

CENTRO PAULA SOUZA

**ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

**Técnico em Administração**

*NATURE FASHION: REVOLUCIONANDO O RAMO DA MODA*

**Tupã-SP**

**2022**

**ANA BEATRIZ AIKO ONDA**  
**ANA LUÍZA TEIXEIRA DE FREITAS**  
**ISABELI CRISTINI DOS SANTOS MACHADO**  
**JAMILLY VICTORIA CRUZ DE LIMA**

***NATURE FASHION: REVOLUCIONANDO O RAMO DA MODA***

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Administração da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Prof<sup>a</sup> Dra. Luana Possari Maziero Costa, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Menção do Trabalho \_\_\_\_\_ MB \_\_\_\_\_

**Tupã-SP**

**2022**

# **ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO**

Técnico em Administração

**ANA BEATRIZ AIKO ONDA**

**ANA LUÍZA TEIXEIRA DE FREITAS**

**ISABELI CRISTINI DOS SANTOS MACHADO**

**JAMILLY VICTORIA CRUZ DE LIMA**

## ***NATURE FASHION: REVOLUCIONANDO O RAMO DA MODA***

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

---

Profª. Dra. Luana Possari Maziero Costa

Orientadora

---

Prof.

Avaliador

---

Prof.

Avaliador

**Tupã, 08 de dezembro de 2022.**

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O(A) Professor(a) orientador(a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradecemos à Deus e aos professores que nos acompanharam ao longo do curso, que se empenharam se dedicaram a arte de lecionar, em especial, a Professora Dra. Luana Maziero que se empenhou e se dedicou para que o trabalho de conclusão de curso fosse realizado com maestria.

Agradecemos também às integrantes do grupo que se dedicaram para que o trabalho saísse como o desejado. À instituição e seu corpo docente pela oportunidade de fazer o curso técnico de Administração. Concluimos, assim, os agradecimentos a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da nossa formação, o nosso muito obrigada.

## RESUMO

Todo empreendedor de sucesso sabe que entender a dinâmica do mercado e os novos desenvolvimentos emergentes é crucial para um desenvolvimento melhor. A Nature Fashion é uma indústria têxtil biodegradável, mas que não deixa de acompanhar a moda contemporânea. Os tecidos são criados a partir da fibra do caule da bananeira, e coloridos com corantes naturais e que não agridem o meio ambiente. A Nature Fashion tem como objetivo analisar viabilidade de uma empresa que desenvolva um novo tecido, para a construção de novas peças oferecendo alternativas sustentáveis, na área da moda, pela introdução de possibilidades para o desenvolvimento de novos produtos e serviços. A metodologia usada foi através de uma pesquisa bibliográfica com abordagem quali-quantitativa. Para o desenvolvimento, foram realizadas pesquisas no mercado de tecidos, a fim de reconhecer o material mais utilizado atualmente, e oferecer como outra alternativa um tecido biodegradável. A fabricação é feita a partir da extração das fibras dos caules das bananeiras, com o auxílio de máquinas. O processo de preparo da fibra conta com várias etapas: extração das fibras; secagem das folhas; seleção e armazenamento das mesmas; tingimento e impermeabilização das fibras. Após a extração é necessária a lavagem dos fios e a secagem à luz do sol. O capital de giro necessário é de R\$ 200.602,07. Para a manutenção do negócio nos 12 primeiros meses será necessário investimento de R\$ 446.367,17. Isso quer dizer que é necessário que a empresa tenha uma receita total de R\$ 7.812.497,98. O projeto criado oferece alternativas sustentáveis para a sociedade através de um novo tecido biodegradável, que ajuda a preservar e proteger o meio ambiente, já que os materiais usados convencionalmente prejudicam o mesmo na grande maioria das vezes, mesmo realizando o descarte correto das peças, mas ao mesmo tempo, a Nature Fashion não deixa de acompanhar a contemporaneidade. Tendo isso em mente, o projeto é viável. Levando em consideração a situação atual do planeta, é perceptível que a sustentabilidade presente no novo tecido é indispensável, já que visa proteger o ecossistema, fonte primordial para a vida dos seres humanos.

**Palavras-chaves:** Tecido. Indústria. Fibras Naturais. Bananeira. Biodegradáveis.

## ABSTRACT

Every successful entrepreneur knows that understanding market dynamics and emerging new developments is crucial for better development. Nature Fashion is a biodegradable textile industry, but one that keeps up with contemporary fashion. The fabrics are created from the fiber of the banana tree stem, and colored with natural dyes that do not harm the environment. Nature Fashion aims to analyze the feasibility of a company that develops a new fabric, for the construction of new pieces offering sustainable alternatives, in the field of fashion, by introducing possibilities for the development of new products and services. The methodology used was through a bibliographical research with a quali-quantitative approach. For development, research was carried out in the fabric market, in order to recognize the material most used today, and to offer a biodegradable fabric as another alternative. The manufacture is made from the extraction of fibers from the stems of banana trees, with the aid of machines. The fiber preparation process has several stages: fiber extraction; leaf drying; selection and storage thereof; dyeing and waterproofing of fibers. After extraction, it is necessary to wash the hair and dry it in sunlight. The working capital required is R\$ 200,602.07. For the maintenance of the business in the first 12 months, an investment of R\$ 446,367.17 will be required. This means that the company must have a total revenue of BRL 7,812,497.98. The project created offers sustainable alternatives for society through a new biodegradable fabric, which helps to preserve and protect the environment, since the materials conventionally used harm it most of the time, even performing the correct disposal of the parts, but at the same time, Nature Fashion keeps up with the times. With that in mind, the project is viable. Taking into account the current situation of the planet, it is noticeable that the sustainability present in the new fabric is indispensable, since it aims to protect the ecosystem, the primordial source of life for human beings.

**Keywords:** Fabric. Industry. Natural Fibers. Banana Tree. Biodegradable.

**LISTA DE FIGURAS**

<b>Figura 1</b> – Nuvem de palavras.....	17
<b>Figura 2</b> – Faixa etária.....	24
<b>Figura 3</b> – Gênero .....	25
<b>Figura 4</b> – Conhecimento sobre tecidos biodegradáveis.....	25
<b>Figura 5</b> – Interesse em roupas de tecidos biodegradáveis .....	26
<b>Figura 6</b> – Valor que estaria disposta a pagar.....	26
<b>Figura 7</b> – O que você busca em uma roupa.....	27
<b>Figura 8</b> – Preferencia de tecido.....	28
<b>Figura 9</b> – Já usou roupas feitas de fibras naturais? .....	28
<b>Figura 10</b> – Layout da parte operacional .....	31
<b>Figura 11</b> – Layout da parte administrativa .....	31
<b>Figura 12</b> - CANVAS .....	55



**LISTA DE TABELAS**

<b>Tabela 1</b> – Investimento em máquinas e equipamentos .....	32
<b>Tabela 2</b> – Investimento em móveis e utensílios .....	33
<b>Tabela 3</b> – Investimento em veículos.....	33
<b>Tabela 4</b> – Investimentos pré-operacionais .....	34
<b>Tabela 5</b> – Estimativa de faturamento .....	35
<b>Tabela 6</b> – Estimativa de estoque.....	36
<b>Tabela 7</b> – Prazo de vendas .....	36
<b>Tabela 8</b> – Prazo de compras .....	37
<b>Tabela 9</b> – Capital de Giro .....	37
<b>Tabela 10</b> – Descrição dos investimentos .....	38
<b>Tabela 11</b> – Fontes de recursos .....	38
<b>Tabela 12</b> – Custo da matéria-prima do produto 1.....	38
<b>Tabela 13</b> – Custo de matéria-prima do produto 2.....	39
<b>Tabela 14</b> – Custo de comercialização .....	39
<b>Tabela 15</b> – Custo com materiais diretos.....	40
<b>Tabela 16</b> – Estimativa de mão de obra .....	41
<b>Tabela 17</b> - Depreciação.....	41
<b>Tabela 18</b> – Custos fixos .....	42
<b>Tabela 19</b> - DRE .....	42
<b>Tabela 20</b> – Margem de contribuição.....	43
<b>Tabela 21</b> – Ponto de equilíbrio .....	43
<b>Tabela 22</b> – Custo do projeto social.....	48

**LISTA DE QUADROS**

<b>Quadro 1</b> - Síntese para estruturação do método científico .....	18
<b>Quadro 2</b> – Cronograma de trabalho .....	18
<b>Quadro 3</b> – Capital social .....	21
<b>Quadro 4</b> - Concorrentes .....	22
<b>Quadro 5</b> - Fornecedores .....	23
<b>Quadro 6</b> - Preço do tecido.....	29
<b>Quadro 7</b> – Necessidade de pessoal.....	32
<b>Quadro 8</b> – Análise SWOT .....	43

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	12
1.1	Objetivo	14
1.1.1	Objetivos específicos	15
<b>2</b>	<b>REVISÃO DE LITERATURA</b>	15
2.1	Mercado de tecidos	15
2.2	Fibras naturais	16
2.3	Fabricação os tecidos e das bananeiras	16
2.4	Nuvem de palavras	17
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA DE PESQUISA</b>	18
3.1	Quadro metodológico	18
3.2	Cronograma	18
<b>4</b>	<b>PLANO DE NEGÓCIOS</b>	19
4.1	Descrição da Empresa	19
4.2	Fonte de Recursos	21
4.3	Análise de Mercado	21
4.3.1	Análise dos Clientes	21
4.3.2	Análise dos Concorrentes	22
4.3.3	Análise dos Fornecedores	23
4.3.4	PESQUISA DE MERCADO	24
4.4	Plano Marketing	29
4.4.1	Descrição dos Principais Produtos ou Serviços	29
4.4.2	Preço	29
4.4.3	Estratégias Promocionais	29
4.4.4	Estrutura de Comercialização	29
4.4.5	Localização da Empresa	30
4.5	Plano Operacional	30
4.5.1	Layout ou Arranjo Físico	30
4.5.2	Capacidade Produtiva	32
4.5.3	Necessidade de Pessoal	32
4.6	Plano Financeiro	32
4.6.1	ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS	32
4.6.2	ESTIMATIVA DO FATURAMENTO DA EMPRESA	34

4.6.3	CAPITAL DE GIRO .....	36
4.6.4	ESTIMATIVA DE CUSTOS VARIÁVEIS .....	38
4.6.5	ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS .....	41
4.6.6	DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO – DRE .....	42
4.6.7	PONTO DE EQUILÍBRIO .....	42
4.7	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA .....	43
4.8	RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL.....	44
4.8.1	No contexto social.....	44
4.8.2	Descrição do problema central .....	45
4.8.3	Planejamento de metas e ações.....	46
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	49
	REFERÊNCIAS.....	50
	APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL.....	51
	APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO ....	54
	APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS .....	55

## 1 INTRODUÇÃO

Todo empreendedor de sucesso sabe que entender a dinâmica do mercado e os novos desenvolvimentos emergentes é uma maneira de se manter competitivo para aproveitar as enormes oportunidades. A indústria têxtil é cheia de vitalidade, principalmente porque enfrenta mudanças na moda, em termos de consumo, economia e muitos outros aspectos. Por isso, o mercado está sempre em evolução e a indústria têxtil é uma das mais modernizadas e transformadas para atender as demandas de consumidores cada vez mais exigentes. Por isso, é sempre importante sintonizar e atualizar as novidades para os empreendedores. Se uma empresa quer manter-se ativa no mercado, deve estar a par das tendências da indústria têxtil. Afinal, é inegável que as mudanças no campo tecnológico e na forma de consumo trouxeram diferentes tipos de inovação, garantindo a otimização de toda a produção.

Os consumidores também são considerados uma das tendências da indústria têxtil. Por estar diretamente relacionado à economia, é uma tendência que os empresários não devem ignorar. Afinal, aumentar o número de consumidores é uma grande oportunidade para uma empresa crescer. A crescente preocupação com o meio ambiente é outro fator que alterou o consumo.

Dentre as muitas estratégias utilizadas para se manter competitivo no mercado, uma das mais importantes na indústria têxtil é a inovação. Quando se fala de tecnologia na indústria têxtil refere-se à novas utilidades e o uso da computação. O desenvolvimento de materiais sustentáveis está surgindo cada vez mais nos mundos da moda, esportes, uniformes e objetos. A evolução tecnológica em tecidos trouxe importantes propriedades que podem ser um importante diferencial para o sucesso do negócio. Como, por exemplo, os *Sewbots* que são robôs com *software* de visão computacional, que atuam na manipulação de tecidos, incrementando a produção tradicional. Eles auxiliam na confecção, etiquetagem, controle de estoque e em várias outras funcionalidades, trazendo mais praticidade às empresas. Tem-se também a Impressão 3D, ao utilizar essa tecnologia na fabricação têxtil, é possível diminuir consideravelmente o descarte de resíduos de materiais, além de produzir peças customizadas em um tempo muito menor que o normal. A impressão 3D ainda permite a inovação por meio da criação e impressão de novos modelos, aumentando o

desempenho das peças. Afinal, com esse meio digital, é possível realizar todos os ajustes e aplicar as implementações ideais às modelagens (FCEM, 2019).

A Global Fashion Agenda fez um levantamento que diz que: desde os anos 80 até os dias de hoje, a moda é a segunda indústria mais poluente, perdendo apenas para a petrolífera, também é a segunda que mais consome e desperdiça água (atrás da agricultura) e a número um em obsolescência programada, ganhando até da indústria de eletrônicos (LUZ, 2022).

A moda é provisória, pois permanece por um certo período e exige novidades a cada estação. Esse fato, aliado à consciência ecológica que está cada vez mais sendo desenvolvida pelo mundo todo, é necessária a busca de materiais alternativos que possam ser reciclados e/ou reutilizados.

Atualmente, na moda em geral, a produção e o consumo generalizado têm gerado tendências passageiras e a oferta de infinitos produtos, que são estimulados pela mídia e acabam levando o consumidor a comprar de forma excessiva. Por outro lado, é necessário pensar sobre o problema do acúmulo de resíduos decorrentes do processo de fabricação dos produtos de moda ou do seu descarte após o uso. Embora o consumo seja inevitável, além de ser importante para a cadeia produtiva do país e do mundo, vale lembrar que se deve pensar no ciclo de vida do produto, desde sua produção até o descarte da matéria-prima.

Assim, o projeto *Nature Fashion* tem por objetivo oferecer alternativas sustentáveis, na área da moda, pela introdução de possibilidades para o desenvolvimento de novos produtos e serviços, por meio de técnicas e conceitos de *design*: a utilização de um novo tecido, criado a partir de fibras do caule da bananeira, para a construção de novas peças, a fim de atender um público específico, agregando novidades à moda, tanto em vestimenta como em acessórios, pois consumir produtos reciclados é valorizar a qualidade de vida, além de oferecer equilíbrio ao meio ambiente e uma nova oportunidade de preservação do futuro da Terra para as futuras gerações. Desta forma, tem a finalidade de fazer roupas com materiais orgânicos e com um custo acessível à população.

As fibras de bananeira utilizadas para a fabricação de tecidos já existem, mas com um tipo específico de bananeira, próprio para artesanato. O Brasil é um dos maiores produtores de banana e, assim que o cacho é retirado do pé, o pé é jogado

fora ou usado para fabricação de ração de peixe. A *Nature Fashion* propõe testes com as fibras das bananeiras descartadas para a fabricação de roupas, reciclando aquilo que seria descartado.

Além de ajudar o meio ambiente, é uma inovação no mundo da moda, que está exigindo mais produtos veganos, sem nenhuma origem animal, no mercado, principalmente na área de vestimentas, por ser algo essencial. Além disso, muitas pessoas sentem vontade de comprar muitas roupas que depois são descartadas e acumulam muito lixo, assim as roupas feitas da fibra de bananeira saciariam essa vontade e mesmo depois de ser descartada pode ser utilizada como adubo para as plantas.

A ideia da moda como algo sustentável, exige atitudes conscientes e responsáveis. Sabendo que o painel mundial apresenta uma constante mudança na indústria da moda, um movimento de ideias e ações mais conscientes vêm tomando forma na cabeça do público favorecendo o surgimento do conceito de desenvolvimento sustentável. Esse crescente desenvolvimento da consciência com relação ao consumo e aos impactos no meio ambiente de processos industriais e a presença maciça de materiais recicláveis alternativos, conduzem à busca de alternativas ecológicas para atender à moda no sentido geral.

Tem-se considerado então, a busca de processos alternativos de produção, que pode atender um público interessado em ser ecologicamente correto, sem deixar de se comprometer com as necessidades do consumidor, como usabilidade, estética e exclusividade.

Considerando o exposto, o presente trabalho justifica-se pela busca de opções sustentáveis que possam colaborar com a moda, desde a transformação da matéria-prima alternativa até a produção do produto final, tendo como bases: o meio-ambiente, o impacto social e a economia. Assim, a ambição do presente trabalho é promover e participar de ações que influenciem positivamente a vida das pessoas, considerando a necessidade de estimular causas importantes para a sociedade, como por exemplo a proteção do meio ambiente.

## **1.1 Objetivo**

Desta forma, o objetivo deste trabalho é analisar a viabilidade de uma empresa que desenvolva um novo tecido, criado a partir de fibras do caule da bananeira, para a construção de novas peças oferecendo alternativas sustentáveis, na área da moda, pela introdução de possibilidades para o desenvolvimento de novos produtos e serviços, por meio de técnicas e conceitos de *design*.

### 1.1.1 Objetivos específicos

- a) Apresentar considerações sobre material que pode ser reciclado para aplicação na indústria têxtil;
- b) Pesquisar novos processos de fabricar tecidos a partir de uma fibra natural;
- c) Oferecer novas estampas, de maneira que inclua diferentes estilos, raças e idades.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 Mercado de tecidos

O poliéster, que é proveniente do petróleo, é a fibra mais utilizada na fabricação de tecidos detendo 60% do mercado global de fios, sendo utilizado tanto em tecidos sintéticos feitos 100% de poliéster como misturas com fibras naturais como algodão. O poliéster em si é um tecido muito prático, porém quando vai parar no aterro, leva décadas para se decompor.

Um novo tecido sintético chamado *Ingeo* criado pela empresa *Nature Works*, é feito utilizando plantas como milho, trigo, beterraba ou cana-de-açúcar e tem as seguintes características: resistente, confortável, naturalmente isolante, absorção de umidade, mais respirável do que o poliéster, resiste a odores, tinge rapidamente, livre de rugas, resistente a manchas, não encolhe, seca rapidamente, hipoalérgico, não dá *pilling* (bolinha), resistência aos raios UV naturais, ideal para todos os climas e é biodegradável. Atualmente, o *Ingeo* está sendo mais utilizado em roupas de cama, mas ele fez sua estreia nas passarelas em 2010 num desfile da *Fashion Summit* patrocinada pela *CI Nordic Initiative clean and Ethical* (CARVALHO, 2016).



## 2.2 Fibras naturais

A escolha das matérias-primas a serem utilizadas na fabricação da moda sustentável é um ponto importante. Nesse caso, o ideal é que sejam utilizadas fibras biodegradáveis e produzidas de maneira sustentável, sem o uso de pesticidas ou outros produtos tóxicos. Um ponto positivo dessa utilização é que os tecidos naturais, como a lã, seda e algodão, não necessitam de tantos produtos químicos durante seu processo de fabricação (SUÇUARANA, 2016).

No caso particular da fibra de bananeira, sua origem veio da necessidade de algumas famílias obterem utensílios e recipientes de cozinha sem gastos extras. Para isso, elas preparavam as fibras das bananeiras existentes em suas propriedades, para que chegassem ao ponto ideal para confecção de várias peças, para, enfim, utilizá-las e vendê-las. Como o resultado final foi de alta qualidade, essa prática tradicional tornou-se um meio de gerar renda para a comunidade (GARAVELLO; MOLINA, 2010). A partir disso, a Nature Fashion busca fabricar novos produtos feitos dessas fibras.

Essas fibras são as bainhas foliares extraídas do tronco da bananeira (pseudocaule da bananeira), cada uma com características distintas. As fibras mais finas são designados filé e contrafilé (utilizadas para acabamento, costura e adorno), enquanto às fibras mais grossas são utilizadas em elaborações mais rústicas. Há também as fibras internas (retiradas da palha inteira), que são menos resistentes; a redinha (fibra vazada) e a fibra raspada (muito resistente).

## 2.3 Fabricação os tecidos e das bananeiras

Atualmente o maior bananicultor - produtor de banana - brasileiro está no Vale do Ribeira em São Paulo, com 48.500 hectares. Após sua colheita sobram 180 a 200 toneladas por hectare de resíduos vegetais (folhas, pseudocaule e engaço) (MOURA et al, 2021).

Para a fabricação dos tecidos é necessário extrair as fibras dos caules das bananeiras, que é feita de maneira mecânica (com o auxílio de máquinas), sendo que as fibras longas secas rendem de 1 a 1,5% comparadas ao peso do pseudocaule. Os



### 3 METODOLOGIA DE PESQUISA

#### 3.1 Quadro metodológico

Quadro 1 - Síntese para estruturação do método científico

<b>Síntese para estruturação do método científico</b>	
<b>Critérios de classificação</b>	<b>Atributos metodológicos</b>
<b>Tipo de conhecimento</b>	Científico.
<b>Natureza da pesquisa</b>	Aplicada.
<b>Objetivo</b>	Exploratório e descritivo.
<b>Abordagem</b>	Quali-quantitativa.
<b>Quanto aos procedimentos de pesquisa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pesquisa bibliográfica;</li> <li>▪ Plano de negócio;</li> <li>▪ Teste do produto.</li> </ul>
<b>Técnicas e ferramentas de coleta de dados</b>	Questionário.
<b>Amostra</b>	Aleatória, de acordo com os contatos de <i>WhatsApp</i> ® de cada integrante do grupo.
<b>Objeto de análise</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentos;</li> <li>• Dados de pesquisas;</li> <li>• Tabelas.</li> </ul>
<b>Foco de análise</b>	Buscar opções sustentáveis e estilosas, que satisfaçam o desejo de consumo das pessoas, sem afetar a natureza.
<b>Sujeito de análise</b>	Lojas/departamentos de roupas femininas e tecidos.
<b>Forma de análise dos dados obtidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gráficos;</li> <li>• Tabelas.</li> </ul>

Fonte: elaborado pelos autores

#### 3.2 Cronograma

Quadro 2 – Cronograma de trabalho

<b>Etapas</b>	<b>Meses</b>									
	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>Mai</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Set</b>	<b>Out</b>	<b>Nov</b>	<b>Dez</b>
Introdução										
Revisão de Literatura										
Plano de Negócios										

Fonte de Recursos										
Análise de Mercado										
Pesquisa de Mercado										
Plano de Marketing										
Plano Operacional										
Plano Financeiro										
Responsabilidade Socioambiental										
Avaliação Estratégica										
Apresentação										

Fonte: elaborado pelos autores

## 4 PLANO DE NEGÓCIOS

### 4.1 Descrição da Empresa

**Razão Social da Empresa:** Confecção de Tecidos Biodegradáveis Nature Fashion Ltda

**Nome Fantasia:** *Nature Fashion*

**CNPJ:** 17.120.500/1003-12

**Missão da Empresa:** Inovar o mercado de tecidos de maneira que não prejudique o meio ambiente, melhorando a qualidade de vida das pessoas, além de trabalhar com temas sociais, tentando, através do produto, incluir diferentes culturas.

**Visão da Empresa:** Mudar os hábitos de consumo das pessoas, conscientizando o maior número delas, além de se tornar referência na indústria têxtil, como um tecido biodegradável.

**Setor de Atividade:** Indústria têxtil.

**Forma Jurídica:** Sociedade Limitada.

**Enquadramento Tributário:** Simples Nacional.

**Dados dos fundadores:**

<b>Fundador 01</b>
--------------------

Nome: Ana Beatriz Aiko Onda	
Endereço: Estância Santo Antônio	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: hondaaiko124@gmail.com	Telefone: (11) 93325-5789

**Atribuição e Formação do Fundador 01:** Diretora de Recursos humanos e inspetora de qualidade e técnica em administração.

<b>Fundador 02</b>	
Nome: Ana Luíza Teixeira de Freitas	
Endereço: Rua São Pedro 635	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: analuizatteixeira.2020@gmail.com	Telefone: (14) 99795-3308

**Atribuição e Formação do Fundador 02:** Diretora de finanças e Administradora geral e técnica em administração.

<b>Fundador 03</b>	
Nome: Isabeli Cristini Santos Machado	
Endereço: Rua Dr. Giorgio Mário de Leitgeber 195	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: isasantos6084@gmail.com	Telefone: (14) 98104-5719

**Atribuição e Formação do Fundador 03:** Diretora de produção e técnica em administração.

<b>Fundador 04</b>	
Nome: Jamilly Victoria Cruz de Lima	
Endereço: Rua Ivanilde 291	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: jamillyvictotia733@gmail.com	Telefone: (14) 99850-4447

**Atribuição e Formação do Fundador 04:** Diretora de marketing e vendas e técnica em administração.

### **Capital Social**

**Quadro 3 – Capital social**

<b>Nomes do Fundador</b>	<b>Valor do Capital Integralizado</b>
Ana Beatriz Aiko Onda	R\$ 120.000,00
Ana Luíza Teixeira de Freitas	R\$ 120.000,00
Isabeli Cristini Santos Machado	R\$ 120.000,00
Jamilly Victória Cruz de Lima	R\$ 120.000,00

**Fonte:** elaborado pelos autores

## **4.2 Fonte de Recursos**

O capital investido de cada sócio é de R\$120.00,00 (cento e vinte mil reais), que será investido em máquinas e operários, já que os gastos com matéria-prima são mínimos.

## **4.3 Análise de Mercado**

### **4.3.1 Análise dos Clientes**

Os clientes da *Nature Fashion* são pessoas dinâmicas, modernas, preocupadas com o meio ambiente, com estilo de vida saudável e que buscam sofisticação e novidades da moda. Com a faixa etária de 15 a 70 anos, sem classe social, nacionalidade, crença religiosa e raça específica, localizadas no Estado de São Paulo, interior e capital. Além disso, empresas que trabalham com comércio de tecidos também serão clientes, para a revenda dos mesmos.

### 4.3.2 Análise dos Concorrentes

Quadro 4 - Concorrentes

	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
<b>Peripan</b>	MB	R\$850,00	Boleto; Cartões de crédito e débito; Pix.	<i>On-line</i> / loja física	Venda de tecidos.
<b>Viva Arte</b>	MB	R\$805,50	Boleto; Cartões de crédito e débito; Pix.	<i>On-line</i> / loja física	Venda de tecidos.
<b>Tecidos da Caldeira</b>	MB	R\$1.300,50	Boleto; Cartões de crédito e débito; Pix.	<i>On-line</i> / loja física	Venda de tecidos.

Fonte: elaborado pelos autores

**LEGENDA:** MB- Muito Bom; B- Bom; R- Regular; Insuficiente.

**Conclusão da Análise dos Concorrentes:** Conclui-se que a concorrência possui ótimas avaliações, aceitam todos os tipos de pagamento, sendo que existem muitas empresas que trabalham com o algodão. Poucas empresas trabalham com a fibra de bananeira, além de não haver muitas lojas que produzem roupas com esse tipo e tecido.

### 4.3.3 Análise dos Fornecedores

Quadro 5 - Fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Banicultores	Bananeira	R\$5,00(unidade)	Boleto	30 dias	Tupã e região
2	Transportadoras	Caminhões de transporte	R\$4,31(por km)	Boleto	30-60 dias	Tupã-SP

Fonte: elaborado pelos autores

**Conclusão da Análise dos Fornecedores:** São poucos fornecedores, porém são extremamente importantes. Um é responsável pela principal matéria-prima e o outro é responsável pela entrega do produto ao consumidor.



#### 4.3.4 PESQUISA DE MERCADO

Segundo o questionário criado na plataforma *Microsoft Forms*<sup>®</sup> e disponibilizado para o público, obteve-se respostas de 12 pessoas, onde:

- 75% dos respondentes têm entre 15 e 25 anos;

**Figura 2** – Faixa etária

##### 1. Qual a sua faixa etária?

● Entre 15 e 25 anos.	9
● Entre 26 e 36 anos.	1
● Entre 37 e 47 anos.	2
● Mais de 48 anos.	0

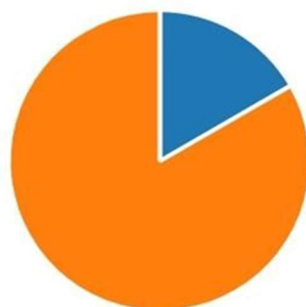


**Fonte:** elaborado pelos autores

- 83% se identificam com o gênero feminino;

**Figura 3 – Gênero****5. Qual o seu gênero?**

● Masculino.	2
● Feminino.	10
● Outro.	0

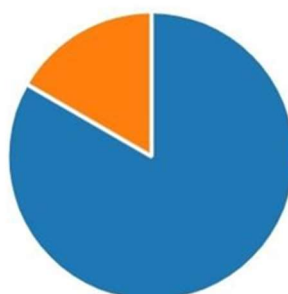


**Fonte:** elaborado pelos autores

- A maioria das pessoas (83%) já escutaram sobre tecidos biodegradáveis e tem interesse em roupas feitas com esse material;

**Figura 4 – Conhecimento sobre tecidos biodegradáveis****2. Já viu ou ouviu falar de tecidos biodegradáveis?**

● Sim.	10
● Não.	2

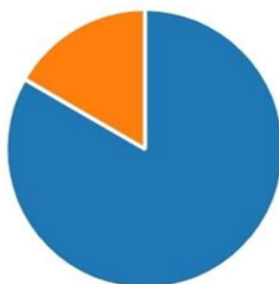


**Fonte:** elaborado pelos autores

**Figura 5** – Interesse em roupas de tecidos biodegradáveis

**3. Tem interesse em roupas feitas desses tecidos?**

● Sim.	10
● Não.	2



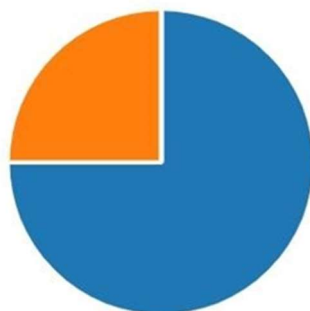
**Fonte:** elaborado pelos autores

- A maior parte do público está disposto a pagar pelo metro do tecido valores entre R\$100,00 e R\$200,00;

**Figura 6** – Valor que estaria disposta a pagar

**4. Quanto estaria disposto a pagar (por metro de tecido ou peça de roupa) ?**

● De R\$ 100,00 até R\$ 200,00.	9
● De R\$ 300,00 até R\$ 400,00.	3
● De R\$ 500,00 até R\$ 600,00.	0
● Mais de R\$ 600,00.	0

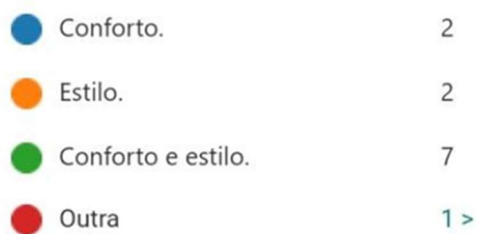


**Fonte:** elaborado pelos autores

- Mais de 50% busca conforto e estilo numa peça de roupa;

**Figura 7** – O que você busca em uma roupa

### 6. O que você busca em uma roupa?

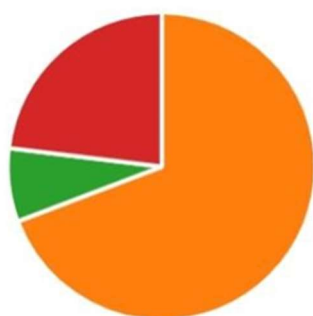
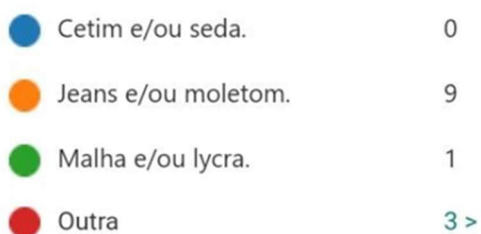


**Fonte:** elaborado pelos autores

- 75% prefere os tecidos jeans e/ou moletom;

**Figura 8 – Preferencia de tecido**

### 7. Você prefere que tipo de tecido?

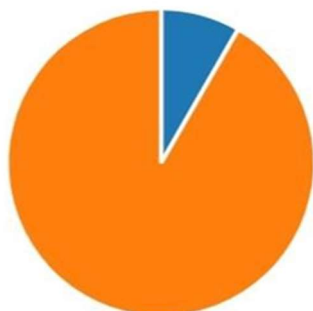


**Fonte:** elaborado pelos autores

- 92% nunca experimentou roupas com tecidos biodegradáveis e uma pessoa respondeu que achou a roupa confortável;

**Figura 9 – Já usou roupas feitas de fibras naturais?**

### 8. Já usou alguma roupa feita de fibras naturais?



**Fonte:** elaborado pelos autores

- 75% estaria disposto a experimentar o tecido biodegradável, e 8,33% diz que experimentaria se houvesse um bom custo benefício.

#### 4.4 Plano Marketing

##### 4.4.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

Um tecido feito da fibra de bananeira, com estampas que representam todas as etnias minoritárias, sendo vendidos para loja de departamentos em rolos de 45m por 1,5m de largura.

##### 4.4.2 Preço

**Quadro 6** - Preço do tecido

Tecido liso		
Loja de departamento	Rolo de 45m por 1,5m	R\$2.000,00
Tecido estampado		
Loja de departamento	Rolo de 45m por 1,5m	R\$3.000,00

Fonte: elaborado pelos autores

##### 4.4.3 Estratégias Promocionais

Inicialmente pretende-se utilizar plataformas digitais como Instagram® e Facebook®, e conforme o alcance do produto seja maior, serão oferecidas amostras grátis dos tecidos por via de catálogos distribuídos pelos vendedores dos tecidos.

##### 4.4.4 Estrutura de Comercialização

O foco principal será a comercialização para lojas de departamentos, através de vendedores. Além disso busca-se diversificar o público através das vendas *on-line*.

#### 4.4.5 Localização da Empresa

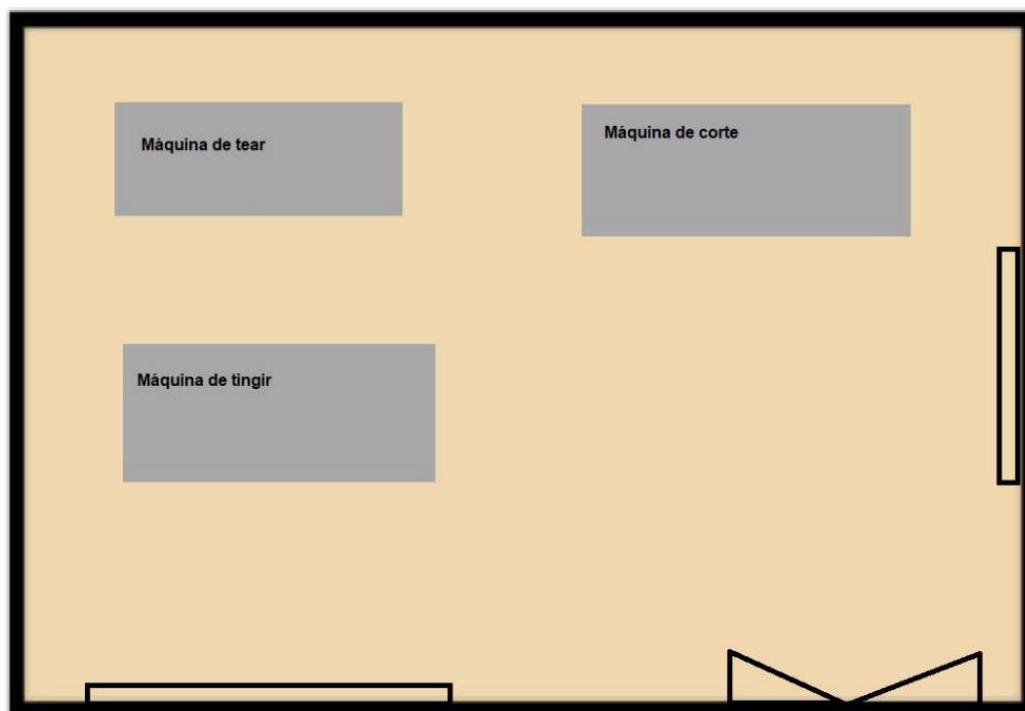
Endereço da Empresa: Antônio Mendonça	
Bairro: Jardim Guanabara	Cidade/Estado: Tupã
Telefone/Fax: (14)98104-5719	

Galpão está localizado no bairro Jardim Guanabara, a 15 minutos do centro da cidade de Tupã/SP, Estância Turística desde 2003, ao lado da Rodovia Comendador João Ribeiro de Barros. Esse lugar foi escolhido, pois fica num ponto estratégico, já que a uma rodovia perto, o que facilita a distribuição.

#### 4.5 Plano Operacional

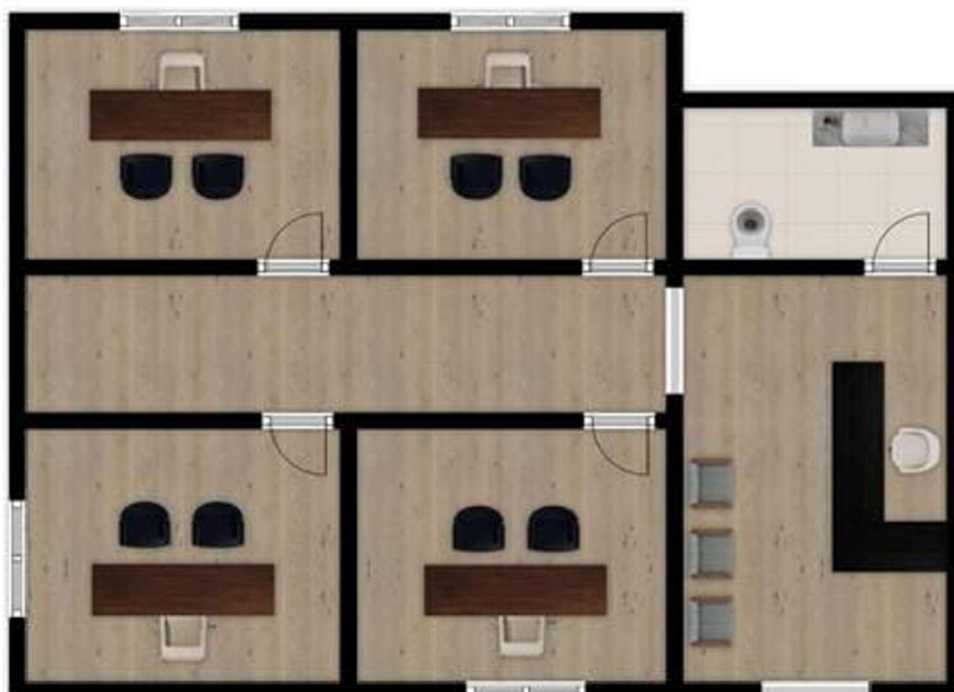
##### 4.5.1 Layout ou Arranjo Físico

**Figura 10** – Layout da parte operacional



**Fonte:** elaborado pelos autores

**Figura 11** – Layout da parte administrativa



**Fonte:** elaborado pelos autores



#### 4.5.2 Capacidade Produtiva

A capacidade produtiva da empresa é de, em média, 700 rolos, com 45 metros de comprimento, por mês.

#### 4.5.3 Necessidade de Pessoal

**Quadro 7** – Necessidade de pessoal

<b>Cargo</b>	<b>Função</b>	<b>Qualificação Necessária</b>
Operários	Produzir	Ensino médio completo
Recepção	Recepcionar	Ensino técnico em administração
Limpeza	Limpar	Ensino médio completo

**Fonte:** elaborado pelos autores

#### 4.6 Plano Financeiro

##### 4.6.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS

##### 4.6.1.1 Estimativa dos investimentos fixos

##### A – Máquinas e equipamentos – Produção / Prestação de serviço

**Tabela 1** – Investimento em máquinas e equipamentos

	<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
1	Máquina de tear	1	R\$ 130.448,00	R\$ 130.448,00
2	Máquina de corte	1	R\$ 43.889,85	R\$ 43.889,85
3	Máquina de tingir	1	R\$ 18.673,00	R\$ 18.673,00
Sub-Total				R\$ 193.010,85

**Fonte:** elaborado pelos autores

## B – Móveis e utensílios

Tabela 2 – Investimento em móveis e utensílios

	<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
1	Computador	5	R\$ 2.643,49	R\$ 13.217,45
2	Mesa de escritório	4	R\$ 249,00	R\$ 996,00
3	Cadeira	5	R\$ 279,90	R\$ 1.399,50
4	Mesa da recepção	1	R\$ 2.106,00	R\$ 2.106,00
5	Poltrona	6	R\$ 399,00	R\$ 2.394,00
6	Ar-condicionado	5	R\$ 727,90	R\$ 3.639,50
Sub-Total				R\$ 23.752,45

Fonte: elaborado pelos autores

## C – Veículos

Tabela 3 – Investimento em veículos

	<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
1	Frete	200	R\$ 4,31	R\$ 861,80
Sub- Total				R\$ 861,80

Fonte: elaborado pelos autores

<b>Total dos investimentos fixos</b>	<b>R\$ 217.625,10</b>
<b>Total dos investimentos pré-operacionais</b>	<b>R\$ 28.140,00</b>
<b>Total dos investimentos</b>	<b>R\$ 245.765,10</b>

### 4.6.1.2 Estimativa dos investimentos pré-operacionais

**Tabela 4 – Investimentos pré-operacionais**

<b>INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS</b>	<b>R\$</b>
Despesas de legalização	R\$ 1.500,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 1.800,00
Divulgação	R\$ 1.200,00
Cursos e treinamentos	R\$ 23.640,00
Outras despesas	R\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 28.140,00</b>

**Fonte:** elaborado pelos autores

#### **4.6.2 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO DA EMPRESA**

Tabela 5 – Estimativa de faturamento

ANO	MESES	Tecido liso		Tecido estampado		QUANTIDADE VENDIDA	FATURAMENTO
		Vendas	preço	vendas	preço		
			R\$ 2.000,00		R\$ 3.000,00		
2023	Janeiro	300	R\$ 600.000,00	200	R\$ 600.000,00	500	R\$ 1.200.000,00
2023	Fevereiro	200	R\$ 400.000,00	300	R\$ 900.000,00	500	R\$ 1.300.000,00
2023	Março	100	R\$ 200.000,00	95	R\$ 285.000,00	195	R\$ 485.000,00
2023	Abril	100	R\$ 200.000,00	95	R\$ 285.000,00	195	R\$ 485.000,00
2023	Maio	300	R\$ 600.000,00	200	R\$ 600.000,00	500	R\$ 1.200.000,00
2023	Junho	200	R\$ 400.000,00	250	R\$ 750.000,00	450	R\$ 1.150.000,00
2023	Julho	100	R\$ 200.000,00	95	R\$ 285.000,00	195	R\$ 485.000,00
2023	Agosto	100	R\$ 200.000,00	95	R\$ 285.000,00	195	R\$ 485.000,00
2023	Setembro	100	R\$ 200.000,00	95	R\$ 285.000,00	195	R\$ 485.000,00
2023	Outubro	200	R\$ 400.000,00	300	R\$ 900.000,00	500	R\$ 1.300.000,00
2023	Novembro	200	R\$ 400.000,00	200	R\$ 600.000,00	400	R\$ 1.000.000,00
2023	Dezembro	300	R\$ 600.000,00	300	R\$ 900.000,00	600	R\$ 1.500.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>2200</b>	<b>R\$ 4.400.000,00</b>	<b>2225</b>	<b>R\$ 6.675.000,00</b>	<b>4425</b>	<b>R\$ 11.075.000,00</b>

Fonte: elaborado pelos autores

### 4.6.3 CAPITAL DE GIRO

#### 4.6.3.1 Estimativa do estoque inicial

Tabela 6 – Estimativa de estoque

<b>ESTOQUE DE MATERIAIS PARA O 1º MÊS</b>				
	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>QUANTIDADE</b>	<b>VALOR UNITÁRIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>1</b>	Bananeira	148	R\$ 5,00	R\$ 740,00
<b>2</b>	Corante	3815	R\$ 3,70	R\$ 14.115,91
<b>3</b>	Óleo de rícino	16	R\$ 189,00	R\$ 3.108,00
<b>4</b>	Estampas	740	R\$ 15,00	R\$ 11.100,00
<b>TOTAL DE ESTOQUE</b>				<b>R\$ 29.063,91</b>
<b>NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE (em dias)</b>				<b>5</b>

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.3.2 Prazo médio de vendas

Tabela 7 – Prazo de vendas

<b>PRAZO MÉDIO DE VENDAS</b>	<b>% de vendas</b>	<b>NÚMERO DE DIAS</b>	<b>MÉDIA PONDERADA EM DIAS</b>
À VISTA	50%	0	0
À PRAZO	25%	30	7,5
À PRAZO	25%	60	15
À PRAZO	0%	90	0

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.3.3 Prazo médio de compra

**Tabela 8** – Prazo de compras

PRAZO MÉDIO DE COMPRAS	% de vendas	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
À VISTA	50%	0	0
À PRAZO	50%	30	15
À PRAZO		60	0
À PRAZO		90	0

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.3.4 Necessidade média de estoque

<b>NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE (em dias)</b>	<b>5</b>
---	----------

Assim, o capital de giro necessário é de R\$ 200.602,07, conforme tabela abaixo.

**Tabela 9** – Capital de Giro

<b>CAPITAL DE GIRO</b>	
CUSTO FIXO MENSAL	<b>R\$ 27.572,67</b>
CUSTO VARIÁVEL MENSAL	<b>R\$ 453.872,29</b>
CUSTO TOTAL DA EMPRESA	<b>R\$ 481.444,96</b>
CUSTO TOTAL DIÁRIO	<b>R\$ 16.048,17</b>
NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO (em dias)	<b>13</b>
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 200.602,07</b>

Fonte: elaborado pelos autores

Portanto, para a manutenção do negócio nos 12 primeiros meses será necessário investimento de R\$ 446.367,17, provenientes de 97% de recursos próprios e 3% de recursos de terceiros.

**Tabela 10** – Descrição dos investimentos

<b>DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS</b>	<b>VALOR (R\$)</b>	<b>(%)</b>
INVESTIMENTOS FIXOS	<b>R\$ 217.625,10</b>	<b>49%</b>
CAPITAL DE GIRO	<b>R\$ 200.602,07</b>	<b>45%</b>
INVESTIMOS PRÉ-OPERACIONAIS	<b>R\$ 28.140,00</b>	<b>6%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 446.367,17</b>	

Fonte: elaborado pelos autores

**Tabela 11** – Fontes de recursos

<b>FONTES DE RECURSOS</b>	<b>VALOR (R\$)</b>	<b>(%)</b>
RECURSOS PRÓPRIOS	<b>R\$ 480.000,00</b>	<b>97%</b>
RECURSOS DE TERCEIROS	<b>R\$ 14.097,66</b>	<b>3%</b>
OUTROS		<b>0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 494.097,66</b>	

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.4 ESTIMATIVA DE CUSTOS VARIÁVEIS

##### 4.6.4.1 Custo unitário de matéria-prima

**Tabela 12** – Custo da matéria-prima do produto 1

<b>Tecido liso</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>QUANTIDADE</b>	<b>CUSTO UNITÁRIO (R\$)</b>	<b>TOTAL (R\$)</b>
<b>Bananeira</b>	<b>9</b>	<b>R\$ 5,00</b>	<b>R\$ 45,00</b>

<b>Corante</b>	<b>23</b>	<b>R\$ 3,70</b>	<b>R\$ 85,10</b>
<b>Óleo de Rícino</b>	<b>1</b>	<b>R\$ 189,00</b>	<b>R\$ 189,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 319,10</b>

Fonte: elaborado pelos autores

Tabela 13 – Custo de matéria-prima do produto 2

<b>Tecido estampado</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>QUANTIDADE</b>	<b>CUSTO UNITÁRIO (R\$)</b>	<b>TOTAL (R\$)</b>
<b>Bananeira</b>	<b>9</b>	<b>R\$ 5,00</b>	<b>R\$ 45,00</b>
<b>Estampa</b>	<b>45</b>	<b>R\$ 7,00</b>	<b>R\$ 315,00</b>
<b>Corante</b>	<b>23</b>	<b>R\$ 3,70</b>	<b>R\$ 85,10</b>
<b>Óleo de ricino</b>	<b>1</b>	<b>R\$ 189,00</b>	<b>R\$ 189,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 634,10</b>

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.4.2 Estimativa dos custos de comercialização

Tabela 14 – Custo de comercialização

<b>CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO</b>			
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>%</b>	<b>FATURAMENTO ESTIMADO</b>	<b>CUSTO TOTAL R\$</b>
<b>1. IMPOSTOS</b>			
<b>IMPOSTOS FEDERAIS</b>			
<b>SIMPLES</b>	<b>30 %</b>	<b>R\$ 11.075.000,00</b>	<b>R\$ 3.322.500,00</b>
<b>IRPJ</b>	<b>0%</b>	<b>R\$ 11.075.000,00</b>	<b>R\$ -</b>
<b>PIS</b>	<b>0%</b>	<b>R\$ 11.075.000,00</b>	<b>R\$ -</b>



COFINS	0%	R\$ 11.075.000,00	R\$ -
CSLL	0%	R\$ 11.075.000,00	R\$ -
<b>IMPOSTOS ESTADUAIS</b>			
ICMS	0%	R\$ 11.075.000,00	R\$ -
<b>IMPOSTOS MUNICIPAIS</b>			
ISS- IMPOSTO SOBRE SERVIÇO	0%	R\$ 11.075.000,00	R\$ -
<b>SUBTOTAL 1</b>			<b>R\$ 3.322.500,00</b>
<b>2. GASTOS COM VENDAS</b>			
COMISSÕES		R\$ 11.075.000,00	R\$ -
PROPAGANDA		R\$ 11.075.000,00	R\$ -
TAXA DE ADM. DO CARTÃO	0%	R\$ 11.075.000,00	R\$ 11.075,00
<b>SUBTOTAL 2</b>			<b>R\$ 11.075,00</b>
<b>TOTAL (SUBTOTAL 1 + 2)</b>			<b>R\$ 3.333.575,00</b>
<b>CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO (POR UNIDADE)</b>			<b>R\$ 753,35</b>

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.4.3 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Tabela 15 – Custo com materiais diretos

<b>CUSTOS DE MATERIAIS DIRETOS</b>			
<b>PRODUTO/ SERVIÇO</b>	<b>ESTIMATIVA DE VENDAS (UNIDADES)</b>	<b>CUSTO UNITÁRIO DE MATERIAIS/ AQUISIÇÃO R\$</b>	<b>CMD/CM</b>
			<b>R\$</b>
Tecido liso	2200	R\$ 319,10	R\$ 702.020,00
Tecido estampado	2225	R\$ 634,10	R\$ 1.410.872,50

<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 2.112.892,50</b>
--------------	-------------------------

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.5 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS

##### 4.6.5.1 Estimativa de mão de obra

Tabela 16 – Estimativa de mão de obra

<b>FUNÇÃO</b>	<b>Nº DE EMPREGADOS</b>	<b>SALÁRIO MENSAL (R\$)</b>	<b>% DE ENCARGOS SOCIAIS</b>	<b>ENCARGOS SOCIAIS (R\$)</b>	<b>TOTAL (R\$)</b>
Operários	10	R\$ 1.500,00	7,50%	R\$ 112,50	R\$ 16.125,00
Limpeza	1	R\$ 1.200,00	7,50%	R\$ 90,00	R\$ 1.290,00
Recepção	1	R\$ 1.500,00	7,50%	R\$ 112,50	R\$ 1.612,50
<b>TOTAL</b>					<b>R\$ 19.027,50</b>

Fonte: elaborado pelos autores

##### 4.6.5.2 Estimativa do custo com depreciação

Tabela 17 - Depreciação

<b>ATIVOS FIXOS</b>	<b>VALOR DO BEM (R\$)</b>	<b>VIDA ÚTIL EM ANOS</b>	<b>DEPRECIÇÃO ANUAL (R\$)</b>
OBRAS CIVIS/REFORMAS	R\$ 1.800,00	25	R\$ 72,00
EQUIPAMENTOS	R\$ 193.010,85	5	R\$ 38.602,17
MÓVEIS E MÁQUINAS	R\$ 23.752,45	10	R\$ 2.375,25
VEÍCULOS	R\$ 861,80	5	R\$ 172,36
OUTROS	R\$ 26.340,00		
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 41.221,78</b>

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.5.3 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Tabela 18 – Custos fixos

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL (R\$)	
Aluguel	R\$	-
Condomínio	R\$	-
IPTU	R\$	-
Água	R\$	1.066,00
Energia Elétrica	R\$	1.200,00
Telefone	R\$	800,00
Honorário do contador	R\$	1.800,00
Pró-Labore	R\$	484,80
Manutenção dos equipamentos	R\$	55.375,00
Salários + Encargos	R\$	228.330,00
Material de limpeza	R\$	250,00
Material de escritório	R\$	100,00
Combustível	R\$	244,50
Taxas Diversas		
Serviços de terceiros		
Depreciação	R\$	41.221,78
Outras despesas		
<b>TOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>330.872,08</b>

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.6 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO – DRE

Tabela 19 - DRE

DESCRIÇÃO	R\$
RECEITA TOTAL COM VENDAS	R\$ 11.075.000,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS	R\$ 5.446.467,50
(-) CUSTOS COM MATERIAIS DIRETOS E/OU CMV (*)	R\$ 2.112.892,50
(-) IMPOSTOS SOBRE VENDAS	R\$ 3.322.500,00
(-) GASTOS COM VENDAS	R\$ 11.075,00
SUBTOTAL	R\$ 5.628.532,50
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 0,51
CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 3.970.464,90
RESULTADO OPERACIONAL (LUCRO)	R\$ 1.658.067,09

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.7 PONTO DE EQUILÍBRIO

#### 4.6.7.1 Margem de Contribuição

Tabela 20 – Margem de contribuição

<b>Margem de Contribuição</b>	
Receita Total	R\$ 11.075.000,00
Custos Variáveis Totais	R\$ 5.446.467,50
<b>Total</b>	<b>0,51</b>

Fonte: elaborado pelos autores

#### 4.6.7.2 Ponto de Equilíbrio

Tabela 21 – Ponto de equilíbrio

<b>Ponto de Equilíbrio</b>	
Custo Fixo	R\$ 3.970.464,90
<b>Total</b>	<b>R\$ 7.812.497,98</b>

Fonte: elaborado pelos autores

Isso quer dizer que é necessário que a empresa tenha uma receita total de R\$ R\$ 7.812.497,98 ao ano para cobrir todos os seus custos.

### 4.7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Quadro 8 – Análise SWOT

	<b>Fatores Internos (Controláveis)</b>	<b>Fatores Externos (Incontroláveis)</b>

<b>Pontos Fortes</b>	<b>Forças</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão competente;</li> <li>• Qualidade dos produtos sustentáveis;</li> <li>• Localização da empresa.</li> </ul>	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado em expansão;</li> <li>• Novo segmento no mercado;</li> <li>• Baixa concorrência no mercado.</li> </ul>
<b>Pontos Fracos</b>	<b>Fraquezas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação deficiente dentro da empresa;</li> <li>• Análise da demanda;</li> <li>• Baixa visibilidade.</li> </ul>	<b>Ameaças</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexperiência no ramo;</li> <li>• Crise econômica;</li> <li>• Guerra de Preços.</li> </ul>

**Conclusão da Análise SWOT:** o projeto presente demonstra que os pontos fortes são predominantes e influenciados por fatores internos. Os pontos fracos são corrigíveis e influenciados por fatores internos e, principalmente, externos.

## 4.8 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

### 4.8.1 No contexto social

Em 2014, a produção da indústria têxtil chegou a produzir cerca de 6 bilhões de peças em todo o mundo, sendo o Brasil o dono do 4º lugar de países que mais contribuíram para esse alto número. No Brasil, produziu mais de 175 mil toneladas de resíduos têxteis por ano e apenas 4% dessa quantidade é reciclada.

Para mudar essa realidade, o aproveitamento de materiais reciclados na moda, surge na sociedade e na indústria como um novo conceito, que busca conciliar moda e sustentabilidade e frear o consumismo, desperdício e poluição mundial.

Com uma sociedade mais consciente sobre a importância de levar uma vida mais sustentável e menos agressiva com o meio ambiente, empresas e pessoas estão adotando este novo estilo de vestimenta. Esse estilo, denominado “*Slow Fashion*” (Moda lenta) promove uma produção feita de forma mais lenta, prezando pela

qualidade e produtos orgânicos e que não degradem a natureza, além de reforçar a conexão entre roupa, humano e meio ambiente.

Ela também implica em um olhar mais abrangente, ético e holístico dos hábitos. Onde se tem consciência de que muitas vezes a compra de produtos e roupas por influência da mídia ou puro gosto, não sendo realmente necessária a compra naquele momento.

Uma outra característica marcante deste novo movimento é o incentivo aos modelos de negócios locais e independentes, como a frequência de bazares, *designers* independentes, roupas artesanais feitas por tecelãs e produtores locais. É importante que se estimule a economia e moda da própria região, garantindo a renda de pequenos produtores, em vez de consumir apenas roupas feitas por grandes marcas, com preços altíssimos (caso seja de marca) e qualidade nem sempre boas.

## **4.8.2 Descrição do problema central**

### **4.8.2.1 No mundo do trabalho**

Para o desenvolvimento do Projeto *Nature Fashion*, no que se refere ao mundo do trabalho, o problema central concentra-se na dificuldade de conseguir mão de obra especializada para o tratamento das fibras para a produção do produto final e, também, o alto custo de maquinários e produtos utilizados na sua preparação.

### **4.8.2.2 Análise das causas e efeitos**

Analisando as causas e efeitos do projeto, acredita-se que a mão de obra desqualificada será um agente causador de grandes futuros problemas, tais como falhas e atrasos na produção e conseqüente atraso na entrega do produto final, com a qualidade esperada.

### **4.8.2.3 Análise dos objetivos do projeto**

Os objetivos do projeto são claros e sua proposta faz alusão ao desenvolvimento integral de todas as ações nele descritas, para que o produto final a ser comercializado cumpra com seu papel no que diz respeito à preservação do meio ambiente e à satisfação do cliente.

#### 4.8.2.4 Análise das alternativas (proposta de solução)

Com propostas de solução, tem-se:

- a) A capacitação e treinamento da mão de obra;
- b) A melhoria do ambiente físico de trabalho;
- c) A disponibilização de máquinas modernas que facilitem a produção;
- d) A adequação do horário de trabalho para manter o ritmo de produção;
- e) A substituição de equipamentos de informática por mais atualizados.

#### 4.8.3 Planejamento de metas e ações

QUADRO II - PLANO TÁTICO / QUADRO III - PLANO OPERACIONAL

##### OBJETIVO ESTRATÉGICO

- **Ampliar a visão da marca no mercado;**
- **Melhorar a satisfação dos clientes;**
- **Aumentar as vendas;**
- **Desenvolver ações de relacionamento com os clientes;**
- **Aumentar a presença no mercado.**

META ESTRATÉGICA		AÇÃO CORRESPONDENTE	
PRIORIDADE	1	<i>Adaptação dos serviços à situação atual da Pandemia.</i>	1 <i>Otimização de processos, cortando gastos materiais ou organizacionais desnecessários.</i>
			2 <i>Focar no longo prazo, com previsão de demanda.</i>
			3 <i>Planejamento e controle.</i>
	2	<i>Investimento em marketing digital.</i>	1 <i>Investir na gestão de redes sociais</i>
			2 <i>Realizar campanhas virtuais.</i>
			3 <i>Ampliar o mercado de venda e o trabalho home office.</i>
	<i>Fortalecimento de parcerias.</i>	1 <i>Buscar novos fornecedores.</i>	

	3	2	Renegociar contratos e buscar alternativas de matéria-prima.
		3	Recalcular preços.

#### 4.8.3.1 Objetivo estratégico

Os objetivos estratégicos da *Nature Fashion* visa: ampliar a visão da marca no mercado consumidor, assim obtendo mais influência na sociedade e trazendo mais lucro para a empresa; melhorar a satisfação dos clientes, para que haja um elo entre eles e a empresa, solidificando a freguesia e, também, para conseguir uma divulgação positiva dos produtos confeccionados; aumentar as vendas, a fim de conquistar mais visibilidade no mercado e aumentar o ganho da empresa; desenvolver ações de relacionamento com os clientes, para que haja uma troca entre a empresa e seu público alvo, assim fidelizando clientes mais antigos e atraindo novos; aumentar a presença no mercado, assim conquistando mais espaço e passando as empresas concorrentes.

#### 4.8.3.2 Metas estratégicas

##### 4.8.3.2.1 Adaptação dos serviços à situação atual da Pandemia.

Visto que nos anos de 2020, 2021 e início de 2022 o mundo enfrentava a pandemia do Covid-19, foi necessário se adaptar a esse cenário. Como por exemplo, as reuniões entre sócios e negociações com terceiros, que antes eram feitas presencialmente, passaram para os meios digitais.

##### 4.8.3.2.2 Investimento em *marketing* digital.

Com a nova era, a era digital, e com a maioria da população brasileira alienada nas plataformas digitais, e realizando compras por meios digitais, é preciso se atualizar a esses meios. Segundo a pesquisa realizada pelo g1, “A internet foi acessada por 81% da população brasileira em 2021”, e dessa porcentagem 46% dos usuários realizaram compras de produtos e/ou serviços pelas plataformas digitais. Por



isso, a *Nature Fashion* busca investir no *marketing* digital para facilitar a vida dos consumidores e atingir o maior número de pessoas possível.

#### 4.8.3.2.3 Fortalecimento de parcerias

Como as parcerias são determinantes para a realização de atividades-chaves, é necessário se atentar em novas oportunidades para futuras parcerias e buscar a fidelização com as mesmas.

#### 4.8.3.3 Planilha de custos

Tabela 22 – Custo do projeto social

Modelo geral de análise de custos			
			Número de unidades =
			1
Descrição		Total	Unitário
<b>Receitas</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Custos variáveis:	Matéria-prima	5.220,00	5.220,00
	Embalagem	826,00	826,00
Subtotal Custos Var		6.046,00	6.046,00
Custos fixos:	Aluguel da fábrica	R\$ 2.500,00	2.500,00
	Funcionários	R\$ 43.143,25	43.143,25
	Máquinas	R\$ 16.100,00	16.100,00
Subtotal Custos Fixos		61.743,25	61.743,25
Subtotal Custos		67.789,25	67.789,25
Desp. variáveis:	Fretes de entrega (média da entrega pelo correio)	1,35	1,35
	Fretes de entrega (média da entrega em casa)	0,38	0,38
Subtotal Desp. Var		1,73	1,73
Desp. fixas:	Aluguel do escritório	500,00	500,00

Subtotal Desp. fixas		500,00	500,00
Subtotal Despesas		501,73	501,73
Total Gastos		68.290,98	68.290,98
Resultado		68.290,98	68.290,98

Cálculo da margem de contribuição

Descrição	Total	Unitário
<b>Receitas</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>(-) Gastos variáveis</b>	<b>6.047,73</b>	<b>6.047,73</b>
<b>(=) Margem de contribuição</b>	<b>6.047,73</b>	<b>6.047,73</b>

Fonte: elaborado pelos autores

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O meio ambiente sempre foi prejudicado e sofreu agressões, mas nas últimas décadas, devido principalmente ao desenvolvimento tecnológico, ele vem sendo deixado em segundo plano, já que o interesse mundial atualmente é o lucro e o desenvolvimento das empresas, sem levar em consideração o que realmente importa – a preservação do planeta Terra.

O projeto visa oferecer alternativas de produtos sustentáveis, a fim de proteger e preservar o meio ambiente, já que, desde a produção até o descarte, o tecido da Nature Fashion não agride o ecossistema e, ainda assim, atende ao desejo dos clientes, já que não deixa de acompanhar a moda contemporânea. Outro objetivo é conscientizar a população, de modo que, cada vez mais possam investir em produtos biodegradáveis, conservando a natureza.

Levando em consideração as informações apresentadas acima, o projeto é determinado como viável, pois tem como objetivo oferecer materiais biodegradáveis e de boa qualidade, para que seja incentivada a preservação do meio ambiente, evitando prejudicá-lo, já que é primordial para a vida dos seres humanos.

## REFERÊNCIAS

- SUÇUARANA, Monik da Silveira. “*Moda Sustentável.*” Disponível em: <[https://www.infoescola.com/ecologia/moda-sustentavel/->](https://www.infoescola.com/ecologia/moda-sustentavel/). Acesso em agosto de 2020.
- SILVA, Rosana Vilarinho da. “*Compósito de resina poliuretano derivada de óleo de mamona e fibras vegetais.*” 2003. Disponível em: [https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as\\_sdt=02C5&q=tratamento+de+fibras+vegetais&oq=tratamento+de+fibras+#d=gs\\_qabs&u=%23p%3DnX9jylZmLqkJ-](https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=02C5&q=tratamento+de+fibras+vegetais&oq=tratamento+de+fibras+#d=gs_qabs&u=%23p%3DnX9jylZmLqkJ-) . Acesso em agosto de 2020.
- GARAVELLO, Maria Elisa de P. E. MOLINA, Silva M. G. “*O ARTESANATO COM FIBRA DE BANANEIRA.*” Disponível em: <<http://www.biologico.sp.gov.br/uploads/files/rifib/XIII%20RIFIB/garavello.pdf>>. Acesso em julho de 2020.
- FCEM. “*Tecnologia para indústria têxtil: o que há de mais moderno no setor?*”. 22 de abril de 2019. Disponível em: <https://fcm.com.br/noticias/tecnologia-para-industria-textil-o-que-ha-de-mais-moderno-no-setor/>.
- FCEM. “*Como lidar com a demanda em excesso na produção têxtil?*”. 23 de abril de 2019. Disponível em: <https://fcm.com.br/noticias/como-lidar-com-a-demanda-em-excesso-na-producao-textil/>.
- LUZ, Solimar. “*Indústria da moda é a segunda mais poluidora do mundo, aponta estudo*”. 14 de outubro de 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2022-10/industria-da-moda-e-segunda-mais-poluidora-do-mundo-aponta-estudo#:~:text=A%20ind%C3%BAstria%20da%20moda%20%C3%A9,foram%20des cartados%20em%20anos%20recentes.>
- MOURA, Luiza Taciana Rodrigues de et al. Fatores ocupacionais associados a neoplasias hematológicas em um polo fruticultor: estudo de caso-controle. *Revista Brasileira de Saúde Ocupacional*, v. 47, 2022.

**APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL**  
**SOCIEDADE LIMITADA**

**CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE:** Confeção de Tecidos Biodegradáveis Nature  
Fashion Ltda.

1. **Ana Beatriz Aiko Onda**, brasileira, solteira, 18 de agosto de 2005, estudante, 547.614.718-75, 64.466.335-2, (11) 93325-5789, Instituto de Identificação Ricardo Gumbleton Daunt da Secretaria da Segurança Pública do Estado de São Paulo, Estância santo Antônio Bairro Sabiá – 17600-970,

2. **Ana Luíza Teixeira de Freitas**, brasileira, solteira, 29 de junho de 2005, estudante, 473.827.628-07, 59.506.019-5, (14) 99795-3308, Instituto de Identificação Ricardo Gumbleton Daunt da Secretaria da Segurança Pública do Estado de São Paulo, Rua São Pedro n° 635;

3. **Isabeli Cristini Santos Machado**, brasileira, solteira, 29 de março de 2005, estudante, 552.991.968-57, 64.749.448-6, (14) 98104-5719, Instituto de Identificação Ricardo Gumbleton Daunt da Secretaria da Segurança Pública do Estado de São Paulo, Rua Dr. Giorgio Mário de Leitgeber n° 195; e

4. **Jamilly Victoria Cruz de Lima**, brasileira, solteira, 15 de fevereiro de 2005, estudante, 561.854.148-30, RG, (14) 99850-4447, Instituto de Identificação Ricardo Gumbleton Daunt da Secretaria da Segurança Pública do Estado de São Paulo, Rua Ivanilde n° 291; constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial *Nature Fashion* Ltda e terá sede e domicílio na Rua Antônio Mendonça, Jardim Guanabara, Tupã-sp.

2ª O capital social será R\$ R\$ 480.000,00 (quatrocentos e oitenta milhões de reais (dividido em quatro quotas de valor nominal R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Ana Beatriz Aiko Onda uma quota de R\$ 120.000,00

Ana Luíza Teixeira de Freitas uma quota de R\$120.000,00

Isabeli Cristini Santos machado uma quota de R\$120.000,00

Jamilly Victoria Cruz de Lima uma quota de R\$120.000,00

3ª O objeto será a empresa *Nature Fashion* Ltda, que tem como objetivo produzir e comercializar tecidos

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 18 de agosto de 2023 e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá Ana Luíza Teixeira de Freitas com os poderes e atribuições de administradora geral e diretora de finanças autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

10 A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11 Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12 Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13 O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está (ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.


14 Fica eleito o foro de Tupã para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em cinco vias.

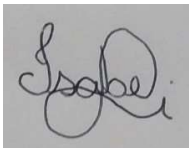
Tupã - SP, 06 de junho de 2022

aa) 


Ana Beatriz Aiko Onda

aa) 

Ana Luíza Teixeira de Freitas

aa) 

Isabeli Cristini Santos Machado

aa) 

Jamilly Victoria Cruz de Lima

Visto: \_\_\_\_\_ (OAB/SP)

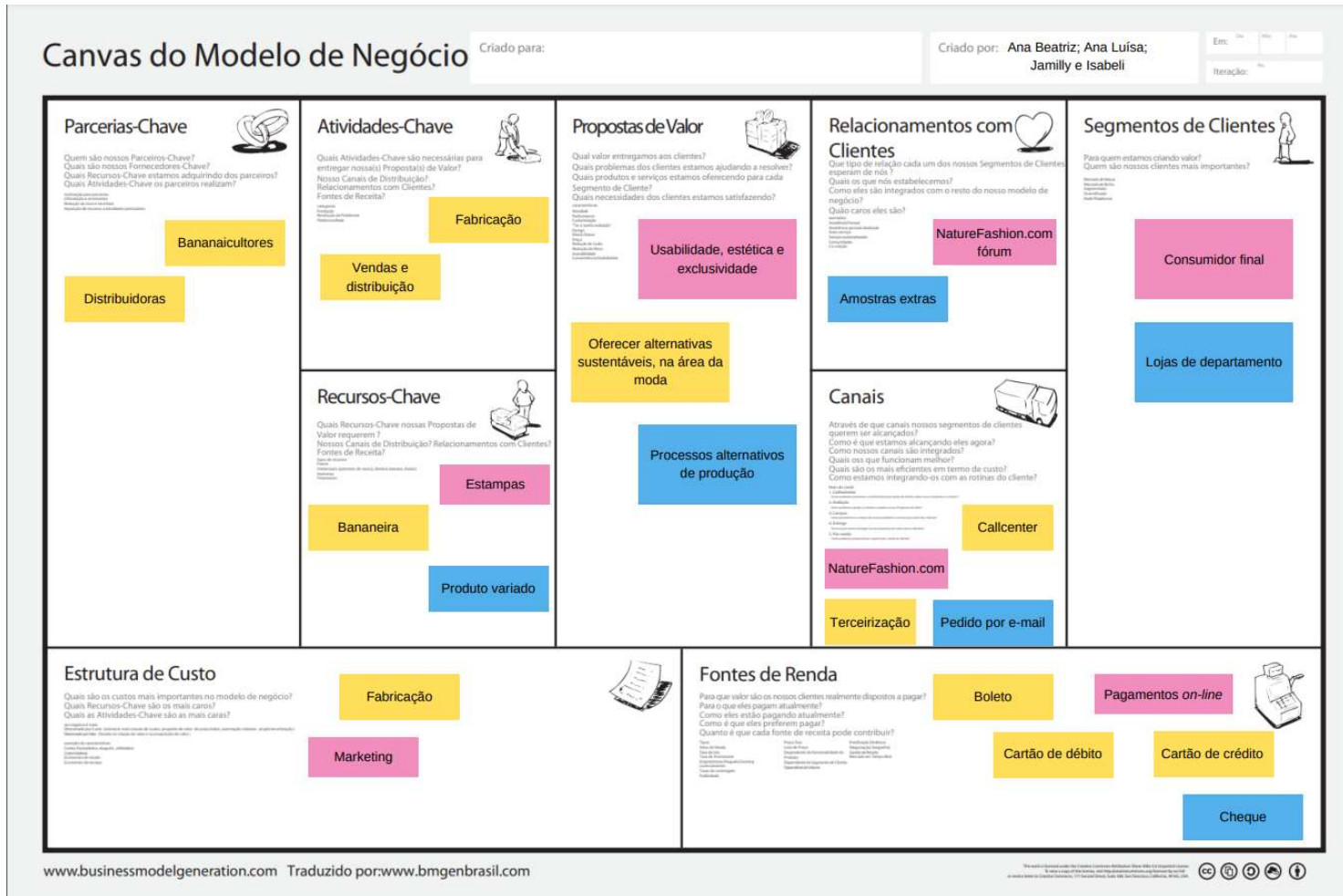
Nome

**APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO**

1. Qual sua faixa etária?
2. Já ouviu falar de tecidos biodegradáveis?
3. Tem interesse em roupas feitas desses tecidos?
4. Quanto estaria disposto a pagar (por metro de tecido ou peça de roupa)?
5. Qual seu gênero?
6. O que você busca em uma roupa?
7. Você prefere que tipo de tecido?
8. Já usou alguma roupa feita de fibras naturais?
9. Se sim, o que achou da roupa?
10. Se não, estaria disposto a experimentar?

# APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

Figura 12 - CANVAS



Fonte: elaborado pelos autores