

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**Etec PROF. MASSUYUKI KAWANO**  
**Técnico em Comércio**

**Ana Laura Santos Monteiro**  
**André Alexandre Placidino Gonçalves**  
**Evandro Lucas da Silva**  
**Luciana de Almeida Rocha**  
**Rany Raiara Pereira da Silva**

**CADEIRA SUSTENTÁVEL:**  
**A REUTILIZAÇÃO DA LONA DESCARTÁVEL EM PROL DA**  
**NATUREZA**

**TUPÃ**

**2019**

**Ana Laura Santos Monteiro**

**André Alexandre Placidino Gonçalves**

**Evandro Lucas da Silva**

**Luciana de Almeida Rocha**

**Rany Raiara Pereira da Silva**

**CADEIRA SUSTENTÁVEL:**

**A REUTILIZAÇÃO DA LONA DESCARTÁVEL EM PROL DA  
NATUREZA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Comercio da Etec Professor Massuyuki Kawano, orientado pela Prof. Esp. Jacqueline Barbosa, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Comércio.

**TUPÃ**

**2019**

**Ana Laura Santos Monteiro**

**André Alexandre Placidino Gonçalves**

**Evandro Lucas da Silva**

**Luciana de Almeida Rocha**

**Rany Raiara Pereira da Silva**

**CADEIRA SUSTENTÁVEL:**

**A REUTILIZAÇÃO DA LONA DESCARTÁVEL EM PROL DA  
NATUREZA**

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Comércio.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Esp. Jacqueline Barbosa

Orientadora

---

Prof. Luis Antônio Sirpa

Avaliador

---

Edson Polidoro

Avaliador

**Tupã, 18 de Junho de 2019.**

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. A Instituição, docentes, orientadores e bancas examinadoras não são responsáveis pelo trabalho aqui exposto.

Dedico a todos que me apoiaram: familiares, amigos e aos docentes que contribuíram para esta grande conquista.

Agradeço a Deus pela minha vida e a oportunidade de concretizar esse objetivo.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano por proporcionar um ambiente agradável para os estudos, aos profissionais do Curso técnico em Comercio, que compartilharam de seus conhecimentos, capacitando-me profissionalmente.

“Você pode sonhar, criar, desenhar e construir o lugar mais maravilhoso do mundo. Mas é necessário ter pessoas para transformar seu sonho em realidade.”

(Walt Disney)

## RESUMO

**Introdução:** Os consumidores passaram a exigir cada vez mais das empresas no que se remete ao desejo de compra, e deixa claro o que lhes seria útil e aproveitável nesta era de evolução. Por isso, o conceito do produto apresentado é ser produzido sem danos a natureza. **Objetivos:** Ao pensar na sustentabilidade e proteção à natureza, a reutilização da lona de caminhão e a base de ferro, tornam-se matérias primas viáveis para se trabalhar, por isso este trabalho teve como objetivo criar uma cadeira de área inovadora e retirar da natureza estes materiais que seriam jogados ao tempo por não haver mais utilidade. Portanto, a ideia é disponibilizar no mercado um produto à base de materiais recicláveis e reutilizáveis, que ofereçam beleza, design moderno, com um tom rústico e que garanta conforto ao consumidor. **Metodologia/Desenvolvimento:** Para a realização do trabalho foi aplicada uma pesquisa quali-quantitativa em uma escola técnica do interior de São Paulo na área de gestão, onde o questionário era composto de perguntas específicas para obter mais conhecimento sobre o público-alvo, e também como melhor atendê-los, além disso foi realizada pesquisa bibliográfica, que foi de grande utilidade para identificar como seria o design do produto, se era viável e possível, já que seria utilizada lona usada, e por fim foi efetuado a estruturação de um plano de negócios. **Resultados:** A pesquisa apontou que é viável aos empreendedores da Sustencade está renovação, pois além da lona agregar valor ao produto devido à resistência, o retorno financeiro é vantajoso para o negócio, bem como a lucratividade de 19,77% ao ano e o retorno do investimento em 6 meses e 8 dias, além do fato da aceitação do produto ser positiva por tratar-se de um produto inovador e que está voltado a sustentabilidade. **Considerações Finais:** Nesse contexto é possível concluir que o presente projeto justificou-se, pois visava promover uma ação sustentável ao meio ambiente, produzir uma cadeira de área, com matérias primas que seriam descartadas na natureza, dando ênfase ao fato do mesmo ser reutilizável, por isso a cadeira de área trata-se de um produto diferente e visualmente atrativo, onde gera ao consumidor interesse de compra e uso, por ser algo que o mercado ainda não oferece. Mostra-se financeiramente viável, além de preservar o meio ambiente, agregar valor ao produto, e proporcionar uma visão diferenciada ao espaço de descanso/lazer.

**Palavras-chave:** Reutilização, Sustentável, Cadeira de Lona, Proteção à Natureza.



## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 01</b> – Gênero.....	16
<b>Gráfico 02</b> – Idade.....	17
<b>Gráfico 03</b> – Compra de cadeira sustentável feito à base de lona de caminhão....	17
<b>Gráfico 04</b> – Pagar mais por um produto sustentável.....	18
<b>Gráfico 05</b> – Valor mais adequado para a compra da cadeira sustentável .....	19
<b>Gráfico 06</b> – Método de pagamento .....	19
<b>Gráfico 07</b> – Recomendação para outra pessoa.....	20
<b>Gráfico 08</b> – Conhecimento sobre o material da lona.....	21
<b>Gráfico 09</b> – Influencia para comprar a cadeira.....	21
<b>Gráfico 10</b> – Tipo de moradia .....	22
<b>Gráfico 11</b> – Local de uso da cadeira.....	22
<b>Gráfico 12</b> – Melhor opção de compra.....	23

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>2. PESQUISA DE CAMPO</b> .....	16
<b>3. PLANO DE NEGÓCIOS</b> .....	24
3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	24
3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA .....	25
3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários.....	25
3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições .....	27
3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO .....	27
3.3.3. Forma Jurídica .....	28
3.4. CAPITAL SOCIAL .....	29
3.5. FONTE DE RECURSOS.....	29
3.6. ANÁLISE DE MERCADO.....	29
3.6.1. Análise dos Clientes .....	29
3.7. PLANO DE MARKETING.....	32
3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços.....	32
3.7.2. Preço .....	32
3.7.4. Estrutura de Comercialização .....	33
3.7.5. Localização da Empresa.....	34
3.8 INVESTIMENTOS.....	34
3.8.1 Investimentos.....	34
3.8.2 Capital de giro.....	35
3.8.3 Investimento total.....	39
3.9. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO .....	40
3.9.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa .....	40
3.9.2. Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto .....	40
3.9.3. Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa .....	41
3.9.4. Margem de Contribuição Unitária .....	41
3.9.5 – Estimativa dos custos de comercialização.....	42
3.9.6 Custo total.....	42
3.9.6.1 Custo total unitário .....	42
3.9.6.1.1 Preço de venda unitário .....	42
3.9.6.2 Custo total dos itens .....	43

3.10 INDICADORES FINANCEIROS.....	43
3.10.1 Lucratividade .....	43
3.10.2 Rentabilidade .....	43
3.10.3 Prazo de retorno do investimento .....	44
3.11. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	44
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>46</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>47</b>
<b>APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL .....</b>	<b>48</b>
<b>APÊNDICE B – PESQUISA DE CAMPO (PESQUISA SOBRE A VIABILIDADE DO PRODUTO) .....</b>	<b>53</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Em um universo de transformação e diversificação, agradar a um consumidor específico, tornou-se a missão de muitas empresas, tendo a mesma que adequar os valores praticados pela empresa e tamanha necessidade para se sobressair no mercado.

De maneira geral, os consumidores passaram a exigir mais das empresas no que se remete ao desejo de compra, e deixa claro o que lhes seria útil e aproveitável nesta era de evolução, de forma que o produto apresentado, venha de uma produção sem danos na natureza.

Entender o perfil desse novo consumidor, portanto vai além de avaliar os fatores socioeconômicos que abriram oportunidade para que mais pessoas tenham uma condição de vida melhor e mais plena. É preciso também considerar que, na sociedade da informação, o consumidor está mais consciente e exigem, além de produtos de qualidade, marcas comprometidas com o bem-estar das pessoas, com responsabilidade ambiental e que compartilhem valor com a sociedade (MARROQUIN, 2014).

Neste quesito, o consumo sustentável passou a estar em alta, tornou-se oportunidade de investimento e geração de lucro.

A conscientização em relato a necessidade do desenvolvimento sustentável vem transformando as mentalidades no mercado consumidor, colocando em destaques temas, como a consciência ambiental e o consumo sustentável tornando hoje uma realidade no setor produtivo e modificando o comportamento destas indústrias e de gestor de contas (AMORIM, 2008).

Tendo em vista que há uma tendência para que os produtos disponíveis no mercado sejam cada vez mais descartáveis, como destaca Meirelles et al. (2012), o intuito do presente trabalho é disponibilizar no mercado produtos à base de materiais recicláveis e reutilizáveis, que ofereçam beleza, design moderno, com um tom rústico e que garanta conforto ao consumidor.

O presente projeto justifica-se, pois visa promover uma ação sustentável ao meio ambiente, produzir uma cadeira de área, que tem por matéria prima, a lona de caminhão e a base de ferro, cujo o mesmo já seria descartado a natureza, dando ênfase ao fato do mesmo ser reutilizável já que tornou-se comum por não ter mais utilidade alguma, sendo este produto diferente e visualmente atrativo, irá gerar no consumidor um interesse de compra e uso, por ser algo que o mercado ainda não oferece, bem como trabalhar em cima de questões socioambientais.

Para a elaboração deste produto e a comercialização, inicialmente serão envolvidos cinco colaboradores, sendo a produção feita por demanda, para não ficar com produtos parados em estoque.

A abertura de um negócio exige que o gestor conheça e entenda o mercado e acima de tudo satisfaça os futuros clientes, por isso se antecipar à demanda para que o mesmo venha ser destaque, e atrair olhares curiosos para que o produto ofertado tenha uma boa aceitação. Dado o cenário sustentável e os descartes das lonas de PVC, bem como a armação de ferro da cadeira, visto ter chego ao final da vida útil, seria viável fazer um móvel inovador, que utiliza por base a estrutura da cadeira de área?

Ao considerar as particularidades do mercado de produtos sustentáveis e as mudanças no perfil dos consumidores, que demonstram maior preocupação em relação à sustentabilidade, é viável a abertura de uma empresa para a fabricação e comercialização de cadeiras?

Por meio de estudo e análise sobre o empreendedorismo, este trabalho vem esclarecer se existe a aceitação do público para a inserção da empresa no mercado e com isto trazer o conceito de inovação e sustentabilidade através do produto produzido, que além do mesmo trazer o bem-estar ao meio ambiente, mostrar ao consumidor que é possível usar móveis sustentáveis e ainda assim deixar o ambiente contemporâneo e bonito.

Para responder ao problema de pesquisa, definiu-se como objetivo geral analisar a viabilidade da abertura de uma empresa para a fabricação e comercialização destas cadeiras.

Sem deixar de lado a questão da inovação do mercado de móveis sustentáveis por meio da criação de produtos com design e qualidade únicos, aferir os investimentos e os custos necessários para a abertura da empresa, identificação do perfil dos potenciais consumidores de móveis/ produtos sustentáveis por meio de

pesquisa de mercado e levantar as forças, fraquezas, os pontos fortes e fracos da empresa que será aberta.

Com base no Design Thinking, na qual o mesmo é uma ferramenta muito usada para análise de mercado, onde as ideias são postas em práticas, para visualização dos problemas e tomada de decisão para o lançamento de projetos e a viabilidade ou não (VIANNA et al., 2012).

Foram realizados estudos referentes à imersão, levantamento de problemas vigentes na atualidade e empreendedorismo, para investimento de possíveis ideias de negócios, onde a partir do mesmo, seguiu para o uso da ideação, análise do mercado e criação de possíveis de soluções para o tema escolhido, voltado a sustentabilidade e demanda de consumidores.

Desta forma, o intuito da pesquisa de hábitos de consumo foi primordial para ampliação do desenvolvimento de ideia sobre o tema sugerido e no que diz respeito a sustentabilidade, o crescimento e procura no mercado, fez com que haja a percepção de uma grande gama de clientes e os aspectos que mais agradam o desejo de consumo.

Ressalta-se que neste estudo de Design Thinking, não foi realizada a etapa da prototipação, já que se trata de uma pesquisa exploratória.

Desta forma, o trabalho se enquadra no nível exploratório, uma vez que o tema ainda é pouco explorado é necessário trabalhar no quesito desenvolvedor de ideias e planejamento.

Para que isto aconteça, é realizado uma pesquisa bibliográfica, bem como pesquisa de campo, para a aproximação maior do assunto, onde a mesma, foi aplicada em uma escola técnica do interior de São Paulo com questões, advindo de alternativas, para visualizar a aceitação da empresa no mercado e do próprio produto perante a sociedade, como possíveis consumidores.

Dado os estudos e análise de mercado, espera-se que o produto, bem como a abertura da empresa seja viável, já que a sustentabilidade está em alta para investir e que, os consumidores, cada vez mais exigentes, hoje esperam um produto que não agride o meio ambiente e que tenham uma estrutura diferenciada.

A lona é viável por ser um material sustentável e de descarte, assim como a estrutura da cadeira quando os fios se soltam.

Ao utilizar da própria deterioração, trazer para o produto um novo conceito de bem-estar e comodidade.

Com consumidores conscientes e a escolha da matéria prima predominante (lona), existem casos de viabilidade para utilização do próprio, presente na criação de diversos outros produtos.

Além de colaborar com meio ambiente, é um produto que vai causar ares diferenciados para o ambiente familiar, por ser simples e ao mesmo tempo rústico.

## 2. PESQUISA DE CAMPO

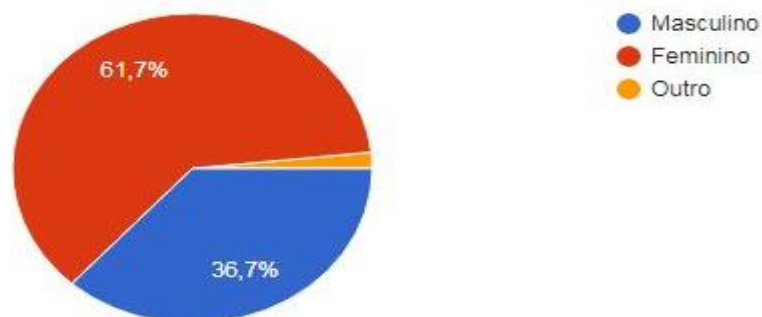
Sabe-se que o descarte é comum na sociedade, bem como o desejo de muitos cidadãos em querer por parte das empresas um olhar a mais para a preservação da natureza.

Neste quesito e necessidade, o mercado passou a estar muito voltado a sustentabilidade, o que exige uma ação de colocar nos produtos materiais que possam ser reaproveitadas, e mostrar que é possível fazer uso das mesmas, sem deixar de perder a beleza e a própria qualidade, ou seja, agregar ainda mais valor ao que produto oferecido.

Porém, colocar um produto desta forma a venda, exige do público alvo o grau de conhecimento e aceitação do mesmo, assim uma pesquisa de campo foi realizada em uma escola de cursos técnicos no interior de São Paulo, com o objetivo de analisar a viabilidade do investimento, público-alvo e hábitos de consumo e inovação no que diz respeito ao uso da lona reutilizável do caminhão, como base para uma cadeira de descanso e que seja confortável.

A pesquisa foi aplicada aos alunos dos cursos voltados à área de gestão e negócios, sendo assim, feito por meio de questionários, onde foi aplicada uma pesquisa de caráter quali-quantitativa, com perguntas e alternativas de múltiplas escolhas.

Gráfico 1 – Gênero

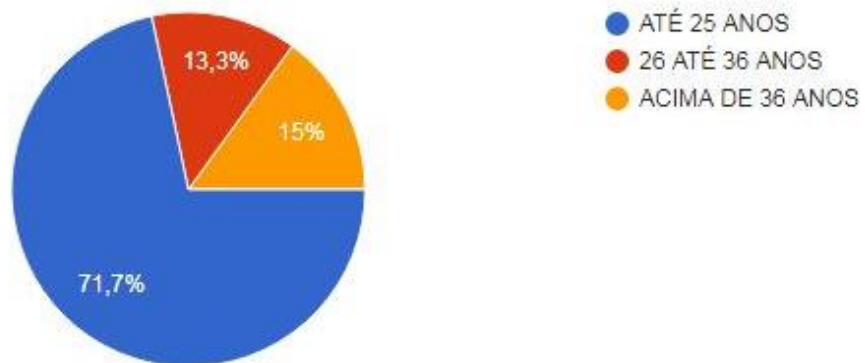


Fonte: Elaborada pelos autores (2019)



De acordo com a pesquisa aplicada, o total de entrevistados que participaram da pesquisa somaram 60 alunos, sendo, o gênero masculino o número maior de entrevistados, o que representa 61,7%.

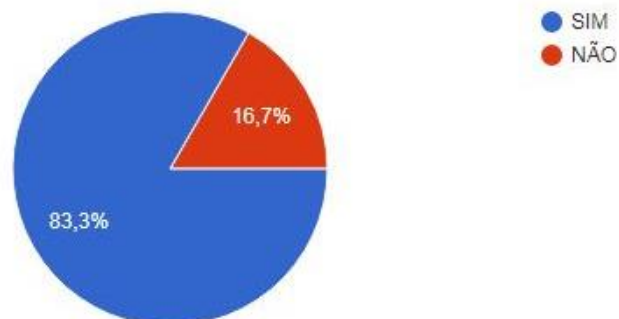
Gráfico 2 – Idade



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Dentre os entrevistados, nota-se uma variável na faixa etária, sendo uma presença mais acentuada de público jovem de até 25 anos (71,7%).

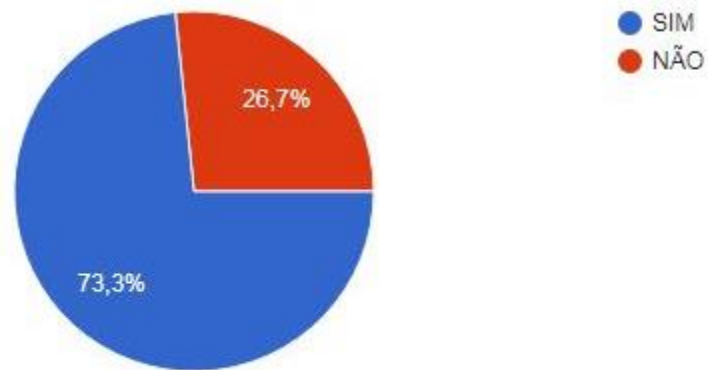
Gráfico 3 – Compra de cadeira sustentável feito à base de lona de caminhão



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Diante do objetivo de reaproveitar a lona de caminhão sem que a mesma perca a qualidade e as informações coletadas pela pesquisa aplicada, o produto será sim ser bem aceito perante os consumidores.

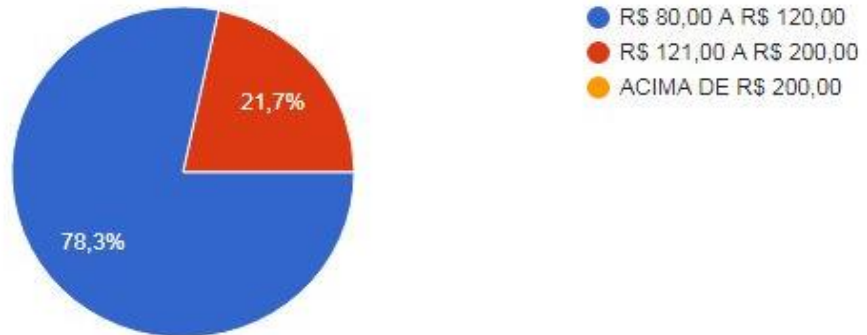
Gráfico 4 – Pagar mais por um produto sustentável



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Segundo os resultados apresentados, percebe-se o quanto a sustentabilidade agrega valor ao produto, bem como a aceitação do produto na sociedade, dando ênfase, ao fato de que 73,3% concordam em pagar mais pelo produto sustentável.

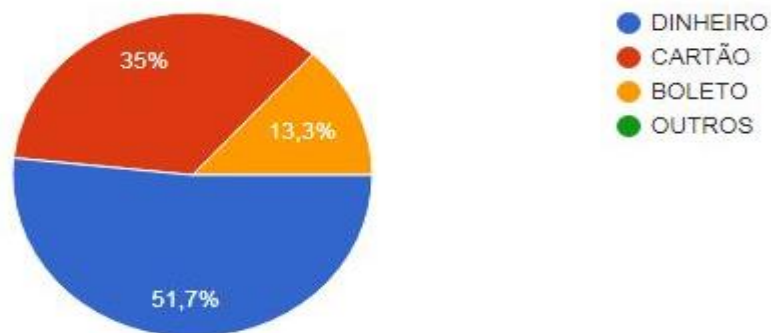
Gráfico 5 – Valor mais adequado para a compra da cadeira sustentável



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Como toda negociação comercial, quando se fala em números e valores, o consumidor está sempre atento ao preço, desta forma e de acordo com o resultado apresentado, onde os mesmos estão dispostos a pagar somente o valor inferior a R\$ 120,00 reais, é necessário trabalhar neste quesito e criar estratégia de venda, de forma que possam conhecer o trabalho por trás do produto e a finalidade para o planeta, afim de que faça com que os consumidores entendam que o produto tenha de ser vendido por um valor mais alto.

Gráfico 6 – Método de pagamento



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Em relação a forma de pagamento, houve uma variável nas respostas dos que preferem pagar em dinheiro, cartão ou boleto, onde ressalta-se que o dinheiro é o mais escolhido perante os entrevistados.

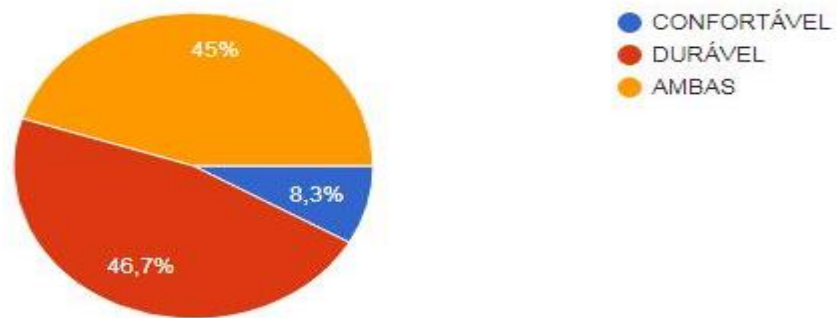
Gráfico 7 – Recomendação para outra pessoa



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Diante do resultado, sem dúvida nenhuma, por unanimidade, a recomendação de compra do produto por parte dos clientes será de 100 %, ou seja, além de comprar, recomendam para novos clientes, por isso, faz com que a empresa se engaje a produzir mais.

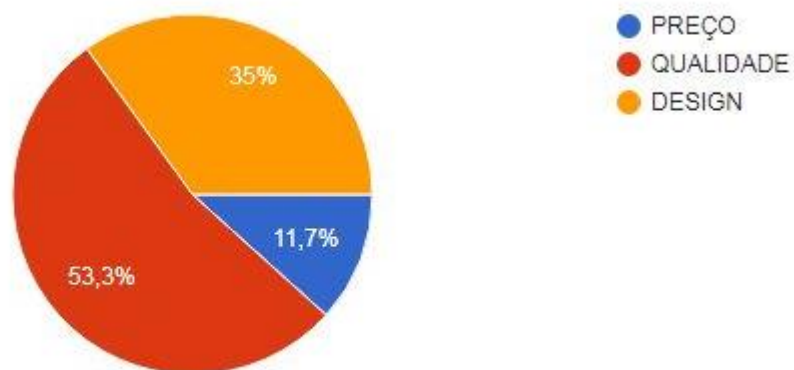
Gráfico 8 – Conhecimento sobre o material da lona



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Neste quesito, as opiniões variam, o que gera quase que um empate em relação a lona ser um material confortável e durável, e a conclusão que os mesmos não possuem certo conhecimento sobre a lona.

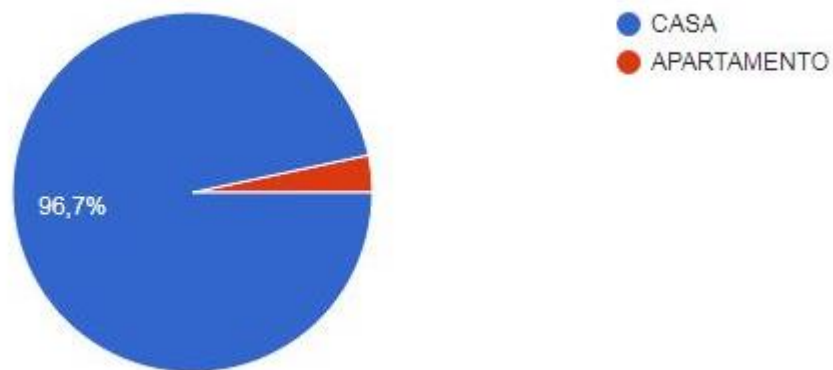
Gráfico 9 – Influencia para comprar a cadeira



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Dado o produto a ser colocado no mercado e o desejo dos clientes em relação as especificações necessárias, os entrevistados na hora da compra optam por um produto que tenha a qualidade como ponto principal na hora da decisão para o consumo.

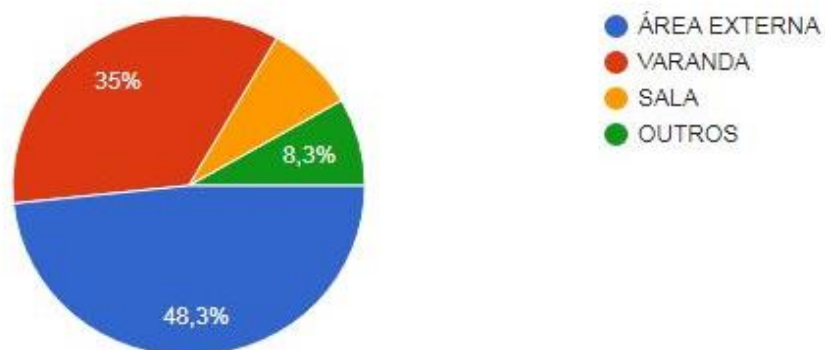
Gráfico 10 – Tipo de moradia



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Com base na região aplicada, a maioria dos entrevistados moram em casa, o que de certa forma facilita o intuito do produto de ser um móvel voltado para a área externa.

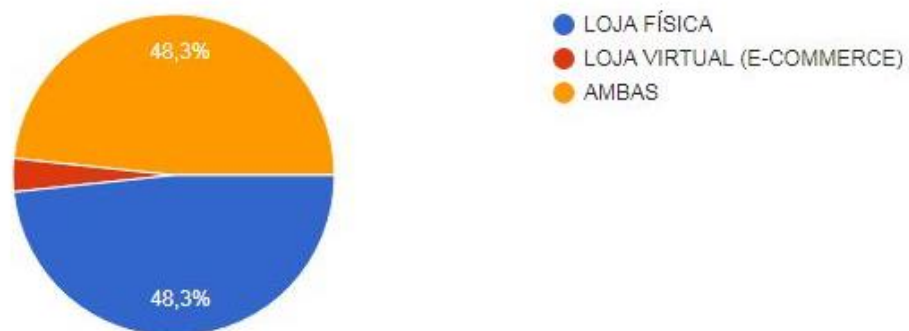
Gráfico 11 – Local de uso da cadeira



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Com o intuito inicial de ser voltado a área externa, percebe-se que a maioria dos entrevistados disponibilizariam o móvel na área externa da residência com 48,3% de respostas e a varanda como segunda opção com 35%.

Gráfico 12 – Melhor opção de compra



Fonte: Elaborada pelos autores (2019)

Diante do resultado apresentado e com o empate, o mesmo segue de acordo com o desejo da empresa em ser versátil e atender todos os públicos, onde tem por opção de compra a loja física e virtual (e-commerce).

Desta forma e com a crescente demanda por produtos sustentáveis, junto de práticas de reutilizar o que não tem mais uso, devido ao tempo de vida, os fatos examinados e resultado dessa pesquisa mostram que é viável aos empreendedores está renovação, pois a lona agrega valor ao produto devido à resistência, com isso retorna em lucratividade para o negócio, o que torna também possível a criação de novos produtos, expandir para novos horizontes, por isso a conclusão é positiva, pois há a aceitação da reutilização da lona de caminhão no produto, que há um conhecimento relevante ao descarte na natureza e interesse em melhorar a vida no planeta, com a total certeza de que ainda trará conforto e beleza, sem deixar de lado a qualidade.

### 3. PLANO DE NEGÓCIOS

Dado a abertura da empresa e a verificação da viabilidade para entrar no mercado e ter o sucesso esperado, é necessário um estudo e análise para entender o mesmo e a possibilidade de expansão.

Portanto, um plano de negócios resultará na percepção de um bom planejamento, desenvolvedor de ideias e meios de divulgação, na qual poderá partir do princípio do ambiente que deseja investir e com isto, verificar o tamanho de mercado disponível, assim como, o número de possíveis colaboradores para esta atividade, em prol de um bem em comum, que será a implantação do produto sustentável e a venda.

Neste quesito, será interessante, dado os resultados de valores e investimentos iniciais para este feito de implantação, pensar sempre no lucro a ser obtido, assim como nos possíveis prejuízos que possa a vir surgir no caminho.

Colocar um produto no mercado não é fácil, e inovar se tornou necessário, desta forma, é fundamental uma equipe preparada para que isto aconteça e que em comunhão, chegue ao resultado esperado e êxito no negócio.

#### 3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Dado um aspecto sustentável, a SUSTENCADE, é uma empresa que pensa na valorização e preservação da natureza, que entrega aos clientes um produto que tem como principal material a lona de caminhão, a mesma que seria de descarte após o término da vida útil.

A empresa ficara situada no centro da cidade de Tupã, um prédio de um andar, sendo no andar de cima para atendimento e venda aos clientes e no andar de baixo para fabricação.

Sobre a produção das cadeiras, e o fato da principal matéria prima do produto ser degradado pelo tempo e término de vida útil (lona), será necessário que passe por um tratamento especial para que seja renovada e tenha uma aparência apresentável. Outro ponto em destaque é o de que SUSTENCADE irá investir em um modelo de móvel contemporâneo e rustico, que está em alta no momento.



Estima-se que será produzido por mês 90 unidades de cadeiras, um faturamento de R\$ 15.120,00 mensal e anualmente R\$ 35.877,60. O custo total é de 7.562,60, sendo o lucro mensal de 2.989,80.

A empresa é composta por cinco sócios, onde cada um vai investir uma porcentagem e a outra se for o caso para complementar o caixa da empresa, fará uso da ajuda de terceiros.

A propaganda será feita através de rádios, mídias sociais e outdoor, além de apresentar em duas das feiras de sustentabilidade e paisagismo mais requisitadas do Brasil, um modelo de cadeira, já que nesses eventos reúnem-se muitos dos profissionais mais renomados do país, com a possibilidade de aumentar, portanto, nosso capital para expandir a empresa.

### 3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

#### 3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários

<b>Fundador 01</b>	
Nome: <b>André Alexandre Placidino Gonçalves</b>	
Endereço: Rua Rui Vagner Garcia, 159	Cidade/Estado: Tupã / SP
E-mail: andre_alexandree@hotmail.com	Telefone: (14) 99766-8940

Atribuição do Fundador 01

Encarregado de Produção: Fabricar os produtos que a empresa irá fornecer.

<b>Fundador 02</b>	
Nome: <b>Evandro Lucas da Silva</b>	
Endereço: Rua 13 de maio, 588	Cidade/Estado: Herculândia/SP
E-mail: evandroluca@hotmail.com	Telefone: (14) 99789-8138

Atribuição do Fundador 02

Gerente administrativo: O setor administrativo ficará responsável por cuidar, organizar a empresa e toda a parte burocrática e documental do negócio.

<b>Fundador 03</b>	
Nome: <b>Luciana de Almeida Rocha</b>	
Endereço: Rua Irapuru, 30	Cidade/Estado: Tupã / SP
E-mail: rocha_luciana@hotmail.com	Telefone: (14) 99680-7702

#### Atribuição do Fundador 03

Auxiliar de Produção: Ficará com a função de produzir os produtos que a empresa irá fornecer.

<b>Fundador 04</b>	
Nome: <b>Ana Laura Santos Monteiro</b>	
Endereço: Rua Benjamim Vieira, 561	Cidade/Estado: Tupã / SP
E-mail: anah.santos1407@gmail.com	Telefone: (14) 99743-4544

#### Atribuição do Fundador 04

Contador: Responsável por toda a área da empresa que envolve valores, contas a pagar, contas a receber, cobranças entre outras.

Vendedora: Recepcionar e atender o cliente, negociar prazos e condições de pagamentos, além de possíveis descontos ou pacotes promocionais que podem ser oferecidos.

<b>Fundador 05</b>	
Nome: <b>Rany Raiara Pereira da Silva</b>	
Endereço: Rua Adriana Rodrigues Ribeiro, 1065	Cidade/Estado: Tupã / SP
E-mail: rany_raiara@hotmail.com	Telefone: (14) 99804-1751

#### Atribuição do Fundador 05

Gerente de Recursos Humanos: O departamento de recursos humanos será responsável pelos cuidados ao colaborador, toda a burocracia do processo de departamento pessoal que envolve a equipe da empresa.

### 3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições

Perfil do Fundador **André Alexandre Placidino Gonçalves**

Descrição do um Breve Currículo: **Formação profissionalizante em desenvolvimento de pessoal, contabilidade e informática concluídos. Técnico em Comércio em andamento.**

Perfil do Fundador **Evandro Lucas da Silva**

Descrição do um Breve Currículo: **Formação técnica em administração, contabilidade e logística e informática concluídos. Com experiência na área de Produção. Técnico em Comércio em andamento.**

Perfil do Fundador **Luciana de Almeida Rocha**

Descrição do um Breve Currículo: **Formação profissionalizante em desenvolvimento pessoal, contabilidade, informática concluídos. Técnico em Comercio em andamento.**

Perfil do Fundador **Ana Laura Santos Monteiro**

Descrição do um Breve Currículo: **Formação técnica em administração. Com Experiência em Vendas. Técnico em Comercio em andamento.**

Perfil do Fundador: **Rany Raiara Pereira da Silva**

Descrição do um Breve Currículo: **Formação em auxiliar de veterinária. Técnico em Comercio em andamento**

### 3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: SUSTENCADE

CNPJ: 45.990.901/0001-41

Missão e Visão da Empresa

**Missão:** Promover a sustentabilidade para o mundo, afim de reutilizar recursos descartáveis, o que traz conforto, satisfação e qualidade para nossos clientes/público.

**Visão:** Ser uma empresa reconhecida no mercado por trazer maior qualidade e conforto para os clientes, encontrar cada vez mais sucesso em produtos que eram de descarte.

**Valores:** Sustentabilidade, conforto, confiança, fidelidade, qualidade, durabilidade e nobreza.

#### Setor de Atividade

A Sustencade vai atuar na área do comércio.

A área comercial pode ou não produzir, vende ou revende produtos e/ou serviços. Portanto, a empresa que atua nessa área está disposta a bater metas e suprir a demanda.

#### 3.3.3. Forma Jurídica

A Sustencade se enquadra na forma jurídica ME, pois possui até 19 colaboradores e como receita bruta anual recebe até R\$ 360 mil reais.

Como a empresa é uma ME se inclui no regime tributário Simples Nacional.

Uma vez que o regime tributário Simples Nacional trata-se de um sistema integrado para arrecadação, fiscalização, cobrança para os impostos municipais, estaduais e federais em um único pagamento, isso para evitar tanta burocracia e como forma de incentivo para os empreendedores de pequena e micro empresa já que esse regime só se adequa a microempresas, empresas de pequeno porte e microempreendedores individuais tendo vista que os mesmos tem como faturamento anual, para o empreendedor individual R\$ 81 mil, microempresa R\$ 900 mil e empresa de pequeno porte até R\$ 4,8 milhões.

### 3.4. CAPITAL SOCIAL

O capital social é representado por todos os recursos colocados pelos proprietários para a montagem do negócio.

<b>Nomes do Fundador</b>	<b>Valor do Capital Integralizado</b>
<b>André Alexandre Placidino Gonçalves</b>	R\$ 70.000,00
<b>Evandro Lucas da Silva</b>	R\$ 60.000,00
<b>Luciana de Almeida Rocha</b>	R\$ 30.000,00
<b>Ana Laura Santos Monteiro</b>	R\$ 11.000,00
<b>Rany Raiara Pereira da Silva</b>	R\$ 10.000,00

### 3.5. FONTE DE RECURSOS

Para a abertura da empresa, o capital investido será de recursos próprios de cada proprietário envolvido, ou seja, capital social, o que soma ao todo um total de R\$181.000,00 como a aquisição de veículos e móveis. E se for necessário poderá fazer um empréstimo junto ao banco.

### 3.6. ANÁLISE DE MERCADO

#### 3.6.1. Análise dos Clientes

Com base na pesquisa e também com a crescente alta de moveis sustentáveis, o público alvo será composto tanto por homens como mulheres que assim como a empresa, possui uma mente voltada para o futuro quanto a questão da preservação da natureza, onde são pessoas que entendem sobre sustentabilidade, que estão preocupados com meio ambiente.

Os clientes não só receberão um material confortável e durável, mas também uma cadeira que não agredira o meio ambiente que serve para o ambiente externo e interno da casa.

## Análise dos Concorrentes

Os concorrentes são aquelas empresas que atuam no mesmo ramo de atividade e que buscam satisfazer as necessidades dos clientes.

	<b>Qualidade do Produto/Serviço</b>	<b>Preço</b>	<b>Condições de Pagamento</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Serviços Oferecidos</b>
<b>Loja Tidelli</b>	Estilo e personalidade com nome e sobrenome	R\$ 500,00	A vista 30% de desconto	Seg/Sex 09:00 às 19:00 Sábado 09:00 às 13:00	Poltrona de balanço Bora Bora
<b>Loja Mobly</b>	Muito confortável com acabamento requintado	R\$ 281,99	Em até 5x de 56,40 sem juros	08:00 às 18:00	Cadeira Driely Bege
<b>Loja Madeira Madeira</b>	Qualidade em produtos e serviços	R\$ 359,90 R\$ 345,50	12 x sem juros A vista no Cartão 4% desconto	Seg/Sex 09:00 às 19:00 Sábado 09:00 às 13:00	Cadeira Solano Siena Móveis Argila

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Ao analisar os concorrentes, nota-se que neste setor de moveis sustentáveis que a empresa pretende atuar, só existem os concorrentes indiretos, onde ao levar em consideração todo o tempo de atuação e aceitação no mercado, encontra-se uma grande oportunidade de crescimento da empresa no ramo, na qual pode até ocorrer de formar uma parceria com essas empresas para a busca de novos clientes ou até mesmo uma parceria com outras empresas.

### 3.6.3. Análise dos Fornecedores

É fato que para a empresa começar a produzir, a mesma necessita estar abastecida com as matérias-primas necessárias e assim começar a dar andamento ao objetivo de levar o produto a casa dos consumidores, onde, após várias pesquisas de mercado, a mesma escolhe os melhores fornecedores.

Desta forma, o mercado fornecedor compreende todas as pessoas e empresas que irão fornecer as matérias-primas e equipamentos utilizados para a fabricação ou venda de bens e serviços.

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	CIKALA INDÚSTRIA E COMÉRCIO	Lona de caminhão encerado	R\$ 109,75	A vista Boleto Cartão	6 dias	Penha – São Paulo
2	FERRO VELHO REAL	Cadeira de Área	R\$ 3,00	A vista	1dia	Rua Letônia, 325 Tupã
3	EBERLE - MUNDIAL	200 Ilhós	R\$ 19,99	A vista Boleto Cartão	10 dias	Jaraguá do Sul, Santa Catarina
4	CANGUEIRO_ARMARINHOS	Corante para tecidos tingercor (12 unid)	R\$ 33,25	A vista Boleto Cartão	9 dias	São Paulo, São Paulo
5	GLOBALMAR	Bobina de plástico bolha	R\$ 63,62	A vista Boleto Cartão	9 dias	Loja oficial do Mercado Livre

### 3.7. PLANO DE MARKETING

#### 3.7.1. Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

Com o objetivo de atuar na área sustentável, fazer uma cadeira com lona de caminhão onde, após o envelhecimento do material, não tem mais utilidade e também não possui um lugar correto de descarte, desta forma a intenção da empresa ao inserir no mercado, é montar uma cadeira que a estrutura seja de ferro e o acento com lona, ou seja, oferecer um produto que seja útil em qualquer ambiente de casa e também que poderá colaborar com o meio ambiente através da reutilização da lona.

Outro ponto importante na gestão da empresa é o fato do produto poder ser vendido a todo país, além da questão que para garantir a satisfação da compra a entrega seja feita diretamente pela loja e que também o cliente tem por escolha definir o tamanho de preferência e a cor desejada.

Ou seja, a empresa não apenas deseja oferecer um produto com qualidade, mas também oferecer a certeza de que a pessoa irá comprar um produto bom, o que gera um respaldo da satisfação e assim a indicação de que mais clientes podem adquirir a cadeira que é sustentável e pode ser personalizada.

#### 3.7.2. Preço

Produto	Custo unitário com o produto	Quantidade	Custo total com o produto	Mark-up	Preço unitário com mark-up
Cadeira de área sustentável com lona de caminhão reutilizada	R\$ 134,78	90	R\$ 7.562,60	24,65 %	R\$ 168,00



### 3.7.3. Estratégias Promocionais

Hoje é fato e concreto que a divulgação se tornou algo essencial para qualquer tipo de negócio, isto afim de conseguir se manter no mercado e atrair um maior número de clientes, sendo os meios utilizados para chamar a atenção dos mesmos e estabelecer as primeiras impressões.

Desta maneira, o marketing é usado como investimento e uma ferramenta para sucesso empresarial, ainda mais quando calculado e feito de forma correta e pensado também na era digital, o que está em alta nos dias atuais.

Assim , a empresa SUSTENCADE tem por objetivo fazer uso do rádio, TV, jornais, panfletos, cartão de visita, outdoors, e-mail, redes sociais (facebook, whatsApp, instagram, etc...), bem como belas vitrines, com mostruário de como pode ficar o espaço com o produto exposto e propagandas, onde tem por intuito fazer com que as pessoas possam ficam cientes da missão, visão e valores da empresa, o que gera uma proximidade a mais entre ambos e o desejo para conhecer e comprar o produto, seja pela loja física como virtual, o que torna atrativo visualmente.

### 3.7.4. Estrutura de Comercialização

Ainda que em crescimento, a empresa deseja atuar tanto com loja física, como com virtual, ou seja, um bom vendedor será necessário para alcançar o objetivo de vendas e ganho de mercado, o que faz pensar nas habilidades e contato com o cliente de forma positiva.

Desta maneira, o propósito da empresa com a pré-venda e a compra por parte do cliente, é mostrar para o mesmo que a empresa está com um produto diferenciado, que não é apenas uma cadeira e sim um móvel, que além de ter o conforto que muitos necessitam, também possui a questão sustentável e o embelezamento de onde mora, o que traz uma harmonia a casa e aos olhos das visitas, transformar-se em uma recepção positiva, agradável e bonita, onde se faz uso de catálogos e vitrines para dar esta visão.

Além da venda, o desejo é saber e dar garantia que a empresa se preocupa com o produto e satisfação do cliente, assim, no pós-venda, vai entrar em contato após um tempo de uso (3 meses) para ter este retorno, que seja para alguma melhoria no produto ou conserto se necessário for, já que a SUSTENCADE, oferece este serviço dado a compra.

O propósito da empresa é a fidelização do cliente, assim, entrar em contato e mandar sempre promoções vigentes será um atrativo para a garantia de novas aquisições e satisfação.

### 3.7.5. Localização da Empresa

Endereço da Empresa: Rua Brasil, 2000	
Bairro: Jardim Paulista	Cidade/Estado :Tupã/SP
Telefone/Fax: (14) 3441-6375	

A escolha do ponto se deu por ser um lugar com fácil acesso, além de ser uma área já destinada às indústrias, onde a localização é próxima à rodovia João Ribeiro de Barros, com fluxo tanto de carros como caminhões, o que facilita a entrada e saída de mercadorias e matéria prima sem nenhum problema e transtorno bem como a visualização pelos motoristas da empresa, o que facilita o desejo e curiosidade de entrar, conhecer e comprar, e assim atender melhor os clientes.

## 3.8 INVESTIMENTOS

### 3.8.1 Investimentos

Abrir um negócio é algo que necessita de planejamento a partir do objetivo/meta que deseja alcançar, desta forma, para que a mesma comece a funcionar precisa pensar nas ferramentas, utensílios, equipamentos, meios de transportes e valor a ser utilizado, para dar andamento ao trabalho.

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
COMPUTADOR	2	R\$ 849,99	R\$ 1.699,98
TELEFONE	2	R\$ 69,90	R\$ 139,80
MESA PARA COMPUTADOR	2	R\$ 164,35	R\$ 328,70

CADEIRA	3	R\$ 139,99	R\$ 419,97
ARMARIO PARA FERRAMENTAS	1	R\$ 344,00	R\$ 344,00
ARREBITADEIRA PARA ILHOS	2	R\$ 223,88	R\$ 447,76
VEICULO	1	R\$ 29.900	R\$ 29.900
Total de investimentos fixos			R\$ 33.280,21

### 3.8.2 Capital de giro

O capital de giro é o montante de recursos necessários para o funcionamento normal da empresa, compreende a compra de matérias-primas ou mercadorias, financiamento das vendas e o pagamento das despesas.

#### A – Estimativa do estoque inicial

O estoque inicial é composto pelos materiais (matéria-prima, embalagens, etc.) indispensáveis à fabricação dos produtos ou pelas mercadorias que serão revendidas.

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	LONA LONIL	20 Mts	R\$ 109,75	R\$ 2.195,00
2	CADEIRA DE AREA	90 unid.	R\$ 3,00	R\$ 270,00

3	ILHÓS	2 caixas	R\$ 19,99 (200 un.)	R\$ 39,98
4	TINTA TECIDO	5 caixas	R\$ 33,25 (12 un.)	R\$ 166,25
5	PLASTICO BOLHA	6 bobinas	63,62	381,72
	TOTAL DE ESTOQUES			R\$ 3052,95

#### B – Caixa mínimo

É o capital de giro próprio necessário para movimentar o negócio.

#### 1º passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

É a média do prazo de financiamento a clientes, ou seja, do prazo concedido aos clientes para que estes efetuem o pagamento do que compraram.

Prazo médio de vendas	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
A vista	60 %	0	0
A prazo (1)	25 %	15	3,75
A prazo (2)	10 %	30	3
A prazo (3)	5 %	45	2,25
	100 %	Prazo médio total	9 dias

## 2º passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
A vista	40 %	0	0
A prazo (1)	40 %	15	6
A prazo (2)	20 %	30	6
	100 %	Prazo médio total	12

## 3º passo: Estoques – Cálculo da necessidade média de estoques

É o prazo médio de PERMANÊNCIA da matéria prima ou das mercadorias nos estoques da empresa. Abrange desde a data em que é feito o pedido ao fornecedor até o momento em que os produtos são vendidos.

Prazo médio de permanência em estoque de 5 dias.

## 4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Compreende a diferença entre os recursos da empresa que se encontram fora do caixa (contas a receber + estoques) e os recursos de terceiros no caixa da empresa (fornecedores).

	Número de dias
<b>Recursos da Empresa fora do seu caixa</b>	
1. Contas a Receber – Prazo médio das vendas	9
2. Estoques – necessidade média de estoque	5
<b>Subtotal 1 (1+2)</b>	<b>14 dias</b>

<b>Recursos de terceiro no caixa da empresa</b>	
3. Fornecedores – prazo médio das compras	12
Subtotal 2	<b>12</b>
<b>Necessidade líquida de capital de giro em dias (Subtotal 1 – subtotal 2)</b>	<b>02 dias</b>

O prazo de 02 dias significa que a empresa irá necessitar durante esse período de caixa para cobrir os gastos e financiar clientes.

B – Caixa mínimo Representa a reserva em dinheiro necessária para que a empresa financie as operações iniciais.

1. Custo fixo mensal	R\$ 6.579,80
2. Custo variável mensal	R\$ 4.567,50
3. Custo total da empresa (1+2)	<b>R\$ 11.147,30</b>
4. Custo total diário (item 3/30 dias)	R\$ 371,58
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (quadro anterior)	02 dias
<b>Total de B – Caixa mínimo (item 4x5)</b>	<b>R\$ 743,16</b>

A partir dos dados fornecidos acima o caixa mínimo necessário para a cobertura dos custos da empresa para um período de 02 dias é de R\$ 743,16.

Resumo do capital de Giro

<b>Investimentos Financeiros</b>	<b>R\$</b>
A – Estoque Inicial	<b>R\$3.052,95</b>
B – Caixa mínimo	<b>R\$ 743,16</b>
<b>Total do capital de giro (A+B)</b>	<b>R\$ 3.796,11</b>

### 3.8.3 Investimento total

<b>Descrição dos Investimentos</b>	<b>Valor R\$</b>	<b>(%)</b>
1. Investimentos Fixos	<b>R\$ 33.280,21</b>	
2. Capital de Giro	<b>R\$ 3.796,11</b>	
Total (1+2)	<b>R\$ 37.076,32</b>	
<b>Fontes de Recursos</b>		
<b>Fontes de Recursos</b>	<b>Valor R\$</b>	<b>(%)</b>
1. Recursos próprios	<b>R\$ 181.000,00</b>	<b>100</b>
<b>Total (1+2)</b>	<b>R\$ 218.076,32</b>	

### 3.9. PLANO DE CUSTOS/FINANCEIRO

#### 3.9.1. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

<b>ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA</b>			
<b>Produto</b>	<b>Quantidade (Estimativa de Vendas)</b>	<b>Preço de Venda Unitário (em R\$)</b>	<b>Faturamento Total (em R\$)</b>
<b>1-Cadeira sustentável</b>	<b>90 POR MES</b>	<b>168,00</b>	<b>15.120,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>181.440,00</b>

#### 3.9.2. Estimativa do Custo Unitário Variável para cada Produto

##### Produto 1:

<b>CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO</b>			
<b>Produto CADEIRA DE LONA</b>			
<b>Material/Insumos utilizados</b>	<b>Quantidade Necessária</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>TOTAL</b>
<b>LONA ENCERADA</b>	<b>1,43 X 58 cm</b>	<b>36,58</b>	<b>36,58</b>
<b>CADEIRA DE AREA</b>	<b>1 unid.</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>
<b>ILHOS</b>	<b>6 unid.</b>	<b>0,10</b>	<b>0,60</b>
<b>TINTA TECIDO</b>	<b>300 ml</b>	<b>2,77</b>	<b>2,77</b>
<b>EMBALAGEM PLASTICO BOLHA</b>	<b>10 Mts</b>	<b>0,78</b>	<b>7,80</b>
<b>TOTAL</b>			<b>50,75</b>

#### Calcular o custo variável mensal

$$\text{R\$ } 50,75 * 90 = \text{R\$ } 4.567,50$$



### 3.9.3. Estimativa dos Custos Fixos Mensais da Empresa

Os custos fixos são todos os gastos que não se alteram em função do volume de produção ou da quantidade vendida em um determinado período.

<b>Custos Fixos</b>		
<b>Custos</b>	<b>Valores Mensais</b>	<b>Valores Anuais</b>
Aluguel	R\$ 1000,00	R\$ 12.000,00
Salários (salário + encargos)	R\$ 5059,80	R\$ 60.717,60
IPTU (mensal)	R\$ 80,00	R\$ 960,00
Material de Escritório	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Material de Limpeza	R\$ 90,00	R\$ 1.080,00
Escritório de Contabilidade	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 6.579,80</b>	<b>R\$ 78.957,60</b>

### 3.9.4. Margem de Contribuição Unitária

Produto 1: CADEIRA

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA</b>	
<b>Custos</b>	<b>Valores</b>
Receita Total (preço de venda)	R\$ 168,00
Custos variáveis unitários	R\$ 50,75
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>R\$ 117,25</b>

## 3.9.5 – Estimativa dos custos de comercialização

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL (R\$)
<b>GASTOS COM VENDAS</b>			
Taxa administrativa do cartão	1,5 %	R\$ 15.120,00	R\$ 226,80
Propaganda	5 %	R\$ 15.120,00	R\$ 756
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 982,80</b>

## 3.9.6 Custo total

## 3.9.6.1 Custo total unitário

Itens	Valor
Custo variável unitário	R\$ 50,75
Custo fixo unitário (dividir o custo fixo total pelas unidades produzidas)	R\$ 73,11
Custo de comercialização unitário (custo de comercialização dividido pela quantidade produzida)	R\$ 10,92
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 134,78</b>

## 3.9.6.1.1 Preço de venda unitário

Item	Valores
Custo total unitário	R\$ 134,78
Margem de Lucro 24,65%	R\$ 33,22
<b>Total:</b>	<b>R\$ 168,00</b>

### 3.9.6.2 Custo total dos itens

DESCRIÇÃO	R\$
Custo de comercialização total	R\$ 982,80
Custos fixos totais	R\$ 6.579,80
Custo total	R\$ 7.562,60

## 3.10 INDICADORES FINANCEIROS

### 3.10.1 Lucratividade

É um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas.

**Lucratividade:**  $35.877,60 \div 181.440,00 \times 100 = 19,77 \%$

Isso quer dizer que sob os R\$ 181.440,00 de receita total “sobram” R\$ 35.877,60 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 19,77% ao ano.

### 3.10.2 Rentabilidade

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios.

**Rentabilidade:**  $35.877,60 \div 218.076,32 \times 100 = 16,45 \%$

Isso significa que, a cada ano, o empresário recupera 16,45% do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

### 3.10.3 Prazo de retorno do investimento

Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade. Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu no negócio.

**Prazo de Retorno do Investimento:**  $218.076,32 \div 35.877,60 = 6,08$

Isso significa que, 6 meses após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a montagem do negócio.

### 3.11. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Análise SWOT do Plano de Negócio Descritivo desenvolvido.

	<b>Fatores Internos (Controláveis)</b>	<b>Fatores Externos (Incontroláveis)</b>
<b>Pontos Fortes</b>	<b>Forças</b> Cadeira sustentável; Alto grau de Durabilidade; Entrega a domicilio; Fácil adaptação a qualquer ambiente interno ou externo; Conforto e qualidade.	<b>Oportunidades</b> Matéria prima descartável; Produto inovador; Consumo sustentável; Baixa concorrência com o mesmo produto; Designer contemporâneo.
<b>Pontos Fracos</b>	<b>Fraquezas</b> Preço não muito acessível; Logística limitada na produção;	<b>Ameaças</b> Público limitado; Concorrência com empresas do mesmo ramo de moveis; Degradação incontrolável dado à exposição climática. Fornecedor limitado de matéria prima.

Conclusão da Análise SWOT: A inserção de uma cadeira que reutilizara a lona usada de caminhão e devido à resistência, gera um marketing positivo ao mercado, dado a retirada deste produto já sem uso e descartado a natureza

Dado o mercado moveleiro, nota-se uma grande oportunidade de conquistar clientes, ainda mais se considerar a questão dos mesmos já estarem em busca de produtos sustentáveis, na qual se encaixa a Sustencade.

Desta forma, existe a procura pelos consumidores, porém devido a necessidade da própria empresa, e o desejo de personalização dos próprios clientes em relação ao designer do produto, ocorre à necessidade de trabalhar com uma produção por demanda.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, foi abordado a reutilização de materiais, que ao chegar no fim de sua vida útil, simplesmente seria descartado a natureza, por alguns acharem que não pode haver mais nenhum sentido ou opção de como reaproveitar, o que gera um impactado negativo ao meio ambiente,

Neste sentido, a sociedade e o próprio ecossistema, sofre com o problema destes entulhos jogados muitas vezes em qualquer lugar, ambiente. Após levantamento de dados coletados, foi facil a identificação da oportunidade na criação de uma cadeira, cuja matéria-prima principal seria a lona de caminhao e base de ferro, que ate entao seria depositado ao tempo, bem como a motivação para abertura da Sustencade.

Com base nessa pesquisa multidisciplinar, o curso de Comércio foi responsável por buscar as respostas ao que diz respeito a aceitação deste produto (cadeira sustentável) no mercado consumidor e verificar a viabilidade econômica de do projeto.

Apresentar e fazer com que o consumidor tenha curiosidade e desejo de compra, através da oferta de um móvel que ajude a não degradar o meio ambiente é o objetivo da empresa, na qual gera resultados econômicos satisfatórios.

Desta forma, é possível concluirmos que o mercado é vasto de possibilidades, e através desta sugestão de negocio, será possível chamar a atenção dos consumidores para esta aquisição, além de atrair um maior número de clientes, ou seja, adquirir um produto que trará conforto, qualidade e beleza, e com isto gerar em casa na companhia de amigos e familiares a vontade de conhecer a empresa e o que a mesma tem a oferecer, onde o trabalho é levar ao ambiente um designer diferenciado. Com as mudanças e demanda no mercado, incentivar outras empresas neste ramo sustentável e de reaproveitamento, além de ser consciente, é fonte geradora de lucro e consumo.

## REFERÊNCIAS

FOLHA UOL. Novo consumidor: mais informado, mais exigente, mais consciente. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/topofmind/2014/10/1528719-novo-consumidor-mais-informado-mais-exigente-mais-consciente.shtml>> 2014. Acesso em: 14 out. De 2018.

TECHOJE. Consumo sustentável: um novo mercado a ser trabalhado pelo setor produtivo e equipe de vendas. Disponível em <[http://www.techoje.com.br/site/techoje/categoria/detalhe\\_artigo/323](http://www.techoje.com.br/site/techoje/categoria/detalhe_artigo/323)>. Acesso em: 14 out. De 2018.

G.U.A.L. Gestão ambiental e sustentabilidade em instituições de ensino superior: construção de conhecimento sobre o tema. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/gual/article/view/1983-4535.2013v6n2p33>> 2013. Acesso em: 14 out. De 2018.

UNINDU. AS VANTAGENS DA LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL PARA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA. Disponível em <<http://www.unitau.br/unindu/artigos/pdf528.pdf>> 2012. Acesso em: 14 out. De 2018.

TODA MATÉRIA. Sustentabilidade. Disponível em <<https://www.todamateria.com.br/sustentabilidade/>> Acesso em: 18 ago. De 2018.

CULTURAMIX.COM. A Reutilização De Materiais Em Benefício Do Meio Ambiente. Disponível em <<http://meioambiente.culturamix.com/reciclagem/a-reutilizacao-de-materiais-em-beneficio-do-meio-ambiente>> Acesso em: 21 ago. De 2018.

DEGUILÉ MÓVEIS. Luxo Sustentável com Lona. Disponível em <<https://deguilemoveis.blog.br/2018/03/07/luxo-sustentavel-com-lona/>> 2018. Acesso em: 21 ago. De 2018.

## APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

### “SUSTENCADE” LTDA. (ME)

#### CONTRATO SOCIAL DE CONSTITUIÇÃO

Pelo presente instrumento de contrato particular, os abaixo assinados:

**1. ANA LAURA SANTOS MONTEIRO**, brasileira, natural de Tupã, SP, nascida aos 14 de julho de 1.998, solteira, técnica em comercio, CPF 457.578.618-78, RG 52.147.874-4-SSP-SP, residente e domiciliada à Rua Benjamin Vieira, 561, Bairro Antônio Pereira Gaspar, Tupã, SP, (CEP 17.602-844);

**2. ANDRÉ ALEXANDRE PLACIDINO GONÇALVES** brasileiro, natural de Tupã, SP, nascido aos 16 de abril de 1.986, solteiro, técnico em comercio, CPF 354.086.718-01, RG 42.146.793-9-SSP-SP, residente e domiciliado à Rua Rui Vagner Garcia, 159, Bairro Vila das Industrias, Tupã, SP, (CEP 17.604-190);

**3. EVANDRO LUCAS DA SILVA**, brasileiro, natural de Tupã, SP, nascido aos 04 de maio de 1.993, solteira, técnica em comercio, CPF417.048.898-98, RG 48.902.154-2-SSP-SP, residente e domiciliada à Rua 13 de maio, 588, Bairro Centro, Herculândia SP, (CEP 17.650-000);

**4. RANY RAIARA PEREIRA DA SILVA**, brasileira, natural de Tupã, SP, nascida aos 21 de janeiro de 1.999, solteiro, técnico em solteira, CPF 473.100.038-61, RG 54.673.825-4-SSP-SP, residente e domiciliada à Rua Adriana Rodrigues Ribeiro, 1065, Bairro João Paulo II, Tupã, SP, (CEP 17.600-900), **constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:**

**5. LUCIANA DE ALMEIDA ROCHA**, brasileira, natural de Tupã, SP, nascida aos 21 de janeiro de 1.984, solteira, técnica em comercio, CPF 004.005.008-68, RG 52.724.874-9-SSP-SP, residente e domiciliada à Rua Irapuru, 30, Bairro Centro, Tupã, SP, (CEP 17.600-000);



#### DA DENOMINAÇÃO E DA SEDE

1ª. A sociedade agirá sob o nome empresarial “**SUSTENCADE**” **LTDA (ME)**. E terá sede na Rua Brasil, 2000, Bairro: Jardim Paulista, Tupã/SP CEP: 17.600-000, com e-mail [www.sustencade.com.br](http://www.sustencade.com.br).

#### DO CAPITAL SOCIAL

2ª. O capital social será **R\$ 181.000,00** (Cento e Oitenta e Um Mil Reais), divididos em 181.000 cotas, no valor nominal de R\$1,00 (Um Real), cada uma, totalmente integralizadas neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios, conforme segue:

- a) **ANA LAURA SANTOS MONTEIRO - .....– 11.000 cotas - R\$ 11.000,00**
- b) **ANDRÉ ALEXANDRE GONÇALVES - ..... – 70.000 cotas - R\$ 70.000,00**
- c) **EVANDRO LUCAS DA SILVA - ..... – 60.000 cotas - R\$ 60.000,00**
- d) **LUCIANA DE ALMEIDA ROCHA -.....– 30.000 cotas - R\$ 30.000,00**
- e) **RANY RAIARA PEREIRA DA SILVA -..... – 10.000 cotas - R\$ 10.000,00**

#### DO OBJETO SOCIAL

3ª. O objeto social será: - Produção e comercialização de cadeira de área feita com produtos sustentáveis; produção e comercialização de produtos sustentáveis; industrialização e comercialização de produtos, inclusive importação e exportação.

#### DO INÍCIO E PRAZO DE DURAÇÃO DA SOCIEDADE

4ª. A sociedade iniciará suas atividades em 1º de julho de 2.018 e seu prazo de duração é indeterminado.

#### DA CESSÃO DE COTAS

5ª. As cotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento dos outros sócios, 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.

#### DA RESPONSABILIDADE LIMITADA E SOLIDÁRIA

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

## DA ADMINISTRAÇÃO

7ª. A administração da sociedade será exercida pelo sócio **EVANDRO LUCAS DA SILVA**, retro qualificado, com os poderes e atribuições de **Gerente-Administrativo**, o qual fica autorizado a fazer uso do nome empresarial, bem como, caber-lhe-á a responsabilidade de representar ativa e passivamente a sociedade, judicial e extrajudicialmente, podendo para tanto, praticar todos os atos compreendidos no objeto social, sempre no interesse da sociedade, sendo-lhe vedado no entanto, o uso da denominação social 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 dos outros sócios.

## DA DEMONSTRAÇÃO FINANCEIRA

8ª. Ao término da cada exercício social, em 31 de dezembro de cada ano, 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 apurados.

## DA DELIBERAÇÃO SOBRE AS CONTAS

9ª. Nos quatro (4) meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão o administrador, quando for o caso.

## DAS FILIAIS

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

## DA RETIRADA “PRO LABORE”

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

## *DA DISSOLUÇÃO OU SUCESSÃO “CAUSA MORTIS”*

12. Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou dos sócios remanescentes, 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.

#### DA DECLARAÇÃO DO ADMINISTRADOR

13. O Administrador declara, 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; ou por crime falimentar, de prevaricação, 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.

#### DA ELEIÇÃO DO FORO

14. **Fica eleito o foro da cidade de Tupã, SP**, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato, bem como, para a solução de qualquer divergência em relação ao cumprimento do presente contrato social.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em três (3) vias, de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo, que a tudo presenciaram.

Tupã, SP, 1º julho de 2019.

SÓCIOS:-

**ANA LAURA SANTOS MONTEIRO**

**ANDRÉ ALEXANDRE PLACIDINO GONÇALVES**

**EVANDRO LUCAS DA SILVA**

**LUCIANA DE ALMEIDA ROCHA**

**RANY RAIARA PEREIRA DA SILVA**

TESTEMUNHAS: -

**1ª- Evandro Lucas**

**2ª- Ana Laura**

VISTO: -

**Adherbaldo José Romano**

Advogado

**OAB-SP 654.321**

**APÊNDICE B – PESQUISA DE CAMPO (PESQUISA SOBRE A VIABILIDADE DO PRODUTO)**

1. Gênero:

- MASCULINO
- FEMININO
- OUTRO

2. Idade:

- ATÉ 25 ANOS
- 26 ATÉ 36
- ACIMA DE 36

3. Você estaria disposto a comprar uma cadeira sustentável feito à base de lona de caminhão?

- SIM  NÃO

4. Você pagaria mais por um produto sustentável?

- SIM  NÃO

5. Qual valor você considera mais adequado para a compra desta cadeira, sendo a mesma sustentável?

- R\$ 80,00 A R\$ 120,00
- R\$ 121,00 A R\$ 200,00
- ACIMA DE R\$ 200,00

6. Qual o método de pagamento mais te agrada:

- DINHEIRO
- CARTÃO
- BOLETO
- OUTROS \_\_\_\_\_

7. Dado a cadeira ser sustentável, você recomendaria para outra pessoa?

- SIM  NÃO

8. Para você, a lona seria um material:

- CONFORTÁVEL
- DURÁVEL
- AMBAS

9. O que te influenciaria a comprar esta cadeira:

- PREÇO
- QUALIDADE
- DESIGN

10. Você mora em:

- CASA
- APARTAMENTO

11. Onde você colocaria esta cadeira:

- ÁREA EXTERNA
- VARANDA
- SALA
- OUTROS \_\_\_\_\_

12. Qual seria a sua melhor opção de compra:

- LOJA FÍSICA
- LOJA VIRTUAL (E-COMMERCE)
- AMBAS

