relação ao investimento total.

TAXA DE RETORNO DE INVESTIMENTO		
$\frac{\text{LUCRO LÍQUIDO}}{\text{INVESTIMENTO}}$	$\frac{1.112,95 \times 100}{14.666,05}$	7,59 %

PRI:

O retorno do investimento representa quantos meses a empresa levará para, através do lucro obtido, retornar aos sócios o investimento total realizado.

PRAZO RETORNO DO INVESTIMENTO		
$\frac{\text{INVESTIMENTO}}{\text{LUCRO LÍQUIDO}}$	$\frac{14.666,05}{1.112,95}$	13,18 meses OU 1 ano e 1 mês

ESTOQUE INICIAL			
PRODUTOS	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
pratos de cerâmica P	05	20,00	100,00
pratos de cerâmica M	05	25,00	125,00
pratos de cerâmica G	03	40,00	120,00
Casinhas de barro P	04	15,00	60,00
Casinhas de barro M	05	25,00	125,00
Casinhas de barro G	05	45,00	225,00
Filtro de barro	01	220,00	220,00
Vasos P	05	20,00	100,00

Vasos M	05	35,00	175,00
Vasos G	05	50,00	250,00
TOTAL	43	R\$ 495,00	R\$ 1.500,00

6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

CENÁRIO REALISTA

PRODUTOS	Venda por mês	Valor Unitário	Faturamento mês	Faturamento ano
pratos de cerâmica P	6	45,00	270,00	3.240,00
pratos de cerâmica M	6	65,00	390,00	4.680,00
pratos de cerâmica G	3	110,00	330,00	3.960,00
Casinhas de barro P	5	45,00	225,00	2.700,00
Casinhas de barro M	6	75,00	450,00	5.400,00
Casinhas de barro G	6	140,00	840,00	10.080
Filtro de barro	1	470,00	470,00	5.640,00
Vasos P	6	55,00	330,00	3.960,00
Vasos M	6	95,00	570,00	6.840,00
Vasos G	3	160,00	480,00	5.760,00
Oficinas	01 - 10 alunos	180,00	1.800,00	21.600,00
TOTAL	48	R\$ 1.450,00	R\$ 6.155,00	R\$ 73.860,00

Faturamento Total = 6.155,00/48 vendas

Total: 128,22

CENÁRIO PESSIMISTA

PRODUTOS	Venda por mês	Valor Unitário	Faturamento mês	Faturamento ano
pratos de cerâmica P	4	45,00	180,00	2.160,00
pratos de cerâmica M	4	65,00	260,00	3.120,00
pratos de cerâmica G	2	110,00	220,00	2.640,00
Casinhas de barro P	4	45,00	180,00	2.160,00
Casinhas de barro M	5	75,00	375,00	4.500,00
Casinhas de barro G	5	140,00	700,00	8.400,00
Filtro de barro	1	470,00	470,00	5.640,00
Vasos P	4	55,00	220,00	2.640,00
Vasos M	4	95,00	380,00	4.560,00
Vasos G	2	160,00	320,00	3.840,00
Oficinas	01 – 10 alunos	180,00	1.800,00	21.600,00
TOTAL	45		R\$ 5.105,00	R\$ 61.260,00

Faturamento Total = 5.105,00/45 vendas

Total: 113,44

CENÁRIO OTIMISTA

PRODUTOS	Venda por mês	Valor Unitário	Faturamento mês	Faturamento ano
pratos de cerâmica P	7	45,00	315,00	3.780,00
pratos de cerâmica M	7	65,00	455,00	5.460,00
pratos de cerâmica G	4	110,00	440,00	5.280,00
Casinhas de barro P	6	45,00	270,00	3.240,00
Casinhas de barro M	7	75,00	525,00	6.300,00
Casinhas de barro G	7	140,00	980,00	11.760,00
Filtro de barro	1	470,00	470,00	5.640,00
Vasos P	7	55,00	385,00	4.620,00
Vasos M	6	95,00	570,00	6.840,00
Vasos G	3	160,00	480,00	5.760,00
Oficinas	01 – 10 alunos	180,00	1.800,00	21.600,00
TOTAL	65		R\$ 6.690,00	R\$ 80.280

Faturamento Total = 6.690/65 vendas

Total: 102,92

7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA – ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A

Facilidades Externas (Oportunidades)	Dificuldades Externas (Ameaças)
<ol style="list-style-type: none">1. Leis de Incentivo e Apoio a Cultura2. Parcerias com Instituições Públicas e Privadas3. Demanda crescente por produtos artesanais4. Participação em feiras de artesanato5. Datas comemorativas	<ol style="list-style-type: none">1. Lojas As Silvas2. Centro de Artesanato de Imperatriz3. Artesão Individual
Facilidades Internas (Pontos fortes)	Dificuldades Internas (Pontos fracos)
<ol style="list-style-type: none">1. Pintura artística exclusiva2. Experiência artística3. Produto Afetivo	<ol style="list-style-type: none">1. Pouco recurso2. Dependência de fornecedores para a matéria prima3. Baixa visibilidade da marca

8. FECHAMENTO DO PLANO

Os dados utilizados na elaboração do plano de negócios do Ateliê Lenny Lices foram obtidos por meio de pesquisa de mercado, analisando a concorrência, os fornecedores e os clientes na área de artesanato em Imperatriz-MA.

Nas pesquisas de mercado, levei em consideração a grande procura por produtos artesanais, personalizados e afetivos, principalmente no setor da Economia Criativa.

A análise da concorrência foi realizada a partir da observação e vivência nas Silvas Redes Criativas e ASSARI Centro de Artesanato de Imperatriz, onde pude entender como os artesãos individuais trabalham e quais as oportunidades encontraram para vender seus artesanatos.

Os valores foram baseados em lojas físicas, fornecedores locais e preços já cobrados no mercado de artesanato local.

REFERÊNCIA

ARTESÃO(A) MEI — CNAE 3299-0/99: DAS e como abrir. *MEI*. Disponível em: <https://mei.com.br>. Acesso em: 18 de abril de 2026.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Como elaborar um plano de negócios*. Brasília: Sebrae, 2013.

Disponível em:

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf). Acesso em: 20 de abril 2026.

APÊNDICE



Pratos de cerâmica



Pratos P – 15 cm
R\$ 45,00



Pratos M – 20 cm
R\$ 65,00



Pratos G – 30 cm
R\$ 110,00



Casinhas de cerâmica

P - R\$ 45,00 M - R\$ 75,00 G - R\$ 140,00



Filtro de cerâmica

R\$ 470,00