

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

**TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**APARECIDA AGUIAR ALBANO**  
**DANIEL ALBANO DA SILVA**  
**JONAS VIEIRA COSTA LOZANO SEGÓBIA**  
**JOSIEL DA SILVA ALVES**

**SUSTENTABILIDADE TECNOLÓGICA: utilizando energia renovável**

**Tupã - SP**  
**2015**

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

**TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**APARECIDA AGUIAR ALBANO**  
**DANIEL ALBANO DA SILVA**  
**JONAS VIEIRA COSTA LOZANO SEGÓBIA**  
**JOSIEL DA SILVA ALVES**

**SUSTENTABILIDADE TECNOLÓGICA: utilizando energia renovável**

Trabalho apresentado à ETEC Prof. Massuyuki Kawano, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Orientadora: Prof. Esp. Renata Miranda Duarte.

**Tupã - SP**

**2015**

**Etec Prof. Massuyuki Kawano**

**Técnico em Administração**

**APARECIDA AGUIAR ALBANO  
DANIEL ALBANO DA SILVA  
JONAS VIEIRA COSTA LOZANO SEGÓBIA  
JOSIEL DA SILVA ALVES**

**SUSTENTABILIDADE TECNOLÓGICA: utilizando energia renovável**

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof<sup>a</sup>. Esp. Renata Miranda Duarte  
Orientadora

---

Prof. Jurandir Roberto Fernandes  
Avaliador

---

Prof<sup>a</sup>. Natalia Troccoli Marques da Silva  
Avaliadora

---

Paulo César da Silva  
Empresário

**Tupã, 30 de Novembro de 2015.**

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

Dedicamos aos nossos pais, que nos apoiaram durante toda a trajetória que levou a tão sonhada conquista.

Agradecemos a Deus pelas nossas vidas e a oportunidade de concretizar esse objetivo.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano por propiciar o ambiente necessário para nossa aprendizagem e conseqüentemente para nosso desenvolvimento pessoal e profissional.

Aos Docentes do Curso Técnico de Administração pela generosidade depositada em todos os momentos de compartilhamento de seus conhecimentos profissionais e humanos. Dedicamos aos nossos pais, que nos apoiaram durante toda a trajetória que levaram a conquista do nosso objetivo.

"O Mundo não será destruído por aqueles que fazem o mal, mas, por aqueles que os olham e não fazem nada"

*Albert Einstein*

## RESUMO

**Introdução:** Junto com os avanços tecnológicos, surgiu uma nova geração consumista a procura de aparelhos de última geração, fazendo uso constante de diversos aplicativos, desencadeando assim o alto consumo de carga das baterias dos celulares que já tinham uma deficiência em sua durabilidade, junto surge então à necessidade de se ter uma carga extra para que os usuários continuem conectados. **Objetivo:** O objetivo deste projeto é agregar tecnologia e sustentabilidade em um produto prático e inovador, um dispositivo que acumulará através da energia solar, carga extra para o celular, incentivando a utilização de práticas e produtos sustentáveis e contribuir com a redução dos impactos ambientais. **Metodologia / Desenvolvimento:** Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa exploratória através de estudos bibliográficos e sites relacionados à tecnologia e sustentabilidade, além da utilização do método CANVAS para identificação da viabilidade do negócio. Foi utilizada também uma pesquisa de campo por meio da coleta de dados com alunos da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, no município de Tupã - SP, visando identificar a necessidade da comunicação entre empresa/colaborador. **Resultados:** Através da pesquisa analisamos que o nosso produto irá suprir a necessidade de um público que tem grande necessidade social e profissional de se manter conectados através de seus celulares, preocupados com a sustentabilidade e conseqüentemente favoráveis em aderir o uso de novas fontes de energia sustentável. **Considerações Finais:** Conclui-se que a energia solar é uma das alternativas mais promissoras por ser renovável, abundante e permanente, não libera poluentes através de geradores e turbinas e não prejudica o ecossistema, e aproveitando essa fonte de energia renovável nosso produto irá contribuir não só com a garantia de um mundo limpo mas também no melhor aproveitamento do tempo perdido quando se é necessário recarregar a bateria do celular convencionalmente em um ponto fixo (tomada de energia), tendo o cliente a necessidade de estar transitando.

**Palavras-Chave:** Bateria, Inovador, Celular, Sustentabilidade, Energia Solar.



## **SUSTAINABILITY TECHNOLOGY: using renewable energy**

### **ABSTRACT**

**Introduction:** Along with technological advances, there emerged a new generation looking for consumer devices of last generation, making constant use of multiple applications, unleashing so the high consumption of batteries of cell phones that had a deficiency in its durability, along comes the need to have an extra charge for users to keep connected. **Objective:** The objective of this project is to add technology and sustainability in a practical and innovative product, a device that will accumulate through solar energy, charge extra for the phone, encouraging the use of sustainable products and practices and contribute to the reduction of environmental impacts. **Methodology/development:** For it was developed an exploratory research through bibliographic studies and related sites to technology and sustainability, in addition to the use of the CANVAS method for identification of business feasibility. It was also used a field research by means of data collection with students of ETEC Prof. Massuyuki Kawano, in the municipality of Tupa-SP, aiming to identify the need for communication between company/contributor. **Results:** We analyzed through research that our product will meet the need for a public that has great social and professional need to remain connected via their cell phones, concerned with sustainability and consequently favorable to join using new sources of sustainable energy. **Final considerations:** It is concluded that solar energy is one of the most promising alternatives for being renewable, abundant and constant, does not release pollutants through generators and turbines and does not harm the ecosystem, and taking advantage of this renewable energy source our product will help not only with the assurance of a clean world but also in the best use of the time lost when it is necessary to recharge the phone battery conventionally in a fixed point (power), and the client need to be passing.

**Keywords:** Battery, Innovative, Mobile, Sustainability, Solar Energy.

## LISTA DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 01:</b> Layout da Empresa..... | 30 |
|--|----|

# SUMÁRIO

|   |    |
|---|----|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b> .....  | 12 |
| <b>2. PLANO DE NEGÓCIOS</b> .....   | 20 |
| <b>2.1. SUMÁRIO EXECUTIVO</b> .....   | 20 |
| <b>2.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b> .....  | 21 |
| 2.2.1 Dados dos fundadores e empresários .....                                | 21 |
| 2.2.2. Experiência profissional e Atribuições.....                            | 21 |
| <b>2.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO</b> .....                                     | 22 |
| 2.3.1. Missão e Visão da Empresa .....  | 23 |
| 2.3.2. Setor de Atividade .....   | 23 |
| 2.3.3. Forma Jurídica .....   | 23 |
| 2.3.4. Enquadramento Tributário.....  | 24 |
| <b>2.4. CAPITAL SOCIAL</b> .....  | 24 |
| <b>2.5. FONTE DE RECURSOS</b> .....   | 24 |
| <b>2.6. ANÁLISE DE MERCADO</b> .....  | 25 |
| 2.6.1 Análise dos Clientes.....   | 25 |
| 2.6.2. Análise dos concorrentes .....   | 26 |
| 2.6.3. Análise dos Fornecedores.....  | 26 |
| <b>2.7. PLANO DE MARKETING</b> .....  | 28 |
| 2.7.1 Descrição do Produto.....   | 28 |
| 2.7.2. Preço.....   | 28 |
| 2.7.3 Estratégias Promocionais.....   | 28 |
| 2.7.4 Estrutura de Comercialização.....                                       | 29 |
| 2.7.5 Localização da Empresa .....  | 29 |
| <b>2.8. PLANO DE OPERACIONAL</b> .....  | 30 |
| 2.8.1. Layout ou Arranjo Físico.....  | 30 |
| 2.8.2. Capacidade Produtiva.....  | 31 |
| <b>2.9. PLANO FINANCEIRO</b> .....  | 31 |
| 2.9.1. Preço de Venda .....   | 31 |
| 2.9.2. Custo Variável.....  | 31 |
| 2.9.3. Margem de Contribuição .....   | 32 |
| 2.9.4. Despesas Fixas.....  | 32 |
| 2.9.5. Ponto de Equilíbrio em Quantidade.....                                 | 32 |
| 2.9.6. Ponto de Equilíbrio em Valor. ....                                     | 32 |
| <b>2.10. AVALIAÇÃO ESTRATEGICA</b> .....                                      | 33 |
| <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....   | 34 |
| <b>REFERÊNCIAS</b> .....  | 36 |
| <b>APÊNDICE A – TERMO DE CONTRATO SOCIAL</b> .....                            | 37 |
| <b>APÊNDICE B – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS</b> ..... | 40 |
| <b>APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE CAMPO</b> .....                   | 41 |

## 1. INTRODUÇÃO

Na prática, a sustentabilidade está definida como a capacidade que o indivíduo ou um grupo de pessoas tem em se manterem dentro de um ambiente sem causar impactos à ele. No Brasil, a expressão “sustentabilidade”, ganhou dimensões maiores após a realização da Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (ECO), em 1992, no Rio de Janeiro.

Diante dos graves problemas ambientais que o mundo vem sofrendo vimos à necessidade da adoção de práticas sustentáveis atreladas à tecnologia que resultam a médio e longo prazo numa nova perspectiva de vida para nossos sucessores e lhes garantirão a manutenção dos recursos naturais necessários para uma melhor qualidade de vida.

O Prof. Judas Tadeu Grassi Mendes, Ph.D. em economia pela Ohio State University (USA) e pós-doutor pela mesma universidade explica nesse trecho o porque da utilização dos recursos naturais:

As necessidades humanas são crescentes pelo fato da população mundial continuar crescendo e a renda dos consumidores, apesar da péssima distribuição da riqueza, também continua crescendo. Com mais gente e com mais renda, a demanda global por bens e serviços se expande, pressionando por mais recursos econômicos. Entre os recursos econômicos, há os recursos naturais, os humanos e o capital, sendo que este nada mais é do que a combinação dos dois primeiros. (MENDES, 2001, p 101).

Este trabalho tem como principal objetivo, desenvolver uma alternativa para o carregamento de dispositivos eletrônicos através da energia solar e a conscientização ambiental tão escassa no dia-a-dia.

O projeto surgiu das necessidades atuais do ser humano estar conectado às informações, vida social e profissional através dos celulares, que hoje em dia possuem inúmeras funções e acabam tendo um grande consumo de energia. O ponto fraco das novas tecnologias tem sido a bateria, que ainda precisa de uma nova alternativa para ter uma maior duração. O estudo sobre a energia emitida pelo Sol nos faz perceber o quanto podemos aproveitá-la melhor. A energia solar é uma das alternativas mais promissoras, pois, é abundante, permanente e renovável, sendo muito importante na preservação do meio ambiente, além de possuir vantagens sobre as outras formas de obtenção de energia, como: não ser poluente, não influenciar no efeito estufa, não precisar de turbinas ou geradores como para a

produção de energia elétrica, não polui e nem prejudica o ecossistema. Preservar o meio ambiente para não comprometer os recursos naturais das gerações futuras é um conceito que não deve ser desprezado.

A ideia principal é a bateria externa que acumulará energia gerada pelo sol e luz artificial, o diferencial não está no carregador, mas sim no dispositivo portátil que acumulara a energia e servira de carga extra para o celular.

A empresa teria como objetivo a divulgação não só do produto, mas também a sustentabilidade, qualificações e benefícios do produto:

- Economia na energia
- Praticidade durabilidade do carregador.

Com a propagação da venda os designers poderiam ser personalizados de acordo com o estilo do usuário. O nosso projeto é entrar no mercado regional a princípio; temos como objetivo futuro fazer parcerias que invista nesse projeto, já que o mercado é um dos que mais cresce no Brasil.

O grande desafio é mostrar que o produto por conta da sua praticidade e durabilidade, viabilidade em um prazo curto compensaria o preço um pouco acima do que os já existentes no mercado.

Existem atualmente no mercado diversos tipos de carregadores solares para celular, como também para outros equipamentos, que vão dos mais modernos até os mais simples. Tendo em vista que não exista um que seja como o nosso. A ideia de ter um carregador portátil e um dispositivo que funcione como bateria externa é nova no mercado, e isso iria agregar ao produto, que usaríamos um marketing como 2 em 1. Venderíamos a atacado e varejo em parceria com as lojas da região.

O dispositivo poderia ser vendido unitário, e o carregador teria cinco entradas de USB que permitiriam cinco dispositivos sendo carregados juntos aumentando o custo benefício do produto.

Viver num mundo conectado, onde dependemos dos aparelhos móveis como celulares, tabletes e notebooks para os afazeres diários demanda incluir na rotina o carregamento desses aparelhos. No entanto, caso a bateria acabe, não é sempre que existe uma tomada disponível, como em viagens de ônibus, um passeio na praia, andando na rua ou fazendo trilhas em regiões desoladas.

Desta forma, em localidades onde haja sinal da operadora, mas a disponibilidade de energia convencional é inexistente ou limitada, a luz solar poderá

ser utilizada como fonte de energia alternativa, fazendo com que o uso do celular não fique comprometido.

A humanidade tem enfrentado problemas assustadores em todas as épocas, mas as gerações atuais enfrentam um conjunto de desafios que é único. Os sistemas ambientais dos quais depende a vida estão sendo ameaçados no plano local, regional e planetário pelas ações humanas. E, embora um grande número de pessoas esteja desfrutando de níveis nunca antes vistos de prosperidade material, um número ainda maior permanece atolado na pobreza crônica, sem acesso aos mais básicos serviços e confortos modernos, e com oportunidades mínimas para avanço social (educação, por exemplo) e econômico. Ao mesmo tempo, a instabilidade e conflitos em muitas partes do mundo criaram novos e profundos riscos à segurança e ao meio ambiente.

“No mundo cerca de cinco bilhões e meio de pessoas aproximadamente poderão viver em áreas com moderada ou séria falta de água, dentro de uma expectativa de até 30 anos.” (ONU, 2010)

Do ponto de vista ambiental, está cada vez mais claro que os atuais hábitos da humanidade em relação à energia devem mudar para reduzir riscos significativos de saúde pública, evitar pressões insuportáveis sobre sistemas naturais fundamentais e, em especial, gerenciar os riscos substanciais causados pelas mudanças climáticas globais.

A poluição do ar relacionada com a energia (incluindo a má qualidade do ar em ambientes fechados, causada pelo uso de combustíveis sólidos para cozinhar e aquecer) não apenas cria riscos substanciais à saúde pública, especialmente onde os controles de emissão são limitados ou inexistentes, mas também danifica ecossistemas, degrada materiais e estruturas e prejudica a produtividade agrícola.

Embora os impactos ambientais mais óbvios da produção e uso de energia tenham sempre sido impactos locais significativos – incluindo o transporte de longa distância de certos elementos poluidores na atmosfera – sabe-se agora que eles ocorrem em escala regional, continental e mesmo transcontinental. No nível global, a mudança climática está surgindo como o elo mais difícil e de consequências mais sérias entre energia e meio ambiente.

Nos países em desenvolvimento, em geral, 28% não contam com serviço de energia elétrica.

Os piores países são Burundi, Libéria e Chad onde 97% da população, em cada um, não têm energia elétrica. Na África do Sul, 25% dos habitantes estão no escuro. Expandir o acesso a energia é essencial para combater a pobreza global. E precisa acontecer com o menor custo e da maneira mais sustentável e limpa possível para ajudar os países em desenvolvimento. (ONU, 2010).

A produção e o uso de energia contribuem, mais do que qualquer outra atividade humana, para a mudança em força radiativa que está ocorrendo na atmosfera. Diante dos acontecimentos no Planeta, algumas dúvidas sobre a sustentabilidade surgem:

Por que o desenvolvimento sustentável é necessário?

Qual a contribuição da Cultura da Sustentabilidade para o futuro da humanidade?

Como se inicia uma vida de forma sustentável?

Qual a importância do vínculo da tecnologia com a sustentabilidade?

Por que ainda não é amplamente utilizada a sustentabilidade no planeta?

De que forma a sustentabilidade contribui nas metrópoles consideradas “selvas de pedras”?

Como a sustentabilidade amenizara a falta de água no planeta?

Facilitar a vida das pessoas lhes proporcionado praticidade no dia-a-dia e ao mesmo tempo garantindo a existência dos recursos naturais, através da sustentabilidade, principalmente a água-o recurso natural existente mais importante.

Criação de uma empresa sustentável através da Ferramenta CANVAS de Modelagem de Negócios.

Aproveitamento das fontes de energia renovável e limpa abundante.

Agregar tecnologia à sustentabilidade

Conscientização em relação a não degradação ambiental na fabricação de um produto sustentável ao contrario da fabricação de um produto convencional.

Demonstrar o custo-benefício de um produto sustentável através do fácil acesso a fonte de energia e conseqüentemente na economia adquirida.

É fundamental a criação de novas tecnologias rumo à conquista e conscientização da sustentabilidade. Mesmo que essas inovações não sejam

capazes de solucionar todo o problema causado pela ação do homem, mas é necessária uma mudança nos hábitos de consumo, que haja direta ou indiretamente contra o meio ambiente.

“O avanço maior, é o reconhecimento do desenvolvimento sustentável como uma possível e aceitável solução para os problemas ambientais e sociais enfrentados pelo mundo”. (CAMARGO, 2004, p 78).

A criação de uma empresa sustentável é importante na vida das pessoas, pois não oferece riscos ao meio ambiente e a saúde, o produto deve ser acessível a todos através de bons preços e durabilidade para que as pessoas pratiquem essa ideia.

O aproveitamento da energia renovável é mais uma iniciativa que visa economia consciente não só na economia de energia, mas em seu custo benefício que ira ser maior com o tempo.

Com a tecnologia cada vez mais presente, o grande objetivo é usa-la de forma consciente que não agrida o meio ambiente trazendo credibilidade ao nosso produto já que se trata de algo que todos procuram nos dias atuais.

Conscientizar as pessoas sobre a importância de preservar o meio ambiente não é só essencial, mas também é uma obrigação de quem se preocupa com o futuro. De forma indireta o nosso produto se beneficia já que se trata de um produto sustentável, esta conscientização pode ser feita através do marketing que visa mostrar a qualidade do nosso produto e mostrar a importância da sustentabilidade nos dias atuais.

Pode-se entender o conceito de tecnologia sustentável como sendo a junção e a aplicação de todas as ciências de que o ser humano dispõe, para, de modo prioritário, possamos dar continuidade, não só de nossa, como também das gerações futuras.

Adaptar as tecnologias existentes, assim como as futuras tecnologias, dando-lhes cada vez mais eficiência, de modo que os impactos ambientais sejam cada vez menores, são objetivos primários da tecnologia sustentável e, por consequência, a sustentabilidade se torne verdadeiramente a nossa realidade.

Promover a tecnologia sustentável é um trabalho simples, apresentar as teorias por trás do seu impacto é fácil, mas incluí-las em projetos atuais é mais complicado. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs)



estão se transformando ao ponto de podermos falar até mesmo de seu papel revolucionário, enfrentando, por isso, certa oposição.

Para levar isso à prática, o desenvolvimento sustentável tem um papel fundamental em cinco estratégias principais: comunicação para todos, redução do impacto sobre o meio ambiente, facilitar o surgimento de uma economia principalmente da água, conduzir o negócio de forma responsável e liderar com valores.

O grande problema da utilização de tecnologia sustentável no Brasil é que investimos muito pouco, algo como apenas US\$ 50 por brasileiro por ano, enquanto na média dos países desenvolvidos de um modo geral ultrapassa US\$ 400 por habitante/ano. Como a economia brasileira até poucos anos atrás era muito fechada, não havia muitos estímulos para as empresas serem competitivas, como acontece atualmente por pressão do mercado, que está num ambiente de muita competição.

A falta de conhecimento do ser humano em relação à sustentabilidade e ao que isto implica, pode ter consequências catastróficas. Nos dias de hoje é preciso que cada indivíduo tenha a consciência de que é necessário se preocupar e cuidar do meio ambiente no qual se vive. E para isto, é preciso estar atento a cada atitude e repensar a forma como se vive dentro deste ambiente. A continuação e sobrevivência da raça humana estão totalmente dependentes da conservação dos recursos naturais de nossas matas, florestas, rios, lagos e oceanos.

“No mundo cerca de cinco bilhões e meio de pessoas aproximadamente poderão viver em áreas com moderada ou séria falta de água, dentro de uma expectativa de até 30 anos.” (ONU Revista Mercado Edição 34 - setembro 2010)

A água é o recurso natural mais valioso deste milênio e por ser um recurso de qualidade finita, o Brasil, como um país privilegiado em termos de disponibilidade hídrica, deve melhorar as políticas públicas que busque de forma efetiva preservar e utilizar de forma racional esse recurso. Atingido esse objetivo, há possibilidade, inclusive, de que em um futuro próximo o Brasil seja um grande exportador de água. Temos uma grande responsabilidade, pois a gestão das águas no Brasil deve conciliar soberania nacional com o fato de que a água também é um patrimônio da humanidade.

Pensando ainda no problema da água, a energia solar também é um grande aliado na ajuda de tentar suprir o gasto excessivo na produção de energia elétrica, pois privilegiado pela alta incidência de raios solares em seu território e pelas reservas de quartzo para produção de silício grau solar, utilizado na fabricação de células solares, o Brasil tem condições de figurar em situação bastante confortável quanto à geração energética até a metade deste século.

Esta enorme atratividade do Brasil para investimento solar faz com que nosso país tenha potencial para se consolidar como uma das principais lideranças no setor de energia solar, alternativa de baixo impacto ambiental que deverá gerar milhões de empregos nos próximos anos.

Este tipo de sistema tem conhecido nos últimos tempos uma significativa redução de preço, a par do aumento das suas características de rendimento e confiabilidade. O grande desafio atual é definir as políticas que potencializarão a desejada penetração da energia elétrica fotovoltaica com um custo social aceitável e com um rendimento mais proveitoso.

Já em escala mundial, segundo um levantamento feito pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnude) mostra que 1,5 bilhões de pessoas em todo o mundo ainda não têm acesso a energia elétrica.

No subcontinente africano, as estatísticas apresentadas pela ONU mostram que cerca de 74% da população não têm acesso a energia elétrica, contra 2% no Brasil, por exemplo.

Nos países em desenvolvimento, em geral, 28% não contam com serviço de energia elétrica. Segundo a ONU, os piores países são Burundi, Libéria e Chad onde 97% da população, em cada um, não têm energia elétrica. Na África do Sul, 25% dos habitantes estão no escuro. Expandir o acesso a energia é essencial para combater a pobreza global. E precisa acontecer com o menor custo e da maneira mais sustentável e limpa possível para ajudar os países em desenvolvimento.

A energia gerada pelo sol que é inesgotável, em escala de tempo surge como uma das principais fontes de energia para diminuir tal problema, pelo aspecto geográfico destes países sendo talvez uma das alternativas energéticas mais promissoras atualmente e uma luz ao fim do túnel desta dependência excessiva dos combustíveis fósseis.

O presente trabalho é de natureza qualitativa, nossa pesquisa será desenvolvida no município de Tupã, e terá o objetivo de pesquisar a relação das pessoas com a sustentabilidade e energias renováveis.

A partir de dados coletados será possível, conhecer as pessoas que se preocupam com a sustentabilidade e suas faixas etárias, podendo trabalhar com estes dados para uma possível divulgação direcionada ao público que condiz com a pesquisa feita.

Nossa coleta de dados será realizada através de pesquisa de campo realizada com alunos da Escola ETEC Prof. Massuyuki Kawano, no município de Tupã-SP, e em estudos relacionados às empresas que possuem colaboradores externos que necessitam da comunicação entre empresa/colaborador, colaborador/empresa e/ou colaborador/colaborador inicialmente no município de Tupã-SP.

As pessoas que irão se interessar pelo nosso projeto serão do público ligado à tecnologia e ao mesmo tempo preocupado com a sustentabilidade.

Empresas consumidoras (que possuem colaboradores externos, tais como: vendedores, suportes técnicos, caminhoneiros entre outros).

## 2. PLANO DE NEGÓCIOS

### 2.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A Never Off é uma Micro Empresa fundada em 2015 por estudantes do Curso Técnico de Administração – do Centro Paula Souza – ETEC Profº Massuyuki Kawano- Tupã-SP.

A empresa ficará localizada na Avenida Tamoios, nº 406, Centro, onde atuaremos na área de Indústria e Comércio, sendo que na indústria será fabricada uma bateria externa carregada através da energia solar para aparelhos com entrada universal (micro usb-b) , e no comércio atuará com vendas no varejo através de televendas, propagandas comerciais e site para todo o público que possuir aparelho com esse tipo de entrada; e representantes comerciais que farão visitas externas para pessoa jurídica, onde para esse público será enfatizada a opção de aluguel no atacado. O nosso maior objetivo é agregar tecnologia e sustentabilidade através de um produto prático, inovador e de alta qualidade para suprir a necessidade dos nossos clientes, pessoas que dependem de aparelhos celulares em seu dia-a-dia para se comunicar, realizar tarefas diárias, empresas que possuem qualquer tipo de colaborador externo e se utilizam dos seus aparelhos e consequentemente dependem da bateria desses aparelhos para manter a conectividade. O público alvo serão todas as pessoas “dependentes” da tecnologia e que se preocupam com o meio ambiente

A empresa dispõe de 100.000,00 (cem mil reais), através das quotas igualmente disponibilizadas pelos sócios. Nossa captação de recursos será realizada através de investidores, para os quais serão apresentados o nosso projeto/plano de negócios e através de parcerias feita com empresas com a mesma linha de segmento- tecnologia e sustentabilidade.

As projeções de fluxo do caixa dão apoio à certeza de que a empresa terá fundos suficientes para arcar com os compromissos assumidos, melhorar a qualidade dos seus serviços, implementar as ações de marketing, visando a satisfação dos clientes. Para obter sucesso no mercado a Never Off tem o propósito de oferecer serviços de última geração com o intuito de criar uma base fiel com seus clientes.

## 2.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

### 2.2.1 Dados dos fundadores e empresários

| <b>Fundador 01</b>                                   |                           |
|--|---------------------------|
| Nome: Aparecida Aguiar Albano                        |                           |
| Endereço: Rua Abud Gantus nº235, Jardim Santa Adélia | Cidade/Estado: Tupã – SP  |
| E-mail: cida.aguiar235@gmail.com                     | Telefone: (14) 99628-2274 |

Atribuição do Fundador 01: Gerente Administrativo / Vendas / Recursos Humanos

| <b>Fundador 02</b>                                |                            |
|---|----------------------------|
| Nome: Daniel Albano da Silva                      |                            |
| Endereço: Rua Manoel Viana da Silva, nº02, CDHU-A | Cidade/Estado: Queiroz -SP |
| E-mail: albanodaniel114@gmail.com                 | Telefone: (14)99615-9487   |

Atribuição do Fundador 02: Gerente Administrativo / Marketing / Logística

| <b>Fundador 03</b>                                     |                          |
|--|--------------------------|
| Nome: Jonas Vieira Costa Lozano Segobia                |                          |
| Endereço: Rua Geraldo Vicinancio, nº 10, Jardim Marabá | Cidade/Estado: Tupã -SP  |
| E-mail: jonas_lozano@hotmail.com                       | Telefone: (14)99710-0535 |

Atribuição do Fundador 03: Gerente Administrativo / Produção / Contábil

| <b>Fundador 04</b>                                 |                             |
|--|-----------------------------|
| Nome: Josiel da Silva Alves                        |                             |
| Endereço: Rua Jose Rose de Oliveira, nº161, Centro | Cidade/Estado: Luizânia -SP |
| E-mail: josiel21_2015@outlook.com                  | Telefone: (18)99683-1057    |

Atribuição do Fundador 04: Gerente Administrativo / Contábil / Recursos Humanos

### 2.2.2. Experiência profissional E Atribuições

#### **Aparecida Aguiar Albano:**

**Formação:** Curso Técnico de Administração no Centro Paula Souza - ETEC Profº Massuyuki Kawano;

**Cursos:** Informática Básica / Técnico em Administração / Comunicação / Vendas.

**Experiência Profissional:** Vendas / Operadora de Telemarketing / Secretária / Caixa / Supervisor de Vendas

**Daniel Albano da Silva:**

**Formação:** Ensino Médio / Magistério / Curso Técnico de Administração no Centro Paula Souza - ETEC Profº Massuyuki Kawano;

**Cursos:** Informática Básica / Técnico em Redes da Computação / Técnico em Administração

**Experiência Profissional:** Auxiliar de Expedição, Coordenador de Setor, Agente Administrativo.

**Jonas Vieira Costa Lozano Segobia:**

**Formação:** Ensino Médio / Curso Técnico de Administração no Centro Paula Souza - ETEC Profº Massuyuki Kawano;

**Cursos:** Informática / Hardware / Web designer

**Experiência Profissional:** Auxiliar de Eletricista / Repositor / Auxiliar em trabalhos com gesso.

**Josiel da Silva Alves:**

**Formação:** Ensino Médio / Curso Técnico de Administração no Centro Paula Souza - ETEC Profº Massuyuki Kawano;

**Cursos:** Informática Básica / Técnico em Administração

**Experiência Profissional:** Auxiliar de Serviços Gerais

### 2.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: ADJJ - Tecnologia Sustentável do Brasil – Ltda./ Never Off

CNPJ: 12.345.678/0001-10

### 2.3.1. Missão e Visão da Empresa

**Missão:** Atender com excelência às demandas dos clientes, pelo desenvolvimento e oferta do produto que contribua para a melhoria da qualidade de vida das pessoas, através da conectividade de forma sustentável.

**Visão:** Ser uma empresa referência de impacto positivo no ramo da Tecnologia da Informação e Tecnologia da Comunicação através da sustentabilidade.

### 2.3.2. Setor de Atividade

O setor de atividade da empresa será Indústria e Comércio, onde na Indústria se realizara através da produção de uma bateria externa para aparelhos com entrada universal, onde esta será recarregada através da energia solar. E no comércio, com vendas no varejo através de representantes comerciais, tele vendas, propagandas comerciais e site para todo o público que possuir aparelho com esse tipo de entrada; e aluguel/vendas para pessoa jurídica, onde para esse público será enfatizada a opção de aluguel no atacado.

### 2.3.3. Forma Jurídica

A empresa atuará na forma de Micro Empresa onde a burocracia é bem menor em relação às empresas de maior porte, já que uma série de procedimentos é simplificada.

A ideia de que a redução da burocracia, além de simplificar e agilizar os processos internos, também reduz muito o custo para manter a empresa. Menos burocracia significa menos funcionários tendo que trabalhar para cumprir exigências do Estado.

O ambiente de uma microempresa permite, ainda, um maior envolvimento dos funcionários, que estão diretamente implicados em cada uma das decisões do negócio.

#### 2.3.4. Enquadramento Tributário

A empresa se enquadrará no Regime Simples Nacional, que garante tratamento tributário diferenciado às microempresas e empresas de pequeno porte. Será enquadrada nesse regime, pois nele, uma série de tributos federais, estaduais e municipais como IRPJ, IPI, CSLL, COFINS, PIS, INSS, ICMS e ISS são pagos em uma única arrecadação, facilitando imensamente o recolhimento.

O Simples Nacional está previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

#### 2.4. CAPITAL SOCIAL

| <b>Nomes do Fundador</b>          | <b>Valor do Capital Integralizado</b> |
|-----------------------------------|---------------------------------------|
| Aparecida Aguiar Albano           | R\$ 25.000,00                         |
| Daniel Albano da Silva            | R\$ 25.000,00                         |
| Jonas Vieira Costa Lozano Segobia | R\$ 25.000,00                         |
| Josiel da Silva Alves             | R\$ 25.000,00                         |

#### 2.5. FONTE DE RECURSOS

Nossa captação de recursos será realizada através das quotas disponibilizadas pelos sócios; através de investidores, para os quais serão apresentados o nosso projeto/plano de negócios e através de parcerias feita com empresas com a mesma linha de segmento- tecnologia e sustentabilidade.

Com esses recursos, serão adquiridos os móveis da Empresa como, mesas, cadeiras, computadores, e também os equipamentos e ferramentas necessários para a fabricação do produto como máquinas de solda elétrica, alicate, chaves de fenda, EPI'S.

O fato do processo de fabricação do nosso produto ser frágil será investido também em melhorias no prédio da empresa como piso emborrachado na linha de produção.

R\$25.000,00 para as compras das maquinas

R\$15.000,00 usados para a contratação e qualificação dos nossos funcionários,

R\$10.000,00 para licenças e alvarás.



R\$10.000,00 será disponibilizado para divulgação do nosso produto  
R\$15.000,00 serão usados para compra da matéria prima.  
R\$ 20.000,00 será usado como capital de giro  
R\$ 5.000,00 usado em aplicação bancaria.

## 2.6. ANÁLISE DE MERCADO

### 2.6.1 Análise dos Clientes

O público alvo serão todas as pessoas “dependentes” da tecnologia e que se preocupam com o meio ambiente. Pessoas que dependem de aparelhos tecnológicos em seu dia-a-dia para se comunicar, realizar tarefas diárias e que consequentemente dependem da bateria desses aparelhos.

Empresas que possuem qualquer tipo de colaborador externo e dependem dos aparelhos para se comunicarem.

O foco da empresa inicialmente será a Região de Marília e Bauru, onde juntas abrangem 90 municípios.

### 2.6.2. Análise dos concorrentes

|                | <b>Qualidade do Produto/Serviço</b> | <b>Preço</b> | <b>Condições de Pagamento</b> | <b>Atendimento</b> | <b>Serviços Oferecidos</b> |
|----------------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------|--------------------|----------------------------|
| <b>Nokia</b>   | Ótimo                               | R\$129,00    | Cartão                        | Bom                | Lojas e internet           |
| <b>Samsung</b> | Bom                                 | R\$99,00     | Cartão                        | Bom                | Lojas e internet           |
| <b>Sony</b>    | Ótimo                               | R\$99,00     | Cartão                        | bom                | Lojas e internet           |

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Conclusão da Análise dos Concorrentes: A Nokia e a Sony se destaca pois investem em design e sofisticação além de melhorarem sua qualidade em relação a durabilidade do produto, a Nokia por sua vez busca um publico com mais recursos financeiros pois seus preços são um pouco mais elevados a Sony por sua vez alinha uma boa qualidade com preços acessíveis ao mercado brasileiro. A Samsung consegue um preço bom, mas sua qualidade no produto e um pouco mais inferior em relação aos outros concorrentes devido a pouca durabilidade. Todos nossos concorrentes possuem vários produtos diversificados e de preços diferentes porem nenhum deles oferece um dispositivo que funciona como bateria externa e carregador portátil carregável através de um recurso natural.

### 2.6.3. Análise dos Fornecedores

| <b>Ordem</b> | <b>Nome do Fornecedor</b> | <b>Descrição do Item</b>                | <b>Preço</b> | <b>Condições Pagamento</b> | <b>Prazo de Entrega</b> | <b>Localização do Fornecedor</b>                                |
|--------------|---------------------------|---|--------------|----------------------------|-------------------------|---|
| 1            | TMG ELETRONICA            | Regulador de tensão de 5 V modelo 7805  | R\$ 2,97     | 30 DIAS                    | 05 DIAS                 | Avenida Rio Branco, 736 - 2º andar - Campos Eliseos - São Paulo |
| 2            | TMG ELETRONICA            | Capacitor eletrolítico de 100 uF / 50 V | R\$ 2,96     | 30 DIAS                    | 05 DIAS                 | Avenida Rio Branco, 736 - 2º andar - Campos Eliseos - São Paulo |

|    |                  |  |           |         |         |   |
|----|------------------|--|-----------|---------|---------|---|
| 3  | TMG ELETRONICA   | Capacitor de poliéster de 0,1 uF /63 V | R\$ 1,40  | 30 DIAS | 05 DIAS | Avenida Rio Branco, 736 - 2º andar - Campos Eliseos - São Paulo |
| 4  | TMG ELETRONICA   | Resistor de 150 ohms e ¼ W             | R\$ 0,63  | 30 DIAS | 05 DIAS | Avenida Rio Branco, 736 - 2º andar - Campos Eliseos - São Paulo |
| 5  | TMG ELETRONICA   | LED                                    | R\$ 1,98  | 30 DIAS | 05 DIAS | Avenida Rio Branco, 736 - 2º andar - Campos Eliseos - São Paulo |
| 6  | NET COMPUTADORES | Conector Micro USB macho               | R\$ 0,99  | 30 DIAS | 05 DIAS | Av. Ângelo Franzin, 410, Rosa da Fonseca, São Pedro - SP        |
| 7  | NET COMPUTADORES | Conector Micro USB fêmea               | R\$ 0,99  | 30 DIAS | 05 DIAS | Av. Ângelo Franzin, 410, Rosa da Fonseca, São Pedro - SP        |
| 8  | TMG ELETRONICA   | Chave liga/desliga para o conjunto     | R\$ 4,98  | 30 DIAS | 05 DIAS | Avenida Rio Branco, 736 - 2º andar - Campos Eliseos - São Paulo |
| 9  | TMG ELETRONICA   | Conector de fios para placa            | R\$1,42   | 30 DIAS | 05 DIAS | Avenida Rio Branco, 736 - 2º andar- Campos Eliseos - São Paulo  |
| 10 | TMG ELETRONICA   | Placa de circuito padrão               | R\$ 14,90 | 30 DIAS | 05 DIAS | Avenida Rio Branco, 736 - 2º andar - Campos Eliseos - São Paulo |
| 11 | USINA INFO       | Painel solar de pelo menos 6 V         | R\$ 35,90 | 30 DIAS | 05 DIAS | R. Marechal Floriano, 2183,CEP: 98803-275 Santo Ângelo/RS       |
| 12 | STREMA BATERIAS  | Bateria CP-Z -17 3.7 V 800mAh          | R\$38,60  | 30 DIAS | 05 DIAS | Rua Budapeste, 308 - Vila Anchieta - São Paulo/SP               |

## 2.7. PLANO DE MARKETING

### 2.7.1 Descrição do Produto

O produto se trata de um dispositivo que acumula energia absorvida através de um carregador solar, uma mini bateria, que será utilizada na entrada USB dos aparelhos (entrada utilizada para recargas convencionais de energia). A intenção desse produto é suprir, não totalmente, a falta de bateria dos aparelhos em momentos que seu usuário depender das mesmas. Seu tempo de duração dependerá do seu modo de uso, assim como uma bateria normal. Sua utilização é simples, apenas encaixá-la na entrada USB. Por ser mini, poderá ser transportado de forma discreta. Sua entrega após a compra poderá ser realizada através dos serviços de transportadoras, correios ou até mesmo a retirada na própria empresa.

### 2.7.2. Preço

| <b>Preço</b> | <b>Produto</b>        |
|--------------|-----------------------|
| R\$ 120,00   | Carregador Never off  |
| R\$ 55,00    | Dispositivo Never off |

O carregador Never off será vendido por R\$120,00 e o Dispositivo Never off será vendido separado por R\$55,00

### 2.7.3 Estratégias Promocionais

O produto será apresentado em propagandas e anúncios por meio dos canais de comunicação (televisão, radio, internet), através de publicidades feitas em feiras tecnológicas ou sustentáveis. Nas formas visíveis de propagandas, será demonstrada a utilização do produto e a geração da economia de energia, assim já ressaltando seu custo-benefício.

#### 2.7.4 Estrutura de Comercialização

A pré- venda funcionara por forma de pesquisas e um marketing objetivo que procura chegar ao nosso publico alvo, o produto será comercializado através de lojas na região, sites, além de vendedores que irá divulgar o produto a empresas que queiram alugar nossos dispositivos com um preço inferior ao de venda.

O site de vendas do nosso produto terá uma parte de atendimento ao cliente onde responderá duvidas e realizara sorteios e ira interagir com os clientes além de nossas lojas que sempre terá promoções visando interagir com nossos clientes.

Teremos também um S.A. C que atenderá os nossos clientes e disponibilizará um suporte técnico se necessário.

Será comercializada 01 unidade em cada embalagem acoplada em sua base que será seu carregador, que se trata de um carregador que absorve energia do sol, o qual terá entrada para 05 dispositivos. Serão comercializadas também unidades de dispositivos separadas.

#### 2.7.5 Localização da Empresa

|  |                       |
|--|-----------------------|
| Endereço da Empresa: Avenida Tamoios, N° 406 |                       |
| Bairro: Centro                               | Cidade/Estado:Tupã-SP |
| Telefone/Fax: 14-99615-9487                  |                       |

A ADJJ – Dispositivo Sustentável do Brasil. LTDA – NEVER OFF, será localizada na Avenida Tamoios, nº406 , Centro, Tupã –SP, pois se trata de um ponto estratégico que fica no Centro do município de maior densidade geográfica dentre os locais das residências de seus fundadores.

É um local de fácil acesso para os habitantes do município e de municípios vizinhos, onde se encontra o centro comercial do município. O local é também é um ponto estratégico para seus fundadores, pois se trata de um local seguro e de fácil acesso para a resolução de problemas que vierem a ocorrer.



### 2.8.2. Capacidade Produtiva

- 44 horas trabalhadas semanais 176 horas trabalhadas por mês.
- 10 minutos para produzir 1 produto logo a cada hora produzirá 6 unidades \* 176 horas logo minha capacidade produtiva será 48 por dia e 1056 mensal.

### 2.8.3. Necessidade de Pessoal

| <b>Cargo</b>            | <b>Função</b>      | <b>Qualificação Necessária</b>  |
|-------------------------|--------------------|---|
| Aux. Produção           | Produção           | Ensino médio, experiência em linha de produção                        |
| Qualidade               | Teste de Qualidade | Ensino Médio, Experiência em Qualidade                                |
| Aux. Produção           | Produção / estoque | Ensino médio, experiência em linha de produção                        |
| Serviços Gerais         | Serviços Gerais    | Ensino Médio  |
| Aux. Almoxarife         | Almoxarifado       | Ensino Médio, experiência em Organização de estoque.                  |
| Representante Comercial | Vendas             | Ensino médio, Experiência em vendas externas, Atendimento ao publico. |
| Assistência Técnica     | Técnico            | Ensino Médio, Técnico ou Superior em Eletro Eletrônica.               |

OBS: Auxiliar de produção, na função produção, será necessários 05 funcionários  
Qualidade serão necessários 02 funcionários.

## 2.9. PLANO FINANCEIRO

### 2.9.1. Preço de Venda

|                        |                  |
|------------------------|------------------|
| <b>Preço de Vendas</b> | <b>R\$120,00</b> |
|------------------------|------------------|

### 2.9.2. Custo Variável

|  |                  |
|--|------------------|
| 1- Custo (matéria Prima ou embalagens) | R\$ 68,70        |
| 2-Comissão/Impostos                    | R\$ 7,20         |
| <b>Custos Variáveis (1+2)</b>          | <b>R\$ 75,90</b> |

### 2.9.3. Margem de Contribuição

|  |                 |
|--|-----------------|
| 1- Preço de Venda  | R\$ 120,00      |
| 2-Custo Variável   | R\$75,90        |
| <b>3- Margem de Contribuição (1-2)</b>                         | <b>R\$44,10</b> |
| <b>4-Índice da Margem de contribuição (item 3/ item 1x100)</b> | <b>37%</b>      |

### 2.9.4. Despesas Fixas

|                           |                     |
|---------------------------|---------------------|
| Aluguel                   | 700,00              |
| Energia Elétrica          | 220,00              |
| Água                      | 150,00              |
| Telefone                  | 150,00              |
| Salários                  | 12.788,00           |
| IPTU                      | 120,00              |
| Material Escritório       | 200,00              |
| Material Limpeza          | 150,00              |
| Pró Labore                | 3.152,00            |
|                           |                     |
| <b>Total Despesa Fixa</b> | <b>R\$17.630,00</b> |

### 2.9.5. Ponto de Equilíbrio em Quantidade

|   |               |
|---|---------------|
| 1- Despesa Fixa                             | R\$ 17.630,00 |
| 2-Margem de Contribuição                    | R\$44,10      |
| <b>3- Ponto de Equilíbrio em Qtde (1/2)</b> | <b>400</b>    |

### 2.9.6. Ponto de Equilíbrio em Valor.



|  |                      |
|--|----------------------|
| 1- Despesa Fixa                              | R\$ 17.630,00        |
| 2-Margem de Contribuição                     | 37%                  |
| <b>3- Ponto de Equilíbrio em valor (1/2)</b> | <b>R\$ 47.648,65</b> |

## 2.10. AVALIAÇÃO ESTRATEGICA

Fazer a Análise SWOT do Plano de Negócio Descritivo desenvolvido.

|                      | <b>Fatores Internos<br/>(Controláveis)</b>   | <b>Fatores Externos<br/>(Incontroláveis)</b>   |
|----------------------|--|--|
| <b>Pontos Fortes</b> | <b>Forças</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produto ecologicamente correto</li> <li>• Fonte de energia renovável e abundante</li> </ul>   | <b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produto inovador</li> <li>• Harmonia com o meio ambiente (Produção sustentável)</li> <li>• Mercado em expansão</li> <li>• Investidores</li> </ul>                                  |
| <b>Pontos Fracos</b> | <b>Fraquezas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investimento inicial alto</li> <li>• Necessidade de mão de obra qualificada</li> <li>• Necessidade de Marketing constante e agressivo</li> </ul> | <b>Ameaças</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A marca e o os benefícios do produto não são conhecidos</li> <li>• Preços de concorrentes</li> <li>• Alta do dólar</li> <li>• Inflação</li> <li>• Necessidade de alto capital</li> </ul> |

Conclusão da Análise SWOT:

Avaliando os pontos fracos chegamos à conclusão que o alto investimento no produto, a mão de obra pouco qualificadas são problemas que temos que achar soluções.

Investir no marketing conscientizando as pessoas seria a saída, além de enfatizar o produto inovador falaríamos à economia o que o produto oferece a longo prazo. A marca precisara de um trabalho bem elaborado de marketing constante e agressivo

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos graves problemas ambientais que o mundo vem sofrendo vimos à necessidade da adoção de práticas sustentáveis atreladas à tecnologia que resultam a médio e longo prazo numa nova perspectiva de vida para nossos sucessores e lhes garantirão a manutenção dos recursos naturais necessários para uma melhor qualidade de vida.

O projeto surgiu das necessidades atuais do ser humano estar conectado às informações, vida social e profissional através dos celulares, que hoje em dia possuem inúmeras funções e acabam tendo um grande consumo de energia. O ponto fraco das novas tecnologias tem sido a bateria, que ainda precisa de uma nova alternativa para ter uma maior duração.

Nossa empresa tem como principal objetivo, desenvolver uma alternativa sustentável para o carregamento de baterias e a conscientização ambiental, uma das maiores preocupações atuais.

Chegamos a conclusão que para o nosso produto existem 3 concorrentes com fluxo de capital muito grande comparando a nossa empresa, sem contar que são marcas já consolidadas no mercado, ficamos então por equilibrar essa diferença no capital com um produto que além de ser sustentável traz um retorno a longo prazo. Uma das dificuldades foi organizar no projeto um marketing agressivo que chegue até os futuros clientes para que nossa marca seja conhecida.

Dentro da análise financeira mostra-se uma deficiência que precisa ser inicialmente reparada em relação às despesas fixas onde temos custos elevados, logo, isso exige um fluxo grande de vendas para uma empresa que se inicia no mercado e não tem uma marca reconhecida, por isso a necessidade da divulgação e propagação da marca e do produto

Em relação a análise SWOT existe uma preocupação com a alta do dólar já que as matérias primas de nosso produto, são peças importadas e isso refletiria no aumento da despesa fixa.

O Just in time seria uma solução a ser pensada em relação de diminuir custos e as despesas fixas.

Avaliando os pontos fracos chegamos à conclusão que o alto investimento no produto, a mão de obra pouco qualificadas são problemas que temos que achar soluções.

Investir no marketing conscientizando as pessoas seria a saída, além de enfatizar o produto inovador exaltaríamos a economia o que o produto oferece em longo prazo. A marca precisara de um trabalho bem elaborado de marketing constante e agressivo.

## REFERÊNCIAS

**DINÂMICA AMBIENTAL.** Disponível em: <<http://www.dinamicambiental.com.br/blog/sustentabilidade/tecnologia-sustentavel/>> Acesso em: 20 abr. 2015 às 22:00 h.

BELTIARDO, Carla. **Como criar um mundo mais sustentável com o apoio da tecnologia.** Disponível em: <<http://www.adnews.com.br/artigos/como-criar-um-mundo-mais-sustentavel-com-o-apoio-da-tecnologia>> Acesso em: 27 abr.2015 às 21:40 h.

MENDES, Judas Tadeu Grassi. **Tecnologia e inovação para um caminho sustentável.** Disponível em <<http://www.protec.ufam.edu.br/index.php/artigos/258-artigo-tecnologia-e-inovacao-para-um-caminho-sustentavel>> Acesso em: 02 mai. 2015 às 14:30 h.

Mello, Fábio Bandeira de. **A importância real da sustentabilidade.** Disponível em <<http://www.capitalhumano-fgv.com.br/a-importancia-real-da-sustentabilidade/>> Acesso em: 18 mai. 2015 às 21:30 h.

BRASIL SUSTENTÁVEL. **Economia e meio ambiente no Brasil.** Disponível em <<http://www.brasilsustentavel.org.br/sustentabilidade>> Acesso em: 20 mai. 2015 às 22:00 h.

**Um panorama dos recursos hídricos no mundo.** Revista Mercado Edição 34 - setembro 2010. Disponível em: <<http://www.revistamercado.com.br/revista/sustentabilidade/um-panorama-dos-recursos-hidricos-no-mundo/>> Acesso em: 23 mai. 2015 às 16:00 h.

Borges, Leonardo. **A Energia Solar no Brasil e seus benefícios.** Disponível em: <<http://www.autossustentavel.com/2013/08/beneficios-energia-solar-brasil.html>> Acesso em: 25 mai. 2015 às 21:40 h.

**ESCO - EMPRESA DE SERVIÇO EM CONSERVAÇÃO DE ENERGIA.** Disponível em: <[http://www.apsengenharia.com.br/news\\_66.htm](http://www.apsengenharia.com.br/news_66.htm)> Acesso em: 27 mai. 2015 às 22:10 h.

## **APÊNDICE A – TERMO DE CONTRATO SOCIAL**

### **SOCIEDADE LIMITADA**

#### **CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE:**

#### **Empresa ADJJ Tecnologia Sustentável do Brasil**

#### **NEVER OFF**

1. Aparecida Aguiar Albano, brasileira, natural de Pompéia-SP, nascida aos 20 de junho de 1980, casada como comunhão de bens, Gerente Administrativa/Vendas, portadora do CPF: 279.525.998-51 ,RG: 31.697.427-2SSP/SP residente e domiciliada à Rua Abud Gantus, nº235, Jardim Santa Adélia, Tupã-SP, CEP: 17.603-760,

2. Daniel Albano da Silva, brasileiro, natural de Tupã-SP, solteiro, nascido aos 29 de março de 1984, Gerente Administrativo/Marketing, portador do CPF: 888.549.678-99, RG: 39.458.774-6SSP/SP, residente e domiciliado à Rua Manoel Viana da Silva, nº 02, CHDU, Queiroz-SP, CEP: 17.590-000,

3. Josiel da Silva Alves, natural de Luiziânia-SP, solteiro, nascido aos 18 de maio de 1993, Gerente Administrativo/Contabilidade, portador do CPF: 124.658.998-65, RG: 48.657.684-91SSP/SP residente e domiciliado à Rua Jose Rosa de Oliveira, nº 161, Centro, -Luiziânia-SP, CEP: 16.340-000,

4. Jonas Vieira Costa Lozano Segobia ,brasileiro, natural de Tupã-SP solteiro, nascido aos 30 de abril de 1993, Gerente Administrativo/Gerente de Produção, portador do CPF: 407.6.58.948-99, R.G 44.567.890-4SSP/SP, residente e domiciliado na Rua Geraldo Vicinancio, nº10, Jardim Marabá, Tupã-sp,CEP 17.602-754

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial ADJJ Tecnologia Sustentável do Brasil-LTDA – NEVER OFF e terá sede e domicílio na Avenida Tamoios, nº 406, Centro, Tupã-SP, CEP: 17.000-000.

2ª O capital social será R\$ 100.000,00 (CEM MIL reais) dividido em 04 quotas de valor nominal R\$25.000,00 (VINTE E CINCO MIL reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Aparecida Aguiar Albano, nº de quotas 01, valor R\$ 25.000,00.

Daniel Albano da Silva, nº de quotas 01, valor R\$. 25.000,00.

Jonas Vieira Costa Lozano Segobia, nº de quotas 01, valor R\$ 25.000,00.

Josiel da Silva Alves, nº de quotas 01, valor R\$. 25.000,00.

3ª O objeto será: Indústria e Comércio

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 01 de dezembro de 2015 e seu prazo de duração é indeterminado.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

13 O(s) Administrador (es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime

falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

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

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 04 vias.

Tupã, 30 de novembro de 2015.

aa) \_\_\_\_\_  
Aparecida Aguiar Albano

aa) \_\_\_\_\_  
Daniel Albano da Silva

aa) \_\_\_\_\_  
Jonas Lozano Vieira Segobia

aa) \_\_\_\_\_  
Josiel da Silva Alves

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

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

**Parcerias-Chave**  
 Quem são nossas Parcerias-Chave?  
 Quais são nossos Fornecedores-Chave?  
 Quais Recursos-Chave estamos adquirindo dos parceiros?  
 Quais Atividades-Chave os parceiros realizam?

**Atividades-Chave**  
 Quais Atividades-Chave são necessárias para entregar nossa(s) Proposta(s) de Valor?  
 Nossos Canais de Distribuição?  
 Relacionamentos com Clientes?  
 Fontes de Receita?

**Recursos-Chave**  
 Quais Recursos-Chave nossas Propostas de Valor requerem?  
 Nossos Canais de Distribuição? Relacionamentos com Clientes?  
 Fontes de Receita?

**Propostas de Valor**  
 Qual valor entregamos aos clientes?  
 Quais problemas dos clientes estamos ajudando a resolver?  
 Quais produtos e serviços estamos oferecendo para cada Segmento de Clientes?  
 Quais necessidades dos clientes estamos satisfazendo?

**Canais**  
 Através de que canais nossos segmentos de clientes querem ser alcançados?  
 Como é que estamos alcançando eles agora?  
 Como nossos canais são integrados?  
 Quais são que funcionam melhor?  
 Quais são de mais eficiência em termos de custo?  
 Como estamos integrando-os com os outros de clientes?

**Fontes de Renda**  
 Pelo que valor são os nossos Clientes realmente dispostos a pagar?  
 Para que são pagos atualmente?  
 Como eles estão pagando atualmente?  
 Como é que eles preferem pagar?  
 Quanto é que cada fonte de receita pode contribuir?

**Relacionamentos com Clientes**  
 Que tipo de relação cada um dos nossos Segmentos de Clientes querem de nós?  
 Quais os que nós estabelecemos?  
 Como eles são integrados com o resto do nosso modelo de negócios?  
 Quais canais eles são?

**Estrutura de Custo**  
 Quais são os custos mais importantes no modelo de negócios?  
 Quais Recursos-Chave são os mais caros?  
 Quais as Atividades-Chave são as mais caras?

**Segmentos de Clientes**  
 Para quem estamos criando valor?  
 Quem são nossos clientes mais importantes?



**APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE CAMPO****1. IDADE**

- DE 13 A 18
- DE 19 A 24
- DE 25 A 30
- ACIMA DE 30

**2. SEXO**

- FEMININO
- MASCULINO

**3. ALGUM DIA SEU CELULAR JÁ ACABOU A BATERIA EM UM MOMENTO IMPORTANTE ?**

- SIM       NÃO

**4.COM QUE FREQUENCIA VOCE CARREGA SEU CELULAR NO DIA?**

- UMA VEZ
- DUAS VEZES
- MAIS DE DUAS VEZES

**5.VOCE COMPRARIA UM CARREGADOR VOLTADO A SUSTENTABILIDADE?**

- SIM       NÃO