



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

JANINE NAYARA DA SILVA BONIFÁCIO MARTINS

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA ABERTURA DE UMA GRÁFICA DE
PRODUTOS PERSONALIZADOS: SUSTENTABILIDADE, INOVAÇÃO
E ATENDIMENTO DIGITAL COMO DIFERENCIAIS
COMPETITIVOS.**

MOSSORÓ/RN

2025

JANINE NAYARA DA SILVA BONIFÁCIO MARTINS

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA ABERTURA DE UMA GRÁFICA DE
PRODUTOS PERSONALIZADOS: SUSTENTABILIDADE, INOVAÇÃO
E ATENDIMENTO DIGITAL COMO DIFERENCIAIS
COMPETITIVOS.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA),
Centro de Ciências Sociais Aplicadas e Humanas como
requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em
Administração.

Orientador(a): Profa. Danielle de Araújo Bispo

MOSSORÓ/RN

2025

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

M383p Martins, Janine Nayara da Silva Boniacio.
PLANO DE NEGÓCIOS PARA ABERTURA DE UMA GRÁFICA
DE PRODUTOS PERSONALIZADOS: SUSTENTABILIDADE,
INOVAÇÃO E ATENDIMENTO DIGITAL COMO DIFERENCIAIS
COMPETITIVOS. / Janine Nayara da Silva Boniacio
Martins. - 2025.
75 f. : il.

Orientadora: Danielle de Araújo Bispo.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Administração,
2025.

1. Plano de negócio. 2. Atendimento digital. 3.
Sustentabilidade. 4. Logística reversa. I. Bispo,
Danielle de Araújo, orient. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada por sistema gerador automático em conformidade
com AACR2 e os dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Biblioteca Campus Mossoró / Setor de Informação e Referência
Bibliotecária: Keina Cristina Santos Sousa e Silva
CRB: 15/120

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

Janine Nayara da Silva Bonifácio Martins

Plano de negócios para abertura de uma gráfica de produtos personalizados: sustentabilidade, inovação e atendimento digital como diferenciais competitivos

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA), Centro de Ciências Sociais Aplicadas e Humanas como requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em Administração.

Defendida em: 30/07/2025

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 DANIELLE DE ARAUJO BISPO
Data: 05/08/2025 19:38:53-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Danielle de Araújo Bispo, Prof^a. Dra. (UFERSA)

Presidente

Documento assinado digitalmente
 JUDSON DA CRUZ GURGEL
Data: 06/08/2025 16:51:09-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Judson da Cruz Gurgel, Prof. Dr. (UFERSA)

Membro Examinador

Documento assinado digitalmente
 JULIANA CARVALHO DE SOUSA
Data: 06/08/2025 15:11:52-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Juliana Carvalho de Sousa, Prof^a. Dr^a. (UFERSA)

Membro Examinador

Dedico este trabalho à memória de minha irmã, Janielly Nara da Silva Bonifácio, minha maior incentivadora e responsável por minha inscrição na faculdade. Que ele seja uma singela homenagem à grande mulher que você foi e ao legado que deixou em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me fortalecer em cada etapa dessa caminhada e por me permitir chegar até aqui com fé e perseverança.

Ao meu companheiro, pelo incentivo constante, pela paciência nos momentos difíceis e pelo apoio incondicional ao longo desta jornada.

À minha orientadora, Profa. Danielle de Araújo Bispo, pela orientação atenciosa, pela paciência e pelos ensinamentos que foram essenciais para a construção deste trabalho.

Aos colegas, amigos e professores do curso de Administração da UFERSA, que contribuíram, de diferentes formas, com conhecimento, trocas e apoio ao longo da graduação.

E, especialmente, agradeço a mim mesma. Pela coragem de começar, pela persistência em continuar, mesmo quando tudo parecia difícil, e pela determinação de transformar desafios em conquistas. Este trabalho é fruto de esforço, disciplina e superação, e é também uma prova de que sou capaz de realizar tudo o que me proponho.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo desenvolver um plano de negócio para a criação de uma gráfica especializada em produtos personalizados, localizada na cidade de Mossoró/RN. A proposta parte da necessidade identificada no mercado local por serviços gráficos mais ágeis, criativos e adaptáveis às exigências dos consumidores modernos. O modelo de negócio propõe uma operação híbrida, com produção física de pequeno porte e atendimento totalmente digital, alinhado às novas dinâmicas de consumo e relacionamento com o cliente. A empresa se diferencia por oferecer soluções sob demanda, com foco em personalização, sustentabilidade e excelência no atendimento. O plano aborda as dimensões estratégicas, operacionais, financeiras e mercadológicas da futura empresa, utilizando ferramentas como análise SWOT, modelo Canvas e princípios de logística reversa como diferencial competitivo. O desenvolvimento do plano permitiu uma análise aprofundada da viabilidade do empreendimento, considerando o contexto regional e as tendências do setor gráfico. Conclui-se que o negócio é viável, inovador e possui potencial de crescimento sustentável, promovendo ainda o fortalecimento do empreendedorismo feminino e a valorização de práticas socioambientais responsáveis.

Palavras-chave: plano de negócio; gráfica personalizada; empreendedorismo feminino; sustentabilidade; logística reversa; atendimento digital.

ABSTRACT

This study aims to develop a business plan for the creation of a print shop specialized in customized products, located in Mossoró, Rio Grande do Norte, Brazil. The proposal arises from an identified demand in the local market for faster, more creative, and adaptable graphic services to meet the needs of modern consumers. The business model suggests a hybrid operation, combining small-scale physical production with fully digital customer service, aligned with new consumption patterns and client relationship dynamics. The company will stand out by offering on-demand solutions focused on personalization, sustainability, and service excellence. The plan addresses the strategic, operational, financial, and marketing dimensions of the future enterprise, employing tools such as SWOT analysis, the Business Model Canvas, and reverse logistics principles as a competitive advantage. The development of this plan enabled an in-depth analysis of the project's feasibility, considering the regional context and trends in the printing industry. The results indicate that the business is viable, innovative, and has potential for sustainable growth, while also promoting female entrepreneurship and reinforcing socially and environmentally responsible practices.

Keywords: business plan; customized print shop; female entrepreneurship; sustainability; reverse logistics; digital customer service.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – ORGANOGRAMA.....	18
FIGURA 2 - MODELO CANVAS.....	26
FIGURA 4 - LAYOUT DA FÁBRICA.....	28
FIGURA 5 – PROCESSO ATENDIMENTO AO CLIENTE.....	30
FIGURA 6 – PROCESSO CRIAÇÃO E DESIGN.....	31
FIGURA 7 – PROCESSO DE IMPRESSÃO	32
FIGURA 8 – PROCESSO CORTE E ACABAMENTO	32
FIGURA 9 – PROCESSO CADERNOS E AGENDAS	33
FIGURA 10 – PROCESSO DE INSPEÇÃO VISUAL	34
FIGURA 11 – PROCESSO DE ENTREGA E EXPEDIÇÃO	35
FIGURA 12 – CADEIA DE SUPRIMENTOS.....	36
FIGURA 13 – LOGÍSTICA REVERSA.....	37
FIGURA 14 – LOGO PRINCIPAL.....	39
FIGURA 15 –LOGO INVERSA	39
FIGURA 16 – LOGO REDUZIDA.....	40
FIGURA 17 – GRÁFICO DE FAIXA ETÁRIA	42
FIGURA 18 – GRÁFICO DE GÊNERO.....	42
FIGURA 19 – GRÁFICO DE UTILIZAÇÃO DOS SERVIÇOS GRÁFICOS.....	42
FIGURA 20- GASTO MÉDIO EM SERVIÇOS GRÁFICOS.....	43
FIGURA 21 – SERVIÇOS GRÁFICOS MAIS CONSUMIDOS	43
FIGURA 22 – TIPO DE ATENDIMENTO	44
FIGURA 23 – DÉFICIT NO MERCADO	44
FIGURA 24 – SISTEMA DE CASHBACK.....	45

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 –ESTUDO DE DEMANDA	46
QUADRO 2 – METAS DE VENDAS DE CURTO PRAZO.....	47
QUADRO 3 - METAS DE VENDA A LONGO PRAZO	48
QUADRO 4- PRODUTOS VENDIDOS EM VAREJO E ATACADO.	50
QUADRO 5 - PRODUTOS VENDIDOS APENAS EM ATACADO	50
QUADRO 6 – SERVIÇOS ESPECIAIS.....	51
QUADRO 7 – LISTA DE INSUMOS UTILIZADOS NA PRODUÇÃO DOS PRODUTOS	52

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – LISTA DOS EQUIPAMENTOS.....	29
TABELA 2 – PRECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS.....	49
TABELA 3 – VALORES DE INVESTIMENTO INICIAL	52
TABELA 4- CUSTOS DE ABERTURA.....	52
TABELA 5 – ESTOQUE INICIAL	53
TABELA 6 – EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS	53
TABELA 7 - MÓVEIS.....	55
TABELA 8 – CAPITAL DE GIRO.....	55
TABELA 9 – PRECIFICAÇÃO DE UM CADERNO	58
TABELA 10 – PROJEÇÃO DE DESPESAS E CUSTOS MENS AIS	59
TABELA 11 – PROJEÇÃO DAS DESPESAS E CUSTOS ANUAIS	60
TABELA 12 – DEPRECIACÃO	61
TABELA 14 - PROJEÇÃO DE RECEITA- CENÁRIO PESSIMISTA.....	62
TABELA 15 - PROJEÇÃO DE RECEITA- CENÁRIO OTIMISTA.....	63
TABELA 16-PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA – CENÁRIO REALISTA	64

Sumário

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 Objetivo Geral	14
1.2 Objetivos Específicos	15
1.3 Justificativas	15
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	16
2.1 Dados do empreendimento - Gráfica Papel de Cor	16
2.2 Visão	16
2.3 Missão	16
2.4 Valores	16
3 EMPRESA	17
3.1 Descrição dos sócios	17
3.2 Funcionários.....	17
3.3 Localização	18
3.4 Regime tributário inicial.....	18
4. PRODUTO	19
4.1 Descrição do (s) produto (s)	19
4.2 Estratégias para o desenvolvimento do produto.....	19
4.3 Descrição da tecnologia utilizada no produto e na fabricação	20
5. ESTRATÉGIA	20
5.1 Descrição do Mercado.....	20
5.2 Planejamento Estratégico	21
5.3 Análise SWOT	22
5.3.1 Oportunidades.	23
5.3.2 Forças:	23
5.3.3 Fraquezas.....	23
5.3.4 Ameaças	23
5.4 Segmento de Clientes	24
5.5 Descrição dos aspectos da gestão.....	25
5.6 Modelo e estratégia de negócio.....	25
6. OPERACIONAL.....	27
6.1 Descrição das instalações	27
6.1.1 Layout	27
6.2 Descrição de máquinas e equipamentos.....	28
6.3 Descrições dos processos	30
6.3.1 Atendimento ao Cliente.....	30
6.3.2.....	30

Criação e Design	30
6.3.3 Impressão	31
6.3.4 Corte e Acabamento	32
6.3.5 Cadernos e agendas	33
6.3.6 Controle de Qualidade.....	34
6.3.7 Embalagem e Expedição	34
6.4 Descrição da atividade de terceirização	35
6.5 Estoque.....	35
6.6 Descrição da cadeia de suprimentos.....	36
6.7 Descrição dos fornecedores.....	37
7. MARKETING E VENDAS	38
7.1 Identidade Visual	38
7.1.1 Elementos Visuais:.....	38
7.1.2 Layout:	38
7.1.3 Simbolismo:	38
7.1.4 Versatilidade:	39
7.2 Plano de ação.....	40
7.2.1 Objetivo Geral	40
7.2.2 Análise do Mercado	40
7.2.3 Pesquisa com Potenciais Clientes.....	41
7.2.4 Projeção de Demanda.....	45
7.2.5 Metas de vendas	46
7.2.6 Metas de vendas de curto prazo (1 ano)	47
7.2.7 Estratégias para Alcançar as Metas	47
7.2.8 Metas de vendas de longo prazo.....	47
7.2. 9 Fatores que Impactam a Demanda.....	48
7.3 Oferta.....	48
7.3.1 Definição de preço de vendas e custos.....	48
7.3.2 Definição dos produtos vendidos	49
7.3.3 Definição de descontos e promoções.....	51
8. FINANCEIRO.....	52
8.1 Plano de investimento Inicial	52
8.1.1 Custos de abertura	52
8.1.2 Estoque Inicial.....	53
8.1.3 Equipamentos e Ferramentas	53
8.1.4 Móveis.....	54
8.2 Precificação do(s) produto (s) (custo e venda).....	55

8.3 Projeção de despesas e custos	58
8.4 Depreciação.....	61
8.5 Projeção de receitas.....	61
8.5.1 Projeção do fluxo de caixa	63
8.6 Projeção do ponto de equilíbrio	65
CONCLUSÃO	67
REFERÊNCIAS	68
APÊNDICE I.....	72

1 INTRODUÇÃO

O plano de negócios é uma ferramenta útil no campo da Administração, embora muitos empreendedores não se empenhem em fazê-lo adequadamente. As principais características comportamentais dos empreendedores e que auxiliam na elaboração de um plano de negócios são a busca de informações e o planejamento sistemático (Biagio, 2013).

Para Bizzotto (2008, p. 23), o plano de negócio “é um mapa que descreve o ‘caminho’ que vou seguir na criação e desenvolvimento do meu negócio. Portanto, o plano de negócios reúne muitas informações que são um guia para os empreendedores. Quando esses empreendedores são mulheres, os desafios são ainda maiores, pois tradicionalmente a mulher vem desempenhando uma sobrecarga pelos vários papéis que ocupa na sociedade.

O empreendedorismo feminino desempenha um papel cada vez mais significativo no Brasil, com mulheres representando 33% dos proprietários de negócios (Galvão, 2024). Esse movimento reflete a busca pela independência, autorrealização e transformação social, contribuindo para a diversidade e inovação no mercado. Apesar dos desafios, como a desigualdade de gênero e a falta de suporte institucional, as empreendedoras têm liderado iniciativas criativas e impactantes em diferentes setores.

A indústria gráfica no Brasil iniciou-se em **1808 com a Imprensa Régia**, primeiro marco de produção editorial no país. No século XX, consolidou-se com a mecanização (prensa rotativa) e a criação de polos industriais, como o parque gráfico de São Paulo. Hoje, o setor alia tradição à tecnologia digital, mantendo relevância econômica e cultural (MEMORIAL DA INDÚSTRIA, 2019). (FONTE). Hoje, combina-se tradição e tecnologia, oferecendo soluções personalizadas que impulsionam marcas e conectam ideias ao público. A impressão digital, por exemplo, revolucionou o setor, permitindo maior velocidade, qualidade e acessibilidade nos serviços.

O mercado gráfico enfrenta desafios como a sustentabilidade e a concorrência digital, mas segue relevante ao inovar. Em 2025, destacam-se: **produtos eco-friendly** (papel reciclado, tintas naturais), **tecnologia integrada** (QR Codes, personalização sob demanda) e **design minimalista** (hot stamping, paletas suaves). A demanda por **kits temáticos e experiências DIY** reforça o valor da personalização criativa. Essas tendências transformam gráficas em **parceiras estratégicas** para pequenos negócios e eventos, oferecendo materiais exclusivos que unem impacto visual e funcionalidade – prova de que a comunicação física ainda é insubstituível em um mundo digital (TERTULIANO, 2025).

O objetivo desse trabalho é apresentar um plano de negócios para a criação de uma gráfica de personalizados na cidade de Mossoró-RN. Essa gráfica, alinhada com os princípios do empreendedorismo feminino e a evolução do setor, busca se destacar pela inovação, agilidade e compromisso com a sustentabilidade, atendendo às necessidades de um mercado cada vez mais exigente e dinâmico.

1.1 Objetivo Geral

Criar um plano de negócio para a criação de uma gráfica que ofereça soluções completas e de alta qualidade em comunicação visual

1.2 Objetivos Específicos

- Analisar o mercado, identificar oportunidades e ameaças, e verificar se a gráfica terá demanda suficiente para se sustentar.
- Propor um modelo de negócio que consiga além de se sustentar trazer uma experiência no mercado de personalizados para os clientes.
- Projetar uma empresa que tenha um dos seus pilares focado no atendimento ao cliente proporcionando um diferencial de mercado.
- Fazer um negócio que trabalhe com papel também um projeto que pense no seu impacto ecológico.

1.3 Justificativas

Para Biagio (2013, p.3) “o Plano de Negócios é o livro de cabeceira do empreendedor” e há várias justificativas para que ele seja elaborado antes da implementação de um negócio. Dentre as justificativas encontram-se: o plano de negócios possibilita avaliar a viabilidade da empresa; é uma ferramenta proativa para prevenir e solucionar problemas; e guia a tomada de decisão (Biagio, 2013).

Para Bizzotto (2008, p. XI), o plano de negócios “é um grande desafio que assusta boa parte daqueles que tentam criar seu próprio negócio”.

Com o intuito de vencer esse desafio e partindo do interesse da autora em empreender, a primeira justificativa que se apresenta para a realização do plano de negócios da gráfica é pessoal. Existe o interesse pós-universidade em se dedicar ao projeto da gráfica.

Ao observar o mercado local em Mossoró, a implantação se justifica pela crescente demanda por soluções de comunicação visual em um mercado cada vez mais competitivo. Empresas, organizações e indivíduos precisam de materiais gráficos de alta qualidade para se destacar, comunicar suas ideias e promover seus produtos ou serviços. Além disso, a expansão de eventos corporativos e sociais, bem como a digitalização de processos, exige maior flexibilidade e inovação nas soluções gráficas.

Um fator extremamente relevante é a possibilidade de atender públicos diversos, desde pequenas e médias empresas até grandes corporações, além de consumidores finais que buscam personalização em materiais para eventos e projetos pessoais. Assim, o empreendimento apresenta potencial para atender tanto às necessidades tradicionais, como impressão de panfletos e banners, como também as necessidades individuais como presentear alguém com aquele mimo único e marcante.

Este projeto busca preencher essa lacuna, trazendo para o mercado local um diferencial importante à agilidade no atendimento. Essa abordagem não apenas atenderá às demandas de clientes que precisam de soluções rápidas, mas também se posicionará como uma referência em flexibilidade, oferecendo serviços adaptados às necessidades individuais de cada cliente.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Dados do empreendimento - Gráfica Papel de Cor

Trata-se de uma empresa virtual de prestação de serviços e venda de produtos personalizados. Com sede e distribuidora na cidade de Mossoró/RN que atenderá clientes que tenham interesses em serviços de impressões das mais diversas formas e tamanhos. Atendendo desde pequenas encomendas de clientes físicos a empresas que tenham interesses em produtos personalizados seja para promoção de marcas como também para eventos. A empresa contará com os mais diversos serviços de personalização dentre eles os cadernos, agendas, envelopes, pastas, embalagens, mimos para aniversários e os mais diversos brindes.

2.2 Visão

Ser reconhecida como referência gráfica de personalizados na cidade de Mossoró e região.

2.3 Missão

Transformar ideias em produtos personalizados de alta qualidade, atendendo às necessidades de cada cliente com criatividade, inovação e compromisso.

2.4 Valores

- **Qualidade:** Compromisso com produtos de alto padrão e acabamentos impecáveis.
- **Rapidez:** Prioriza a agilidade na produção e entrega para atender às expectativas dos clientes.
- **Inovação:** Busca constante por novas tecnologias e técnicas de impressão para oferecer soluções criativas e exclusivas.
- **Personalização:** Foco em atender às necessidades específicas de cada cliente, garantindo um produto único e especial.
- **Compromisso:** Dedicção em cumprir prazos e manter a transparência em todas as etapas do processo.
- **Excelência no Atendimento:** Atendimento amigável e eficaz, desenvolve uma relação de confiança com os clientes.
- **Sustentabilidade:** Uso consciente de recursos e práticas que minimizem o impacto ambiental.

- **Criatividade:** Estímulo à originalidade e ao desenvolvimento de soluções inovadoras.
- **Colaboração:** Trabalho em equipe e parcerias com fornecedores e clientes para alcançar resultados extraordinários.

3 EMPRESA

3.1 Descrição dos sócios

Janine Nayara da Silva Bonifácio Martins: Graduando em Administração com experiência de 5 anos no setor de logística e gerenciamento de projetos.

Função: Responsável pelas operações e planejamento estratégico da gráfica.

Habilidades: Especialista em gestão de processos, liderança de equipe e otimização de recursos.

Contribuição: Implementar estratégias para aumentar a eficiência e manter o foco na qualidade.

Gleyfson Matheus da Silva Martins: Profissional autodidata, com 5 anos de experiência prática no setor gráfico. Com experiência em empresas especializadas, adquirindo conhecimento aprofundado em personalização e técnicas de impressão.

Função: Responsável pela execução técnica e gestão de produção.

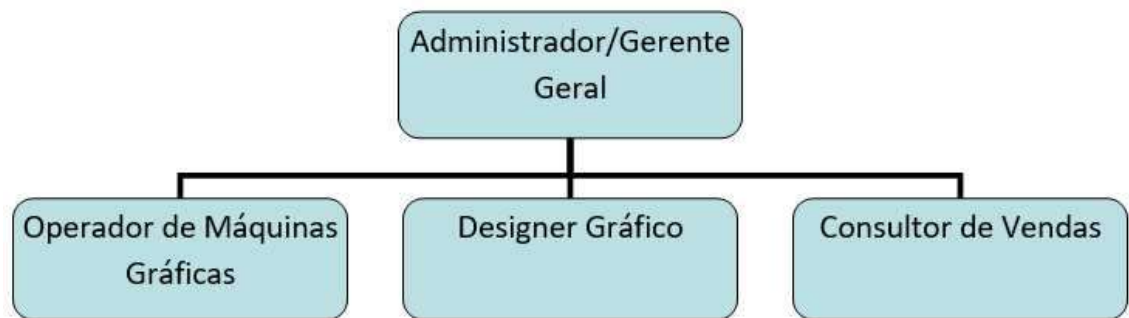
Habilidades: Domínio de processos gráficos, habilidades práticas de impressão e personalização, além de atenção aos detalhes para garantir a qualidade dos produtos.

Contribuição: Traz expertise prática e foco em inovação, garantindo a entrega de produtos que atendem às expectativas dos clientes.

3.2 Funcionários

- **Administrador:** Responsável por supervisionar todas as operações, tomar decisões estratégicas, cuidar das tarefas burocráticas, como controle de pagamentos e faturamento.
- **Operador de Máquinas Gráficas:** Configurar e operar as máquinas de impressão e corte, dar suporte nas etapas de acabamento, como montagem, embalagem e verificação de qualidade.
- **Designer Gráfico:** Cria os layouts e artes finais para os produtos personalizados.
- **Consultor de Vendas:** Interage com os clientes, identifica necessidades, fecha pedidos, lida com dúvidas, reclamações e acompanha os pedidos.

Figura 1 – Organograma



Fonte – Autoria Própria (2024)

3.3 Localização

A gráfica terá o início do seu funcionamento 100% online, permitindo que os pedidos sejam realizados de maneira simples e rápida, sem sair de casa ou do escritório. Visto que o mercado digital tem tido um crescimento de mais de 20% nos últimos 10 anos (Dino,2024), a gráfica foi programada inicialmente dessa forma para atender não só o mercado local, mas para expandir o atendimento a todo o Brasil, além de atender a um mercado que presa pela comodidade e praticidade quando se trata de procurar por bens e serviços. O atendimento será feito pelo Instagram, Whatsapp e site onde será possível escolher produtos, enviar suas artes ou utilizar *templates* personalizados.

Terá um atendimento digital ágil para tirar dúvidas e acompanhar seus pedidos, garantindo conveniência e eficiência. A entrega é realizada diretamente no endereço indicado. Seja para brindes corporativos, eventos ou uso pessoal, a gráfica online é uma solução prática para suas necessidades gráficas.

3.4 Regime tributário inicial

Os regimes tributários no Brasil são classificados em Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real, cada um com regras específicas. O Simples Nacional é ideal para micro e pequenas empresas, com tributação simplificada em um único guia (DAS) se tornando a melhor opção para pequenos e microempreendimentos que faturam até R\$ 4,8 milhões anuais. O Lucro Presumido utiliza uma forma mais simplificada de tributação sendo escolhido geralmente por empresas que faturem até R\$ 78 milhões por ano. O Lucro Real é mais detalhado e leva em consideração para o cálculo da tributação o lucro contábil, as que se encaixam são as empresas com faturamentos acima de R\$ 78 milhões ano. A escolha depende do faturamento e do tipo de atividade da empresa. (Richardson,2024)

Concluísse, portanto, que:

Razão Social: Papel de Cor personalizados e serviços Ltda

Nome Fantasia: Papel de Cor

Classificação: Microempresa (ME)

Regime Tributário: Simples Nacional

4. PRODUTO

4.1 Descrição do (s) produto (s)

- **Cadernos e Blocos de Anotações:** Opções variadas de tamanhos e capas personalizáveis, atendendo às necessidades de *branding* para empresas ou para presentes sofisticados. Podendo escolher tanto uma estampa pré-definida no site como escolher uma imagem própria ou até mesmo solicitar o serviço de designer, onde ele dará a ideia e será feito o desenho conforme solicitado.
- **Itens Diversos de Papelaria e Brindes:** Além dos produtos principais, a gráfica oferece chaveiros, agendas, mimos de aniversário e outros itens que podem ser personalizados de acordo com as preferências dos clientes.
- **Itens de marketing para eventos:** Panfleto, flyers, pasta institucional, catálogos, portfólios, adesivos, etiquetas personalizadas.
- **Itens par eventos personalizados:** Convites (casamento, aniversário, corporativo), lembrancinhas personalizadas, tags para presentes, topo de bolos, cardápios plastificados ou em papel especial, certificados e diplomas.
- **Produtos de Embalagem e Identificação:** Sacolas de papel personalizadas, caixas personalizadas (com técnica de cartonagem), rótulos e tags para embalagens
- **Materiais Corporativos e Institucionais:** Cartão de visitas, papel timbrado, envelopes personalizados (saco, ofício, carta) e credenciais.

4.2 Estratégia para o desenvolvimento do produto

- Utilizar equipamentos modernos, máquinas de corte e sistemas de impressão digital, assegurando agilidade e qualidade;
- A integração de um *card* online intuitivo facilitando o acesso ao catálogo de produtos e ao processo de personalização pelos clientes;
- Expandir gradualmente o portfólio de produtos, começando por itens de alta demanda, como canecas, chaveiros, cadernos e canetas e avançando para outros produtos personalizados, como adesivos e materiais de papelaria;
- Oferecer ofertas sazonais para datas comemorativas e campanhas específicas;

- Adotar práticas sustentáveis, como o uso de materiais recicláveis e processos produtivos que minimizem o impacto ambiental, agregando valor ao produto;
- Lançar os produtos em escala reduzida inicialmente para avaliar a aceitação do público e coletar feedback;
- Priorizar um atendimento eficiente e personalizado, oferecendo suporte em todas as etapas do processo de compra, desde a seleção do produto até a entrega.

4.3 Descrição da tecnologia utilizada no produto e na fabricação

- Softwares de gestão, usados para otimizar os fluxos de trabalho, garantindo que cada etapa do processo de produção ocorra de maneira integrada e dentro dos prazos estabelecidos;
- Corte e Vinco automatizado usada na produção de cadernos, embalagens, adesivos e vários outros produtos de papelaria, garantindo precisão no corte e flexibilidade para criar designs personalizados;
- Impressão por Sublimação, técnica que permite a transferência de imagens para superfícies como cerâmica, tecido e vidro, utilizando prensas térmicas. É amplamente empregada na personalização de canecas devido à sua durabilidade e qualidade de impressão;
- Cartonagem técnica utilizada na produção de caixas e personalizados, para lembranças e/ou presentes.

5. ESTRATÉGIA

5.1 Descrição do Mercado

O mercado brasileiro de brindes corporativos movimentou R\$ 3,1 bilhões em 2024, com destaque para a atuação de 30 grandes atacadistas, responsáveis por 60% das vendas. O ecossistema abrange 194 milhões de unidades anuais, em mais de 500 categorias, desde itens simples, como chaveiros, até produtos de alto valor, como tablets (PERSONALIZADOS, 2025).

O mercado de personalizados se consolida como um segmento extremamente promissor, com projeção de atingir US\$ 54,15 bilhões até 2033 em nível global (Business Research Insights, 2024). No Brasil, esse mercado já movimenta expressivos R\$ 3,1 bilhões anualmente, demonstrando solidez e potencial de crescimento. As tendências atuais mostram que 65% dos consumidores preferem itens personalizados (U.S. CPSC, 2023), impulsionando a demanda por produtos exclusivos e afetivos. O e-commerce tem papel fundamental nesse cenário, com mais de 10 milhões de transações online registradas apenas nos EUA em 2023. Técnicas modernas como sublimação digital e impressão DTF estão revolucionando o setor, permitindo maior qualidade e variedade de personalização. O mercado corporativo também apresenta forte demanda

por brindes e materiais promocionais diferenciados. Com o crescimento contínuo das plataformas digitais e a valorização de produtos únicos, esse segmento oferece oportunidades consistentes para negócios inovadores que saibam aproveitar essas tendências em expansão (RESEARCH, 2024).

A personalização de produtos e serviços tem se mostrado uma tendência poderosa no mercado atual, impulsionada pela busca dos consumidores por itens exclusivos e significativos. Empresas que adotam essa prática conseguem aumentar a satisfação do cliente, fortalecendo o relacionamento e promovendo fidelização (GASPARIN, 2024). Além disso, a personalização funciona como uma vantagem competitiva, permitindo que as empresas se diferenciem e cobrem preços premium.

Dados do Programa ALI (Rocha, 2021) mostram que empresas com ações de personalização obtiveram notas superiores em métricas de experiência do cliente, como o Radar da Inovação. Essa estratégia também estimula a inovação, incentivando a criação de novos produtos e serviços.

A economia afetiva tem se destacado como uma tendência poderosa no mercado atual, impulsionando a demanda por produtos personalizados que geram conexões emocionais com os consumidores (Dino, 2024). Segundo a reportagem do Valor Econômico (2024), o mercado de itens customizados está em pleno crescimento, com destaque para presentes e artigos que refletem a identidade e os valores de quem os compra. Nesse cenário, uma papelaria personalizada surge como uma ideia de negócio promissora, alinhada às expectativas de um público que busca exclusividade e significado em suas compras.

A papelaria personalizada pode oferecer produtos como cadernos, agendas, canecas, cartões e kits de escritório com designs únicos, nomes, frases ou logos. Esses itens não apenas atendem a necessidades práticas, mas também funcionam como presentes afetivos ou ferramentas de branding para empresas. A personalização permite que os clientes expressem sua individualidade, criando uma conexão emocional com os produtos.

Além disso, a expansão do e-commerce e das redes sociais facilita a divulgação e a venda desses produtos, permitindo que a papelaria alcance clientes em todo o país. Com investimentos em tecnologias como impressão digital e sublimação, é possível oferecer alta qualidade e agilidade, atendendo tanto a pedidos individuais quanto a demandas corporativas. Em um mercado cada vez mais competitivo, a papelaria personalizada se consolida como uma oportunidade de negócio inovadora, lucrativa e alinhada às tendências atuais.

5.2 Planejamento Estratégico

A ausência de flexibilidade nos serviços gráficos obriga muitas empresas e consumidores a buscarem alternativas fora da cidade, aumentando custos e prazos, ou até mesmo a desistirem de projetos criativos. Esse cenário reflete uma oportunidade de mercado: oferecer uma gráfica que se destaque pela capacidade de personalização e adaptação às demandas variadas, desde pequenas tiragens até grandes projetos.

Atualmente, a maioria das gráficas locais oferece serviços padronizados e com prazos de entrega que muitas vezes não atendem à urgência dos clientes, sendo o prazo mínimo encontrado de 24 horas. Esse cenário representa uma limitação significativa, especialmente para pequenos negócios, eventos e consumidores que necessitam de materiais com maior rapidez e personalização.

5.3 Análise SWOT

De acordo com Oliveira (2021) o cliente é exposto a vários fatores ambientais que possibilitam ou não o consumo por determinado produto, isso faz com que seja indispensável a análise do ambiente que a empresa irá se inserir. Precisando levar em consideração todos os seus aspectos, os internos que serão o diferencial da empresa, como os externos para que a empresa possa entender quem são seus concorrentes e como eles estão inseridos no mercado. Sendo necessário também a análise do comportamento dos seus consumidores referente aquele serviço.

Segundo Hooley, Saunders e Piercy (2005), a matriz SWOT é um instrumento estratégico essencial que permite às empresas diagnosticarem sua situação competitiva através do cruzamento entre capacidades organizacionais e condições de mercado.

Portanto foi por meio da Matriz SWOT, apresentada na Figura 2, que se visualizou e como encontra-se o ambiente em que a gráfica será inserida.

Figura 2 – Análise Swot



Fonte: Autoria Própria (2025)

A análise acima como mostra na figura 2 foi feita com base em uma pesquisa feita de forma online pela plataforma do google meu negócio e pelo google maps. A cidade de Mossoró possui em média 40 gráficas atuando em diversas áreas desde banners, impressões em grande escala, como também de artigos personalizados.

Portanto com base na Matriz SWOT realizada, temos a seguinte análise:

5.3.1 Oportunidades.

- Crescimento do mercado de produtos artesanais e personalizados, com maior valorização de itens exclusivos.
- Demanda por endomarketing em empresas, aumentando a procura por brindes corporativos customizados.
- Potencial das redes sociais (Instagram, Pinterest) para impulsionar vendas, já que produtos personalizados têm apelo visual.
- Parcerias com eventos (casamentos, formaturas, corporativos) que buscam itens temáticos.

5.3.2 Forças:

- Produtos exclusivos e personalizáveis, com possibilidade de atender a nichos específicos como noivas, empresas, estudantes e eventos.
- Baixo custo inicial para produção, utilizando materiais acessíveis como papel, tintas e acabamentos criativos.
- Flexibilidade no atendimento, permitindo encomendas rápidas e sob demanda.

5.3.3 Fraquezas

- Dependência de fornecedores para materiais específicos (ex.: papel de alta qualidade), o que pode causar atrasos.
- Capacidade de produção limitada, devido ao processo artesanal, dificultando o atendimento a grandes pedidos.
- Falta de expertise em marketing digital, impactando a visibilidade nas redes sociais e vendas online.
- Gestão financeira e logística incipiente, especialmente para calcular custos de frete e prazos de entrega.

5.3.4 Ameaças

- Concorrência de grandes gráficas, que oferecem preços mais baixos para produtos não personalizados.
- Sazonalidade das vendas, com picos em datas comemorativas (Natal, Dia dos Namorados) e baixa demanda em outros períodos.
- Custos logísticos elevados, especialmente para entregas rápidas ou em regiões distantes.

- Mudanças no comportamento do consumidor, como a preferência por presentes digitais em vez de físicos.

Com base na análise realizada, se elaborou as seguintes estratégias para potencializar os pontos fortes, minimizar as fraquezas, aproveitar as oportunidades e mitigar as ameaças do negócio de papelaria personalizada:

Estratégias OFENSIVAS (Forças + Oportunidades)

- Explorar redes sociais com conteúdo visual (Instagram/Pinterest) para destacar a exclusividade dos produtos personalizados, aproveitando o crescimento do mercado "faça você mesmo";
- Desenvolver parcerias com empresas para kits corporativos como brindes com a logo, usando a flexibilidade no atendimento como diferencial.

Estratégias DEFENSIVAS (Fraquezas + Ameaças)

- Diversificar fornecedores de materiais para reduzir riscos de atraso, especialmente antes de épocas sazonais como a volta as aulas;
- Terceirizar a logística para transportadoras com preços competitivos ou oferecer retirada local para pedidos urgentes.

Estratégias DE MELHORIA (Fraquezas + Oportunidades)

- Investir em marketing digital para aproveitar o potencial das redes sociais.

Estratégias DE CONTINGÊNCIA (Forças + Ameaças)

- Criar bundles sazonais para competir com grandes gráficas, destacando o valor emocional da personalização.
- Oferecer descontos progressivos para pedidos em quantidade, compensando os custos logísticos.

5.4 Segmento de Clientes

Pessoas Físicas: Jovens e adultos que buscam presentes personalizados para datas comemorativas, como aniversários, casamentos e formaturas. Consumidores que valorizam produtos exclusivos e de alta qualidade.

Empresas: Pequenas, médias e grandes empresas que demandam materiais promocionais, como brindes, cartões de visita, flyers e banners. Empresas que necessitam de uniformes personalizados e materiais gráficos para fortalecer sua marca.

Eventos: Organizadores de festas, feiras e eventos corporativos que buscam produtos personalizados, como camisetas, canecas e sacolas.

5.5 Descrição dos aspectos da gestão

A gestão será organizada em setores estratégicos sendo eles produção, atendimento ao cliente e vendas, finanças e marketing, cada um com responsabilidades definidas. O setor de produção terá como foco a eficiência dos processos de impressão, corte e acabamento, produção dos produtos personalizados garantindo assim prazos e qualidade em cada pedido. A gestão de estoque controlará os insumos, como papel e tinta, evitando desperdícios e falta, que ficará na responsabilidade do setor de produção. O setor utilizará um sistema de ERP (Enterprise Resource Planning) para facilitar o controle dos estoques, pedidos, produção e compras. Inicialmente será utilizado a ferramenta BRITIX24 por ser uma ferramenta gratuita, softwares de Design como CorelDRAW e Adobe Illustrator para criação de artes gráficas.

No setor de atendimento ao cliente e vendas a principal ferramenta que será utilizada será o CRM (Customer Relationship Management ou Gestão de Relacionamento com o Cliente) onde otimizará as operações e melhorará o relacionamento com os clientes. O atendimento será feito principalmente pelo whatsapp, porém a loja estará disponível no Instagram para a realização de pedidos.

O setor financeiro cuidará do controle de custos, fluxo de caixa e relatórios, assegurando a saúde financeira do negócio. Utilizando planilhas no Excel para controle de fluxo de caixa e relatórios financeiros detalhando as despesas e faturamentos.

A gestão de marketing terá como ferramenta principal as mídias sociais como o Instagram para realizar campanhas e divulgação da loja e os produtos.

5.6 Modelo e estratégia de negócio

O modelo de negócios, representado na Figura 3, evidencia como a papelaria transforma recursos criativos em soluções personalizadas para qualquer um que deseje colocar a sua marca em um produto ou eventos, gerando receita através de serviços e vendas recorrentes para empresas.

Figura 2 - Modelo Canvas



Fonte: Autoria Própria (2025)

Proposta de Valor:

Produtos gráficos e personalizados de alta qualidade, com designs exclusivos e entrega rápida. Utiliza-se tecnologia avançada e práticas sustentáveis para criar itens únicos que expressam identidade e fortalecem marcas.

Canais de Distribuição:

Marketplaces para venda de produtos personalizados. Comunicação com os clientes por meio de redes sociais (Instagram, WhatsApp). Entregas por transporte próprio e transportadoras. Canal de pós-venda e programas de fidelidade.

Parcerias Estratégicas:

Fornecedores de insumos locais e online, transportadoras. Um dos diferenciais da gráfica é oferecer preços diferenciados para a personalização de produtos para as empresas juniores da região pois são clientes de alto potencial e organizadores de eventos.

Atividade chaves:

Produção de produtos personalizados, gestão de estoque, atendimento ao cliente, marketing e vendas, gestão financeira, inovação e logística.

Relacionamento com o cliente:

Atendimento personalizado para garantir que cada cliente receba produtos exclusivos. Utilizamos canais digitais para comunicação ágil. Temos programas de fidelidade para recompensar clientes recorrentes. Além disso, coletamos feedback contínuo para melhorar nossos produtos e serviços.

Seguimento dos clientes:

Pessoas físicas: jovens e adultos que buscam artigos personalizados; Empresas: pequenas, médias e grandes que precisam de brindes e materiais promocionais; Eventos: festas, formaturas e eventos corporativos.

Principais recursos:

Equipamentos de impressão e corte, designs exclusivos, sistemas de gestão, parcerias com fornecedores e transportadoras.

Receitas:

Venda dos produtos personalizados, serviços personalizados e exclusivos para eventos, impressões de diversas formas e identidade visual para eventos.

Estruturas de custos:

Custos fixos: depreciação de equipamentos, luz; Custos variáveis: fretes, insumos, ferramentas; Custos de marketing: publicidade online, material promocional; Custos de manutenção: reparos de equipamentos, atualizações de software, software de gestão; Custos administrativos: contabilidade e impostos.

6. OPERACIONAL

6.1 Descrição das instalações

A gráfica Papel de Cor operará com um modelo híbrido, no qual as vendas e o atendimento ao cliente serão realizados de forma digital, enquanto a produção será centralizada em um espaço físico pequeno localizado na residência dos proprietários. O espaço de produção, localizado em um quarto de 3x3 metros (9 m²).

6.1.1 Layout

Área de Design: Um espaço do quarto será dedicado à área de computação, com uma mesa compacta para o notebook. Lugar onde serão feitas as criações, ajustes e envio de arquivos para impressão. Prateleiras ou nichos na parede acima da mesa serão utilizados para organizar materiais de escritório, como canetas, papéis de rascunho e outros itens essenciais.

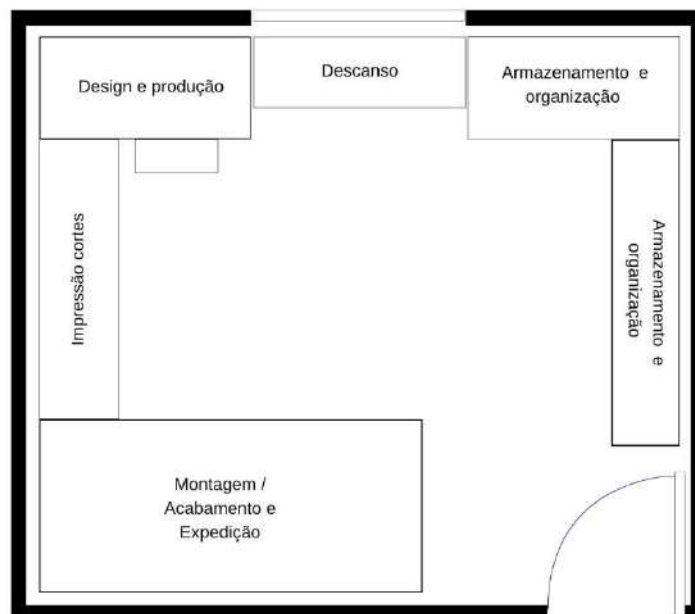
Área de Impressão e Corte: Ao lado da mesa de computação, será instalada uma bancada para a impressora e o equipamento de corte. Essa área será utilizada para a produção dos produtos personalizados, como impressão de folhetos, cartões e materiais gráficos. Um armário ou gaveteiro pequeno abaixo da bancada será usado para armazenar insumos, como papel, toner, e materiais de corte.

Área de Montagem e Acabamento: Uma mesa será posicionada no centro do quarto para atividades de montagem e acabamento, como colagem, dobragem e personalização manual dos produtos. Essa mesa será recolhida quando não estiver em uso, liberando espaço para outras atividades. Caixas organizadoras e estantes modulares serão utilizadas para armazenar materiais de acabamento, como fitas, colas e ferramentas.

Área de Separação e Expedição: Um espaço próximo à porta será reservado para a separação e embalagem dos pedidos. Uma pequena estante ou prateleira será usada para organizar os pedidos concluídos, materiais de embalagem e etiquetas de envio.

Armazenamento e Organização: Para maximizar o uso do espaço vertical, prateleiras ou estantes serão instaladas nas paredes para armazenar insumos, como papéis de diferentes gramaturas, embalagens e produtos acabados. Caixas plásticas transparentes e etiquetadas serão utilizadas para organizar materiais menores, como cliques, grampos e ferramentas de acabamento.

Figura 3 - Layout da fábrica



Fonte: Autoria Própria (2025)

6.2 Descrição de máquinas e equipamentos

Nesta etapa, descreve-se todos os equipamentos necessários para o funcionamento da papelaria. Na Tabela 1 apresentam-se todas as máquinas, ferramentas e móveis que a empresa disponibilizará para que possa ter um processo de produção ágil e eficiente.

Tabela 1 – Lista dos equipamentos

Máquinas/Equipamentos	Descrição
Impressora/scaner/copiadora	Impressora Multifuncional tanque de tinta Ecotank Wifi A3 L14150, Colorida, Wi-Fi, Conexão Ethernet, Conexão USB, Bivolt.
Máquina de corte	Máquina para recorte c/Scanner ScanNCut SDX85 220v - Brother CX 1 UM
Notebook	Notebook Samsung Galaxy Book3 360 Intel Core i5 8GB RAM SSD 256GB 13,3" Full HD Windows 11 NP730QFG-KF2BR
Encadernadora	Encadernadora We R Memory Keepers Heidi Swapp Furo Quadrado
Guilhotina/ arredondador	Guilhotina 2 em 1 com Arredondador de Cantos - Mimo - A4
Laminadora	Plastificadora A3 + Refiladora + Canteadeira 3x1 P-336 220v
Máquina de corte e vinco	Máquina de Corte e Vinco Manual - 50 Cm – Artmaq
Tesoura	Tesoura Profissional com lâminas curvas e antiaderentes.
Ferramentas	Kit de Ferramentas Essenciais Tons Pastel - Cricut - 05 peças
Tesoura	Tesoura de Precisão
Estilete	Estilete para uso profissional com lâmina de aço Inoxidável 18mm.
Estilete	Estilete Circular tem lâmina rotativa.
Régua e esquadros	A Régua Profissional para Corte - 40cm X 4cm é feita de acrílico cristal. Ela possui escalas métricas horizontais e verticais, para facilitar as marcações. / A Régua para Encadernação 5 em 1 Bookbinding, Produzida em aço inox.
Base de corte	Base de Corte Regenerativa 32 cm x 62 cm
Alicate Furador de Ilhós Simples	Alicate Furador para Aplicação de Ilhós
Bancada de corte	Bancada Atena 180x80x75alt com 2 telas - Pinus 18mm
Mesa de impressão e escrivaninha	
Armário	Armário prateleiras MDF Branco cartolina.cód AMP1
Cadeira	
Prateleiras	
Organizadores	Caixas, Gaveteiros, Comeias,

Fonte: Autoria Própria (2025)

6.3 Descrições dos processos

Os processos de produção da Papel de Cor foram pensados para o cliente ter uma experiência afetiva desde o seu atendimento até a chegada do seu pedido, pois um dos seus objetivos é transformar ideias em papel.

6.3.1 Atendimento ao Cliente

Recebimento do Briefing: O cliente informa suas necessidades com as informações tipo de produto, quantidade, coletando as informações sobre cores, tamanhos, materiais, estampas e o estilo desejado.

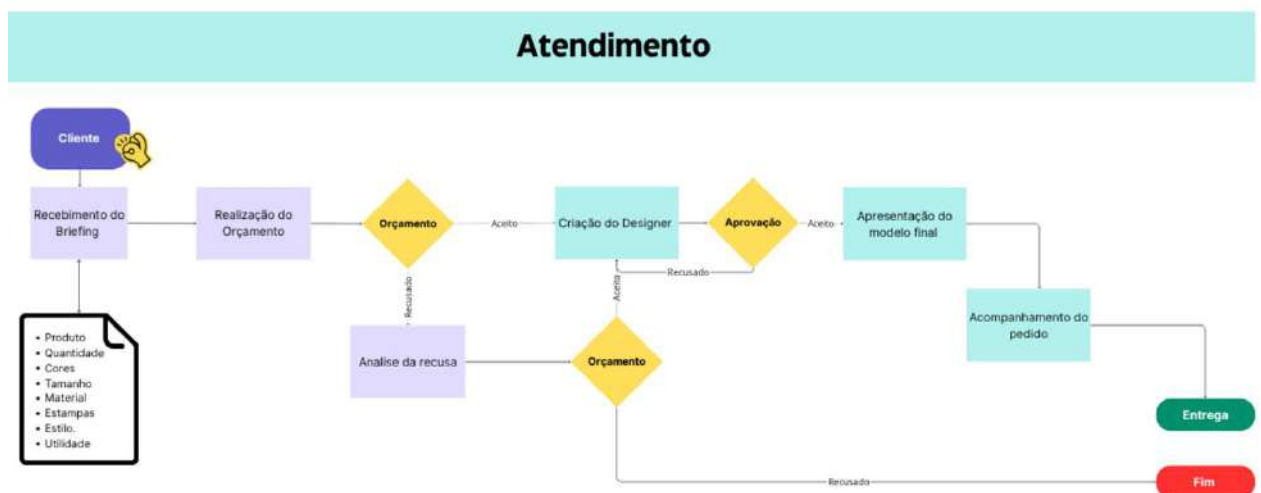
Orçamento: Com base no briefing, é feito um orçamento detalhado, incluindo custos de materiais, mão de obra e prazo de entrega. O orçamento é enviado ao cliente para aprovação.

Revisão e Ajustes: layout é enviado para o cliente para revisão. O cliente pode solicitar ajustes como mudanças de cores, fontes, imagens etc.

Aprovação do Cliente: O cliente confirma o orçamento, após a confirmação é montado a arte junto com o cliente para a sua aprovação sendo aprovada o pedido é iniciado.

Acompanhamento: O cliente é informado sobre o andamento do pedido sobre as etapas de produção e previsão de entrega.

Figura 4 – Processo Atendimento ao Cliente



Fonte – Autoria Própria (2025)

6.3.2 Criação e Design

Recebimento das especificações: Após o atendimento do cliente é realizado as anotações de todos os detalhes e especificações do produto solicitado.

Criação do Layout: A criação do primeiro esboço é feita com o cliente no momento do pedido e após sua finalização é criado o layout para impressão. As ferramentas que

serão utilizadas serão o Adobe Illustrator, Corel DRAW ou Canva onde será definido a ferramenta de acordo com o tipo de produto e design solicitado.

Aprovação: Em seguida enviado o primeiro esboço para o cliente para que seja feito os ajustes e finalizado a arte.

Fechamento: Aprovado a arte é feito um esboço de como ficará o produto final e o pedido é fechado e enviado para a produção.

Figura 5 – Processo Criação e Design



Fonte – Autoria Própria (2025)

6.3.3 Impressão

Preparação da Impressora: Verificação de insumos como papel, tinta. Configuração da impressora adequando para tipo de papel, resolução.

Impressão: Execução da impressão conforme a arte aprovada. Controle de qualidade durante o processo verificando as cores, alinhamento.

Secagem: O material impresso é deixado para secar, se necessário como para impressões em grande formato.

Figura 6 – Processo de Impressão



Fonte – Autoria Própria (2025)

6.3.4 Corte e Acabamento

Corte: Uso de guilhotina ou plotter de recorte para cortar os materiais impressos no tamanho correto. Exemplo: Corte de cartões de visita, flyers ou adesivos. O corte para a encadernação ou detalhes manuais e ajustáveis que podem ser feitos na tesoura ou estilete referente aos produtos de personalização para eventos.

Laminação: Aplicação de película de laminação para proteger e dar acabamento brilhante ou fosco nas capas de cadernos, agendas e blocos de notas, também para os produtos de cartão de visita ou personalizados para eventos.

Montagem: Montagem de produtos como cadernos personalizados, blocos de anotações, pastas, lembrancinhas de eventos ou caixas cartonadas.

Figura 7 – Processo Corte e Acabamento



Fonte – Autoria Própria (2025)

6.3.5 Cadernos e agendas

Escolha do tipo: Realizada a escolha entre os dois tipos de encadernação disponíveis que são a encadernação Espiral ou Wire-O, levando em consideração cor e tamanho de acordo com o pedido.

Aprovação do Cliente: Após a realização de todo o designer do caderno de acordo com a descrição do pedido realizado é enviado para a aprovação do cliente.

Impressão da Capa e miolo: Impressão das folhas do miolo, capa e contracapa de acordo com o modelo selecionado no momento do Briefing.

Corte do miolo: Ajuste das folhas no tamanho final para o miolo do caderno, se atentando sempre as medidas pois o miolo é cortado com 0,5cm na largura e altura menor do que o tamanho da capa, para melhor acabamento.

Corte e personalização da Capa: Utiliza papel fotográfico para a impressão da capa de acordo com a personalização desejada no momento do Briefing, após a impressão é feito a laminação podendo ser, brilhoso, fosco ou metalizado, realizado a produção da capa com o papel paraná na espessura de 1,9 mm, o corte da capa é sempre de 0,5 cm maior na largura e altura referente ao miolo.

Furação: Uso da furadora que pode ser para espiral ou para Wire-O de acordo com o pedido para fazer furos nas folhas e na capa, alinhados para a passagem do espiral ou arame.

Inserção do Espiral/Arame: Aplicação do espiral de plástico ou o arame é feito de forma em o espiral passe por todos os furos na extensão do caderno. A aplicação do Wire-O pode ser feito de diversas formas e modelos que são escolhidos no momento do atendimento e os furos são realizados de acordo com o pedido após a realização dos furos é aberto o wire-o encaixados nos furos feitos que podem ser feitos em apenas um grupo ou mais de um e com o auxílio da máquina após alinhados é feito o fechamento do wire-o.

Figura 8 – Processo Cadernos e Agendas

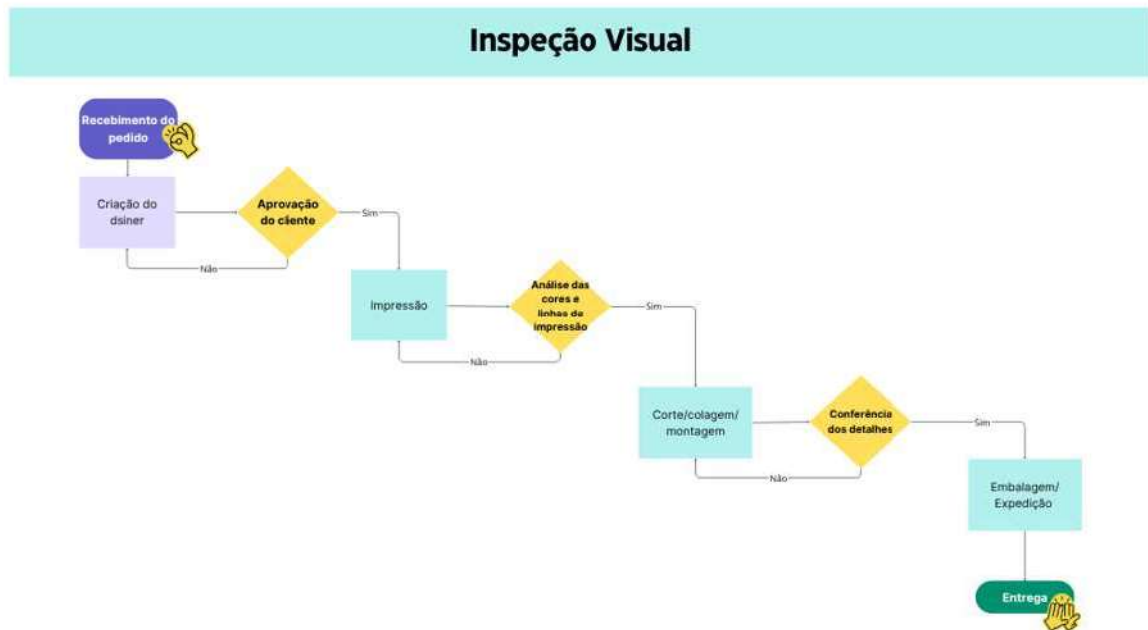


Fonte – Autoria Própria (2025)

6.3.6 Controle de Qualidade

Inspeção Visual: Verificação de cores, alinhamento, cortes e acabamentos se todas essas variações estão de acordo com o pedido, esse procedimento também é feito em cada etapa do processo desde a impressão de cada produto e separação do material para a produção.

Figura 9 – Processo de Inspeção Visual



Fonte – Autoria Própria (2025)

6.3.7 Embalagem e Expedição

Embalagem: Os produtos são embalados com cuidado, usando a embalagem adequada para capa produto e presando pela experiência do cliente todas as embalagens são personalizadas pelo logo da papelaria Papel de Cor, e perfumada com o perfume de papel da loja. Os pedidos sempre acompanham um mimo, cartão de obrigada pela compra e a partir de R\$100 reais no pedido o cartão de descontos.

Organização para Entrega: Separação dos pedidos por rota de entrega que podem ser entregues envia correio, transportadora, delivery ou retirada no local.

Figura 10 – Processo de Entrega e Expedição



Fonte – Autoria Própria (2025)

6.4 Descrição da atividade de terceirização

Corte a Laser e CNC: Corte ou gravação a laser em materiais como MDF, acrílico, couro ou papel. Que serão utilizados na produção de chaveiros, lembrancinhas de casamento, personalizados para eventos, mimos. Serão realizados por parceiros locais e fornecedores da cidade.

Transporte e Logística: Será realizado por aplicativos de entrega, em caso de expedição será realizado pelos correios ou transportadoras caso seja para fora da cidade e aplicativos de transporte para entregas na cidade.

Manutenção de Equipamentos: Realizado por técnicos especializados e credenciados pelas marcas dos equipamentos disponíveis na cidade.

6.5 Estoque

A gestão de estoque da papelaria é baseada no Just In Time que de acordo com Slack et al. (2009), o é um modelo de gestão que prioriza a sincronização entre produção e demanda, evitando estoques excessivos e minimizando custos com armazenagem, sem comprometer a eficiência. Essa forma de redução de estoque foi popularizada pelo sistema de produção da Toyota e é amplamente utilizada em diversos setores, incluindo gráficas e indústrias de manufatura para que haja redução de desperdícios e custos. (OHNO,1997)

Na papelaria, os insumos básicos, como papéis, tintas e embalagens, serão mantidos com um controle específico para cada tipo de produto para evitar falta de materiais sem necessidade de armazenamento excessivo, o que reduzirá os custos com

armazenamento e as percas do estoque tendo em vista que os insumos mais utilizados são frágeis e perecíveis.

6.6 Descrição da cadeia de suprimentos

Segundo Taylor (2005, p.20), “a cadeia de suprimentos é basicamente um conjunto de instalações conectadas por rotas de transportes”. Nesse capítulo apresenta-se a rota de transportes de todos os insumos até a criação do produto a ser entregue ao cliente.

A projeção correta e eficaz da cadeia de suprimento pode definir o sucesso ou o fracasso do processo produtivo da empresa. Quando bem projetada e elaborada ajuda no fluxo correto do processo produtivo como também em um produto lucrativo (CHOPRA,2016).

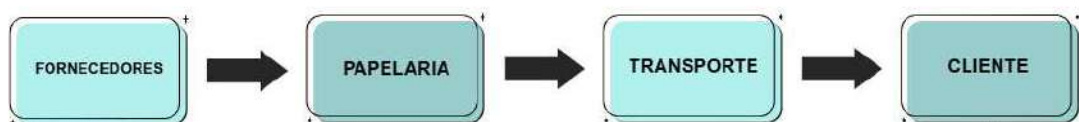
Pode-se então afirmar que existem três estratégias de produção que podem ser abordadas:

Na estratégia de fabricação contra previsão de demanda (make-to-stock), o fornecedor fabrica os produtos em antecipação à demanda e os armazena em estoques de produtos acabados, atendendo a demanda com produtos desse estoque de acordo com a chegada de pedidos. Na estratégia de fabricação sob encomenda (make-to-order), o fornecedor só inicia a produção quando o pedido já chegou às suas mãos. Há também uma estratégia intermediária denominada montagem conforme pedido (assemble-to-order), em que um produto é parcialmente fabricado em antecipação à demanda, mas a montagem final é adiada até o momento da chegada de um pedido. Algumas empresas adotam uma combinação entre essas três técnicas, escolhendo uma como estratégia principal. (Taylor,2005, p.26-27)

A papelaria Papel de Cor, visando um atendimento melhor aos seus clientes e devido ao tipo de produto que trabalha que são os produtos personalizados, decide por uma estratégia de produção combinada entre a fabricação sob encomenda e montagem conforme pedido, que vão variar de acordo com o produto solicitado pelo cliente.

A partir dessa escolha pode-se definir a melhor forma da cadeia de suprimentos como demonstra a figura 12.

Figura 11 – Cadeia de Suprimentos



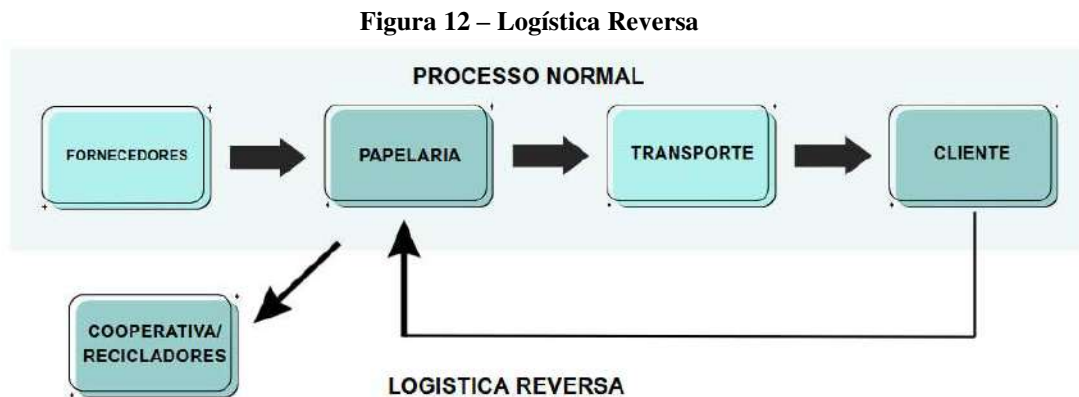
Fonte: Autoria Própria (2025)

A papelaria também traz como um de seus diferenciais a logística reversa como estratégia e posicionamento de mercado.

Além de ser uma estratégia de diferenciação e posicionamento de mercado a logística reversa sustenta o valor de sustentabilidade que a papelaria traz em sua cultura.

Conforme Izidoro (2016), a logística reversa compreende a gestão estratégica do fluxo inverso de produtos, desde o consumidor final até a reintegração ao ciclo produtivo, criando valor não apenas econômico, mas também ambiental, legal e para a imagem corporativa. Para a papelaria, a perspectiva estratégica onde os programas de coleta de resíduos reforçam ainda mais a cultura sustentável (Izidoro, 2016). E a perspectiva operacional orienta a criação de pontos de coleta e parcerias com as cooperativas da região trazendo ainda mais visibilidade para a empresa.

Segue a explicação na Figura 13



Fonte: Autoria Própria (2025)

6.7 Descrição dos fornecedores

A escolha adequada de fornecedores deve considerar a natureza dos produtos comercializados, estabelecendo relações diferenciadas conforme a complexidade de cada item. Enquanto materiais básicos permitem relações transacionais focadas em preço, produtos especializados como toners exigem parcerias estratégicas que garantam suprimento contínuo e qualidade, impactando diretamente na competitividade do negócio (Martins, 2019).

Na estratégia usada para a seleção de fornecedores, considera-se principalmente a natureza do produto e seu impacto operacional. Para itens padronizados como folhas A4 variadas, papeis texturizados e papeis especiais optou-se por múltiplos fornecedores para garantir preços competitivos e evitar rupturas. Porém, para produtos específicos como toners de impressoras, o sourcing único é mais adequado, pois exige investimentos dedicados do fornecedor em qualidade e atendimento sob demanda. A decisão foi tomada priorizando o custo total incluindo logística, prazo e riscos, não apenas o preço inicial (Chopra; Meindl, 2016).

Sendo assim sua cartela de fornecedores vai desde fornecedores online como os papeis diversos em alta quantidade, com suas mais variáveis texturas e cores e ferramentas, e fornecedores locais para uma situação de encomendas menores e de rápida entrega pois os prazos de recebimento são mais rápidos.

7. MARKETING E VENDAS

7.1 Identidade Visual

A logo da Papel de Cor é baseada em tipografia limpa e moderna, com o texto 'Papel de Cor' organizado em três linhas centralizadas. Usado um elemento visual o “clipe de papel” para trazer a marca criatividade e singularidade. O foco está na simplicidade tipográfica, utilizando um tipo de fácil leitura para criar uma identidade memorável e fácil de aplicar em diferentes suportes.

7.1.1 Elementos Visuais:

Tipografia:

Fonte Genty Sans moderna garantindo legibilidade.

Alinhamento centralizado, com quebras de linha estratégicas para criar um bloco visual equilibrado.

Cores:

As cores foram escolhidas como uma variação sutil das cores no sistema de impressão CMYK (Ciano, Magenta, Amarelo e Preto), que é a base para a composição de todas as cores na impressão em papéis e seus derivados.

Carmim Pastel (#fa7d9d) representa a cor Magenta, no sistema CMYK. Traz também leveza e a sensação de acolhimento.

Amarelo (#ffde59) é o amarelo do sistema CMYK, trazido apenas no “de” estimulando a criatividade e dar um ponto de contraste.

Ciano claro (#b2f0ee) substituto do Ciano no sistema CMYK, que remete a sustentabilidade.

7.1.2 Layout:

Espaçamento e posicionamento das palavras de forma estratégica para que a primeira impressão fosse de um único símbolo.

7.1.3 Simbolismo:

- "Papel": Representa a matéria-prima do negócio.
- "de Cor": Destaque para a personalização e diversidade, trazido como metáfora de possibilidades.
- “O clipe”: Reforça o nicho de produtos oferecido pela marca além de trazer individualidade.

7.1.4 Versatilidade:

Versão principal: Texto em Carmim Pastel sobre fundo branco (uso padrão).

Figura 13 – Logo Principal



Fonte – Autoria Própria (2024)

Versão invertida: Texto em branco sobre fundo Carmim Pastel ou Ciano claro.

Figura 14 –Logo Inversa



Fonte – Autoria Própria (2024)

Versão Reduzida: A sigla “PC” como abreviação do nome da marca trazida nas cores da marca e o clipe nas cores fazendo a analogia a marca e como símbolo principal da identidade visual.

Figura 15 – Logo Reduzida



Fonte – Autoria Própria (2024)

7.2 Plano de ação

7.2.1 Objetivo Geral

Estabelecer-se como uma empresa reconhecida no mercado local, oferecendo soluções gráficas personalizadas de alta qualidade. Nos primeiros 12 meses de operação, busca-se conquistar 50 clientes fixos, alcançar uma receita mensal de R\$ 8.000 e obter pelo menos 20 avaliações positivas no Google Meu Negócio. A longo prazo, pretende-se expandir o portfólio de serviços e tornar-se referência em gráfica personalizada na região.

7.2.2 Análise do Mercado

O mercado local revela um cenário promissor para uma papelaria/gráfica personalizada. Com uma população de aproximadamente 300 mil habitantes, a cidade possui um comércio forte e é um polo regional de educação, abrigando instituições como a UFERSA e a UERN, que atraem milhares de estudantes. Além disso, a presença de pequenas e médias empresas e a realização de eventos culturais, geram demanda por serviços gráficos e papelaria personalizada. A concorrência, embora existente, ainda deixa espaço para diferenciação, especialmente em atendimento personalizado, preços competitivos e produtos sustentáveis. O mercado local apresenta oportunidades significativas para um negócio inovador e focado nas necessidades dos clientes.

A região de Mossoró possui um mercado gráfico consolidado, com aproximadamente 40 empresas atuantes, distribuídas entre grandes, médias e pequenas. Apesar da concorrência estabelecida, observa-se uma brecha no mercado para serviços personalizados no ramo da papelaria, como cadernos, agendas e materiais escolares customizados. Enquanto a maioria das empresas foca em serviços gráficos tradicionais,

há uma demanda crescente por produtos criativos e exclusivos, especialmente para nichos como estudantes, crianças e pequenas empresas. Essa lacuna representa uma oportunidade estratégica para o negócio, que pode se diferenciar por meio de personalização, atendimento especializado e soluções inovadoras, atendendo a necessidades ainda não plenamente exploradas no mercado local.

7.2.3 Pesquisa com Potenciais Clientes

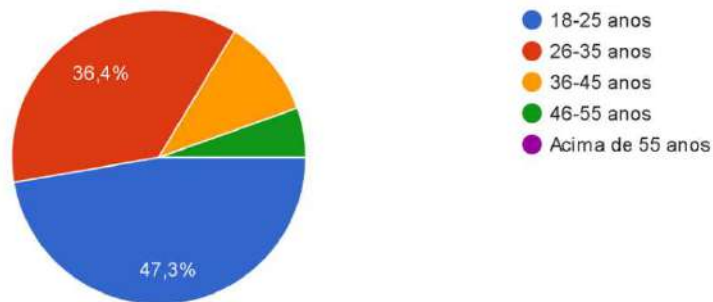
A pesquisa de mercado é uma ferramenta estratégica essencial para o planejamento e a consolidação de qualquer negócio, pois fornece dados concretos sobre o público-alvo, a concorrência e as tendências do setor. De acordo com Kotler e Keller (2012), a pesquisa de mercado permite identificar oportunidades, reduzir riscos e direcionar recursos de forma eficiente, aumentando as chances de sucesso de um empreendimento.

No contexto de uma gráfica/papelaria personalizada em Mossoró, a pesquisa de mercado é ainda mais relevante devido à alta concorrência (mais de 40 empresas no segmento) e à necessidade de diferenciação. Para Malhotra (2010), entender as necessidades dos clientes — como preferências por produtos personalizados, sustentáveis ou com preços acessíveis — é fundamental para posicionar a empresa de forma competitiva.

Portanto, esta pesquisa visa não apenas mapear o perfil do consumidor local, mas também identificar lacunas no mercado, como a carência de serviços gráficos especializados em nichos específicos. Com essas informações, será possível desenvolver estratégias assertivas de vendas e marketing, alinhadas às reais necessidades do público de Mossoró.

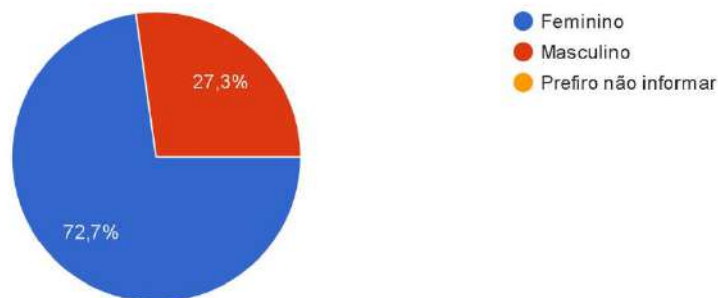
Foi conduzida uma pesquisa de mercado com 50 pessoas na cidade de Mossoró/RN, utilizando um questionário virtual contendo 19 perguntas (disponível no Anexo I deste documento). A análise dos dados coletados revelou o seguinte perfil dos clientes em potencial:

Mostrou que 83,7% dos maiores interessados em serviços gráficos são entre a faixa etária de 18 a 35 anos de idade como mostrado na figura 17.

Figura 16 – Gráfico de Faixa Etária

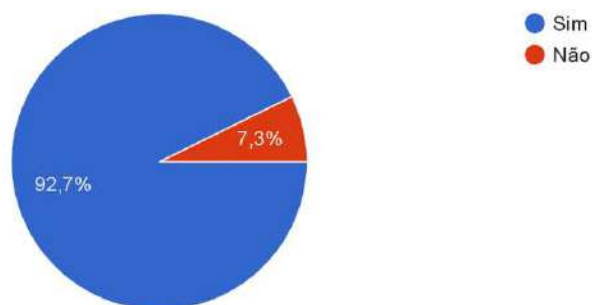
Fonte – Autoria Própria (2025)

Sendo que 72,2% dos interessados em serviços gráficos são mulheres como mostra na figura 18.

Figura 17 – Gráfico de Gênero

Fonte – Autoria Própria (2025)

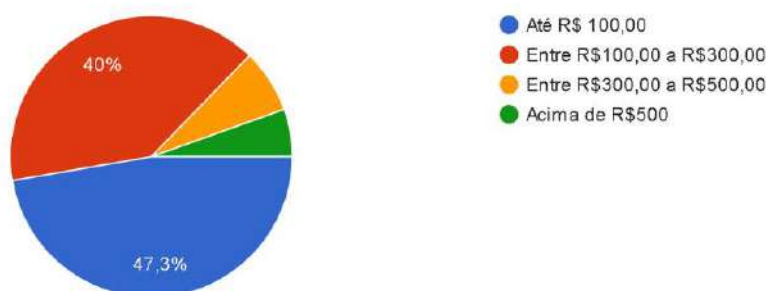
Conforme demonstrado na Figura 19, a pesquisa revelou também que 92,7% dos entrevistados já utilizaram serviços gráficos em algum momento. Esse dado evidencia que o mercado gráfico possui um amplo público familiarizado com esse tipo de serviço, indicando uma base sólida de clientes em potencial e oportunidades para fidelização e captação de novos negócios.

Figura 18 – Gráfico de Utilização dos Serviços Gráficos

Fonte – Autoria Própria (2025)

De acordo com a pesquisa realizada com 50 consumidores em Mossoró/RN, identificamos que o valor médio gasto com serviços gráficos é de R\$ 150 por pessoa. Como mostra na figura 20.

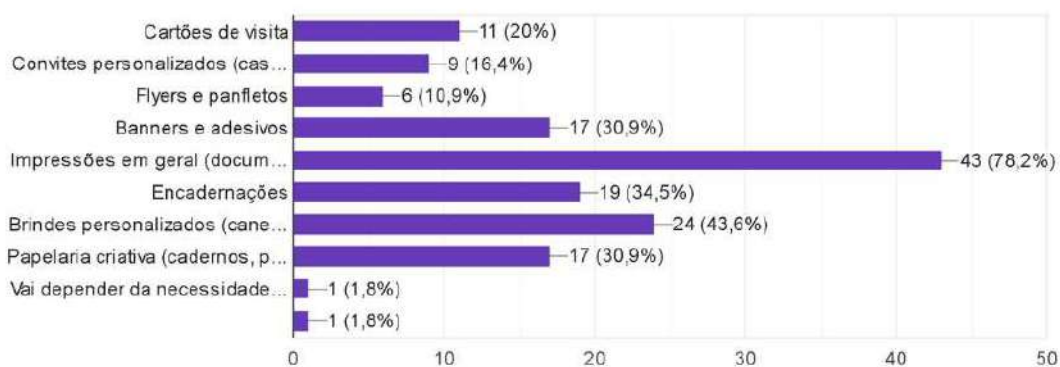
Figura 19- Gasto médio em Serviços Gráficos



Fonte – Autoria Própria (2025)

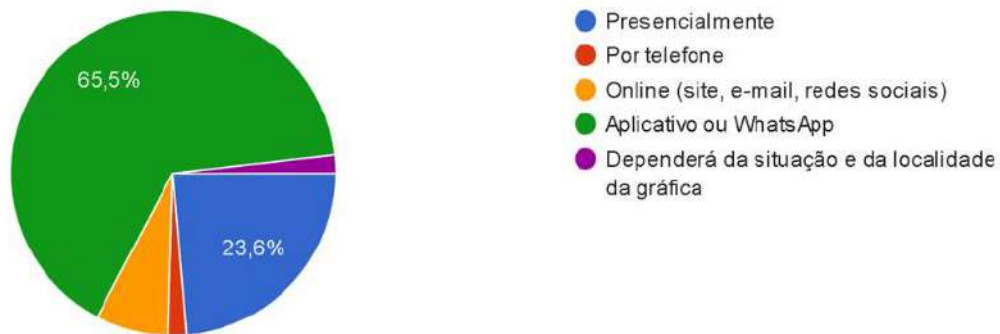
Onde dentro desse valor os produtos mais consumidos são, os serviços de impressões gerais tendo um percentual de 78%, seguido serviços de personalizados com 43,6%, encadernação com 34,5%, os produtos de papelaria criativa e banners e adesivos ficam com o mesmo percentual de 30,9%, cartões de visita com 20%, convites personalizados com um percentual de 16,4 % e os panfletos com 10%.

Figura 20 – Serviços Gráficos mais consumidos



Fonte – Autoria Própria

A pesquisa ressalta também que cerca de 65% das pessoas que foram entrevistadas preferem o atendimento de forma online.

Figura 21 – Tipo de atendimento

Fonte – Autoria Própria (2025)

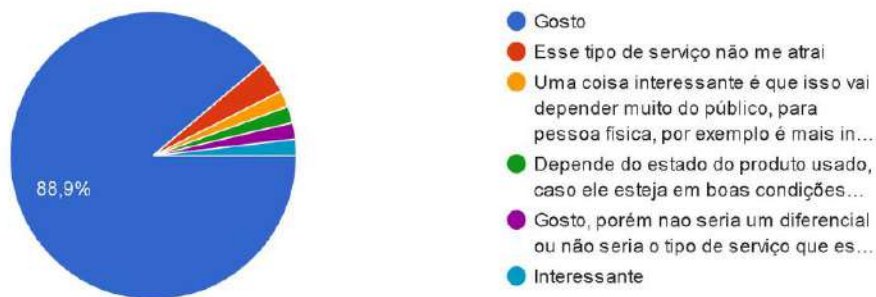
Dentro dos dados analisados pode-se perceber que o déficit sentido pelos clientes é o atendimento e a falta de variedade no mercado onde apresentam respectivamente a porcentagem de 30,9% e 20%, como mostra a figura 23.

Figura 22 – Déficit no mercado

Fonte – Autoria Própria (2025)

O sistema de *cashback*, como mostra na figura 24 teve uma aceitação de quase 90% na pesquisa, será um pilar central da estratégia de fidelização. Com regras simples e benefícios tangíveis, o programa visa transformar 60% dos clientes iniciais em compradores recorrentes, aumentando o *life time value* (LTV) em até 25%.

Figura 23 – Sistema de Cashback



Fonte – Autoria Própria (2025)

Conclui-se com a pesquisa que o público-alvo é definido pelas mulheres de 18 a 35 anos, que representam 72,2% dos interessados, com alta familiaridade com serviços gráficos pois a pesquisa mostra que 92,7% já costumam utilizar esse tipo de serviço, tendo a disposição para gastar em média R\$ 150 por serviço, destacando-se a demanda por impressões diversas que cega a 78% e personalizações 43,6%. A preferência por atendimento online é marcada por 65% o que abre oportunidades para investir em plataformas digitais, enquanto a insatisfação com a variedade e atendimento no mercado atual que são marcadas por 30,9% e 20% respectivamente, cria um espaço para diferenciação por meio de um portfólio criativo e serviço ágil. Além disso, a alta aceitação do *cashback* que cega próximo de 90% que se mostra um forte potencial para fidelização, podendo aumentar a recompra em até 60% e o valor vitalício do cliente (LTV) em 25%. Esses dados, combinados com a sazonalidade previsível (volta às aulas, eventos), permitem planejar promoções e estoques de forma estratégica, garantindo vantagem competitiva em um mercado com mais de 40 concorrentes. Em resumo, o negócio tem como pontos fortes um público engajado, demanda consolidada, margem para inovação e ferramentas eficazes de retenção, alinhados a oportunidades claras de crescimento.

7.2.4 Projeção de Demanda

Com base nos percentuais de interesse identificados na pesquisa (Figura 14) e considerando a base mensal de 500 clientes potenciais que foi calculada levando em consideração a população-alvo feminina entre a faixa etária de 18 a 35 anos o que dá em média 148.000 pessoas, com uma taxa de conversão conservadora de 3% devido à grande concorrência estimasse em torno de 4.440 clientes em potencial dando uma média de 500 clientes mensais. Portanto a demanda foi projetada ajustando os dados declarados por fatores de conversão realistas 50% do interesse e capacidade operacional. Resultando nos dados como mostra o quadro 1.

Quadro 1 –Estudo de Demanda

Serviço	Pesquisa	Base 500	Fator Uso	Demanda Bruta	Preço Médio	Receita Mensal
Cartões de visita	20,00%	100	1	100	8	800,00
Flyers e panfletos	10,00%	50	1	50	20	1000,00
Banners e adesivos	30,90%	154,5	1	154,5	20	3090,00
Convites personalizados	16,40%	82	1	82	15	1230,00
Impressões em geral	78,00%	390	1	390	10	3900,00
Brindes personalizados	43,60%	218	1	218	5	1090,00
Encadernações	34,00%	170	1	170	55	9350,00
Serviços Criativos	30,90%	154,5	1	154,5	15	2317,50
Total	22777,50					

Fonte – Autoria Própria

7.2.5 Metas de vendas

Com base em dados oficiais de Mossoró, incluindo uma população de 244.916 habitantes com mais de 10 anos e 25.424 empresas ativas (IBGE, 2022), estima-se um público-alvo de aproximadamente 27.034 potenciais clientes composto de 10% do total de habitantes valor de 24.491,6, somado de 10% das microempresas ativas na cidade valor de 2.542,4 empresas como potenciais clientes, levando em consideração a pesquisa de mercado realizada (descrita no próximo tópico desse documento) apenas em média 70% desses potenciais clientes utilizam serviços gráficos o que daria uma média de 18.923 clientes em potencial. Considerando a presença de mais de 40 empresas gráficas na cidade, (pesquisa realizada de forma virtual pelo google meu negócio e plataforma digitais), a taxa de captação foi ajustada para 3% devido a quantidade de empresas do setor na mesma região, resultando na expectativa de atender 568 clientes no primeiro ano, com uma receita média de R\$ 150 por cliente, média que foi levado em consideração os dados da pesquisa como mostrado na figura 13, o que levaria ao total de receita de R\$ 85.200,00 no primeiro ano (R\$ 7.100,00/mês).

As metas de vendas levam em conta a capacidade operacional inicial, o investimento em marketing e a sazonalidade do mercado, com estratégias focadas em diferenciação competitiva, como serviços personalizados, atendimento diferenciado e sustentabilidade.

7.2.6 Metas de vendas de curto prazo (1 ano)

As metas de vendas do primeiro ano forma calculadas com base na pesquisa realizada e na capacidade operacional da empresa como a descrita no inciso 7.2.3.

Quadro 2 – Metas de vendas de curto Prazo

Trimestre	Meta de Clientes	Meta de Receita	Justificativa
1º Trimestre	150 clientes	R\$ 22.500	Foco em conquistar os primeiros clientes e visualização da marca no período sazonal de “volta as aulas”
2º Trimestre	200 clientes	R\$ 30.000	Expansão da base de clientes e foco na visualização da marca
3º Trimestre	100 clientes	R\$ 15.000	Consolidação da carteira de clientes fixos
4º Trimestre	118 clientes	R\$ 17.700	Atingir a meta anual de 963 clientes e preparar-se para expansão.
Total Anual	568 clientes	R\$ 85.200,00	Meta realista considerando a concorrência e a capacidade operacional inicial.

Fonte: Autoria Própria (2025)

7.2.7 Estratégias para Alcançar as Metas

Descontos para os primeiros clientes (ex: 10% na primeira compra). Pacotes de serviços com preços especiais. Anúncios no Google, Instagram e Facebook para atrair clientes. Posts nas redes sociais mostrando trabalhos realizados e depoimentos de clientes.

Buscar parcerias locais como colaborações com escolas, empresas e eventos. Descontos para clientes indicados por parceiros. Um atendimento mais personalizado, ágil e automatizado com foco na experiência do cliente para fidelização. Serviços de consultoria para ajudar na escolha de produtos. Oferecer produtos ecológicos (papel reciclado, embalagens sustentáveis) para atrair clientes conscientes.

7.2.8 Metas de vendas de longo prazo

As metas de vendas de longo prazo foram estabelecidas com base em um crescimento anual de 20%, considerando a expansão da base de clientes, a introdução de novos serviços e o aumento do ticket médio. No primeiro ano, a expectativa é atender 568 clientes, com uma receita anual de R\$ 85.200,00 (R\$ 7.100,00/mês). Ao longo dos próximos 5 anos, as metas incluem atingir 1.178 clientes no quinto ano, com uma receita anual de R\$176.670,72 (R 23.298/mês) como mostra o quadro ano a ano. Para alcançar

esses objetivos, serão implementadas estratégias como expansão de serviços, fidelização de clientes, investimento em marketing digital e parcerias estratégicas.

Quadro 3 - Metas de venda a longo prazo

	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano IV
Meta de clientes	568	682	818	982	1178
Meta de Receita	R\$ 85.200,00	R\$ 102.240,00	R\$ 122.688,00	R\$ 147.225,60	R\$ 176.670,72

Fonte – Autoria própria (2025)

7.2.9 Fatores que Impactam a Demanda

A demanda pode variar ao longo do ano devido a sazonalidade. Por exemplo: Alta temporada: final do ano (cartões de Natal, calendários) e épocas de festas (convites de casamento, formaturas), início das aulas (cadernos, etiquetas, agendas).

7.3 Oferta

7.3.1 Definição de preço de vendas e custos

Custos por unidade foi definido a partir de todo o material utilizado em cada produto como especificado na figura, os valores foram contabilizados proporcionalmente com o que seria gasto na fabricação de cada unidade dos produtos feitos por unidade como descritos na tabela 2, os produtos por escala cada um de acordo com a sua escala de 100 ou 10 unidade.

A complexidade do produto foi definida para a contabilização do custo fixo o que é definido de acordo com a produção de cada produto, onde o produto com apenas um processo de produção é de complexidade 1, produtos com até 3 processos de produção como impressão, corte e laminação é de complexidade 2 e os produtos com mais de 3 processos de produção são de complexidade 3. Essa complexidade foi definida para ajudar na contabilização dos custos variáveis. Pois os processos de produção todos utilizam máquinas com consumo elétrico.

Lucro desejado é o valor de lucro que terá sobre cada produto, esse valor foi feito um lucro de 50% em cima do custo de produção.

O preço final do produto é composto da seguinte formula:

$$\text{Custos por unidade} + \text{Custo Fixo} + \text{Lucro desejado} = \text{Preço}$$

Tabela 2 – Precificação dos produtos

Produto	Custo por unidade	Complexidade	Custo fixo	Lucro desejado	Preço
Envelopes personalizados	7,82	3,00	7,00	3,91	17,00
Cartões de Visita	1,94	3,00	7,00	0,97	8,00
Pastas Personalizadas	5,59	3,00	7,00	2,79	14,00
Convites	11,45	1,00	1,40	5,73	19,00
Blocos de Notas Capa Dura	6,21	2,00	7,00	3,11	25,00
Porta Postit	13,92	1,00	1,40	6,96	20,00
Cartões Diversos	2,40	1,00	1,40	1,20	5,00
Adesivos	10,53	1,00	1,40	5,27	17,00
Tags	1,00	1,00	1,40	0,50	3,00
Sacolas Personalizadas	15,33	2,00	7,00	7,67	30,00
Marcadores	8,62	1,00	1,40	4,31	14,00
Cadernos	32,78	3,00	7,00	16,39	55,00
Planner	28,51	3,00	7,00	14,26	50,00
Agendas	32,29	3,00	7,00	16,14	56,00
Cadernetas	6,21	2,00	7,00	3,11	15,00
Caixa Cartonada	18,99	3,00	7,00	9,50	34,00

Fonte: Autoria Própria (2025)

7.3.2 Definição dos produtos vendidos

Segue a descrição de todos os produtos oferecidos pela papelaria dividido em categorias.

Quadro 4 descreve os produtos oferecidos Varejo e atacado.

Quadro 4- Produtos vendidos em Varejo e atacado.

Produtos em Varejo	
Produto	Variações
Cadernos	Caderno Colegial
	Caderno A5
	Caderno A4
	Caderno Universitário
Planner	Planner 15x15
	Planner 24x17
	Agendas
	Agenda 15x15
	Agendas 24x17
Cadernetas	Caderneta Wire-o
	Caderneta Cartonada
Caixas Cartonadas	Caixa Cartonada - Tamanho personalizado

Fonte: Autoria Própria – 2025

Quadro 5 descreve os produtos vendidos apenas em atacado.

Quadro 5 - Produtos vendidos apenas em atacado

Produtos em Atacado
Envelopes personalizados
Cartões de Visita
Pastas Personalizadas
Convites
Blocos de Notas Capa Dura
Porta Postit
Cartões Diversos
Adesivos
Tags
Sacolas Personalizadas
Marcadores

Fonte: Autoria Própria(2025)

Quadro 6 descreve os serviços especiais, os serviços que tem uma identidade específica, destinados a eventos.

Quadro 6 – Serviços especiais

Serviços personalizados	
Serviços	Produtos
Papelaria de Casamento	Personalização
	Convites
	Lágrimas de alegria
	Caixas personalizadas
	Tags informativas
	Menu personalizado.
	Reserva de mesas
	Identificadores
	Convite de noivado
	Manual dos padrinhos
	Votos de casamento
	Etiquetas adesivas
	Bandeja para Kit Toalete com Papelaria
	CONES PARA PÉTALAS
Mimos de aniversário	Canetinhas ou lápis personalizado
	Mini cadernos de anotações ou livro de colorir personalizado
	Marca-páginas personalizado
	Adesivos com tema da festa
	Mini cones de confete
	caixinhas Milk
	caixinhas Pirâmide
	caixinhas Sushi c/ alça
	caixinhas Bala
	porta bis duplo
	Topo de bolo
Eventos Corporativos	Crachás personalizados
	Pastas e kits para participantes
	Certificados de participação
	Placas de identificação
	Adesivos
	Cadernetas
	Scrapbooking
	Envelopamento criativo

Fonte: Autoria Própria (2025)

7.3.3 Definição de descontos e promoções

As promoções são planejadas de forma estratégica, priorizando os produtos mais procurados de acordo com a sazonalidade e eventos relevantes na região. Para incentivar

as vendas e fidelizar clientes, será oferecido três modalidades de descontos: o club EcoDeCor, programa exclusivo que concede benefícios para quem entregar materiais recicláveis em pontos de coleta, descontos progressivos para compras em volume (5% para pedidos acima de 10 unidades e 10% acima de 100 unidades) e promoções sazonais alinhadas ao calendário comercial e às demandas locais.

8. FINANCEIRO

Nesta etapa, descreve-se os custos necessários para a abertura da papelaria, incluindo os custos iniciais para o seu funcionamento legal, os custos fixos e como deverá ocorrer o capital de giro, além de identificar se a empresa será rentável ou não.

8.1 Plano de investimento Inicial

O Plano de investimento inicial irá descrever todos os gastos iniciais para a abertura da empresa, desde os seus custos com equipamentos, ferramentas, estrutura, regularização, estoque inicial e o capital de giro necessário para o seu funcionamento. Segue na tabela abaixo os valores iniciais de investimento.

Tabela 3 – Valores de Investimento Inicial	
Descrição	Valor(R\$)
Custos de abertura	R\$ 551,18
Estoque inicial	R\$ 1.535,00
Equipamentos e Ferramentas	R\$ 12.121,24
Móveis	R\$ 5.427,00
Capital de Giro	R\$ 19.428,24
Valor total	R\$ 39.062,66

Fonte: Autoria Própria – 2025

8.1.1 Custos de abertura

Os custos de aberturas são os custos necessários para manter a empresa ativa de forma legal como: Alvará de funcionamento, Certificado digital e o Registro na junta comercial a tabela 4 abaixo irá descrever os valores de cada um.

Tabela 4- Custos de abertura	
Descrição	Valores(R\$)
Registro na Junta Comercial	R\$ 269,23
Alvará de Funcionamento	R\$ 106,95
Certificado Digital	R\$ 175,00
Valor total	R\$ 551,18

Fonte: Autoria Própria – 2025

8.1.2 Estoque Inicial

Na tabela 5 apresentam-se todos os insumos necessários para a produção inicial da papelaria descrevendo todos os produtos que estarão disponíveis para a fabricação dos produtos de seu catálogo descrito na seção 7.3.2 desse documento.

Tabela 5 – Estoque Inicial

Produto	Observações	Valor
Papéis (sulfite, couchê, adesivo)	Papeis distribuídos de forma iguais, entre cores, pesos e texturas	1000,00
Tintas	Conjunto de 4 cores	90,00
Envelopes	Dividido nos vivermos tipos e tamanhos	200,00
Bobina Bopp Laminação Fosco	A bobina contém 100 m	10,90
Bobina Bopp Laminação Brilho	A bobina contém 100 m	29,90
Espiral		40,00
Wire-o		23,90
Palito Transparente para Topo de Bolo Nº 09 -		33,00
Bastão de Cola Quente	100 Bastões	23,00
Perfume para papel		15,00
Fitas	Cores Diversas	15,90
Ilhós	Cores Diversas	8,90
Elástico Chato	Cores Diversas	8,90
Cola Branca	500 ML	23,90
Cola de Silicone	200 ml	11,70
Total		1.535,00

Fonte: Autoria Própria - 2025

8.1.3 Equipamentos e Ferramentas

Nesse tópico será descrito todos os equipamentos e ferramentas que se fazem necessário para a produção de todos os produtos descritos no quadro 1.

Tabela 6 – Equipamentos e Ferramentas

Máquinas/Equipamento	Especificação	Quantidade	Valor de Compra
Impressora/scaner/copiadora	Impressora Multifuncional tanque de tinta Ecotank Wifi A3 L14150, Colorida, Wi-Fi, Conexão Ethernet, Conexão USB, Bivolt.	1	4409,10
Máquina de corte	Máquina para recorte c/Scanner ScanNCut SDX85 220v - Brother CX 1 UN	1	2069,10

Notebook	Notebook Samsung Galaxy Book3 360 Intel Core i5 8GB RAM SSD 256GB 13,3" Full HD Windows 11 NP730QFG-KF2BR	1	2800,00
Encadernadora	Encadernadora We R Memory Keepers Heidi Swapp Furo Quadrado	1	900,00
Guilhotina/ arredondador	Guilhotina 2 em 1 com Arredondador de Cantos - Mimo - A4	1	231,49
Laminadora	Plastificadora A3 + Refiladora + Canteadeira 3x1 P-336 220v	1	
Máquina de corte e vinco	Máquina de Corte e Vinco Manual - 50 Cm - Artmaq	1	1159,90
Tesoura	Tesoura Profissional possui lâminas curvas e antiaderentes.	1	39,90
Ferramentas	Kit de Ferramentas Essenciais Tons Pastel - Cricut - 05 peças	1	189,05
Tesoura	Tesoura de Precisão	2	59,76
Estilete	Estilete para uso profissional com lâmina de aço Inoxidável 18mm.	2	28,90
Estilete	Estilete Circular tem lâmina rotativa.	2	47,90
Régua e esquadros	A Régua Profissional para Corte - 40cm X 4cm é feita de acrílico cristal. Ela possui escalas métricas horizontais e verticais, para facilitar as marcações. / A Régua para Encadernação 5 em 1 Bookbinding, Produzida em aço inox.	2	100,00
Base de corte	Base de Corte Regenerativa 32 cm x 62 cm	1	120,00
Alicate Furador de Ilhós Simples	Alicate Furador para Aplicação de Ilhós	1	25,90
Subtotal dos Móveis			12.121,24

Fonte: Autoria Própria - 2025

8.1.4 Móveis

A tabela 7 descreve os móveis que farão parte do layout descrito na figura 4.

Tabela 7 - Móveis

Produto/Equipamento	Especificação	Quantidade	Valor de Compra(R\$)
Bancada de corte	Bancada Atena 180x80x75alt com 2 telas - Pinus 18mm	1	1332,00
Mesa de impressão e escrivania		1	400,00
Armário	Armário prateleiras MDF Branco cartolina.cód AMP1	1	950,00
Cadeira		1	145,00
Prateleiras		1	2300,00
Organizadores	Caixas, Gaveteiros, Comeias,	10	300,00
Subtotal dos Móveis			5427,00

Fonte: Autoria Própria -2025

1.1.1 Capital de Giro

O Capital de giro refere-se aos ativos e passivos circulantes de uma empresa. Sua gestão eficiente é crucial para manter o equilíbrio entre rentabilidade e risco. (GITMAN,2010).

Tabela 8 – Capital de Giro

Descrição	Valor
Passivo Circulante	R\$ 420,00
Ativo Circulante	R\$ 20.203,00
Valor total	R\$ 19.783,00

Fonte – Autoria Própria (2025)

Os dados descritos na tabela representam os recursos financeiros necessários para manter as operações diárias de uma empresa, cobrindo despesas como pagamento a fornecedores, salários e custos operacionais. Ele é calculado pela diferença entre ativos circulantes caixa, estoques e contas a receber e passivos circulantes dívidas de curto prazo, refletindo a liquidez e a capacidade de honrar obrigações sem interromper atividades.

8.2 Precificação do(s) produto (s) (custo e venda)

Os produtos foram precificados de acordo com o material utilizado em sua produção detalhando cada produto utilizado e o valor de cada unidade. Inicialmente foi feito um levantamento de todos os materiais necessários para a produção de cada produto vendido na papelaria, onde nesse levantamento era visto o valor de cada unidade daquele produto, por exemplo para as resmas de folhas onde são compradas a partir de 100 unidade em cada pacote foi considerado pego o valor da resmas e dividido pela quantidade de folhas que contia o pacote e assim chegou ao valor por unidade, foi feito dessa forma para todos os materiais como mostra a tabela abaixo.

Quadro 7 - Lista de Insumos utilizados na produção dos produtos

Descrição	Preço	Quantidade	Dimensões	Preço por unidade
Impressões	87,36	4 tubos de tintas	65 ml cada tubo	0,01
Custos extras			Perfume/ embalagem/colas/mimos	3,00
Envelope Krafft	64,80	100	A4 - 21x29,7 cm	0,65
Envelope Branco	74,00	100	A4 - 21x29,7 cm	0,74
Envelope Colorido	71,16	100	A5 - 21x14,8 cm	0,71
Bloco autoadesivo	9,90	1	50x50 cm	9,90
Papel Paraná - Espessura 1,9mm	94,00	100	A5 - 21x14,8 cm	3,65
Papel Paraná - Espessura 1,9mm	148,00	100	A4 - 21x29,7 cm	4,94
Papel Offset 90g	26,90	1000	A6 - 14,8x10,5 cm	0,03
Papel Offset 120g	29,90	1000	A6 - 14,8x10,5 cm	0,03
Papel Offset 90g	23,90	500	A5 - 21x14,8 cm	0,05
Papel Offset 120g	28,90	500	A5 - 21x14,8 cm	0,06
Papel Offset 150g	20,00	250	A5 - 21x14,8 cm	0,08
Papel Offset 180g	178,90	2000	A5 - 21x14,8 cm	0,09
Papel Offset 240g	122,00	1000	A5 - 21x14,8 cm	0,12
Papel Offset 75g	150,00	2500	A4 - 21x29,7 cm	0,06
Papel Offset 90g	87,00	1000	A4 - 21x29,7 cm	0,09
Papel Offset 120g	110,00	1000	A4 - 21x29,7 cm	0,11
Papel Offset 150g	78,00	500	A4 - 21x29,7 cm	0,16
Papel Offset 180g	94,00	500	A4 - 21x29,7 cm	0,19
Papel Offset 240g	120,90	500	A4 - 21x29,7 cm	0,24
Papel Offset 300g	157,00	500	A4 - 21x29,7 cm	0,31
Papel Offset 75g	61,90	500	A3 - 42x29,7 cm	0,12
Papel Offset 90g	91,90	500	A3 - 42x29,7 cm	0,18
Papel Offset 120g	61,90	250	A3 - 42x29,7 cm	0,25
Papel Offset 150g	79,80	250	A3 - 42x29,7 cm	0,32
Papel Offset 180g	186,90	500	A3 - 42x29,7 cm	0,37

Papel Offset 240g	60,90	125	A3 - 42x29,7 cm	0,49
Papel Offset 300g	65,80	100	A3 - 42x29,7 cm	0,66
Papel Laminado Lamicote	11,70	10	A4 - 21x29,7 cm	1,17
Papel Cartão Duplex 280g	47,90	11	A1 -	4,35
Papel Cartão Triplex 300g	41,96	50	A3 - 42x29,7 cm	0,84
Papel Vegetal Perolizado 180gr	14,90	10	A4 - 21x29,7 cm	1,49
Papel Foto 260g A6	6,50	20	A6 - 14,8x10,5 cm	0,33
Papel Fotográfico 230g Matte	36,90	100	A4 - 21x29,7 cm	0,37
Papel Foto Glossy 230g A4 Brilho	34,90	100	A4 - 21x29,7 cm	0,35
Papel Fotográfico Glossy Brilho Adesivo	7,90	20	A4 - 21x29,7 cm	0,40
Papel Laminado Lamicote 1 Face 180g	10,00	10	A4 - 21x29,7 cm	1,00
Papel Perolizado 180g	13,40	10	A4 - 21x29,7 cm	1,34
Papel Color Plus 240g	9,90	10	A4 - 21x29,7 cm	0,99
Papel Vergê Texturizado 180g	36,90	50	A4 - 21x29,7 cm	0,74
Papel Laminado Lamicote Dourado 250g	18,90	10	30,5x30,5 Cm	1,89
Papel Kraft Adesivo	23,90	10	A3 - 42x29,7 cm	2,39
Papel Kraft 180g	100,00	500	A4 - 21x29,7 cm	0,20
Papel Kraft 240g	122,90	250	A3 - 42x29,7 cm	0,49
Vinil Adesivo Transparente Leitoso	1,40	1	A4 - 21x29,7 cm	1,40
Adesivo Vinil Acabamento Brilho	5,90	1	30x100 cm	5,90
Vinil Adesivo Holográfico Diamond	2,00	1	A4 - 21x29,7 cm	2,00
Bobina Bopp Laminação Fosco	10,90	10	22x10000 cm	1,09
Bobina Bopp Laminação Brilho	29,90	10000	10000 cm	0,00
Protetor Térmico P Laminação	2,50	1	A4 - 21x29,7 cm	2,50
Espiral Metálico	4,00	1	33 mm	4,00
Wire-o	23,90	5	A4 - 21x29,7 cm	4,78
Espiral de plástico	12,90	10	A4 - 21x29,7 cm	1,29
Ilhós nº 54 8g - Cores	7,00	8	8g	0,88
Elástico Chato	8,90	10	10 m	0,89
Fita Banana Dupla Face Espuma	15,90	5,5	5,5 m	2,89
Palito Transparente	33,00	250	28 cm	0,13
Bastão Cola Quente Fina	23,90	1000	1000g	0,02
Cola Ateliê	11,70	100	100g	0,12

Alça Cordão	33,90	100	35 cm	0,34
Perfume para papel	15,00	30	30 ml	0,50
Cola Branca	23,90	500		0,05

Fonte: Autoria Própria - 2025

Após o levantamento de todos os valores dos materiais, a Tabela 8 detalha a quantidade de cada insumo necessário para a fabricação de um produto e em seguida somado todos os insumos para chegar o valor do custo por unidade e quanto de material será necessário para a fabricação de cada produto. Segue a tabela de precificação por unidade.

Tabela 9 – Precificação de um Caderno

Materiais utilizados	Quantidade	Preço(R\$)
Papel Paraná - Espessura 1,9mm - A4	2	9,87
Wire-o 2x1 1 1/4 A4	1	4,78
Papel Fotográfico Glossy Brilho	3	1,19
Adesivo A4		
Bobina Bopp Laminação Fosco P/ A4	2	2,18
Papel Offset 90g - A4	110	9,57
Impressões	113	1,32
Elástico Chato	0,5	0,45
Ilhós nº 54 8g - Cores	0,5	0,44
Custos extras	1	3,00
Total		32,78

Fonte: Autoria própria (2025)

Após a definição de todos os insumos e seus valores, soma-se o Total + Custo Fixo + Lucro desejado onde será igual ao valor do produto como já descrito na **tabela 2**.

8.3 Projeção de despesas e custos

A tabela 9 demonstra as despesas mensais do primeiro ano de operação nos cenários pessimista, realista e otimista.

Tabela 10 – Projeção de Despesas e custos mensais
Pessimista, Realista e Otimista

Material	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
Energia	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Internet	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	1.080,00
Telefone	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	576,00
ICMS	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00
INSS	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	2.640,00
Material de Limpeza	40,00				40,00				40,00				120,00
Pro--labore	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2000,00	2.000,00	2..000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2..000,00	24.000,00
Manutenção de equipamentos	250,00				250,00				250,00				750,00
Marketing	300,00			300,00							300,00		900,00
Site	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Despesas Bancárias	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Folha de pagamento	1.806,42	1.806,42	1.806,42	1.806,42	1.806,42	1.806,42	1.806,42	1.806,42	1.806,42	1.806,42	1.806,42	1.806,42	21.677,04
Férias													0,00
13ºSalário											759,00	759,00	1.518,00
Total	5.055,42	4.465,42	4.465,42	4.765,42	4.755,42	4.465,42	4.465,42	4.465,42	4.755,42	4.465,42	4.765,42	4.465,42	55.355,04

Fonte – Autoria Própria (2025)

As despesas elas são compostas por energia no valor mensal médio de R\$100,00, internet no valor mensal de R\$ 90,00 reais, telefone no valor de R\$ 48,00, ICMS (Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços) no valor de R\$ 1,00, INSS(Instituto Nacional do Seguro Social) no valor de R\$220,00, Material de limpeza no valor de R\$ 40,00 cada compra (nos meses de janeiro, maio e setembro),realizada a cada 4 meses para a manutenção do ponto de produção, pró-labore no valor de 2000,00, manutenção dos equipamentos no valor de R\$250,00 a cada realização(manutenção periódicas e preventivas) no período de 4 meses, marketing estratégico com aplicação no trafego pago nos períodos de sazonalidade no valor de R\$300,00 (nos meses de janeiro, abril e novembro), licença do site no valor mensal de R\$100,00, despesas bancárias no valor de R\$100,00.

Outras despesas que seria a folha de pagamento do funcionário no valor de 1802,42, onde estar inserido o valor do salário de R\$ 1518,00(salário mínimo do ano de 2025), valor do FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço) no valor de R\$ de 121,44(alíquota de 8%), o INSS no valor de R\$ 166,98 (alíquota de 11%). Tendo em vista que essa projeção se refere ao primeiro ano ainda não cabe o valor de férias do funcionário por isso estar zerado, valor do 13º salário de 759,00 cada parcela (paga nos meses de novembro e dezembro) paga em duas vezes.

Nas projeções demonstradas na tabela 9 foi criado 3 cenários diferentes o otimista, o pessimista e o realista, porém com as despesas são iguais nos 3 cenários descritos os valores são os mesmos.

A tabela 10 demonstra as despesas anuais nos cenários otimista, pessimista e realista. Consideração a inflação de 5,35% ao ano

Tabela 11 – Projeção das Despesas e Custos anuais

Otimista, Pessimista e Realista

Material	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
Energia	1.200,00	1.332,00	1.478,52	1.641,16	1.821,68
Internet	1.080,00	1.198,80	1.330,67	1.477,04	1.639,52
Telefone	576,00	639,36	709,69	787,76	874,41
ICMS	12,00	13,32	14,79	16,41	18,22
INSS	2.640,00	2.930,40	3.252,74	3.610,55	4.007,71
Material de Limpeza	120,00	133,20	147,85	164,12	182,17
Pro--labore	24.000,00	26.640,00	29.570,40	32.823,14	36.433,69
Manutenção de equipamentos	750,00	832,50	924,08	1.025,72	1.138,55
Marketing	900,00	999,00	1.108,89	1.230,87	1.366,26
Site	1.200,00	1.332,00	1.478,52	1.641,16	1.821,68
Despesas Bancárias	1.200,00	1332,00	1.478,52	1.641,16	1.821,68
Folha de pagamento	21.677,04	2.4061,51	26.708,28	2.9646,19	32.907,27
Férias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13ºSalário	1.518,00	1.684,98	1.870,33	2.076,06	2.304,43
Total	55.355,04	61.444,09	68.202,94	75.705,27	84.032,85

Fonte – Autoria Própria (2025)

Nas projeções demonstradas na tabela 10 foi criado 3 cenários diferentes o otimista, o pessimista e o realista, porém com as despesas são iguais nos 3 cenários descritos os valores são os mesmos.

8.4 Depreciação

A tabela 12 demonstra o valor da depreciação (valores apenas para fins contábeis).

Tabela 12 – Depreciação		
Itens	Depreciação	Valor R\$
Equipamento e Ferramentas	10%	1.247,60
Móveis	10%	542,70
Total		1.790,30

Fonte – Autoria Própria (2025)

8.5 Projeção de receitas

Na tabela 13 apresenta a projeção de receita referente ao cenário realista.

Tabela 13 – Projeção de receita –Cenário Realista					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta	85.200	102240	122688	147225,6	176670,72
Deduções	12	14,4	17,28	20,736	24,88
Receita Líquida	85.188	102.226	122.671	147.205	176645,84
(CMV)	4259,4	5111,28	6133,53	7360,2432	8832,29
Lucro Bruto	80.929	97.114	116.537	139.845	167.81
Despesas Operacionais	55355,04	61444,09	68202,94	75705,27	84032,85
Lucro Operacional	25.574	35.670	48.334	64.139	83.781
Pró-labore	24000	28800	34560	41472	49766,4
(LAIR)	1.574	6.870	13.774	22.667	34.014
Imposto de Renda e Contribuição Social	78,68	343,51	688,71	1133,36	1700,71
Lucro Líquido do Exercício	1.495	6.527	13.086	21.534	32.314

Fonte – Autoria Própria (2025)

No cenário realista a receita anual de R\$85.200 foi calculada com base na demanda mensal média R\$7.100 já calculada nesse estudo no inciso 7.2.5, os dados foram

calculados mês a mês levado em consideração o período de sazonalidade de até 30% no período de volta as aulas.

Essas informações foram projetadas com uma taxa de crescimento ao ano de 20% em relação ao primeiro ano de operação, essa taxa foi levada em consideração a aceitação dos clientes ao produto e aos serviços.

Tabela 13 descreve a projeção no cenário pessimista.

Tabela 13 - Projeção de receita- Cenário Pessimista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta	76.680,00	92.016,00	110.419,20	132.503,04	159.003,65
Deduções	12,00	14,40	17,28	20,74	24,88
Receita Líquida	76.668,00	92.001,60	110.401,92	132.482,30	158.978,76
(CMV)	3.833,40	4.600,08	5.520,10	6.624,12	7.948,94
Lucro Bruto	72.834,60	87.401,52	104.881,82	125.858,19	151.029,83
Despesas Operacionais	55.355,04	61.444,09	68.202,94	75.705,27	84.032,85
Lucro Operacional	17.479,56	25.957,43	36.678,88	50.152,92	66.996,98
Pró-labore	24.000,00	28.800,00	34.560,00	41.472,00	49.766,40
(LAIR)	-6.520,44	-2.842,57	2.118,88	8.680,92	17.230,58
Imposto de Renda e Contribuição Social	-326,02	-142,13	105,94	434,05	861,53
Lucro Líquido do Exercício	-6.194,42	-2.700,45	2.012,94	8.246,87	16.369,05

Fonte – Autoria Própria (2025)

No cenário pessimista a receita anual de R\$ 76.680,00 foi calculada com base na demanda mensal média R\$6.390,00 que se refere 10% menor que o cenário realista, os dados foram calculados mês a mês levado em consideração o período de sazonalidade de até 30% no período de volta as aulas.

Essas informações foram projetadas com uma taxa de crescimento ao ano de 20% em relação ao primeiro ano de operação, essa taxa foi levada em consideração a aceitação dos clientes ao produto e aos serviços.

Tabela 14 descreve o cenário otimista.

Tabela 14 - Projeção de receita- Cenário Otimista

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta	110.760,00	132.912,00	159.494,40	191.393,28	229.671,94
Deduções	12,00	14,40	17,28	20,74	24,88
Receita Líquida	110.748,00	132.897,60	159.477,12	191.372,54	229.647,05
(CMV)	5.537,40	6.644,88	7.973,86	9.568,63	11.482,35
Lucro Bruto	105.210,60	126.252,72	151.503,26	181.803,92	218.164,70
Despesas Operacionais	55.355,04	61.444,09	68.202,94	75.705,27	84.032,85
Lucro Operacional	49.855,56	64.808,63	83.300,32	106.098,65	134.131,85
Pró-labore	24.000,00	28.800,00	34.560,00	41.472,00	49.766,40
(LAIR)	25.855,56	36.008,63	48.740,32	64.626,65	84.365,45
Imposto de Renda e Contribuição Social	1.292,78	1.800,43	2.437,02	3.231,33	4.218,27
Lucro Líquido do Exercício	24.562,78	34.208,19	46.303,30	61.395,32	80.147,18

Fonte – Autoria Própria (2025)

No cenário pessimista a receita anual de R\$ 110.760,00 foi calculada com base na demanda mensal média R\$9.230,00 que se refere 30% menor que o cenário realista, os dados foram calculados mês a mês levado em consideração o período de sazonalidade de até 30% no período de volta as aulas.

Essas informações foram projetadas com uma taxa de crescimento ao ano de 20% em relação ao primeiro ano de operação, essa taxa foi levada em consideração a aceitação dos clientes ao produto e aos serviços.

8.5.1 Projeção do fluxo de caixa

Para a demonstração do fluxo de caixa foram usados os seguintes dados, entradas saídas custos fixos, compras e depreciação. Realizados as projeções em 3 cenários, realista, pessimista e otimista.

Tabela 15-Projeção do fluxo de caixa – Cenário Realista

Demonstração de fluxo de caixa	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Entradas	85.200	102240	122688	147225,6	176670,72
Saídas	34080	40896	49075,2	58890,24	70668,288
Custos fixos	55.355,04	61.444,09	68.202,94	75.705,27	84.032,85
Compras	20500	24600	29520	35424	42508,8
Depreciação	1790,3	1790,3	1790,3	1790,3	1790,3
Fluxo de caixa líquido	82.634,66	104.501,61	131.289,96	164.044,27	204.024,66

Fonte - Autoria Própria (2025)

Na tabela 15 como podemos verificar no cenário realista o fluxo de caixa se manteve positivo devido as entradas serem maior que a saída.

Tabela 17 – Projeção do fluxo de caixa – Cenário Pessimista

Demonstração de fluxo de caixa	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Entradas	76.680,00	92.016,00	110.419,20	132.503,04	159.003,65
Saídas	46008	55209,6	66251,52	79501,824	95402,19
Custos fixos	55.355,04	61.444,09	68.202,94	75.705,27	84.032,85
Compras	20500	24600	29520	35424	42508,8
Depreciação	1790,3	1790,3	1790,3	1790,3	1790,3
Fluxo de caixa líquido	-5.973,34	-1.827,99	3.694,44	10.929,65	20.287,11

Fonte - Autoria Própria (2025)

Na tabela 16 podemos verificar que no cenário pessimista pode-se verificar que devido as saídas serem menores que as despesas eleva o custo de produção fazendo com que o fluxo nos primeiros anos seja negativo.

Tabela 18 – Projeção do fluxo de caixa – Cenário Otimista

Demonstração de fluxo de caixa	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Entradas	110.760,00	132.912,00	159.494,40	191.393,28	229.671,94
Saídas	66456	79747,2	95696,64	114835,968	137803,1616
Custos fixos	55.355,04	61.444,09	68.202,94	75.705,27	84.032,85
Compras	20500	24600	29520	35424	42508,8
Depreciação	1790,3	1790,3	1790,3	1790,3	1790,3
Fluxo de caixa líquido	7.658,66	14.530,41	23.324,52	34.485,74	48.554,43

Fonte - Autoria Própria (2025)

Na tabela 17 no cenário otimista pode-se analisar que as saídas é maior que os custos de produção o que faz com que os custos diminuam devido ao volume de produção.

8.6 Projeção do ponto de equilíbrio

Para Lorentz (2021) o ponto de equilíbrio contábil (PEC), é o nível de atividade em que os custos e despesas totais igualam-se à receita total. Nesse estágio, a empresa não obtém lucro nem prejuízo, apenas cobre seus gastos operacionais.

Segundo Gitman (2010) empresas com mais de um produto, o ponto de equilíbrio operacional é normalmente calculado em termos de receita de vendas RV. Isso faz substituindo a margem de contribuição, que é 100% menos os custos operacionais variáveis totais como porcentagem do total das vendas, denota por CV% no denominador da equação.

O cálculo do ponto de equilíbrio será feito conforme a equação 1 :

$$Rv = \frac{CF}{1 - CV\%}$$

1

Os cálculos foram realizados com base na projeção de receita, considerando dois cenários distintos: um cenário realista e um cenário otimista. Essa abordagem foi adotada porque não faria sentido calcular um ponto de equilíbrio em um cenário sem nenhuma perspectiva de melhoria.

A tabela 16 mostra o ponto de equilíbrio no cenário realista.

Tabela 19 – Ponto de Equilíbrio – Cenário Realista

Descrição	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Ponto de Equilíbrio - RV	79078,63	87777,28	97432,78	108150,38	120046,93

Fonte – Autoria Própria (2025)

Podemos ver que o ponto de equilíbrio ele tem um aumento no decorrer dos anos chegando a 120.046,93. Na Tabela 17 mostra o ponto de equilíbrio no cenário otimista.

Tabela 20 - Ponto de Equilíbrio – Cenário Otimista

Descrição	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Ponto de Equilíbrio - RV	92258,40	102406,82	113671,57	126175,45	140054,75

Fonte – Autoria Própria (2025)

Podemos perceber que no cenário otimista o ponto de equilíbrio também tem um aumento no decorrer nos 5 anos.

CONCLUSÃO

Este plano de negócio buscou avaliar a viabilidade da criação da gráfica “Papel de Cor”, voltada para o segmento de produtos personalizados na cidade de Mossoró/RN. A proposta demonstrou-se relevante tanto do ponto de vista econômico quanto social, considerando a crescente demanda por soluções gráficas criativas, ágeis e sustentáveis no mercado local.

Através da pesquisa de mercado realizada com 50 participantes, identificou-se que 92,7% dos respondentes já utilizaram serviços gráficos, e 65% demonstram preferência pelo atendimento online, o que valida o modelo proposto de operação digital com foco em comodidade e eficiência. Além disso, a aceitação de sistemas de fidelização, como o *cashback* (aprovado por cerca de 90% dos respondentes), aponta para um público com alto potencial de recompra e engajamento.

De acordo com Biagio (2013), o plano de negócios funciona como um “livro de cabeceira do empreendedor”, pois antecipa cenários e reduz os riscos envolvidos na tomada de decisões. Nesse sentido, a elaboração deste plano permitiu identificar oportunidades e ameaças do ambiente externo, bem como as forças e fraquezas internas da futura empresa, conforme recomenda Hooley, Saunders e Piercy (2005) ao destacarem a importância da matriz SWOT para o posicionamento competitivo.

O planejamento estratégico também se alicerçou na análise da cadeia de suprimentos e na implementação do modelo Just In Time (Slack, 2009), com o objetivo de reduzir custos operacionais e desperdícios. A proposta de logística reversa, segundo Leite (2009), promove o retorno dos produtos ao ciclo produtivo, agregando valor ambiental e competitivo às empresas.

Por fim, considerando os dados projetados de receita, a estimativa de atendimento de 568 clientes no primeiro ano e o crescimento estimado de 20% ao ano, conclui-se que a gráfica Papel de Cor apresenta um modelo de negócio financeiramente viável, estrategicamente bem fundamentado e alinhado às tendências do mercado contemporâneo. Além disso, o empreendimento se insere como uma iniciativa de fomento ao empreendedorismo feminino, colaborando para a inclusão produtiva e para a inovação no setor gráfico da cidade de Mossoró.

REFERÊNCIAS

BIAGIO, Luiz A. **Como Elaborar o Plano de Negócios**. Barueri: Manole, 2013. *E-book*. p.v. ISBN 9788520447338. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520447338/>. Acesso em: 25 jun. 2025.

BIZZOTTO, Carlos Eduardo N. **Plano de negócios para empreendimentos inovadores**. Rio de Janeiro: Atlas, 2008. *E-book*. p.22. ISBN 9788522468232. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522468232/>. Acesso em: 25 jun. 2025.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. Editora manole, 2004.

CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter. **Gestão da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operações**. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2016. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 22 maio 2025.

DINO, Dino. Economia afetiva aquece mercado de produtos personalizados. **Valor Econômico**, 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2024/02/23/economia-afetiva-aquece-mercado-de-produtos-personalizados.ghtml>. Acesso em: 20 dez. 2024.

DINO, Dino. Pensando em empreender? Produtos personalizados com estampas são forte tendência de mercado e uma ótima oportunidade de investimento. **Terra**, 2018. Disponível em: https://www.terra.com.br/noticias/pensando-em-empreender-produtos-personalizados-com-estampas-sao-forte-tendencia-de-mercado-e-uma-otima-oportunidade-de-investimento,e77f42bcce4ac8ebb0bdeec487b3fd537ex178nd.html?utm_source=clipboard#google_vignette. Acesso em: 23 dez. 2024.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

Economia afetiva aquece mercado de produtos personalizados. **Valor Econômico**, 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2024/02/23/economia-afetiva-aquece-mercado-de-produtos-personalizados.ghtml>. Acesso em: 22 maio 2025.

GASPARIN, Mirian. Relatório mapeia setor de brindes no Brasil: Cerca de 21 mil brindeiros movimentam 194 milhões de presentes corporativos. **Mirian Gasparin**, 2024. Disponível em:

GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 12. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

HOOLEY, G.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2005. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 20 maio 2025.

IBGE, 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/mossoro/panorama>. Acesso em: 15 abr. 2025.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 14^a ed. São Paulo: Pearson, 2012.

LEITE, Paulo Ribeiro. *Logística Reversa: meio ambiente e competitividade*. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

LORENTZ, Francisco. Contabilidade e análise de custos. 3. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2021. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 22 jul. 2025.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: foco na decisão**. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

MARKETING, Voa. A revolução dos brindes personalizados nas ações de endomarketing. **araraquaranews**, 2023. Disponível em: <https://www.araraquaranews.com.br/noticia/a-revolucao-dos-brindes-personalizados-nas-acoes-de-endomarketing#>. Acesso em: 22 maio 2025.

MARTINS, Ricardo Silveira. **Gestão da logística e das redes de suprimentos**. 1. ed. Curitiba: Inter saberes, 2019. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 26 maio 2025.

MEMORIAL DA INDÚSTRIA. A indústria gráfica no Brasil. São Paulo: SESI-SP, 2019. Disponível em: <https://memorialdaindustriago.com.br/memorial/static/downloads/a-industria-grafica-no-brasil-01915197.pdf>. Acesso em: 28 de junho de 2025.

OHNO, Taiichi. **O sistema Toyota de produção além da produção**. Bookman, 1997.

OLIVEIRA, Daniele Melo de. **Marketing estratégico**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 21 maio 2025.

PERSONALIZADOS, Ltp. Relatório Mapeia Setor de Brindes no Brasil. **LtpPersonalização**, 2025. Disponível em: <https://www.ltp1.com.br/setor-brindes-no-brasil/>. Acesso em: 06 mar. 2025.

RESEARCH, Business . Mercado De Presentes Personalizados Source: <https://www.businessresearchinsights.com/pt/market-reports/personalized-gifts-market-102185>. **Business Research**, 2024. Disponível em: <https://www.businessresearchinsights.com/pt/market-reports/personalized-gifts-market-102185>. Acesso em: 20 jun. 2025.

REVENDA, Pontual. O Futuro do Mercado Gráfico: Previsões e Tendências Emergentes. **Grafica Pontual**, 2024. Disponível em: <https://revendapontual.com.br/o-futuro-do-mercado-grafico-previsoes-e-tendencias-emergentes/>. Acesso em: 16 dez. 2024.

RICHARDSON, Maikon . Como saber qual enquadramento tributário ideal para a minha empresa: Confira a análise dos três tipos de regimes utilizados no Brasil e saiba como consultar o enquadramento tributário.. **Sebrae**, 2024. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-saber-qual-o-enquadramento-tributario-para-minha-empresa,2ae2ace85e4ef510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 03 dez. 2024.

ROCHA, Keli, A personalização de produtos e serviços para o novo perfil de consumidor*, Revista de Tecnologia Aplicada (RTA) v.10, n.1, jan-abr 2021, p. 40-49.

SLACK, Nigel et al. **Administração da produção**. São Paulo: Atlas, 2009.

SEBRAE. Plano de Negócio: por que ele é tão importante para abrir sua empresa?. Sebrae, 2019. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/plano-de-negocio-porque-ele-e-tao-importante-para-abrir-a-sua-empresa,05bdf074cdcda510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 16 dez. 2024.

TAYLOR, D. A. **Logística na cadeia de suprimentos:** uma perspectiva gerencial. 1. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2005. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 23 maio 2025.

TERTULIANO, Acza . Tendências em Papelaria Personalizada para 2025: Dicas e novidades para atrair clientes. Futuraim, 2025. Disponível em: https://www.futuraim.com.br/blog/tendencias-em-papelaria-personalizada-para-2025-dicas-e-novidades-para-atrair-clientes?srsltid=AfmBOooMJO7cYh_2TVjCOGX9zonvNT2fjrt4CNVLneyVhypwm0uHTcc 5. Acesso em: 05 fev. 2025.

APÊNDICE I

Questionário:
Qual é a sua faixa etária?
☐ 18-25 anos ☐ 26-35 anos ☐ 36-45 anos ☐ 46-55 anos ☐ Acima de 55 anos
Qual é o seu perfil?
☐ Estudante ☐ Profissional liberal ☐ Dono de pequena/média empresa ☐ Funcionário de empresa ☐ Funcionário público
Qual é o seu gênero?
☐ Feminino ☐ Masculino ☐ Prefiro não informar
Cidade:
Você já utilizou serviços de gráfica ou papelaria personalizada?
☐ Sim ☐ Não
Se sim, com que frequência você utiliza esses serviços?
☐ Semanalmente ☐ Mensalmente ☐ Anualmente ☐ Raramente
Quais serviços ou produtos você mais utiliza?

▪ Cartões de visita ▪ Convites personalizados ▪ Flyers e panfletos ▪ Banners e adesivos ▪ Impressões em geral ▪ Encadernações ▪ Brindes personalizados (canetas, agendas, copos) ▪ Papelaria criativa (cadernos, planners, bloquinhos) ▪ Outros...
Qual foi o valor máximo que você já gastou em serviços gráficos ou papelaria?
○ Até R\$ 100,00 ○ Entre R\$100,00 a R\$300,00 ○ Entre R\$300,00 a R\$500,00 ○ Acima de R\$500
O que você mais valoriza ao escolher uma gráfica ou papelaria?
○ Preço acessível ○ Qualidade do produto ○ Prazo de entrega rápido ○ Atendimento personalizado ○ Variedade de opções personalizadas ○ Localização conveniente ○ Sustentabilidade ○ Outro..
Quais são suas maiores dificuldades ao utilizar serviços gráficos ou de papelaria?
○ Preços altos ○ Demora no atendimento ou entrega ○ Falta de qualidade no produto final ○ Poucas opções de personalização ○ Dificuldade para encontrar gráficas confiáveis ○ Outros.
Como você prefere solicitar orçamentos ou fazer pedidos?
○ Presencialmente ○ Por telefone

○ Online (site, e-mail, redes sociais) ○ Aplicativo ou WhatsApp ○ Outros...
O que você acha que falta no mercado de gráficas/papelarias?
○ Mais opções de personalização ○ Produtos sustentáveis (papel reciclado, tintas ecológicas) ○ Atendimento mais ágil e eficiente ○ Preços mais competitivos ○ Serviços online integrados (orçamento e acompanhamento) ○ Outros...
O que faria você escolher uma nova gráfica/papelaria em vez de uma já estabelecida?
▪ Qualidade superior dos produtos ▪ Preço acessíveis ▪ Atendimento diferenciado ▪ Prazo de entrega rápido ▪ Opções criativas e personalizadas ▪ Localização conveniente ▪ Sustentabilidade (Produtos ecológicos) ▪ Outros...
Qual seria o principal motivo para você experimentar uma nova papelaria/gráfica?
○ Promoções de lançamento ○ Indicação de conhecidos ○ Diferenciais competitivos (ex: sustentabilidade, design criativo) ○ Localização próxima ○ Portfólio
Você pagaria mais por produtos sustentáveis (ex: papel reciclado, tintas ecológicas)?
○ Sim ○ Não ○ Depende do valor adicional
O que você acharia se tivesse um programa de <i>cashback</i> ? (Onde no retorno de um produto usado Você ganharia desconto)
○ Gosto ○ Esse tipo de serviço não me atrai.

☐ Outros...
Você faria todo o processo de compra online?
☐ Sim ☐ Não ☐ Prefiro loja física
Você gostaria de sugerir algo para uma nova papelaria/gráfica?
Caso tenha interesse em serviços de Papelaria personalizada deixe seu e-mail para saber novidades.