



**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC ALBERT EINSTEIN
Administração**

Alexandra Ribeiro da Silva
Hellen Silva Santiago
Jéssica Tamiris de Souza Marracho
Kauanny Rodrigues Pereira
Luana Karoline Leite Calixto
Yuri Bispo Souza Silva

**LIMPECO
PRODUTOS DE LIMPEZA ECOLÓGICOS**

**São Paulo
2023**



Alexandra Ribeiro da Silva
Hellen Silva Santiago
Jéssica Tamiris de Souza Marracho
Kauanny Rodrigues Pereira
Luana Karoline Leite Calixto
Yuri Bispo Souza Silva

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO LIMPECO

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado no Curso de Técnico em Administração, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - Etec Albert Einstein como pré-requisito para obtenção de título de Técnico em Administração.

Orientadora: Professora Grace Kelly Freitas Mendonça

**São Paulo
2023**

22702 ALEXANDRA RIBEIRO DA SILVA
22692 HELLEN SILVA SANTIAGO
22697 JÉSSICA TAMIRIS DE SOUZA MARRACHO
22691 KAUANNY RODRIGUES PEREIRA
22701 LUANA KAROLINE LEITE CALIXTO
22699 YURI BISPO SOUZA SILVA

LIMPECO
PRODUTOS DE LIMPEZA ECOLÓGICOS

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado como parte dos requisitos para obtenção do título acadêmico de Técnico em Administração do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – ETEC ALBERT EINSTEIN.

São Paulo, 08 de dezembro de 2023.

Validadores:

Professor(a) _____

Menção: _____

Assinatura _____

MENÇÃO FINAL _____ Professor(a) Orientador(a) _____

ETEC ALBERT EINSTEIN

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso

Nós, alunos abaixo-assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Administração, na qualidade de titulares dos direitos autorais e patrimoniais de autores da obra LimpEco, Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na ETEC Albert Einstein, município de São Paulo, em 08 de dezembro de 2023, autorizamos o Centro Paula Souza a reproduzir, integral ou parcialmente, o trabalho e/ou disponibilizá-lo em ambientes virtuais, a partir desta data, por tempo indeterminado.

São Paulo, 08 de dezembro de 2023.

Nome	RG	Assinatura
Alexandra Ribeiro da Silva	38.529.155-3	
Hellen Silva Santiago	53.046.910-8	
Jéssica Tamiris de Souza Marracho	53.201.666-X	
Kauanny Rodrigues Pereira	37.131.602-9	
Luana Karoline Leite Calixto	56.479.515-X	
Yuri Bispo Souza Silva	38.160.593-0	

Cientes:

Professor(a) Orientador(a)

Grace Kelly Freitas Mendonça

Coordenador(a) de Área

Elisabete de Souza Resendes

ETEC ALBERT EINSTEIN

TERMO DE AUTENTICIDADE

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC

Nós, alunos abaixo-assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Administração, na ETEC Albert Einstein, município de São Paulo, declaramos ter pleno conhecimento do Regulamento para realização do Trabalho de Conclusão de Curso do Centro Paula Souza. Declaramos, ainda, que o trabalho apresentado é resultado de nosso próprio esforço, é autêntico e original.

São Paulo, 08 de dezembro de 2023.

Nome	RG	Assinatura
Alexandra Ribeiro da Silva	38.529.155-3	
Hellen Silva Santiago	53.046.910-8	
Jéssica Tamiris de Souza Marracho	53.201.666-X	
Kauanny Rodrigues Pereira	37.131.602-9	
Luana Karoline Leite Calixto	56.479.515-X	
Yuri Bispo Souza Silva	38.160.593-0	

AGRADECIMENTOS

Agradecemos de coração a todos os professores que estiveram ao nosso lado ao longo desta jornada acadêmica e que agora nos acompanham a culminação deste projeto, nosso Trabalho de Conclusão de Curso.

Primeiramente, gostaríamos de expressar nossa profunda gratidão aos nossos professores e orientadores, Prof. Grace Mendonça, Prof. Sandra e Prof. Fabrizio, pela paciência, orientação e apoio inestimável que nos proporcionaram ao longo desta jornada. Suas contribuições valiosas moldaram nosso trabalho e nosso crescimento como acadêmicos de maneiras que não podemos quantificar. Suas críticas construtivas e insights foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

Também não podemos deixar de agradecer a todos os demais professores que nos guiaram durante a nossa trajetória neste curso. Suas aulas e conhecimentos compartilhados foram fundamentais para a nossa formação. Cada um de vocês desempenhou um papel importante em nossa jornada acadêmica, e somos profundamente gratos por tudo o que aprendemos com vocês.

Este TCC representa não apenas o nosso esforço, mas também o apoio incansável de todos vocês. Esperamos que este trabalho possa retribuir, de alguma forma, o que temos recebido ao longo da nossa jornada acadêmica.

Muito obrigado a todos por fazerem parte deste capítulo das nossas vidas. Sabemos que a jornada não termina aqui, e estamos ansiosos para continuar aprendendo e crescendo com todos vocês no futuro.

Com gratidão.

A sustentabilidade é a ponte para um futuro melhor, onde o meio ambiente floresce e a humanidade prospera.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como principal objetivo apresentar de forma detalhada o plano de negócios da empresa LimpEco, que se dedica à produção de produtos de limpeza ecológicos com um forte enfoque na sustentabilidade. A escolha desse segmento é justificada pela expansão contínua do mercado de produtos ecológicos, à medida que as pessoas demonstram uma crescente preocupação com questões ambientais e seu próprio bem-estar. A empresa oferece desinfetantes e detergentes formulados com ingredientes naturais, aromas como limão, tea tree e lavanda, e embalagens totalmente biodegradáveis em tamanhos de 500 mL e 5 litros, promovendo a sustentabilidade. Por meio de uma pesquisa abrangente, abordando aspectos cruciais como análise de mercado, concorrência, viabilidade econômica e financeira, marketing e comunicação, gestão de recursos humanos, e planejamento estratégico. Após a conclusão dessas análises e cálculos financeiros detalhados, chegou-se à constatação de que a abertura e operação da empresa LimpEco são consideradas viáveis, promissoras e apresentam um notável potencial de crescimento.

Palavras-chave: produtos de limpeza ecológicos; sustentabilidade; bem-estar.

ABSTRACT

The main objective of this final paper is to provide a detailed business plan for the company LimpEco, which is dedicated to the production of ecological cleaning products with a strong focus on sustainability. The choice of this sector is justified by the continuous expansion of the ecological products market, as people demonstrate a growing concern for environmental issues and their own well-being. The company offers disinfectants and detergents formulated with natural ingredients, scents like lemon, tea tree, and lavender, and fully biodegradable packaging in sizes of 500 mL and 5 liters, promoting sustainability. Through comprehensive research, addressing crucial aspects such as market analysis, competition, economic and financial feasibility, marketing and communication, human resources management, and strategic planning. After the completion of these analyses and detailed financial calculations, it was concluded that the establishment and operation of LimpEco are considered viable, promising, and exhibit a remarkable growth potential.

Keywords: ecological cleaning products; sustainability; well-being.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

B2B - *Business to business*, trata-se de uma expressão em inglês utilizada para se referir a empresas que vendem produtos e serviços para outras empresas.

B2C - *Business to Consumer*, termo utilizado para o modelo de negócio em que uma empresa vende seu produto ou serviço para o consumidor.

JIT - *Just in time*, que é uma filosofia de gestão de produção que visa otimizar o processo produtivo eliminando desperdícios e estoques desnecessários.

Sumário

INTRODUÇÃO	11
1. MERCADO GERAL	12
2. MERCADO ESPECÍFICO	12
3. PÚBLICO-ALVO	13
4. LIMPECO	14
4.1. História	14
4.2. Regime Tributário.....	15
4.3. Contrato Social Sociedade Limitada.....	15
4.4. Missão, Visão e Valores: A alma da Logo	18
5. ANÁLISE DE MERCADO	19
6. ESTUDO DOS CONCORRENTES	20
7. ESTUDO DOS FORNECEDORES	21
8. PLANO DE MARKETING	21
9. PRODUTOS	23
10. PREÇOS	24
11. ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS	25
12. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO	26
13. PLANO OPERACIONAL	27
13.1. Layout.....	27
13.2. Capacidade Produtiva	28
13.3. Processo Operacional	28
13.4. Logística	29

14. NECESSIDADE DE PESSOAL	30
16. PLANO FINANCEIRO	32
17. ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FÍSICOS	32
18. ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL	33
19. ESTIMATIVA DO CUSTO DE MATÉRIA PRIMA.....	33
20. ESTIMATIVA DE CUSTO DE MÃO DE OBRA	34
21. ESTIMATIVA DE DEPRECIAÇÃO	35
22. ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS	35
23. DRE.....	36
24. PONTO DE EQUILÍBRIO	37
25. LUCRATIVIDADE.....	37
26. RENTABILIDADE E PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO	38
28. PLANO LOGÍSTICO.....	38
28.1. Estoque	38
28.2. Organização do Estoque	40
29. EMBALAGENS	41
30. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	42
31. PROJETO LimpEco NO MUNDO	44
CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS	48

INTRODUÇÃO

A escolha do tema se deve à preocupação do grupo com o planeta e o meio ambiente. Eles reconhecem que existem diversas abordagens a serem exploradas para alcançar uma preservação adequada. Trabalhando de forma colaborativa, decidiram concentrar sua atenção nos produtos de limpeza, uma vez que esses produtos são utilizados diariamente por muitas pessoas e acabam tendo um impacto significativo no planeta devido aos produtos químicos envolvidos.

Nesse contexto, apresentaram a ideia de desenvolver produtos de limpeza ecológicos como uma alternativa viável. A intenção é reduzir a dependência de produtos químicos prejudiciais ao meio ambiente e, ao mesmo tempo, encorajar a população a adotar produtos mais sustentáveis. Acreditam que essa iniciativa pode desencadear uma mudança significativa em prol do meio ambiente.

Os membros do grupo estão comprometidos com a missão de criar conscientização sobre os impactos ambientais negativos dos produtos de limpeza convencionais e promover a adoção de soluções mais ecológicas. Eles acreditam que, ao incentivar a transição para produtos de limpeza ecológicos, contribuirão de forma efetiva para a preservação do planeta e a construção de um futuro mais sustentável para todos.

1. MERCADO GERAL

Os produtos de limpeza são uma parte essencial de nossas vidas há anos e são amplamente vistos em todo o mundo como essenciais para nossa saúde e bem-estar. No entanto, a maioria dos consumidores prefere comprar produtos sustentáveis, e os fabricantes desejam fazer alegações ecológicas para seus produtos.

Com a expectativa de que o mercado global de limpeza atinja US\$ 207 bilhões em 2026 e o mercado de produtos de limpeza sustentável se expanda para 52,7% do mercado total em 2026, esse é um dos tópicos mais quentes do setor no momento. O estudo “*The Future of Sustainable Cleaning Products to 2026*”, recém-publicado pela empresa de inteligência de mercado inglesa Smithers, aponta que o mercado de produtos sustentáveis de limpeza somou em 2021 US\$72,9 bilhões em valor no varejo. Com uma taxa de crescimento anual de 8,5%, a empresa prevê que as vendas desses produtos chegarão a US\$109,7 bilhões em 2026, um desempenho muito acima do que o previsto para o mercado geral de limpeza, de 4,1% ao ano, para atingir US\$207,3 bilhões.

Cresce no Brasil a demanda por serviços ecológicos de limpeza a ambientes domiciliares e empresariais. O aumento da procura pelos serviços especializados é resultado das reações colaterais e do mal-estar causado por produtos convencionais de higiene residencial. Pelo menos 30% dos brasileiros possuem algum tipo de alergia, segundo pesquisa da Associação Brasileira de Alergia e Imunopatologia (ASBAI), enquanto 40% dos animais de estimação sofrem de coceira, mesmo dentro de casa.

2. MERCADO ESPECÍFICO

Um diferencial para a venda de produtos de limpeza ecológicos seria enfatizar os benefícios ambientais e de saúde associados ao uso desses produtos. Isso pode incluir a redução da quantidade de produtos químicos tóxicos que são liberados no meio ambiente, a conservação de recursos naturais, como água e energia, e a criação de um ambiente mais saudável em casa ou no local de trabalho.

Além disso, a transparência em relação aos ingredientes utilizados na formulação dos produtos e a certificação de terceiros que atestem sua qualidade e sustentabilidade são fatores que podem contribuir para aumentar a confiança e a fidelidade dos clientes.

Outra estratégia pode ser a criação de campanhas de conscientização que destaquem a importância do consumo consciente e da preservação do meio ambiente, mostrando como o uso de produtos de limpeza ecológicos pode fazer a diferença no combate à poluição e ao desperdício. Isso pode envolver parcerias com ONGs ambientais ou a participação em eventos de conscientização ambiental.

3. PÚBLICO-ALVO

A LimpEco é uma empresa que direciona seus esforços para atender a dois segmentos distintos de mercado, o B2C (Business to Consumer) e o B2B (Business to Business). O público-alvo da LimpEco no mercado B2C é composto por pessoas que buscam alternativas mais sustentáveis e conscientes para a limpeza de seus espaços, sejam eles residenciais, escritórios ou qualquer outro ambiente. Eles são, em sua maioria, indivíduos preocupados com o meio ambiente e a saúde, valorizam produtos naturais que não prejudicam o ecossistema e buscam soluções de limpeza que atendam às suas necessidades diárias, ao mesmo tempo em que se alinham com seus valores de responsabilidade ambiental e preocupação com a saúde.

Por outro lado, o público-alvo B2B da LimpEco é formado por empresas conscientes e preocupadas com a sustentabilidade e a saúde de seus colaboradores e clientes. Essas empresas valorizam produtos de alta qualidade e estão dispostas a pagar um pouco mais por soluções de limpeza que atendam às suas necessidades de forma responsável. A transparência na composição dos produtos desempenha um papel fundamental nesse cenário, pois essas empresas buscam garantir que os produtos utilizados em seus espaços estejam alinhados com seus compromissos de sustentabilidade. Além disso, a eficácia na limpeza é um fator determinante, uma vez que as empresas não estão dispostas a comprometer a higiene de seus espaços em prol da sustentabilidade. Portanto, os produtos da LimpEco devem oferecer uma

combinação equilibrada entre a eficácia na limpeza e a preocupação com o meio ambiente e a saúde humana.

Em ambos os segmentos de mercado, a LimpEco reconhece a importância de conquistar e manter clientes por meio de uma abordagem transparente e responsável. A empresa compreende que a conscientização ambiental e a busca por produtos mais saudáveis estão em crescimento, e a capacidade de atender a essas demandas é essencial para o sucesso no mercado atual. Portanto, a LimpEco se esforça para oferecer soluções de limpeza que satisfaçam as necessidades de seus clientes, sejam eles consumidores individuais preocupados com a saúde e o meio ambiente ou empresas comprometidas com a sustentabilidade e a qualidade.

4. LIMPECO

4.1. História

Fundada em 2023 por duas jovens visionárias, nossa fábrica fica localizada na zona norte de São Paulo, a LimpEco nasceu da convicção compartilhada de que é possível mudar o curso do nosso planeta. Unindo a paixão pelo empreendedorismo ao desejo de abordar de forma inovadora os desafios da poluição e dos produtos químicos tóxicos, esses empreendedores decidiram criar uma empresa que redefinissem o conceito de limpeza.

Após extensivas pesquisas, a LimpEco estabeleceu firmemente a sua crença de que é possível desenvolver produtos de limpeza altamente eficazes que, ao mesmo tempo, sejam benignos para o meio ambiente e seguros tanto para seres humanos quanto para animais. A jornada desde a sua criação até os dias atuais tem sido marcada pela incubação de ideias inovadoras.

Desde o início, a LimpEco abraçou uma visão holística da sustentabilidade, integrando-a em todas as etapas do ciclo de vida de seus produtos. Da concepção à embalagem, nossa missão é promover a sustentabilidade de forma abrangente. Atualmente, a empresa LimpEco está empenhada em promover mudanças sustentáveis no mundo, mesmo que sejam apenas pequenos passos, visando a melhoria do ambiente global.

4.2. Regime Tributário

A escolha do regime tributário da LimpEco foi o Simples Nacional, devido a sua acessibilidade em relação ao cumprimento das obrigações fiscais, pois ele permite as empresas pagarem vários impostos em uma única guia, simplificando a administração fiscal e reduzindo a burocracia. Outro ponto relevante é a previsibilidade tributária, visto que as alíquotas são calculadas com base no faturamento, que proporciona maior previsibilidade em relação aos impostos a serem pagos, simplificando o planejamento financeiro.

4.3. Contrato Social Sociedade Limitada

LimpEco – Produtos de Limpeza Ecológicos

Kauanny Rodrigues Pereira, brasileira, solteira, nascida em 07/02/1995, Diretor Administrativo, Cédula de Identidade nº66.996.149, SSP/SP, CPF nº 222.525.411-58, residente na Rua Carlos Belmiro Correia, 855 – São Paulo/SP - CEP: 02532-012.

Alexandra Ribeiro da Silva, brasileira, solteira, nascida em 15/08/1995, Diretor Financeiro, Cédula de Identidade nº68.996.150, SSP/SP, CPF nº 221.535.414-58, residente na Rua Carlos Belmiro Correia, 855 – São Paulo/SP - CEP: 02532-01, resolvem por este instrumento particular de contrato, constituir uma sociedade simples limitada, mediante as seguintes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade terá a denominação social LimpEco, Produtos de Limpeza Ecológicos LTDA.

CLÁUSULA SEGUNDA: A sociedade terá a sua sede Rua Carlos Belmiro Correia, 855 – São Paulo/SP - CEP: 02532-01, podendo estabelecer filiais, agências, sucursais em qualquer ponto do Território Nacional, obedecendo às disposições legais vigentes.

CLÁUSULA TERCEIRA: A sociedade tem por objeto social a produção e comercialização de produtos de limpeza ecológicos.

CLÁUSULA QUARTA: O capital social é de R\$60.000,00 (sessenta mil reais), dividido em R\$30.000,00 (trinta mil reais), sendo quotas iguais de 50% (cinquenta por cento) para cada.

CLÁUSULA QUINTA: 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, o direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA SEXTA: A sociedade iniciará suas atividades em 8 de dezembro de 2023, sendo o seu prazo de duração indeterminado.

CLÁUSULA SÉTIMA: Ficam designados administradores todos os sócios, cabendo-lhes praticar os atos referentes à gestão social, representar a sociedade judicial e extrajudicialmente, sendo que o uso da denominação social será por, no mínimo, dois administradores, sempre em conjunto, vedado o seu emprego para fins estranhos ao objeto social, tais como, abonos, avais, fianças, seja a favor dos sócios, seja a favor de terceiros.

Parágrafo Primeiro: Os administradores declaram, sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos e a administração de sociedade empresária; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra Roma de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade (art. 1.011, parágrafo 1º, Código Civil).

CLÁUSULA OITAVA: O Sócio terá direito a uma retirada mensal pelo exercício da administração, a título de "pró-labore", respeitadas as limitações legais vigentes.

CLÁUSULA NONA: Todo dia 31 de Dezembro de cada ano, será levantado o Balanço do Exercício, sendo os lucros ou prejuízos apurados e verificados, distribuídos ou suportados pelos sócios, no limite das suas quotas de capital.

CLÁUSULA DÉCIMA: Os sócios declaram que a sociedade se enquadra como Empresa de Pequeno Porte - EPP, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e que não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no § 4º do art. 3º da mencionada lei. (art. 3º, |, LC nº 123, de 2006).

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: Os sócios declaram, sob as penas da Lei, que não estão incurso em quaisquer dos crimes previstos em Lei ou nas restrições legais que possam impedi-los de exercer atividades mercantis.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: Os casos omissos no presente contrato serão disciplinados pelos artigos 1.052 a 1.087 do Código Civil Brasileiro (Lei nº 10.406/02) e, subsidiariamente pelo Capítulo das Sociedades Simples disciplinado nos artigos 997 a 1.038 do mesmo Diploma Legal, ficando eleito o Foro desta Comarca de Guarulhos/SP para qualquer ação fundada neste instrumento, renunciando-se a qualquer outro por mais especial que seja.

E, por estar em perfeito acordo em tudo quanto neste instrumento particular foi lavrado, obriga-se a cumprir o presente contrato, assinando-o na presença de 2 (duas) testemunhas abaixo, em 3 (três) exemplares de igual teor e forma, Sendo um deles destinado a registro e arquivamento na JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO, e os demais devolvidos aos contratantes depois de anotados.

São Paulo, 08 de dezembro de 2023.

Visto do Advogado

TESTEMUNHAS:

4.4. Missão, Visão e Valores: A alma da Logo

Quadro 1 – Logoi



Fonte: Dos próprios autores, 2023

Nossa missão é muito mais do que simplesmente fornecer produtos orgânicos de alta qualidade. Ela é um compromisso emocional com a preservação do nosso planeta e a expectativa de um mundo melhor. Através do nosso trabalho, buscamos promover um estilo de vida saudável e sustentável, porque acreditamos profundamente que, ao oferecer produtos de limpeza produzidos de forma sustentável e respeitosa com o meio ambiente, estamos plantando as sementes de um futuro mais justo e equilibrado para as gerações que virão.

Nossa visão é estabelecer-nos como a principal autoridade no mercado de produtos orgânicos, notáveis pela nossa excelência em qualidade e pela dedicação à preservação da saúde humana e ambiental. Almejamos ocupar uma posição de liderança na inovação e sustentabilidade empresarial, proporcionando soluções práticas para melhorar a vida cotidiana das pessoas, mantendo sempre em mente o equilíbrio essencial entre a humanidade e o ambiente natural.

Nossos valores são baseados na transparência, responsabilidade social e ambiental, qualidade, respeito às pessoas e ao meio ambiente. Acreditamos que o respeito às diferenças e a colaboração mútua são fundamentais para alcançar os melhores resultados em todas as esferas de vida. Valorizamos a ética em todas as nossas atividades e buscamos aprimorar constantemente o nosso processo para alcançar o equilíbrio entre a sustentabilidade e o sucesso empresarial.

O logotipo da nossa marca é uma representação inspirada em uma folha, que simboliza nossa dedicação à sustentabilidade e à ecologia. A base da folha foi

concebida de forma a incorporar as letras "L" de limpeza e "E" de ecologia, as quais, combinadas, deram origem ao nosso nome, LIMPECO.

5. ANÁLISE DE MERCADO

A sustentabilidade é um conceito que se tornou cada vez mais importante no mundo moderno. Refere-se ao princípio da busca pelo equilíbrio entre a disponibilidade e a exploração dos recursos naturais, a um conjunto de práticas e abordagens que buscam atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações. Ou seja, tem como objetivo equilibrar a preservação do meio ambiente. A definição de sustentabilidade está atrelada ao conceito de desenvolvimento social, que se relaciona ao desenvolvimento social, econômico, político e cultural vinculado à preservação da natureza.

Para muitos, o desenvolvimento sustentável é mais do que um termo da moda, é um compromisso fundamental com a preservação do ecossistema e com a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Ela envolve a adoção de ações que minimizem o desperdício e a poluição, bem como promover práticas éticas na indústria. Os benefícios para as pessoas são numerosos, ela promove uma melhor qualidade de vida, visto que reduz a poluição do ar e da água, possibilitando um ambiente mais saudável para viver. Além disso, incentiva a equidade social, garantindo que todos tenham acesso a recursos essenciais.

Ademais, para o meio ambiente ela é crucial, pois visa a conservação dos recursos naturais, como água, solo, florestas e biodiversidade, protegendo a beleza e a integridade dos ecossistemas. Ao diminuir a emissão de poluentes e o desperdício, a sustentabilidade contribui para a redução das mudanças climáticas e a proteção da fauna e flora. A promoção da energia limpa, reciclagem e da gestão responsável dos recursos naturais são alguns modos de beneficiar a natureza.

Como também as empresas têm muito a ganhar com a adoção de práticas sustentáveis. Além de contribuir para uma imagem positiva da marca, fornecendo uma vantagem competitiva, há a diminuição de resíduos, é atrativo aos colaboradores e investidores. Empresas que adotam abordagens sustentáveis constantemente atraem

clientes preocupados com o meio ambiente, o que pode resultar em um aumento na demanda por seus produtos ou serviços. Segundo o estudo realizado pela agência de pesquisas norte-americana, *Union+Webster*, divulgado pela Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), em 2019 a pesquisa apontou que 87% da população brasileira prefere comprar produtos e serviços de empresas sustentáveis.

Além disso, as regulamentações governamentais estão cada vez mais incentivando as empresas a adotarem práticas sustentáveis, o que pode evitar multas.

6. ESTUDO DOS CONCORRENTES

Os concorrentes diretos da empresa são a BioWash e a Bioz Green, que estão presentes no mercado desde 1994 e 2004, respectivamente. Ambas se preocupam com o meio ambiente e com o bem-estar das pessoas.

A BioWash possui várias certificações que comprovam a qualidade de seus produtos, suas embalagens são recicláveis feitas com PET. Ela oferece detergentes de capim limão, menta e sensitive, este último é hipoalergênico, em quantidades de 650mL e 5L.

Por outro lado, a Bioz Green não menciona nenhuma certificação em seu site, mas suas embalagens também são recicláveis. A empresa oferece detergentes de coco, capim limão e neutro, disponíveis em quantidades de 470mL e 5L.

Os produtos da empresa LimpEco são um pouco mais caros em comparação com os das duas outras empresas, devido ao fato de suas embalagens serem feitas de bioplásticos, que são naturalmente biodegradáveis. No mercado de produtos de limpeza ecológicos, nenhuma das empresas concorrentes possui desinfetantes, o que é um diferencial que a LimpEco está trazendo.

Quanto aos concorrentes indiretos da empresa, a Ypê e a Veja estão presentes no mercado desde 1950 e 1969, respectivamente. Ambas continuam dominando o mercado de produtos de limpeza convencionais. Em comparação com os produtos ecológicos, os produtos dessas empresas são mais baratos, mas são feitos com produtos químicos e suas embalagens são feitas de plástico, o que contribui para o menor custo.

7. ESTUDO DOS FORNECEDORES

A empresa LimpEco optou por estabelecer parcerias com as empresas Balão das Essências, Assaí Atacadista e OEKO Bioplásticos como seus fornecedores.

A distribuidora Balão das Essências, especializada na venda de óleos essenciais, oferece embalagens com volumes que variam de 10mL a 20L. Os preços dos seus produtos são competitivos de acordo com as normas de mercado e ocasionalmente oferecem promoções atraentes. A Balão das Essências fornecerá matérias-primas essenciais para os aromas dos produtos da LimpEco, incluindo os desinfetantes de lavanda, tea tree e limão.

Por outro lado, a Assaí Atacadista, uma empresa de atacarejo, atua na venda de alimentos, bebidas, produtos de higiene pessoal e limpeza, itens de bazar, produtos automotivos, produtos para animais de estimação, eletroportáteis, além de embalagens e descartáveis. A empresa será responsável pelo fornecimento dos alimentos, que constituem outras matérias-primas necessárias para a produção dos produtos de limpeza ecológicos da LimpEco.

Além disso, a OEKO Bioplásticos é uma empresa especializada em embalagens compostáveis que são naturalmente biodegradáveis, contribuindo para a redução dos impactos ambientais associados aos plásticos convencionais. A produção de bioplásticos compostáveis segue o ciclo biológico da Economia Circular, promovendo a regeneração dos sistemas vivos, a conservação da água e do solo. Por esse motivo, a OEKO Bioplásticos foi escolhida como fornecedora das embalagens dos produtos da LimpEco, devido à sua afinidade com os princípios sustentáveis que a nossa empresa valoriza.

8. PLANO DE MARKETING

As redes sociais desempenham um papel fundamental no cenário atual de marketing e conscientização ambiental. Utilizamos plataformas como Instagram e Facebook não apenas para promover nossos produtos, mas também para destacar a

importância da sustentabilidade. Nossas estratégias envolvem a criação de posts atraentes e envolventes que não apenas apresentam nossos produtos de forma atraente, mas também transmite mensagens sobre a importância da sustentabilidade, destacando o uso de materiais ecológicos, práticas de produção responsáveis e o impacto positivo que nossos produtos têm no meio ambiente.

Além disso, buscamos estabelecer colaborações estratégicas com influenciadores que compartilham dos mesmos valores de sustentabilidade. Essas parcerias permitem que influenciadores promovam nossos produtos para seus públicos, destacando os benefícios ambientais e incentivando a conscientização sobre questões relacionadas à sustentabilidade. Essa abordagem não apenas aumenta a visibilidade de nossa marca, mas também reforça nosso compromisso com a causa.

Outra parceria crucial para nossa empresa é com fabricantes de embalagens que utilizam materiais recicláveis e ecológicos. A escolha de embalagens responsáveis ambientalmente contribui para a redução do impacto ambiental da empresa. Essa prática *eco-friendly* não apenas demonstra nossa responsabilidade em relação ao meio ambiente, mas também atrai consumidores que valorizam produtos ecológicos.

Além das estratégias de marketing e conscientização, a qualidade do atendimento ao cliente desempenha um papel fundamental na consolidação da imagem de nossa empresa como sustentável e preocupada com o bem-estar dos clientes. Disponibilizamos canais de atendimento, como SAC por e-mail, chat no site, WhatsApp e telefone, demonstrando nosso compromisso em oferecer suporte completo aos clientes. Nossa capacidade de responder prontamente às dúvidas, preocupações e feedback dos clientes é fundamental para garantir a satisfação do público. Além disso, um atendimento de qualidade fortalece a relação emocional entre nossa empresa e nossos clientes, o que é essencial para construir uma base sólida de clientes leais.

Em resumo, como empresa, as redes sociais desempenham um papel fundamental na divulgação de nossos produtos e conscientização sobre a sustentabilidade. Através de estratégias de marketing e colaborações estratégicas, alcançamos nossos objetivos de negócios e, ao mesmo tempo, promovemos práticas ambientalmente responsáveis. Nosso atendimento de qualidade é uma parte essencial dessa equação, garantindo a satisfação de nossos clientes e solidificando a

imagem de nossa empresa como defensora da sustentabilidade e do bem-estar do público.

9. PRODUTOS

Quadro 2 - Produtos



Fonte: Dos próprios autores, 2023

O produto de limpeza é a essência do negócio da LimpEco, porém o diferencial é o trabalho 100% (cem por cento) ecológico. A LimpEco possui 2 linhas de produtos: a LimpLar que é recomendada para uso em moradias e a LimpCompany que é recomendada para uso nas empresas. Ambas são compostas por detergente (limão), desinfetante (tea tree, limão e lavanda). Todos os produtos são livres de químicos, possuem máxima eficiência e ainda oferecem um cheiro totalmente agradável.

Além disso, contam com embalagens 100% recicláveis que são providas por fornecedores parceiros. Com os produtos LimpEco os consumidores contam com toda a segurança que um produto totalmente natural oferece, com a mesma eficiência de um produto convencional e ainda contribui para o planeta deixando-o mais limpo (com as embalagens recicláveis) e saudável.

Quadro 3 - Produtos



Fonte: Dos próprios autores, 2023

10. PREÇOS

Dentro do nicho de mercado ecológico, a faixa de preço na maioria dos concorrentes permanece a mesma, pelo preço de custo ser também bem parecido. Nos produtos da LimpEco, optamos por manter a faixa de preço do mercado ecológico para não ficar em desvantagem em relação aos concorrentes, e ainda assim conseguir passar o valor que o nosso produto tem para os consumidores. Sendo eles:

Quadro 4 - Tabela de Preços

Produto	Preço de venda - 5L	Preço de venda - 500ml
Desinfetante - Lavanda	R\$ 145,90	R\$ 34,90
Desinfetante - Tea Tree	R\$ 121,90	R\$ 31,90
Desinfetante - Limão	R\$ 48,90	R\$ 25,90
Detergente - Limão	R\$ 123,90	R\$ 33,90

Fonte: Dos próprios autores, 2023

11. ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

A divulgação dos produtos da LimpEco é essencial para alcançar o público interessado em meio ambiente e sustentabilidade. Para atingir seu objetivo, eles adotarão uma abordagem multifacetada, que incluirá a participação em feiras, shows e palestras dedicados a essas questões.

Nos eventos, eles destacarão a importância da conservação do meio ambiente e a necessidade de adotar produtos ecológicos para promover a sustentabilidade. Além disso, demonstrarão seus produtos de forma prática, oferecendo amostras grátis e mostrando como eles são livres de químicos prejudiciais, altamente eficazes e possuem um aroma agradável. Isso será uma oportunidade para o público experimentar seus produtos e compreender os benefícios de escolher soluções ecológicas.

Além da participação em eventos, eles utilizarão as redes sociais, especialmente o Instagram, como uma ferramenta poderosa para alcançar um público mais amplo. Eles criarão um perfil empresarial dedicado à LimpEco, onde compartilharão informações valiosas sobre questões ambientais. Seus posts educativos abordarão tópicos como a importância da redução de resíduos, o impacto da poluição e as soluções ecológicas disponíveis. Isso não apenas aumentará a conscientização, mas também estabelecerá a LimpEco como uma autoridade no setor de produtos ecológicos.

Nas redes sociais, eles também destacarão os detalhes de seus produtos, dividindo informações sobre cada linha que oferecem. Eles ressaltarão os benefícios de seus produtos ecológicos, como sua eficiência máxima e os aromas agradáveis que proporcionam. Através de postagens visuais e conteúdo envolvente, eles mostrarão como os produtos LimpEco podem atender às necessidades dos consumidores de maneira eficaz, enquanto ao mesmo tempo contribuem para a preservação do meio ambiente.

Em suma, a estratégia de divulgação da LimpEco envolve uma abordagem holística que abrange eventos e redes sociais. Eles desejam conscientizar o público sobre a importância da sustentabilidade, oferecer a oportunidade de experimentar seus produtos ecológicos e demonstrar que é possível obter eficiência e qualidade,

juntamente com a satisfação de fazer escolhas ecologicamente responsáveis. Isso não apenas promoverá seus produtos, mas também contribuirá para um mundo mais limpo e sustentável.

12. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A empresa opera com duas linhas de produtos distintas, a saber, a "LimpLar", indicada para uso residencial, e a "LimpCompany", direcionada a empresas e instalações industriais. As divergências primordiais entre essas linhas restringem-se ao tamanho das embalagens e às variações de preço. Não obstante as sutilezas nessa diferenciação, é importante destacar que a abordagem ao cliente e a estratégia de distribuição são consideravelmente distintas, devido à natureza específica das necessidades de cada segmento.

No que tange à linha "LimpLar", a clientela-alvo compreende indivíduos adultos preocupados com questões ambientais, pessoas que apresentam sensibilidade alérgica e aquelas que têm crianças e/ou animais de estimação em seus lares. Para alcançar eficazmente esse público, adotamos uma abordagem multicanal, que abrange comerciais veiculados em redes de televisão, presença nas redes sociais e disponibilização de informações detalhadas em nosso website sobre os benefícios associados a cada um de nossos produtos. Adicionalmente, buscando proporcionar maior comodidade aos nossos clientes, os produtos da linha "LimpLar" podem ser encontrados nas prateleiras de diversos supermercados de renome.

Por outro lado, o público-alvo que buscamos cativar com a linha "LimpCompany" é primordialmente composto por empresas atuantes no setor hoteleiro e por prestadoras de serviços de limpeza. Com o intuito de estabelecer conexões sólidas com esse segmento, empregamos estratégias que incluem o envio de campanhas de email marketing, efetuação de ligações telefônicas para apresentação de nossa empresa e produtos, bem como a agendamento de reuniões com vistas a potenciais contratos comerciais. Nesse contexto, a principal estratégia que adotamos reside na promoção da segurança ocupacional. Em virtude de nossos produtos não conterem substâncias químicas nocivas comuns em produtos

convencionais, estes se revelam mais seguros para os funcionários das empresas e proporcionam ambientes mais agradáveis para seus respectivos clientes. Além de manterem elevados padrões de limpeza, nossos produtos mitigam os incômodos efeitos colaterais associados ao uso de produtos químicos, como espirros, coceira no nariz e dores de cabeça.

13. PLANO OPERACIONAL

13.1. Layout

Quadro 5 - Layout



Fonte: Dos próprios autores, 2023

13.2. Capacidade Produtiva

A capacidade produtiva de uma empresa é um elemento crucial para o seu sucesso e sustentabilidade de uma empresa a longo prazo. Ela se refere à capacidade da empresa de produzir bens ou serviços dentro de um determinado período, atendendo à demanda do mercado de maneira eficiente e eficaz.

A partir da identificação dos recursos necessários, incluindo máquinas, equipamentos, mão de obra, matéria-prima, espaço físico, entre outros, inicia-se o processo de cálculo de produção. De acordo com as escolhas, a LimpEco seria capaz de produzir aproximadamente cerca de 6416 (seis mil quatrocentas e dezesseis) embalagens por mês, sendo 37,66% (trinta e sete inteiros e sessenta e seis milésimos por cento) destinado aos produtos de maior capacidade, ou seja, 5 (cinco) litros, e os outros 62,34% (sessenta e dois inteiros e trinta e quatro milésimos por centos), destinado aos produtos de menor capacidade, 500ml (quinhentos mililitros).

13.3. Processo Operacional

Quadro 6 - Processo Operacional



Fonte: Dos próprios autores, 2023

O processo de produção é iniciado na cozinha, onde um operador da linha de produção coloca água e ingredientes no fogão para aquecimento (1). Após o líquido

ser aquecido e resfriado, é despejado em uma bateadeira industrial para que os componentes se misturem adequadamente (2).

Uma vez que a mistura está pronta na bateadeira, a fórmula é devolvida ao recipiente original e transportada em um carrinho até a estação da envasadora, onde será distribuída nas respectivas embalagens (3). Em seguida, outro operador da linha de produção pega os produtos da envasadora, coloca as tampas e os encaminha para uma esteira para que os funcionários da embalagem possam adicionar etiquetas de lote e acomodá-los em caixas de papelão (4).

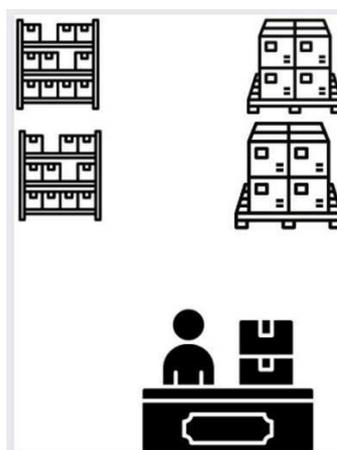
Após a etapa de embalagem, os produtos são enviados para a área de armazenamento, mas não permanecem lá por muito tempo, uma vez que a empresa segue o método de produção Just in Time, fabricando os produtos de acordo com a demanda do mercado (5).

Quando um pedido é concluído, a responsabilidade dos empacotadores é emitir a nota fiscal correspondente e solicitar a coleta do material pela transportadora parceira (6). A transportadora realiza a coleta dos produtos e os entrega diretamente ao cliente. Esse processo eficiente permite atender rapidamente às necessidades dos clientes e evitar o excesso de estoque (7).

As áreas não mencionadas são respectivamente estoque de matérias primas (A), escritório (B), banheiro (C) e refeitório dos funcionários (D).

13.4. Logística

Quadro 7 – Logística



Fonte: Dos próprios autores, 2023

A empresa estabelecerá uma parceria com a transportadora Brasspress, uma empresa de alcance nacional que se destaca por apresentar os custos mais competitivos em comparação com as outras empresas avaliadas.

O serviço oferecido compreenderá a coleta de matérias-primas junto aos nossos fornecedores, bem como a entrega dos produtos aos nossos clientes com CNPJ. O valor é estipulado como uma taxa mensal fixa, sujeita a alterações no caso da inclusão de novos clientes em nosso contrato.

A transportadora assumirá a responsabilidade pela logística reversa de produtos que, por qualquer motivo, precisem ser devolvidos à fábrica. Após a devolução, nossa equipe realizará uma análise minuciosa para identificar qualquer possível erro de fabricação ou dano ocorrido durante o processo de entrega. A troca gratuita será efetuada somente nos casos em que forem confirmados esses problemas específicos.

Para os clientes de varejo que adquirirem pequenas quantidades de produtos através do nosso site, a entrega será realizada através dos serviços postais do correio, com o custo do frete sendo de responsabilidade do cliente.

No que diz respeito à logística reversa nesse contexto, o produto será devolvido por meio dos serviços postais do correio e passará por uma análise de verificação, abrangendo os dois cenários mencionados. Além disso, em conformidade com o direito de arrependimento do cliente, aceitaremos a devolução do produto, desde que esteja em perfeito estado.

A devolução é totalmente gratuita para o cliente, sendo custeada pela nossa empresa. Entretanto, o valor reembolsado será emitido em forma de voucher em nosso site, permitindo sua utilização para adquirir novos produtos. É importante destacar que somente nos casos de arrependimento efetuaremos o reembolso diretamente pela forma de pagamento original do cliente.

14. NECESSIDADE DE PESSOAL

Em uma linha de produção de uma empresa, várias funções desempenham papéis específicos para garantir a eficiência e a qualidade dos processos. O operador

de linha de produção é encarregado do processo produtivo, desde o início da receita até a etapa final, que envolve a colocação das tampas nos produtos.

Na fase de embalagem, os profissionais têm a responsabilidade de identificar os produtos por lote e acomodá-los nas caixas de papelão. Posteriormente, é incumbência deles encaminhar as caixas para o estoque, utilizando carrinhos.

O empacotador desempenha um papel crucial no controle de entrada e saída de matérias-primas e produtos, além de ser responsável por registrar as notas fiscais de compra e emitir as notas fiscais de vendas.

O químico assume a responsabilidade de conduzir testes periódicos nas receitas, visando manter a qualidade e segurança conforme estabelecido pela empresa.

O supervisor, por sua vez, desempenha um papel estratégico na organização da produção. Ele elabora o layout de produção, define metas e prazos, controla os custos e a qualidade, e prepara relatórios referentes ao desempenho da produção.

O gerente de produção é encarregado de controlar a produção, garantindo o cumprimento das metas, padrões de qualidade e prazos. Além disso, ele supervisiona o cumprimento das regras da empresa pelos funcionários, bem como o uso apropriado dos equipamentos de proteção individual (EPIs).

O gerente financeiro desempenha um papel fundamental na gestão econômica da empresa, gerenciando as informações do fluxo de caixa, avaliando custos e recomendando ações para otimizar o desenvolvimento econômico da organização.

O técnico administrativo assume a responsabilidade de solicitar compras de materiais e equipamentos, bem como a contratação de serviços terceirizados, e presta suporte na área de recursos humanos.

O assistente administrativo é encarregado de separar e arquivar documentos, preencher requisições de materiais, atender às solicitações de funcionários terceirizados, controlar a folha de ponto dos colaboradores e elaborar a folha de pagamento.

O auxiliar administrativo, por sua vez, lida com o recebimento de fornecedores, elaboração de agendas, produção de documentos e comunicados, além de fornecer assistência a todo o setor administrativo.

16. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro de uma empresa, é uma ferramenta estratégica que fornece uma visão clara das finanças da empresa, ela abrange análises de receitas, despesas, investimentos e fluxo de caixa ao longo de um período específico, geralmente um ano. Essas projeções permitem que a empresa avalie sua capacidade de cumprir metas e objetivos financeiros, além de identificar desafios potenciais.

Uma das principais funções do plano financeiro é garantir que a empresa mantenha sua sustentabilidade financeira a longo prazo, os gestores podem usá-lo como referência para ajustar estratégias e prioridades, garantindo que a empresa esteja no caminho certo para atingir suas metas financeiras e operacionais.

17. ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FÍSICOS

Os investimentos financeiros desempenham um papel fundamental no crescimento e na prosperidade de muitas empresas. Eles envolvem uma alocação de recursos financeiros para adquirir ativos tangíveis que tenham o potencial de melhorar a capacidade produtiva, a eficiência operacional e a competitividade da organização.

Especificamente para a empresa LimpEco foi estabelecido um investimento inicial de aproximadamente R\$60.000,00 (sessenta mil reais) que seriam revertidos em maquinários, equipamentos e assessórios adequados tanto para a produção, em todo seu processo), como da área administrativa.

Deste valor, aproximadamente R\$27.000,00 (vinte e sete mil) seria destinado a aquisição dos maquinários principais da produção, R\$7.000 (sete mil) para os utensílios necessários no processo de produção, por volta de R\$9.000,00 (nove mil reais) para convergência do local destinado à administração com os devidos recursos, cerca de R\$5.000 (cinco mil reais) para a adequação do local que será destinado a copa e por volta de R\$2.000,00 (dois mil reais) será destinado a fluxo de caixa e os restante destinado a reserva de emergência da empresa.

Tabela de investimentos da LimpEco:

Quadro 8 - Investimentos

Ativos Tangíveis	Valor
Maquinário - Produção	R\$ 7.000,00
Utensílios – Produção	R\$ 9.000,00
Móveis – Administrativo	R\$ 5.000,00
Total	R\$ 21.000,00

Fonte: Dos próprios autores, 2023

18. ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL

Faturamento mensal é um conceito financeiro que se refere à receita total gerada por uma empresa durante um determinado mês civil. É uma métrica fundamental para avaliar o desempenho financeiro de um negócio em um período específico, além disso fornece informações cruciais para a gestão financeira, ajudando os empresários e gestores a tomar decisões informadas sobre investimentos, despesas e estratégias de crescimento.

Aplicando este conceito e considerando as informações base da empresa LimpEco e que as vendas fossem compatíveis a quantidade de produção, calcula-se que o faturamento mensal seria em torno de R\$ 439.249,40 (quatrocentos e trinta e nove mil, duzentos e quarenta e nove reais e quarenta centavos).

19. ESTIMATIVA DO CUSTO DE MATÉRIA PRIMA

O custo de matéria-prima é um componente fundamental dos custos de produção de uma empresa e se refere ao valor financeiro gasto na aquisição ou produção das matérias-primas necessárias para fabricar seus produtos. As matérias-

primas são os materiais básicos e iniciais que são transformados durante o processo de fabricação para criar o produto.

O cálculo do custo de matéria-prima envolve considerar não apenas o preço de compra das matérias-primas, mas também outros custos associados, como impostos sobre a compra, frete, armazenamento e quaisquer custos adicionais necessários para preparar as matérias-primas para uso na produção.

Utilizando essa abordagem e com base nas pesquisas de mercado conduzidas, é possível calcular que o custo de matéria-prima para a produção máxima de 6.416 embalagens seria de aproximadamente R\$ 192.949,60 (cento e noventa e dois mil, novecentos e quarenta e nove reais e sessenta centavos).

20. ESTIMATIVA DE CUSTO DE MÃO DE OBRA

Os custos com mão de obra são uma parte significativa das despesas operacionais de muitas empresas e referem-se aos gastos relacionados aos salários e benefícios pagos aos funcionários que desempenham um papel fundamental na produção ou prestação de serviços da organização.

Esses custos incluem não apenas os salários base dos funcionários, mas também benefícios como planos de saúde, previdência, férias remuneradas, bônus, horas extras e outros incentivos. Além disso, podem abranger despesas relacionadas à contratação, treinamento e desenvolvimento de funcionários.

Além disso, é fundamental estar atento às regulamentações trabalhistas e garantir o cumprimento de obrigações legais, como o pagamento de salários-mínimos, horas extras, férias e outros direitos dos trabalhadores.

De acordo com a definição estabelecida e em conformidade com a legislação trabalhista brasileira, além da consideração dos critérios mencionados como base de dados, estima-se que o custo com mão de obra da LimpEco seja aproximadamente de R\$ 53.600,40 (cinquenta e três mil, seiscentos reais e quarenta centavos).

21. ESTIMATIVA DE DEPRECIAÇÃO

A depreciação é um conceito contábil fundamental que se refere à alocação sistemática e gradual do custo de um ativo tangível ao longo de sua vida útil. Trata-se de um processo contábil que registra a diminuição do valor de um ativo com o passar do tempo, refletindo a ideia de que os ativos perdem seu valor ao serem usados para gerar receita.

Atendendo a tabela estabelecida de tipo de produto e o respectivo percentual a ser calculado, obtém-se o valor mensal de R\$371,09 (trezentos e setenta e um reais e nove centavos), sendo que deste valor R\$224,75 (duzentos e vinte e quatro reais e setenta e cinco centavos) referente a máquinas e equipamentos, R\$74,37 (setenta e quatro reais e trinta e sete centavos) destinado a móveis utensílios e R\$71,96 (setenta e um reais e noventa e seis centavos) para equipamentos eletrônicos.

22. ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS

Os custos fixos operacionais são uma categoria de despesas que as empresas enfrentam regularmente e que não variam significativamente com as mudanças no nível de produção ou volume de vendas. Esses custos são chamados de "fixos" porque permanecem constantes dentro de determinado intervalo de atividade da empresa, independentemente de ela produzir mais ou menos.

A gestão eficaz dos custos fixos operacionais é essencial para a saúde financeira de uma empresa. Empresas buscam otimizar esses custos, quando possível, para melhorar a eficiência operacional e a rentabilidade. No entanto, é importante equilibrar a redução de custos fixos com a manutenção da qualidade e da capacidade de operação da empresa.

Considerando o conceito estabelecido, e conforme as buscas correspondentes a estimativa do custo fixo operacional da LimpEco, gira em torno de R\$86.850,88 (oitenta e seis mil reais, oitocentos e cinquenta reais e oitenta e oito centavos).

23. DRE

A Demonstração do Resultado do Exercício, mais conhecida pela sigla DRE, é um importante relatório financeiro utilizado pelas empresas para apresentar um resumo das operações financeiras e do desempenho econômico ao longo de um determinado período, geralmente um ano fiscal. A DRE é uma parte fundamental das demonstrações financeiras de uma empresa e oferece insights valiosos sobre sua rentabilidade, permitindo que investidores, acionistas, gerentes e outros stakeholders avaliem sua rentabilidade e eficiência operacional.

A principal finalidade da DRE é calcular o lucro líquido da empresa, que representa a diferença entre as receitas geradas e os custos e despesas incorridos durante o período em análise. Ela é dividida em três seções principais: receitas; custos e despesas; lucro líquido.

Quadro 9 - DRE

Demonstração de Resultados do Exercício -Trimestral	
Receita Bruta	R\$ 564.364,10
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 37.182,81
Receita Líquida	R\$ 527.181,29
(-) CMV	R\$ 245.387,15
Lucro bruto	R\$ 281.794,14
(-) despesas operacionais	R\$ 86.850,88
Despesas Administração	R\$ 85.737,61
Depreciação ou Amortização	R\$ 1.113,27
Lucro ou Prejuízo Operacional	R\$ 194.943,26
Lucro Líquido	R\$ 194.943,26

Fonte: Dos próprios autores, 2023

24. PONTO DE EQUILÍBRIO

Um importante conceito economia e gestão financeira é o ponto de equilíbrio pois refere-se a medida financeira que ajuda as empresas a entenderem a quantidade de vendas ou produção necessária para cobrir todos os custos e alcançar o equilíbrio financeiro, ou seja, não gerar lucro nem prejuízo, através do qual pode se avaliar se o empreendimento é viável e sustentável.

Quadro 10 - Ponto de Equilíbrio

Itens	Especificação	Valor	%
1	Receita Operacional	R\$ 439.249,40	100,00%
2	Custo Variável	R\$ 192.949,60	43,93%
3	Despesas de Comercialização	R\$ 41.728,69	9,50%
4	Despesas Fixas	R\$ 86.850,88	19,77%
5	Custo Total	R\$ 321.529,17	73,20%
6	Lucro Líquido	R\$ 117.720,23	26,80%
7	Margem de Contribuição	R\$ 204.571,11	46,57%
8	Ponto de Equilíbrio	R\$ 89.516,01	20,38%

Fonte: Dos próprios autores, 2023

25. LUCRATIVIDADE

A lucratividade é um conceito fundamental no contexto financeiro e empresarial, que se refere à capacidade de uma empresa gerar lucro em relação às suas receitas e custos. Ela é um indicador crucial para avaliar o desempenho financeiro de um negócio e sua capacidade de sustentabilidade e crescimento a longo prazo.

Conforme demonstrado no painel do ponto de equilíbrio, a LimpEco optou por inicialmente uma baixa porcentagem de lucro, até que toda a operação demonstre

estabilidade. A lucratividade usada para base de cálculo para o preço de venda é de 25% (vinte e cinco por cento).

26. RENTABILIDADE E PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO

A rentabilidade é um conceito financeiro que se refere à capacidade de um investimento, ativo financeiro ou negócio gerar lucro ou retorno financeiro em relação ao capital investido. Em outras palavras, é a medida de quão eficaz um investimento é em transformar o dinheiro aplicado em ganhos adicionais.

A rentabilidade pode ser expressa como uma porcentagem ou um valor absoluto e é frequentemente usada para avaliar e comparar diferentes oportunidades de investimento ou negócios. Quanto maior a rentabilidade de um investimento, mais atraente ele é para os investidores, uma vez que oferece a perspectiva de um retorno financeiro mais substancial).

Um dos indicadores é o Retorno sobre Investimento (ROI), uma métrica que compara o lucro líquido obtido com um investimento ao custo desse investimento.

Conforme o demonstrativo de resultado de exercício trimestral provisionado, calcula-se que os sócios terão o retorno do seu investimento em aproximadamente nove meses, após a abertura da empresa.

28. PLANO LOGÍSTICO

28.1. Estoque

A empresa adotou método Just in time (JIT), que é uma filosofia de gestão de produção que visa otimizar o processo produtivo eliminando desperdícios e estoques de desnecessários. O JIT implica na entrega dos materiais e na produção de bens ou serviços no momento exato em que são necessários, evitando assim o acúmulo de inventários.

A empresa busca a eficiência máxima em seus processos, eliminando atividades que não agregam valor e reduzindo o tempo necessário para a produção.

Isso não apenas resulta em uma utilização mais eficiente dos recursos, mas também diminui custos associados ao armazenamento e gestão de estoques.

Além disso, o JIT promove a flexibilidade operacional, permitindo que a empresa responda de forma rápida e eficaz às mudanças na demanda do mercado. Ao manter um fluxo contínuo de produção e minimizar os estoques, a empresa se torna mais ágil e adaptável, podendo ajustar sua produção de acordo com as variações na demanda do consumidor.

O profissional encarregado recebe as matérias-primas dos fornecedores no balcão do estoque, a emissão de notas fiscais segue um procedimento meticuloso: antes de liberar uma nota fiscal, os funcionários realizam uma verificação minuciosa, assegurando que todos os itens requisitados estejam corretamente separados. Somente após essa confirmação, a nota fiscal é liberada e coletada pela transportadora no final do dia, e o produto é registrado no nosso sistema Ikki Essa metodologia não apenas simplifica o fluxo de informações, mas também fortalece os processos internos, garantindo uma operação eficiente e livre de contratempos.

O estoque de matéria prima é constituído por duas prateleiras de três andares cada e dois paletes, além de um balcão destinado à emissão de notas fiscais e ao despacho e recebimento de mercadorias. As prateleiras, estrategicamente distribuídas, possuem identificação única, permitindo um controle eficiente. O método PEPS, também aplicado nesse setor, garante que as matérias-primas recém-chegadas ocupem a parte posterior das prateleiras, enquanto aquelas já existentes permanecem na parte frontal, assegurando a rotação adequada do estoque.

Para evitar acidentes, as matérias-primas mais pesadas são dispostas nos paletes, minimizando riscos de tombamentos ou desmoronamentos das prateleiras. Já os itens de menor peso e volume encontram-se nas prateleiras, organizados segundo a curva ABC. Na curva A, localizam-se os insumos mais frequentemente utilizados nas receitas, enquanto na curva B estão os insumos de uso médio e, por fim, na curva C, estão os itens de uso mais restrito. Essa abordagem estratégica visa otimizar o tempo e garantir um controle eficaz do estoque, prevenindo problemas e atrasos na produção.

O balcão presente no estoque, equipado com uma impressora para notas fiscais e um computador para gerar e sistematizar as notas de entradas e saídas, é operado exclusivamente pelos colaboradores do estoque.

Quando um cliente faz um pedido, seja por meio de canais online, telefone ou outros, a LimpEco gera uma ordem de saída ou pedido. Essa ordem especifica os produtos solicitados, as quantidades necessárias e outras informações relevantes. Após receber a ordem de saída, os produtos correspondentes devem ser retirados do estoque pelo funcionário responsável. Esse processo é conhecido como picking". Envolve a localização física dos produtos no estoque, seguida pela separação e preparação para a próxima etapa.

Os produtos retirados do estoque devem ser adequadamente embalados para o transporte. A embalagem não apenas protege os produtos durante o transporte, mas também pode ser uma oportunidade para reforçar a marca LimpEco.

Após a embalagem, a LimpEco emite a fatura correspondente à venda. Esse documento inclui informações detalhadas sobre os produtos, quantidades, preços e outros encargos associados à transação.

Com a fatura pronta, os produtos são enviados para o cliente pela empresa de transporte parceira. Após a saída física dos produtos, é essencial atualizar o sistema de controle de estoque para refletir as mudanças. Isso garante que as informações estejam sempre precisas e disponíveis para consulta em tempo real.

29. EMBALAGENS

Os plásticos têm sido um grande problema para o meio ambiente há muito tempo. Especialmente, as aves e a vida marinha sofrem porque comem ou ficam presas em produtos plásticos. E o pior é que o plástico demora mais de quatro séculos para se decompor.

Além disso, o plástico não prejudica apenas o meio ambiente. Ao contrário do que pensávamos antes, que o plástico se acumulava na superfície dos oceanos como lixo, descobrimos que uma parte dele afunda nas partes mais profundas do oceano, o que piora o problema do aquecimento global. Entender isso é crucial para cuidar do nosso planeta.

Além de todos esses malefícios, ainda temos que lidar com os microplásticos que são plásticos que têm menos de 5 milímetros de extensão. Essas partículas já

foram encontradas nos oceanos, no estômago de animais marinhos, na água potável, em comidas e no corpo humano. Em um estudo de 2022, cientistas descobriram que essas pequenas partículas também estão presentes no sangue humano. A pesquisa, conduzida pela *Vrije Universiteit Amsterdam*, na Holanda, e publicada na revista *Environment International*, revelou que quase 80% das pessoas têm essas minúsculas partículas em seus corpos, as quais podem circular pelo organismo e se alojar em órgãos. Para chegar a essa conclusão, os cientistas analisaram amostras de sangue de 22 adultos saudáveis e encontraram partículas de plástico em 17 deles. Isso mostra que os microplásticos estão impactando a saúde humana também.

Pensando nisso, a LimpEco decidiu procurar parceiros que também se preocupam com a natureza. Encontramos a OEKO Bioplásticos, que produz embalagens de qualidade de forma responsável. Eles usam recursos renováveis da agricultura e resíduos da indústria agrícola para criar bioplásticos que são naturalmente biodegradáveis. Isso significa que, em média, suas embalagens se decompõem em apenas 30 dias quando compostadas, junto com resíduos orgânicos como comida e podas.

Essa compostagem transforma esses resíduos em adubo, criando um ciclo sustentável que pode ser repetido infinitamente. Isso ajuda a reduzir nosso impacto no meio ambiente, melhora a qualidade do solo e apoia a agricultura sustentável. É uma maneira importante de cuidar do nosso planeta.

30. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Quadro 12 - Análise SWOT

FORÇAS	FRAQUEZAS
-Sustentável; -Benefícios ambientais e a saúde; -Mercado em crescimento.	- Preço; - Custo matéria prima; - Pouca visibilidade no mercado.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

<ul style="list-style-type: none"> -Público; -Inovações dos produtos; -Parcerias. 	<ul style="list-style-type: none"> -Concorrente diretos e indiretos; -Instabilidade do mercado em potencial.
--	--

Fonte: Dos próprios autores, 2023

A empresa produz produtos totalmente sustentáveis, fabricados com ingredientes naturais e biodegradáveis, o que significa que eles não são tóxicos para o meio ambiente e não poluem o ar, a água ou o solo. Com isso, a empresa atende a um mercado cada vez mais preocupado com os impactos ambientais e com a saúde e o bem-estar.

Por outro lado, os custos de fabricação desses produtos, em comparação com os convencionais, são bastante elevados devido às matérias-primas específicas, naturais e provenientes de fontes confiáveis, o que limita bastante o número de fornecedores disponíveis no mercado. Além disso, a resistência à mudança, a desconfiança na eficácia do produto e a falta de conscientização por parte dos consumidores contribuem para uma visibilidade reduzida desses produtos.

No entanto, o público está se tornando cada vez mais consciente em relação à natureza, saúde e segurança. Sempre há espaço para inovação em termos de ingredientes, embalagens sustentáveis e métodos de produção. Com isso, é possível buscar colaborações com organizações ambientais, varejistas e influenciadores, o que pode aumentar a visibilidade e acessibilidade desses produtos.

Além disso, a competição no mercado ocorre com empresas que atuam no mesmo segmento de produtos ecológicos e que já estão estabelecidas nele. As empresas que fabricam produtos de limpeza convencionais também são concorrentes relevantes, pois muitos consumidores ainda os utilizam, devido ao seu custo mais baixo em comparação aos produtos ecológicos. Pode haver uma instabilidade no mercado em potencial devido à sazonalidade, ao aumento dos preços dos ingredientes e às mudanças nas preferências dos consumidores.

31. PROJETO LimpEco NO MUNDO

Diante do crescimento que a empresa vem apresentando, projetos de expansão se fazem necessários. Com base em dados e fatos que logo serão citados, resolvemos que expandir para outro país, sendo mais acurado, um país sustentável, vamos obter muito mais do que apenas lucros, vamos adquirir conhecimentos, aprender estratégias de conscientização além disso observar os comportamentos dos habitantes, para quem sabe em breve incrementar tais hábitos no Brasil.

Segundo o índice EPI environmental performance index (Índice de desenvolvimento Ambiental) um estudo feito pelo Centro de Yale para legislação e Política Ambiental com participação do centro de informações sobre Ciências da Terra instituto de Columbia e apoio da Fundação Mc Call MacBain o país da Dinamarca está liderando o Ranking entre os 140 países analisados e estudados na categoria de Desempenho Ambiental, o que nos levou a tomada de decisão de em até 15 anos abrir uma filial na Dinamarca.

Alguns fatores que amparam esse projeto são que o investimento é relativamente baixo se comparado a outros países da categoria, pois nossa moeda (Real (R\$)) é mais valorizada do que a do país (Coroa Dinamarquesa (DDK)), para discernimento 1 coroa dinamarquesa equivale a 0,7058 reais brasileiro. Há também o fato de que o tempo para abrir uma empresa é curto, em média 1 semana e a LimpEco atende os requisitos legais mínimos exigidos pelo País que são: Ser uma filial, ter um escritório de representação e ser uma companhia limitada (Ltda).

Além de tudo isso a revista Exame publicou um artigo em Novembro de 2010 dizendo que “Dinamarca é o melhor País para começar negócio” a matéria foi baseada em uma pesquisa feita pela U.S. Small Business Administration (SBA), que mapeou os melhores países para começar uma empresa, a Dinamarca ficou no topo da lista de 71 países seguida por Canada e Estados Unidos.

A burocracia para começar um negócio na Dinamarca é mínima, porém para evitar problemas a nossa empresa, foi preciso ir mais a fundo nas questões sobre regras e leis locais. Questões essas que tivemos que levar em consideração, pois se tratando de um projeto futuro teríamos que enviar um plano de negócio que deve ser previamente aprovado pelas autoridades locais. Nas prefeituras do local é possível

conversar com um conselheiro de negócios que poderá nos orientar no processo de montagem de plano.

Além disso assim como todas as empresas, alguns documentos precisam ser providenciados:

- Registro do negócio no SKAT, a Receita Federal daqui, com emissão do CVR, equivalente ao CNPJ do Brasil;
- Solicitação do NemID da empresa. Esse é um cartão com senhas secretas para ao acesso às diversas plataformas como bancos, E-boks, serviços da municipalidade e federais, etc;
- Abertura de uma conta E-boks para recebimento de notificações do SKAT e outros órgãos públicos;
- Registro e providência de formalidades para os eventuais colaboradores, respeitando as leis trabalhistas dinamarquesas (no caso de empresas que contratem funcionários);
- Serviço contábil;
- Outras necessidades do negócio em si, como seleção e recrutamento de colaboradores, compra de hardware e software, aquisição de patrimônio, obtenção de licenças etc.

Algumas licenças específicas precisam de atenção também, como:

- Alvará de funcionamento obtido no departamento técnico da prefeitura local
- Autorização e reconhecimento de diploma para exercício da profissão. Como nossa empresa terá um químico que ficará responsável pela manipulação de materiais para fabricar nossos produtos, essa seria de extrema importância.

Diante dos fatos apresentados, e levando em consideração que o investimento mínimo é de 44.000,00 DDK cerca de R\$31.046,40, o projeto se torna viável financeiramente, além de trazer outros benefícios como no marketing. Pessoas do país número um em sustentabilidade consumirão /nosso produto, um grande incentivo para os brasileiros que assim como nós, amamos e respeitamos a natureza, que entende quão importante é esse tema e quão necessário é cuidar dos nossos recursos para que continue havendo vida.

Em relação a cultura e língua dinamarquesa, apesar de 86% da população usar o inglês como segunda língua como outros países, isso não pode ser algo presumido. Aprender o idioma dinamarquês nos ajudaria a entender as nuances da cultura local, considerando que o dinamarquês não é a única língua utilizada no país, tendo também as línguas faoense e o groelandês. Embora a Dinamarca seja uma cidade pequena em extensão territorial, é rica em cultura, tradições e sua história do patrimônio intelectual conquistado ao longo dos anos.

A Dinamarca é conhecida mundialmente pelo foco na sustentabilidade, as pessoas procuram criar um ambiente melhor mediante o desenvolvimento de novas sustentáveis formas de viver, o que é de extrema importância para o nosso negócio já que esse também é o nosso foco com os nossos produtos.

O principal objetivo desse projeto é conscientizar e incentivar cada vez mais pessoas a consumirem produtos ecológicos, e promover o cuidado com quem amamos e com o nosso planeta. Acreditamos que com esse projeto, traremos ainda mais pessoas para o lado da responsabilidade social.

Em Reais:

Quadro 13 - Tabela de Preços em Reais

Produto	Preço de venda - 5L	Preço de venda - 500ml
Desinfetante - Lavanda	R\$ 145,90	R\$ 34,90
Desinfetante - Tea Tree	R\$ 121,90	R\$ 31,90
Desinfetante - Limão	R\$ 48,90	R\$ 25,90
Detergente - Limão	R\$ 123,90	R\$ 33,90

Fonte: Dos próprios autores, 2023

Com base na taxa padrão de IVA de 25% na Dinamarca, você pode calcular o valor aproximado do IVA para um produto que custa R\$ 145,90 da seguinte forma:

Valor do Produto: R\$ 145,90

Taxa de IVA (25%): R\$ 36,47 (aproximadamente)

Portanto, o valor aproximado do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA) para um produto de R\$ 145,90 exportado para a Dinamarca seria cerca de R\$ 36,47.

Total: **R\$182,37 = US\$36,95**

Considerando a mesma taxa para todos os produtos, temos os seguintes valores:

Em dólar:

Quadro 14 - Tabela de Preços em Dólar

Produto	Preço de venda - 5L	Preço de venda - 500ml
Desinfetante - Lavanda	US\$36,57	US\$7,07
Desinfetante - Tea Tree	US\$30,87	US\$8,08
Desinfetante - Limão	US\$12,38	US\$6,56
Detergente - Limão	US\$31,38	US\$8,58

Fonte: Dos próprios autores, 2023

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluir um trabalho de desenvolvimento de uma empresa de produtos de limpeza ecológicos é, sem dúvida, celebrar não apenas a inovação e a visão empreendedora, mas também um compromisso genuíno com a sustentabilidade e o bem-estar do nosso planeta. Ao longo deste projeto, foram exploradas as diversas

facetar que tornam os produtos de limpeza ecológicos não apenas uma escolha viável, mas também uma necessidade imperativa em nossa sociedade atual.

A crescente conscientização ambiental e a mudança nos padrões de consumo destacam a demanda por soluções sustentáveis, e a criação desta empresa responde a esse chamado de forma eficaz. Ao desenvolver produtos que minimizam o impacto ambiental, não apenas é reduzida a pegada ecológica, mas também é promovido um estilo de vida mais saudável para os clientes e comunidades.

A viabilidade econômica deste empreendimento está solidamente fundamentada na crescente preferência do consumidor por alternativas sustentáveis. Além disso, as parcerias estratégicas estabelecidas ao longo do processo de desenvolvimento contribuem para a construção de uma rede sólida de fornecedores e distribuidores comprometidos com a mesma visão ambiental.

À medida que se conclui este trabalho, é evidente que a empresa de produtos de limpeza ecológicos não é apenas uma resposta às demandas do mercado, mas uma iniciativa que contribui para um futuro mais verde e equilibrado. O compromisso com a inovação contínua, a pesquisa e o desenvolvimento sustentável servirão como alicerce para o sucesso a longo prazo desta empreitada.

Neste contexto, é inspirador visualizar o impacto positivo que essa empresa pode ter não apenas nos resultados financeiros, mas também na promoção de práticas de consumo responsáveis e no estímulo à consciência ambiental na sociedade. Em última análise, este trabalho não é apenas uma conclusão, mas o início de uma jornada significativa em direção a um futuro mais limpo, mais saudável e mais sustentável.

REFERÊNCIAS

A OEKO® BIOPLÁSTICOS. Oeko Bioplásticos. Disponível em: <<https://oeko.com.br/>>. Acesso em: 09 set. 2023.

AÇÕES SUSTENTÁVEIS NAS EMPRESAS: veja os benefícios e como começar. DocuSign. 2023. Disponível em: <<https://www.docusign.com/pt-br/blog/beneficios-aco-es-sustentabilidade>>. Acesso em: 11 set. 2023.

COMO ABRIR OU COMPRAR UMA EMPRESA PRONTA NA DINAMARCA EM 2023. Poradnuk. Disponível em: <<https://poradnuk.com.ua/pt/como-abrir-ou-comprar-uma-empresa-pronta-na-dinamarca-em-.htm>>. Acesso em: 01 nov. 2023.

CONSUMIDORES REVELAM HÁBITOS NA COMPRA DE ITENS DE LIMPEZA. Ess Assessoria Tributária. Disponível em: <<https://www.essauditor.com.br/blog.php?ID=106&T=consumidores-revelam-habitos-na-compra-de-itens-de-limpeza>>. Acesso em: 29 abr. 2023.

CÔRTEZ, Andrea; GRIZOTTO, Clara. **Tudo sobre a Dinamarca**: saiba por que esse país é tão incrível. Euro Dicas. 2019. Disponível em: <<https://www.eurodicas.com.br/tudo-sobre-a-dinamarca/#lingua-e-cultura>>. Acesso em: 30 out. 2023.

CURVA ABC: como funciona e suas principais aplicações. TOTVS. 2021. Disponível em: <<https://www.totvs.com/blog/negocios/curva-abc/>>. Acesso em: 14 nov. 2023.

DINO. **Em ascensão no mercado, limpeza ecológica traz benefícios ao bolso, à saúde e ao meio ambiente**. Terra. 2018. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/em-ascensao-no-mercado-limpeza-ecologica-traz-beneficios-ao-bolso-a-saude-e-ao-meio-ambiente,5dcbe1728ab90a5f3a50ddc44b883b810a26g7pg.html>>. Acesso em: 29 abr. 2023.

ESTUDE NA DINAMARCA: língua e cultura. educations.com. Disponível em: <<https://br.educations.com/study-guides/europe/study-in-denmark/language-culture-13603#:~:text=A%20%C3%ADngua%20dinamarquesa%20tem%20mais>>. Acesso em: 16 out. 2023.

GUITARRARA, Paloma. **Dinamarca**. Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/dinamarca.htm>>. Acesso em: 16 out. 2023.

JANAINA. **Verde em alta na limpeza**: a tecnologia por trás dos produtos sustentáveis. Household Innovation. 2021. Disponível em: <<https://householdinnovation.com.br/verde-em-alta-na-limpeza-a-tecnologia-por-tras-dos-produtos-sustentaveis/>>. Acesso em: 29 abr. 2023.

MEDEIROS, Ana Paula. **Plásticos descartados no oceano se transformam e geram impactos climáticos**. Jornal da USP. 2022. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/?p=509630>>. Acesso em: 09 set. 2023.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES DA DINAMARCA. **Bandeira e hino**. Disponível em: <<https://brasilien.um.dk/pt/sobre-a-dinamarca/cultura-e-arte/bandeira-e-hino>>. Acesso em: 25 ago. 2023.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES DA DINAMARCA. **Investir na Dinamarca**. Disponível em: <<https://brasilien.um.dk/pt/o-conselho-de-comercio/investir-na-dinamarca>>. Acesso em: 25 ago. 2023.

O QUE É DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Oeco. 2014. Disponível em: <<https://oeco.org.br/dicionario-ambiental/28588-o-que-e-desenvolvimento-sustentavel/>>.

Acesso em: 11 set. 2023.

ÓLEOS ESSENCIAIS. Balão das Essências. Disponível em: <<https://www.balaoessencias.com.br/oleos-essenciais>>. Acesso em: 11 out. 2023.

PEREIRA, Maristela Costamilan; MÜLLER, Cátia Regina; RODRIGUES, Fernanda Souza Abduch; *et al.* Mudança no perfil sociodemográfico de consumidores de produtos orgânicos. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 20, n. 9, p. 2797–2804, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1413-81232015209.12002014>>. Acesso em: 29 abr. 2023.

PRODUTOS. Bioz Green. Disponível em: <https://www.biozgreen.eco.br/?gclid=CjwKCAiA6byqBhAWEiwAnGCA4OM54Nw_MeFk9mXFz3RgMpLKXrKWq-CsfeAHHjSyPYfe_6hpzyq2MhoCZAkQAvD_BwE>. Acesso em: 10 out. 2023.

PRODUTOS. Veja Limpeza. Disponível em: <https://www.vejalimpeza.com.br/produtos/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA6byqBhAWEiwAnGCA4IImeYsftCtpJExEG3YcBgm4kcys4cZFAQ7EZx3n-9tjBU8JrqWdxoCVQEQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds>. Acesso em: 10 out. 2023.

PRODUTOS. Ypê. Disponível em: <<https://www.ype.ind.br/produtos/>>. Acesso em: 10 out. 2023.

QUEM SOMOS. Assaí Atacadista. Disponível em: <<https://www.assai.com.br/quem-somos>>. Acesso em: 11 out. 2023.

QUEM SOMOS. Biowash. Disponível em: <<https://www.biowash.com.br/quem-somos>>. Acesso em: 10 out. 2023.

RESULTS OVERVIEW. EPI: Environmental Performance Index. 2022. Disponível em: <<https://epi.yale.edu/epi-results/2022/component/epi>>. Acesso em: 25 ago. 2023.

SEBRAE. **Fluxo de caixa ajuda a escolher método de calcular lucro**. Sebrae. 2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/fluxo-de-caixa-ajuda-a-escolher-metodo-de-calculer-lucro,e99e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 14 nov. 2023.

SILVA, Ana Maria Navaes Da; ALBUQUERQUE, Jose de Lima; SANTOS FILHO, Demorval Dos; et al. UMA ANÁLISE DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PRODUTOS ORGÂNICOS EM PERNAMBUCO: O CASO DA FEIRA AGRO-ECOLÓGICA CHICO MENDES –RECIFE- PE. **RePEc: Research Papers in Economics**, 2008. Disponível em: <<https://doi.org/10.22004/AG.ECON.109599>>. Acesso em: 29 abr.2023

SOUSA, Rafaela. **Sustentabilidade**. Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/educacao/sustentabilidade.htm>>. Acesso em: 11 set. 2023.

SPAGNA, Julia Di. **Microplásticos**: entenda os impactos no meio ambiente e na saúde humana. Guia do Estudante. 2023. Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/atualidades/o-que-sao-microplasticos-e-o-impacto-no-meio-ambiente-e-na-saude-humana/>>. Acesso em: 09 set. 2023.

TEIXEIRA, Júlio César. **Sustentabilidade**: O que é, tipos, importância e benefícios. Blog FIA. 2023. Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/sustentabilidade/>>. Acesso em: 11 set. 2023.

TELES, João José da Silva. **Sustentabilidade e Economia Circular: O desafio do plástico**. Coimbra, 2020. Disponível em: <<https://hdl.handle.net/10316/92729>>. Acesso em: 09 set. 2023.

TOPSUN ENERGIA SOLAR. **Responsabilidade social: Pesquisa aponta que 87% dos brasileiros preferem empresas com práticas sustentáveis**. G1. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/top-sun/top-sun-energia-solar/noticia/2021/03/02/responsabilidade-social-pesquisa-aponta-que-87percent-dos-brasileiros-preferem-empresas-com-praticas-sustentaveis.ghtml>>. Acesso em: 11 set. 2023.

ZUINI, Priscila. **Dinamarca é o melhor país para começar negócio**. Exame. 2010. Disponível em: <<https://exame.com/pme/dinamarca-e-melhor-pais-para-comecar-um-negocio/>>. Acesso em: 25 ago. 2023.