

**EETEC PROFº ANDRÉ BOGASIAN**  
**CURSO ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE**  
**TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ABNER ANANIAS FILHO**  
**DANIEL OLIVEIRA DA SILVA**  
**MARCO LIANG**  
**PEDRO ROGÉRIO GOMES BERGER**  
**VINÍCIUS FONSECA MOURA**

**QAMIS:**  
**EMPRESA DE CUSTOMIZAÇÃO DE ROUPAS**

**Osasco – SP**  
**2023**

**ABNER ANANIAS FILHO**  
**DANIEL OLIVEIRA DA SILVA**  
**MARCO LIANG**  
**PEDRO ROGÉRIO GOMES BERGER**  
**VINÍCIUS FONSECA MOURA**

**QAMIS:**

**EMPRESA DE CUSTOMIZAÇÃO DE ROUPAS**

Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado aos professores e orientadores do curso, como parte dos requisitos para obtenção do título na ETEC Prof. André Bogasian.

Prof. Orientador – Kleber Tadeu Vieira Da Rocha e Lucimar Silva Lima Orsi

**Osasco – SP**

**2023**

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA  
ETEC - PROF. ANDRÉ BOGASIAN – OSASCO**

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DO TRABALHO DE  
CONCLUSÃO DE CURSO – TCC.**

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Administração, na qualidade de titulares dos direitos morais e patrimoniais de autores da Obra. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Etec André Bogasian, no município de Osasco, autorizamos o Centro Paula Souza reproduzir integral ou parcialmente o trabalho e/ou disponibilizá-lo em ambientes virtuais, a partir desta data, por tempo indeterminado.

**Osasco, 28 de junho de 2023.**

NOME	RG	ASSINATURA
Abner Ananias Filho		
Daniel Oliveira da Silva		
Marco Liang		
Vinícius Fonseca Moura		
Pedro Rogério Gomes Berger		

Cientes:

\_\_\_\_\_

Coordenadora do curso

\_\_\_\_\_

Kleber Tadeu Vieira da Rocha

Lucimar Silva Lima Orsi

Professores orientadores

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA  
ETEC - PROF. ANDRÉ BOGASIAN – OSASCO**

**TERMO DE AUTENTICIDADE**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Administração na Etec André Bogasian, município de Osasco declaramos ter pleno conhecimento do Regulamento para realização do Trabalho de Conclusão de Curso do Centro Paula Souza. Declaramos, ainda, que o trabalho apresentado é resultado do nosso próprio esforço e que não há cópias de obras impressas ou eletrônicas, é autêntico e original.

**Osasco, 28 de junho de 2023.**

NOME	RG	ASSINATURA
Abner Ananias Filho		
Daniel Oliveira da Silva		
Marco Liang		
Vinícius Fonseca Moura		
Pedro Rogério Gomes Berger		

**OSASCO**

**2023**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado, apresentado na Etec André Bogasian, como requisito parcial para a obtenção do título de Técnico em Administração, com nota final igual a \_\_\_\_\_, conferida pela Banca Examinadora formada pelos professores:

---

Lucimar Silva Lima Orsi / Kleber Tadeu Vieira Da Rocha  
Professora Responsável pela Disciplina Desenvolvimento de  
Trabalho de Conclusão de Curso e Orientadora

---

Professor Davi Kiyoshi Inoue  
Etec Prof. André Bogasian

---

Professor Juliana Franco Alves Garbim  
Etec Prof. André Bogasian

---

Professor Marcia Regina Gravano Dias  
Etec Prof. André Bogasian

## **RESUMO**

A ideia central deste trabalho de conclusão de curso é explorar a customização de roupas de forma sustentável na indústria da moda. A customização permite a transformação de peças de vestuário, tornando-as únicas e personalizadas, ao mesmo tempo em que utiliza métodos sustentáveis, como Silk digital e Silk screen, além de possibilitar o uso de tintas ecológicas e entre outros materiais. Essa abordagem visa conscientizar os consumidores sobre a importância de reduzir o desperdício têxtil, prolongar a vida útil das roupas e minimizar o impacto ambiental da indústria da moda, contribuindo para um futuro mais sustentável e responsável.

Palavras-Chave: customização; sustentável; moda.

## **ABSTRACT**

The central idea of this undergraduate thesis is to explore sustainable clothing customization in the fashion industry. Customization allows for the transformation of clothing pieces, making them unique and personalized, while also employing sustainable methods such as digital and screen printing, as well as the use of eco-friendly inks and other materials. This approach aims to raise awareness among consumers about the importance of reducing textile waste, extending the lifespan of clothing, and minimizing the environmental impact of the fashion industry, contributing to a more sustainable and responsible future.

Keywords: customization; sustainable; fashion.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	12
1. JUSTIFICATIVA.....	13
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	13
2.1 Missão .....	13
2.2 Visão.....	13
2.3 Valores .....	13
2.4 Localização da loja: .....	13
2.5 Estrutura Organizacional .....	13
2.5.1 Descrição do organograma .....	13
3. PLANO DE MARKETING .....	14
3.1 Análise de Ambiente.....	14
3.1.1 Fatores Econômicos.....	14
3.1.2 Fatores Socio – Culturais .....	15
3.1.3 Fatores Políticos.....	16
3.1.4 Fatores Legais.....	16
3.1.5 Direitos Ambientais.....	17
3.1.6 Direitos trabalhistas .....	17
3.1.7 Direito do consumidor.....	18
3.1.7.1 Devolução e troca (loja física/ loja online).....	18
3.1.7.2 Cumprimento da oferta (loja física/ loja online) .....	18
3.1.7.3 Atendimento ao cliente de forma eficiente (loja online).....	19
3.1.7.4 Direito de acesso às informações da empresa (loja online).....	19
3.1.8 Fatores tecnológicos .....	19
3.1.9 Concorrência .....	19
3.1.10 Análise dos concorrentes .....	20
3.1.11 Fatores internos .....	20
3.2 Análise Swot.....	21

3.2.1	Fatores externos .....	21
3.2.1.1	Oportunidades.....	21
3.2.1.2	Ameaças .....	21
3.2.2	Fatores internos .....	21
3.2.2.1	Forças .....	21
3.2.2.2	Fraquezas .....	21
3.3	Definição público-alvo.....	21
3.4	Posicionamento de mercado .....	22
3.5	Definição de marca.....	22
3.5.1	Nome.....	22
3.5.2	Logo .....	22
3.5.3	Slogan .....	22
3.6	Definição de objetivos e metas .....	22
3.6.1	Objetivos .....	22
3.6.2	Metas.....	22
3.7	Definição de estratégias de marketing.....	23
3.7.1	Produto.....	23
3.7.2	Preço .....	23
3.7.3	Promoção .....	24
3.7.4	Praça .....	24
3.7.4.1	Loja Física/infraestrutura.....	24
3.7.4.2	Eventos Locais e Feiras .....	25
3.7.4.3	Venda Direta em Redes Sociais .....	25
3.7.5	Pessoas.....	25
3.8	Pesquisa de mercado .....	25
3.9	Plano de ação.....	26
4.	PLANO OPERACIONAL.....	26

4.1	Layout.....	26
4.2	Mapa de risco .....	26
4.3	Capacidade de atendimento .....	26
4.3.1	Capacidade de entrega interna e externa .....	27
4.3.2	Previsão de aumento de capacidade .....	27
4.4	Descrição do fluxo operacional.....	27
4.4.1	Procedimento de Entrega de Produtos e Serviços .....	27
4.4.1.1	Atendimento ao Cliente e Consulta Inicial.....	27
4.4.1.2	Seleção de Tintas .....	27
4.4.1.3	Medição e Ajustes.....	27
4.4.1.4	Processo de Customização.....	28
4.4.1.5	Garantia de Qualidade .....	28
4.4.1.6	Prazos de Entrega .....	28
4.4.1.7	Embalagem Adequada.....	28
4.4.1.8	Opções de Entrega .....	28
4.4.1.9	Rastreamento de Pedidos.....	28
4.4.1.10	Comunicação com o Cliente .....	28
4.4.1.11	Feedback e Avaliações .....	28
4.5	Vantagens competitivas.....	28
4.6	Fornecedores e Terceiros.....	29
4.6.1	Fornecedores .....	29
4.6.2	Terceiros .....	29
4.6.2.1	Descrição de parceiros .....	29
4.7	Sistemas de gestão .....	29
4.7.1	Qualidade .....	29
4.7.2	Segurança .....	29
4.7.3	Informação e automação.....	30

4.7.4	Impacto Ambiental.....	31
4.7.5	Saúde.....	31
5.	PLANO FINANCEIRO.....	31
5.1	Projeção de vendas.....	31
5.2	Investimento pré-operacional.....	32
5.3	Estimativa de investimento fixo.....	32
5.4	Depreciação de equipamentos.....	32
5.5	Custos fixos.....	32
5.6	Custos variáveis.....	32
5.7	Capital de giro.....	33
5.7.1	Estoque inicial.....	33
5.7.2	Contas a receber – vendas.....	33
5.7.3	Contas a pagar – compras.....	33
5.7.4	Necessidade líquida de capital de giro em dias.....	33
5.7.5	Caixa mínimo.....	33
5.8	Investimento inicial.....	34
5.9	DRE – Demonstrativo de Resultados do Exercício.....	34
5.10	Ponto de equilíbrio.....	34
5.11	Lucratividade.....	34
5.12	Rentabilidade.....	34
5.13	Prazo de retorno de investimento.....	34
	APÊNDICES.....	35
	[APÊNDICE A] – Organograma.....	35
	[APÊNDICE B] – Logo.....	35
	[APÊNDICE C] – Tabela de Preços.....	36
	[APÊNDICE D] – Pesquisa de Mercado.....	36
	[APÊNDICE E] – Pesquisa de Mercado.....	37
	[APÊNDICE F] – Pesquisa de Mercado.....	37
	[APÊNDICE G] – Pesquisa de Mercado.....	37

[APÊNDICE H] – Pesquisa de Mercado .....	38
[APÊNDICE I] – Pesquisa de Mercado .....	38
[APÊNDICE J] – Plano de Ação .....	39
[APÊNDICE K] – Layout.....	40
[APÊNDICE L] – Mapa de Risco .....	41
[APÊNDICE M] – Projeção de Vendas.....	41
[APÊNDICE N] – Investimento Pré-Operacional .....	42
[APÊNDICE O] – Investimento Fixo .....	42
[APÊNDICE P] – Investimento Fixo.....	43
[APÊNDICE Q] – Investimento Fixo .....	43
[APÊNDICE R] – Depreciação .....	43
[APÊNDICE S] – Custos Fixos .....	44
[APÊNDICE T] – Custos Variáveis .....	45
[APÊNDICE U] – Capital de Giro.....	45
[APÊNDICE V] – Estoque Inicial .....	46
[APÊNDICE W] – Contas a Receber.....	46
[APÊNDICE X] – Contas a Pagar.....	47
[APÊNDICE Y] – Necessidade líquida de capital de giro em dias.....	47
[APÊNDICE Z] – Caixa Mínimo .....	47
[APÊNDICE AA] – Investimento Inicial.....	48
[APÊNDICE AB] – DRE.....	48
[APÊNDICE AC] – Ponto de Equilíbrio.....	48
[APÊNDICE AD] – Lucratividade.....	48
[APÊNDICE AE] – Rentabilidade .....	49
[APÊNDICE AF] – Prazo de Retorno .....	49
CONCLUSÃO.....	50
REFERÊNCIAS.....	51

## INTRODUÇÃO

A organização objetiva customizar peças de roupas, como camisas. O cliente poderá escolher qual estampa usar em sua camisa e enviar para a empresa, seja pelo site ou na loja física. O diferencial é ter um modelo de escolha, possibilitando liberdade "criativa" para o consumidor; no site e na loja física, terão modelos de roupas básicas e estampas, e o cliente escolherá a estampa que deseja.

O motivo pelo qual a empresa foi criada foi para ajudar as pessoas na idealização de uma identidade visual, abrindo portas para a customização e incentivando a autenticidade dos clientes, resultando em uma diversificação no contexto da moda.

O nome da empresa, "Qamis", originou-se do Antigo Egito, onde foram criadas as primeiras peças de roupa. Traduzindo do idioma árabe para o português, entre outros significados, ele se traduz como "camisa". Por extensão, no árabe, قميص é a vestimenta usada pelos homens muçulmanos.

## **1. JUSTIFICATIVA**

A QAMIS observou que no mercado existe uma falta de conscientização ambiental nos processos de personalização de roupas. As técnicas utilizadas hoje em dia são muito prejudiciais ao meio ambiente. E tais fatores que estes geram, acaba por ser considerado um ponto positivo para a empresa, já que será um diferencial das demais empresas.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

### **2.1 Missão**

Oferecer soluções de customização inovadoras, agregando valor e personalidade aos produtos.

### **2.2 Visão**

Ser reconhecida como líder no mercado de customização, destacando-nos pela excelência no atendimento, criatividade e pela capacidade de transformar ideias em experiências satisfatórias.

### **2.3 Valores**

Comprometimento com a satisfação do cliente, inovação constante, integridade nos negócios, valorização da criatividade e sustentabilidade em todas as práticas empresariais.

### **2.4 Localização da loja:**

Rua Joaquim Floriano, 397 – Itaim Bibi, São Paulo – SP, Cep: 04534-011

No decorrer deste trabalho terá mais informações da empresa acerca da localização da loja, marca, com as explicações do logotipo, nome e slogan, e outras disposições informativas para saber mais.

## **2.5 Estrutura Organizacional**

### **2.5.1 Descrição do organograma**

A estrutura organizacional da Qamis irá dispor de 5 sócios com cotas equivalentes, e os mesmo auxiliaram de forma distribuída nos trabalhos de produção e atendimento. No entanto, a empresa também contará com mais 1 funcionário para fazer o apoio administrativo.

[Apêndice A]

### **3. PLANO DE MARKETING**

#### **3.1 Análise de Ambiente**

##### **3.1.1 Fatores Econômicos**

A indústria da moda é um segmento tradicional e bastante relevante para a economia mundial. É o maior segmento em faturamento global no e-commerce B2C [direto ao consumidor], com vendas de US\$ 525 bilhões anualmente. Além disso, cresce, em média 11,4% por ano e a expectativa de faturamento para 2025 é de US\$ 1 trilhão.

Olhando agora para o mercado de moda brasileiro, este é um dos segmentos mais relevantes da economia local. Analisando por CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômica), são mais de 1,5 milhões de varejistas (o dobro de restaurantes, por exemplo). Além disso, é um mercado que fatura R\$ 229 bilhões de reais e com uma alta aceitação de consumidores digitais, sendo o maior setor em volume de quantidade de pedidos, representando 15% de tudo que é transacionado no on-line.

Dados da Fundação Ellen McArthur em fevereiro de 2019, apontam que a produção de roupas dobrou nos últimos 15 anos. Essa alta vem sendo impulsionada pelo crescimento da classe média em todo o mundo e pela alta das vendas per capita nos países desenvolvidos.

Segmento de Moda tem o maior crescimento do setor de franquias no primeiro trimestre de 2022. Um novo relatório de desempenho da franchising apresentada pela Associação Brasileira de Franchising (ABF) revelou que o segmento de moda foi o que mais cresceu no mercado de franquias no primeiro trimestre de 2022.

A economia criativa teve uma abordagem conceitual, de modo a promover um entendimento sobre teoria que possui a base na criatividade, no capital humano e intelectual, onde o modelo de produção não está mais baseado no material e sim na imaterialidade, o que representa 75% do valor de um produto ou serviço.

Patrícia Castro, gestora do projeto de moda do Sebrae de Salvador, conta que dois fatores foram importantes para uma maior quantidade de negócios desse tipo durante a pandemia: “O crescimento do setor deve-se a pouco volume de investimento e poucas barreiras de entrada do empreendedor no varejo de moda”.

Vale destacar ainda que o canal eletrônico o que impulsionará esse crescimento no futuro. As vendas eletrônicas, que hoje representam 12,1% das vendas no varejo em todo o mundo, devem crescer quatro vezes mais rápido que as transações físicas nos próximos cinco anos. Este valor chegará a 1.600 bilhões em 2025.

### **3.1.2 Fatores Socio – Culturais**

Um estudo foi divulgado, em 2021, pela plataforma de descontos *CupomValido.com.br*, sobre os hábitos de consumo de vestuário no mundo. De acordo com o estudo, de um total de 195 países, o Brasil tem o nono maior mercado de roupas e acessórios do planeta.

Segundo a pesquisa, o estado de São Paulo é o que mais gasta com roupas e acessórios, sendo que um dos principais motivos que explica esta diferença é pelo fato de o estado ser o mais populoso, com cerca de 22% do total de habitantes do Brasil. Minas Gerais e Rio de Janeiro ficam na segunda e terceira posição, com 10% e 7%, respectivamente.

Já de acordo com um levantamento feito pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), em 2021, seis em cada dez brasileiros consideram-se pessoas vaidosas e preocupadas com sua aparência.

E ainda de acordo com os dados da plataforma *CupomValido.com.br*, em 2021, já de acordo com a distribuição socioeconômica, as classes B e C (classes com renda entre R\$3.085 e R\$5.642) são as que mais gastam com roupas, alcançando quase 53% do consumo, a classe D (com renda acima de R\$720), fica na terceira posição, com 16% do consumo total. E a motivação da compra, ainda segundo a pesquisa, acontece para substituir uma peça antiga, com 22%, seguida pela intenção de se auto presentear, com 18% e se sentir melhor, com 13%.

Apesar do mercado digital estar em plena ascensão, grande parte dos brasileiros ainda têm preferência em comprar roupas em lojas físicas; segundo a pesquisa acima citada, da plataforma de desconto (*CupomValido.com.br*) 79% dos brasileiros preferem fazer compras de vestuário em lojas físicas, contra 17% pela internet e 3% através da venda direta.

De acordo com o site lemi dados divulgados em setembro de 2021, os consumidores que compram vestuário com maior frequência se encontram na faixa etária de 25 a 34 anos. Os produtos mais comprados, tanto por homens quanto por mulheres, são roupas, sapatos e acessórios, sendo eles os preferidos por cerca de 60% do público feminino e mais de 50% do masculino.

Pesquisa Datafolha divulgada em 2022, mostra que 44% dos jovens brasileiros entre 15 e 29 anos tem muito interesse por moda e consumo. Deles, 39% são homens e 48% são mulheres. O estudo realizado entre 20 e 21 de julho deste ano, aponta que 46% dos jovens têm pouco interesse pelos temas e que 10% não tem nenhum. O alto grau de interesse por moda e consumo entre os jovens estaria atrelado a maneira como os assuntos ganham destaque nas redes sociais, segundo os especialistas ouvidos na pesquisa. Ainda na pesquisa do Datafolha mostra que 48% dos jovens autodeclarados pretos se interessam muito por moda. A parcela dos autodeclarados pardos é de 41%, e a de brancos, 43%.

### **3.1.3 Fatores Políticos**

A política de vendas como um conjunto de normas e diretrizes adotadas por nossa empresa no que se refere à comercialização de nossos produtos e serviços.

Trata-se de um documento que busca articular os mais diferentes aspectos relacionados às vendas: Preços; Promoções exclusivas; entrega; suporte técnico; troca de mercadoria; formas de pagamento; Trocas; Devoluções; Prazos de entrega; Assistência técnica; Prazos de pagamento; Taxa de juros; Parcelamento; Descontos.

A política do grupo QAMIS é primeiramente oferecer benefícios aos clientes tanto quando se realiza compras online e compras presenciais em nossas lojas.

Serão ofertados descontos e promoções exclusivas e constantes.

A empresa fará de tudo para que o cliente não deixe de comprar e personalizar alguma roupa na QAMIS.

### **3.1.4 Fatores Legais**

A empresa vai seguir e obedecer a constituição federal e suas leis de proteção ao consumidor e leis empresariais. Sendo justa com o cliente e a favor da estabilidade da empresa. Venda online e presencial: O Decreto Federal nº 7.962/2013, conhecido

popularmente como Lei do E-commerce regulamenta o Código de Defesa do Consumidor em relação ao comércio eletrônico.

- A clareza e a disponibilidade das informações;
- O suporte imediato ao cliente;
- E o direito de arrependimento.
- Ofertas anunciadas;
- Preços, com o total à vista também esclarecido;
- Formas de pagamento;
- Prazos de entrega;
- Despesas e taxas adicionais;
- Contrato de compra e venda;
- Dados claros a respeito de restrições para o aproveitamento da oferta;
- Resumo e a confirmação da compra no carrinho;
- Condições de troca e devolução.

Toda as leis de proteção ao consumidor vão ser seguidas e a nossa empresa vai obedecer às leis fiscais e tributárias.

### **3.1.5 Direitos Ambientais**

Lei nº 9605, as marcas, as instituições e as pessoas jurídicas devem se responsabilizar por todos os impactos ambientais negativos que causarem.

Segundo à legislação, “matar, caçar ou perseguir animais silvestres sem a autorização dos órgãos competentes”, “destruir ou danificar florestas de proteção permanente” e “causar qualquer tipo de poluição (do ar, solo, água) que afete a saúde humana, animal ou vegetal”, são considerados crimes ambientais, suscetíveis a penalidades.

### **3.1.6 Direitos trabalhistas**

É muito comum ver notícias no mundo sobre escravidão moderna atrelada ao segmento de moda. Muitas marcas já foram expostas pela mídia e, até mesmo, sofreram sanções por suas práticas ilegais, relacionadas à exploração do trabalho.

Para compreender melhor o que se refere à escravidão, existem algumas características no direito que enquadram essa situação, como:

Trabalho forçado: quando uma pessoa é obrigada a trabalhar para determinado empregador;

Jornada exaustiva: quando a carga horária ultrapassa a estipulada pela Constituição Federal, conforme seu tipo de função e condições de trabalho;

Condições degradantes: quando o ambiente de trabalho é sujo, insalubre e não tem condições mínimas para necessidades básicas, como água filtrada e banheiro;

Trabalho infantil: quando são descumpridas as regras presentes na Constituição Federal e no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

### 3.1.7 Direito do consumidor

O direito de arrependimento, previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, diz que, quando o consumidor compra o produto fora do estabelecimento comercial — pela internet ou pelo telefone, por exemplo —, ele tem o direito de **desistir da compra em até sete dias úteis**.

#### 3.1.7.1 Devolução e troca (loja física/ loja online)

Após o prazo de sete dias do direito de arrependimento, caso seja encontrado algum defeito, problema, imperfeição ou danos no produto, o consumidor ainda tem o direito de trocar ou devolver o produto sem nenhum custo. Essa é uma garantia obrigatória por lei e que está no artigo 26 do Código de Defesa do Consumidor.

Para **produtos não duráveis** — aqueles usados em um prazo curto, como produtos de uma roupa, por exemplo, a garantia legal necessária é de 30 dias.

#### 3.1.7.2 Cumprimento da oferta (loja física/ loja online)

O Código de Defesa do Consumidor estabelece que toda oferta que a empresa apresentar, tem a obrigação de ser cumprida, como envios via e-mail marketing, anúncios no site e qualquer outra forma de propaganda.

Caso o fornecedor se recuse ou não seja capaz de cumprir o prometido, o consumidor tem, pelo menos, três alternativas:

- Exigir que a oferta seja cumprida conforme a propaganda;
- Aceitar um serviço ou produto equivalente;

- Rescindir o contrato, com ressarcimento dos valores pagos e possíveis perdas e danos.

#### 3.1.7.3 Atendimento ao cliente de forma eficiente (loja online)

De acordo com o Decreto 7.962/13, conhecido como “Lei do E-commerce”, a empresa tem obrigação de manter um serviço eficiente e adequado em meio eletrônico, que permita ao consumidor a resolução de demandas relacionadas a:

- Dúvida;
- Informação;
- Reclamação;
- Suspensão ou cancelamento do contrato.

#### 3.1.7.4 Direito de acesso às informações da empresa (loja online)

Ainda de acordo com a “Lei do E-commerce”, as lojas virtuais têm obrigação de deixar as seguintes informações em destaque:

- Dados de localização e contato;
- Endereços eletrônico e físico;
- Nome empresarial;
- Número do CNPJ ou CPF.

### 3.1.8 Fatores tecnológicos

A Qamis usará de recursos que ajudaram na produção e comunicação com os clientes, como, por exemplo, computadores, sistemas de informação, máquinas de serigrafia digital. Com isso busca – se impulsionar a eficiência e melhorar a experiência do cliente e aprimorar tomada de decisões.

### 3.1.9 Concorrência

A concorrência no mercado de roupas sustentáveis está aumentando à medida que mais empresas como a Multimarks, Atelier Customize e a Ingus reconhecem a importância da sustentabilidade. Os consumidores estão cada vez mais conscientes das escolhas que fazem e procuram marcas que adotam práticas ambientalmente responsáveis.

### 3.1.10 Análise dos concorrentes

#### MULTIMARKS

- **Atuação:** Cidade
- **Público – alvo:** jovens, adultos e crianças
- **Pontos fortes:** Boa localização; tem boa parceria de impressão para peças e roupa.
- **Pontos fracos:** pouca estratégia de divulgação.
- **Estratégias utilizadas:** Método de estamperia digital DTG, impressão direta no tecido.

#### ATELIER CUSTOMIZE

- **Atuação:** bairro
- **Público – alvo:** jovens e adultos
- **Pontos fortes:** atuação no mercado há 32 anos. Boa localização. Boa diversidade de atividades.
- **Pontos fracos:** Não há estacionamento.
- **Estratégias utilizadas:** Técnicas manuais de pintura, tingimento e customização; areografia e algumas técnicas de estamperia.

#### INGUS

- **Atuação:** bairro
- **Público – alvo:** jovens e adultos
- **Pontos fortes:** atuação no mercado há 15 anos. Boa localização
- **Pontos fracos:** não há estacionamento; pouca visibilidade em relação a loja.
- **Estratégias utilizadas:** não encontradas.

### 3.1.11 Fatores internos

A Qamis possui uma infraestrutura satisfatória, com colaboradores eficientes e qualificado, espaço organizado, computadores e aparatos tecnológicos que auxiliaram na parte produtiva, divulgação de produtos e relacionamento com os clientes, materiais de escritório. Juntamente com isso os colaboradores irão contribuir para o crescimento da empresa.

## **3.2 Análise Swot**

### **3.2.1 Fatores externos**

#### 3.2.1.1 Oportunidades

- Aumento na demanda por customização de roupas.
- Crescimento do setor de vestuário e moda.
- Tendência na moda.

#### 3.2.1.2 Ameaças

- Aumento da concorrência.
- Aumento dos custos de materiais.
- Exigindo constante adaptação às mudanças e tendências da moda que podem mudar rapidamente.

### **3.2.2 Fatores internos**

#### 3.2.2.1 Forças

- Personalização - atendendo assim preferências específicas dos clientes.
- Boa localização.
- Habilidades de design e customização únicas, permitindo a criação de peças originais.

#### 3.2.2.2 Fraquezas

- Dependência tecnológica
- Recursos financeiros limitados
- Pouco conhecido no mercado.

## **3.3 Definição público-alvo**

**Geográfico:** localizados nas proximidades num raio de 2,5 km da loja.

**Demográfico:** jovens de 16 a 30 anos, pertencente à classe média e média alta.

**Psicográfico:** Pessoas preocupadas com a sustentabilidade nas peças de roupas e com sua identidade visual.

**Comportamentais:** Tem preferência por loja física, tem atração por ofertas e buscam pelo diferente, possibilitando a personalização.

### **3.4 Posicionamento de mercado**

A empresa de customização de roupas será como um parceiro criativo que pode transformar suas ideias em peças únicas e personalizadas. Ademais, a empresa como profissional, confiável e capaz de entender e atender às preferências individuais dos clientes, proporcionando uma melhor experiência para os clientes e resultados excepcionais.

### **3.5 Definição de marca**

#### **3.5.1 Nome**

O nome da empresa "Qamis" originou-se do Antigo Egito, onde foram criadas as primeiras peças de roupa, traduzindo do idioma árabe para o português, entre outros significados, se traduz como "camisa". Por extensão o do árabe قمياً ص é a vestimenta usada pelos homens muçumanos.

#### **3.5.2 Logo**

[Apêndice B]

#### **3.5.3 Slogan**

*Customize your Life*

### **3.6 Definição de objetivos e metas**

#### **3.6.1 Objetivos**

- Conscientizar as pessoas sobre a preservação do meio ambiente, com iniciativas de responsabilidade social e ambiental.
- Reduzir os desperdícios de tecidos e materiais na produção.
- Satisfazer os clientes com produtos sustentáveis e ideias criativas.
- Oferecer a melhor experiência para o cliente e atendimento especializado.

#### **3.6.2 Metas**

- Aumentar as vendas em 20% no primeiro ano de operação.
- Alcançar uma taxa de satisfação dos clientes em pelo menos 90% nas de pesquisas de feedback.
- Aumentar a presença nas redes sociais, com um crescimento de seguidores em 25% ao longo do primeiro ano de funcionamento no mercado.

### 3.7 Definição de estratégias de marketing

#### 3.7.1 Produto

A loja oferece uma experiência única de moda personalizada, combinando criatividade e sustentabilidade. Roupas que refletem a individualidade do cliente, criadas com tintas ecológicas que respeitam o meio ambiente. Desde camisetas e camisas, nossos produtos são um testemunho da identidade única, expressos através de designs personalizados.

**Tintas Ecológicas:** A utilização tinta à base de ingredientes ecológicos, minimizando o impacto ambiental sem comprometer a qualidade ou durabilidade das cores.

**Tintas Sintéticas:** são compostos por substâncias corante(pigmento) e diversos aditivos, como aglutinantes, diluentes, dispersantes, conservantes e muitos outros.

**Respeito pela Natureza:** Abordagem *eco-friendly* garante que você possa usar suas roupas com alegria, sabendo que estão alinhadas com seus valores sustentáveis.

**Processo Transparente:** Desde a escolha do design até a entrega final, o processo é transparente e colaborativo, assegurando que a visão do cliente seja cuidadosamente incorporada em cada peça.

**Criação Responsável:** Ao escolher roupas personalizadas, o cliente está fazendo uma escolha consciente em vez de aderir à moda rápida. A empresa valoriza a criação, não a produção em massa.

#### 3.7.2 Preço

A Qamis oferece um preço acessível, embasado em todos os custos fixos, variáveis e investimentos que a organização projetou. E pensado na lógica de um preço competitivo e fomentar a demanda organizou – se as seguintes ações:

- Descontos na compra de três ou mais peças customizadas.
- Programa de indicação;
- Descontos de temporada;
- Customização temática;

[Apêndice C]

### 3.7.3 Promoção

**Mídias Sociais:** Criação de perfis em plataformas como Instagram, Facebook e Pinterest para exibir os produtos personalizados, compartilhar histórias de clientes satisfeitos e mostrar os processos criativos.

**Website e E-Commerce:** Um site fácil de navegar, com informações claras sobre os produtos e opções de personalização.

**Blogs e Conteúdo:** Compartilhamento de artigos relevantes sobre moda personalizada, dicas de estilo e sustentabilidade.

**Parcerias:** Colaboração com influenciadores locais, blogs de moda sustentável ou outras empresas alinhadas com os mesmos valores para expandir a visibilidade da empresa.

**Eventos Locais:** Participação de feiras de moda sustentável, mercados de artesanato e outros eventos locais para mostrar os produtos e interagir diretamente com os clientes.

**Marketing impresso:** Estratégia de divulgação com a qual se faz uso de materiais gráficos impressos para apresentar ou promover marcas e produtos, para conquistar e fidelizar clientes.

### 3.7.4 Praça

#### 3.7.4.1 Loja Física/infraestrutura

Uma loja física onde os clientes possam visitar, ver amostras de produtos e discutir suas opções de personalização. Isso permite uma experiência de compra mais personalizada e interativa. A loja terá cores atrativas e que consiga atrair o maior número possível de clientes. Na frente do estabelecimento, teremos nossas exposições das camisas e com manequins vestidos com os produtos personalizados. Em seu interior o balconista ficara na saída da loja para facilitar para nosso cliente e ao fundo, toda a sala de trabalho dos nossos designers com computadores, um banheiro, máquinas silks digitais e silks screen, bancada de trabalho e um armazém para as camisas, tintas etc. O cliente ao entrar poderá através de um “cardápio” verificar as opções e todas as nossas ideias de estampas ou ele mesmo pode dar um desenho que produziremos na camisa do cliente.

A loja da Qamis está situada na Rua Joaquim Floriano, 397 - Itaim Bibi, São Paulo - SP, Cep: 04534-011

#### 3.7.4.2 Eventos Locais e Feiras

Eventos locais, como feiras de artesanato, mercados de moda sustentável e eventos de moda, onde podemos exibir e vender os produtos diretamente aos clientes.

#### 3.7.4.3 Venda Direta em Redes Sociais

Utilização de redes sociais como Instagram ou WhatsApp para mostrar os produtos, e receber pedidos personalizados e vender diretamente para os clientes por meio de mensagens diretas.

### 3.7.5 Pessoas

**Treinamento:** Funcionários com experiência básica em informática e atendimento, e designers qualificados com experiência significativa. Também, funcionários para limpeza dos interiores.

**Comunicação:** A empresa contará com instrutores devidamente treinados e pacientes para ajudar e atender os nossos clientes. Manteremos os funcionários e colaboradores informados de novos projetos, avisos e atividades.

**Avaliação:** Os funcionários serão avaliados de acordo com seu comportamento, disposição, aparência, eficiência e qualidade tanto no atendimento, quanto no processo de criação dos produtos.

**Remuneração:** Renumeração de média e alta referente ao cargo do funcionário. Dependendo da avaliação, contara com um aumento.

**Outras:** A Qamis possuirá código de ética dos funcionários sem esquecer os deveres e direitos deles, e atingir as metas da empresa.

### 3.8 Pesquisa de mercado

A pesquisa de mercado foi obtida a partir de um questionário, formulado no Google Forms, com o objetivo de obter dados e respectivas preferências do público em relação aos produtos e serviços. Com isso, chegou – se ao resultado de 165 pessoas que interagiram a pesquisa.

[Apêndice D]

[Apêndice E]

[Apêndice F]

[Apêndice G]

[Apêndice H]

[Apêndice I]

### **3.9 Plano de ação**

No plano de ação mostra a práticas que serão feitas pela Qamis ao longo do primeiro ano de abertura no mercado. As práticas são voltadas, a fim de potencializar o posicionamento de mercado por meio de estratégias de marketing.

[Apêndice J]

## **4. PLANO OPERACIONAL**

### **4.1 Layout**

O layout foi projetado de acordo com o objetivo de oferecer um bom fluxo de pessoas e a necessidade de uso do espaço para a produção e a entrega final do produto.

[Apêndice K]

### **4.2 Mapa de risco**

Identificar e ter o controle do espaço sobre as evidências de quaisquer riscos que possam comprometer a saúde dos colaboradores e clientes. E providenciar medidas para que estes fatores possam ser reduzidos e garantir a proteção no ambiente da Qamis.

[Apêndice L]

### **4.3 Capacidade de atendimento**

O horário de funcionamento das 08:00 às 19:00, de segunda a sexta, sábado das 08:00 às 17:00. Portanto, estima – se que serão atendidos em média 38 pessoas por dia.

Com isso, a organização terá 3 funcionários na parte produtiva, 2 atendentes na recepção e 1 auxiliar administrativo.

### **4.3.1 Capacidade de entrega interna e externa**

A capacidade interna tem uma variação por dia, tendo uma média de 20 a 25 pessoas na parte presencial. Já a capacidade externa de atendimento cobre o território nacional por meio de envio nos correios para atender, na qual a média de atendimento varia entre 10 e 15 envios.

### **4.3.2 Previsão de aumento de capacidade**

A expansão da capacidade da empresa ocorrerá de acordo com a demanda dos clientes, uma vez que suas vendas são sazonais. Portanto, à medida que a demanda crescer, haverá um aumento nos investimentos.

## **4.4 Descrição do fluxo operacional**

Ao entrar na loja, o cliente dirige-se até a recepção, onde um atendente de vendas ou consultor de design o recebe e discute detalhes, como o tipo de roupa, o design desejado, cores, tamanhos e prazos. Se o cliente não trouxe seu próprio design, a loja pode oferecer serviços de design personalizado. O consumidor seleciona as peças de roupa que deseja personalizar, escolhe a cor das roupas, e o local onde deseja que a personalização seja aplicada (frente, costas, mangas etc.). Após decidir como será feita a customização, deve-se realizar o pagamento total do produto com a própria atendente, por último o consumidor recebe um prazo para buscar a peça finalizada, ou receber pelo correio.

### **4.4.1 Procedimento de Entrega de Produtos e Serviços**

#### **4.4.1.1 Atendimento ao Cliente e Consulta Inicial**

Oferecer um atendimento personalizado para entender as necessidades e preferências do cliente. Realizar uma consulta inicial para discutir opções de customização e orçamentos.

#### **4.4.1.2 Seleção de Tintas**

Identificar fornecedores de tintas certificadas que atendam aos padrões ambientais e de saúde; trazendo melhor eficiência nos processos de customização e personalização.

#### **4.4.1.3 Medição e Ajustes**

- Realizar medições precisas para garantir que as roupas ajustem perfeitamente.
- Fazer ajustes necessários para garantir um caimento ideal.

#### 4.4.1.4 Processo de Customização

Utilizar o método de Silk Digital e Silk screen para customização, priorizando sua eficiência e qualidade. Aplicar as tintas de acordo com as diretrizes do fabricante para minimizar o impacto ambiental.

#### 4.4.1.5 Garantia de Qualidade

Realizar verificações de qualidade antes da entrega para garantir que os produtos ou serviços atendam aos padrões estabelecidos.

#### 4.4.1.6 Prazos de Entrega

Estabelecer prazos de entrega claros e realistas com base na disponibilidade de produtos ou na capacidade de prestação de serviços.

#### 4.4.1.7 Embalagem Adequada

Embarcar os produtos de forma segura e apropriada para evitar danos durante o transporte.

#### 4.4.1.8 Opções de Entrega

Oferecer diferentes opções de entrega, como entrega padrão, ou retirada na loja, dependendo da conveniência do cliente.

#### 4.4.1.9 Rastreamento de Pedidos

Fornecer um sistema de rastreamento de pedidos para que os clientes possam acompanhar o status de suas entregas.

#### 4.4.1.10 Comunicação com o Cliente

Manter os clientes informados sobre o progresso do pedido, incluindo confirmação, atualizações de status e notificações de entrega.

#### 4.4.1.11 Feedback e Avaliações

Será pedido feedback aos clientes para constantes melhorias em relação aos produtos ofertados pela empresa e todos os fatores que envolve no seu resultado e desempenho.

### 4.5 Vantagens competitivas

A oferta de produtos e serviços são afetados por diversos fatores que vão desde as condições socioeconômicas dos consumidores, até a capacidade de inovação no mercado. Sendo assim, para fazer a diferença dentro deste mercado tão competitivo, a empresa oferecerá:

- Sustentabilidade
- Variedade de produtos
- Alta qualidade
- Máxima interação com o cliente
- Inovação tecnológica

## **4.6 Fornecedores e Terceiros**

### **4.6.1 Fornecedores**

A Qamis disponibilizara de fornecedores para oferecer o melhor aos clientes e consumidores, procedendo com eficiência em sua produção. Os principais fornecedores serão as empresas PH&C Confecções e Comércios LTDA e Porto Blue são responsáveis pelo fornecimento de camisa; já os fornecedores de tintas são as empresas Gênesis e Color Dex.

### **4.6.2 Terceiros**

O serviço de entrega será terceirizado. Um dos principais terceiros que a Qamis irá trabalhar será com a empresa Correios.

#### **4.6.2.1 Descrição de parceiros**

A Qamis fará a divulgação dos parceiros, com o objetivo de fidelização e parceira, por meio de práticas de divulgação nas redes sociais, mídias e blogs digitais.

## **4.7 Sistemas de gestão**

### **4.7.1 Qualidade**

- Colaborar com empresas respeitáveis e produtos de alta qualidade fabricados de acordo com as normas regulamentadas pelas autoridades competentes;
- Contratar profissionais qualificados para proporcionar um melhor atendimento;
- Realizar formação técnica regularmente.

Além disso, a aplicação da metodologia dos 5S possibilitará uma melhoria contínua no ambiente organizacional, na produtividade e, conseqüentemente, na motivação dos funcionários.

### **4.7.2 Segurança**

Para garantir a segurança na empresa seja dos colaboradores e ativos da empresa, e dar ênfase em um ambiente organizacional seguro, os processos implementados aqui são:

**Gestão de Riscos:** Um componente crucial é a avaliação de riscos, identificando ameaças potenciais e vulnerabilidades para tomar medidas proativas de mitigação. A exemplos de medidas como a sinalização de segurança, EPIs e EPCs, sensores de alarmes, extintores de incêndio, saída de segurança, câmeras de segurança etc.

**Treinamento e Conscientização:** Envolve a capacitação dos funcionários e a criação de uma cultura de segurança onde todos compreendam sua responsabilidade na segurança da organização.

**Auditoria e Melhoria Contínua:** Inclui auditorias regulares para garantir a conformidade com os padrões e a busca contínua de melhorias na segurança.

**Documentação e Políticas:** É importante criar documentos que descrevam as políticas e procedimentos de segurança, garantindo que todos na organização sigam as diretrizes estabelecidas.

#### **4.7.3 Informação e automação**

A empresa contará com recursos que auxiliaram nas atividades rotineiras da empresa, com gestão de sistemas de informação e automação, um dos sistemas implementados são de gestão por informação e automação que é uma plataforma onde se utiliza tecnologia para coletar, processar, armazenar e utilizar informações de maneira eficiente em uma organização. Esse sistema geralmente inclui software e hardware que automatizam tarefas e processos de negócios, melhorando a eficiência e a tomada de decisões.

Alguns exemplos de sistemas de gestão por informação e automação incluem:

- ERP (Enterprise Resource Planning): Integra informações de diferentes departamentos de uma empresa, como finanças, recursos humanos, vendas e estoque, para facilitar a tomada de decisões estratégicas.
- Sistemas de automação industrial: Controlam processos de produção em fábricas e plantas industriais, aumentando a eficiência e a qualidade dos produtos.
- Sistemas de gerenciamento de documentos: Automatizam o armazenamento, a recuperação e o compartilhamento de documentos dentro de uma organização.

- Sistemas de gestão de relacionamento com o cliente (CRM): Auxiliam na gestão de informações sobre clientes, melhorando o atendimento e as estratégias de marketing.
- Sistemas de gestão de ativos: Monitoram e gerenciam ativos como equipamentos e veículos, otimizando sua utilização e manutenção.

#### **4.7.4 Impacto Ambiental**

Manter registros de consumo de tintas ecológicas e COVs emitidos para avaliar o impacto ambiental do processo.

Estabelecer metas de redução de resíduos e emissões, buscando a contínua melhoria.

#### **4.7.5 Saúde**

implementação de um sistema de gestão de saúde na empresa é fundamental para promover o bem-estar dos funcionários e manter um ambiente de trabalho saudável. Isso pode incluir:

- Programas de Prevenção: Desenvolver programas de prevenção de doenças, como vacinações, campanhas de saúde, e incentivar hábitos saudáveis.
- Políticas de Saúde Mental: Promover a saúde mental dos colaboradores com políticas que reduzam o estresse e o burnout.
- Ergonomia: Garantir que o ambiente de trabalho seja ergonomicamente correto para evitar lesões.
- Primeiros Socorros: Treinar funcionários em primeiros socorros e manter kits disponíveis.
- Avaliação de Riscos: Identificar e minimizar riscos à saúde no local de trabalho.

## **5. PLANO FINANCEIRO**

### **5.1 Projeção de vendas**

Através de pesquisas e cálculos, alinhado com a previsão de demanda dos clientes chegou-se na projeção de vendas em que no primeiro ano de funcionamento a Qamis terá um faturamento de R\$652.841,10

[Apêndice M]

## **5.2 Investimento pré-operacional**

A Qamis determinou que os recursos necessários para este fim serão de R\$ 20.348,49, considerando os seguintes itens, as despesas de legalização, divulgação, fachada, cursos e treinamento para funcionários e obras civis/ reformas.

[Apêndice N]

## **5.3 Estimativa de investimento fixo**

São todos os bens que a empresa necessita para poder funcionar corretamente, esses equipamentos são máquinas, moveis, utensílios e os gastos com EPI (Equipamentos de Proteção Individual. Totalizando em R\$73.492,32

[Apêndice O]

[Apêndice P]

[Apêndice Q]

## **5.4 Depreciação de equipamentos**

Foram utilizadas taxas de depreciação conforme recomendações da receita federal. Relacionados com máquinas, utensílios e equipamentos. Chegando ao valor anual de R\$ 8.089,32

[Apêndice R]

## **5.5 Custos fixos**

O custo fixo mensal da empresa ficou em R\$ 32.347,13 que resulta em ano 388.165,52 que abrange os custos de aluguel, IPTU, água, energia elétrica, internet, funcionários e mais encargos, pró-labore, embalagem para entrega, materiais de limpeza, depreciação e o BNDES.

[Apêndice S]

## **5.6 Custos variáveis**

O custo variável é aquele que varia conforme a quantidade do produto, implicando também na alteração da quantidade de material que compõe o produto, com isso obteve – se o custo unitário, custo médio do produto/ mês e custo do produto por ano, entre outras informações, assim como mostra a apêndice S.

[Apêndice T]

## **5.7 Capital de giro**

No capital de giro foi somado o estoque inicial para o período de 34 dias, tendo como valor do estoque inicial de R\$ 10.320,00 mais com o valor de caixa mínimo de R\$ 39.348,21, portanto o valor total do capital de giro será de R\$ 49.668,21.

[Apêndice U]

### **5.7.1 Estoque inicial**

Consiste nos materiais e bens necessários para a fabricação dos produtos e serviços realizados na empresa.

[Apêndice V]

### **5.7.2 Contas a receber – vendas**

Prazo médio de vendas foi encontrado a partir de uma média ponderada, levando em conta o recebimento dos valores feito a vista e parcelado, em porcentagem dos números de clientes com os números de dias de efetuação de pagamento, portanto chegou-se ao resultado de prazo médio de 27 dias para o recebimento destes valores sobre os itens vendidos.

[Apêndice W]

### **5.7.3 Contas a pagar – compras**

Prazo médio de compras e pagamento dos fornecedores foi determinado em um prazo médio de 37,5 dias.

[Apêndice X]

### **5.7.4 Necessidade líquida de capital de giro em dias**

O prazo de necessidade líquida de capital de giro é de 23,5 dias, este resultado foi obtido pela subtração dos valores do subtotal 1 composto por contas a receber e necessidade de estoque, menos o subtotal 2 formado por contas a pagar/prazo médio de compras.

[Apêndice Y]

### **5.7.5 Caixa mínimo**

O caixa mínimo da empresa ficou em R\$ 39.348,21

[Apêndice Z]

### **5.8 Investimento inicial**

A QAMIS tem seu investimento em R\$ 143.509,02 isso será o necessário para a empresa começar a funcionar. O valor de R\$ 150.000,00 será financiado a partir de um empréstimo concedido pelo banco BNDES.

[Apêndice AA]

### **5.9 DRE – Demonstrativo de Resultados do Exercício**

No demonstrativo de resultados foi contabilizado um lucro líquido de R\$48.349,95 no primeiro ano de funcionamento da empresa.

[Apêndice AB]

### **5.10 Ponto de equilíbrio**

Para atingir o ponto de equilíbrio será necessário R\$ 497.629,77

[Apêndice AC]

### **5.11 Lucratividade**

A Lucratividade da QAMIS em porcentagem é de 7% ao ano.

[Apêndice AD]

### **5.12 Rentabilidade**

A rentabilidade da QAMIS em porcentagem é de 34% ao ano.

[Apêndice AE]

### **5.13 Prazo de retorno de investimento**

Foi previsto um retorno para o investimento em aproximadamente 3 anos conforme mostrado.

[Apêndice AF]

## APÊNDICES

### [APÊNDICE A] – Organograma



Fonte: Autoria Própria

### [APÊNDICE B] – Logo



Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE C] – Tabela de Preços

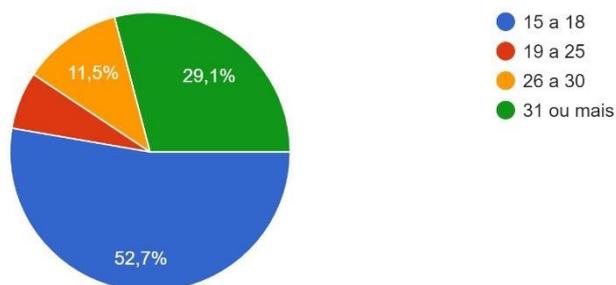
Produtos	Preço de Venda
Estampa preta 25 × 30 cm	R\$19,90
Estampa colorida 25x30cm	R\$29,90
Estampa preta + camisa branca 25x30cm	R\$49,90
Estampa preta + camisa colorida 25x30cm	R\$56,90
Estampa colorida + camisa branca 25x30cm	R\$59,90
Estampa colorida + camisa colorida 25x30cm	R\$66,90
Estampa adicional 10x10cm	R\$ 7,00

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE D] – Pesquisa de Mercado

Qual sua faixa etária?

165 respostas

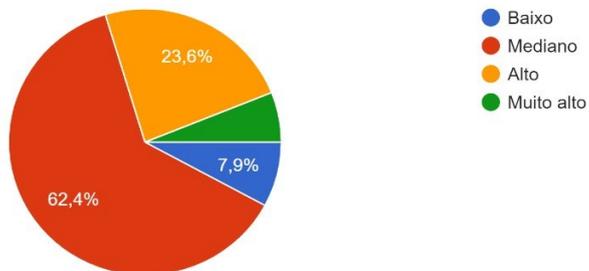


Fonte: Autoria Própria

### [APÊNDICE E] – Pesquisa de Mercado

Como você considera seu nível de criatividade?

165 respostas

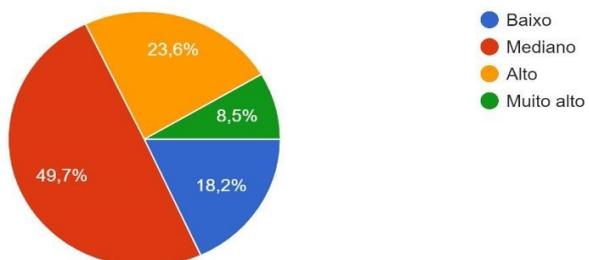


Fonte: Autoria Própria

### [APÊNDICE F] – Pesquisa de Mercado

Qual seu interesse pelo mundo da moda?

165 respostas

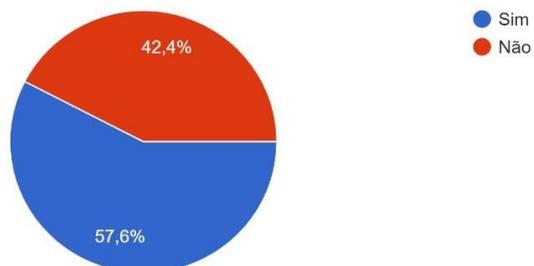


Fonte: Autoria Própria

### [APÊNDICE G] – Pesquisa de Mercado

Você personalizaria sua roupa com alguma empresa?

165 respostas

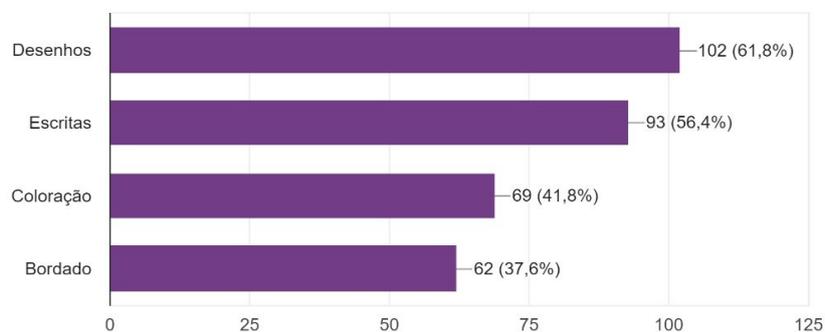


Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE H] – Pesquisa de Mercado

Quais tipos de personalização te agradam?

165 respostas

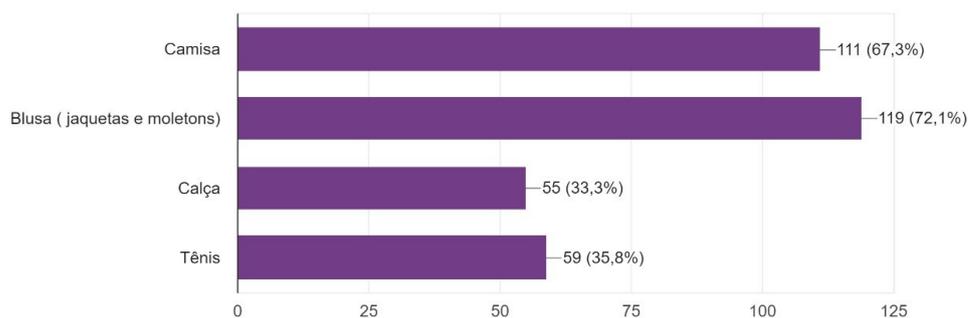


Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE I] – Pesquisa de Mercado

Qual peça de roupa você personalizaria?

165 respostas



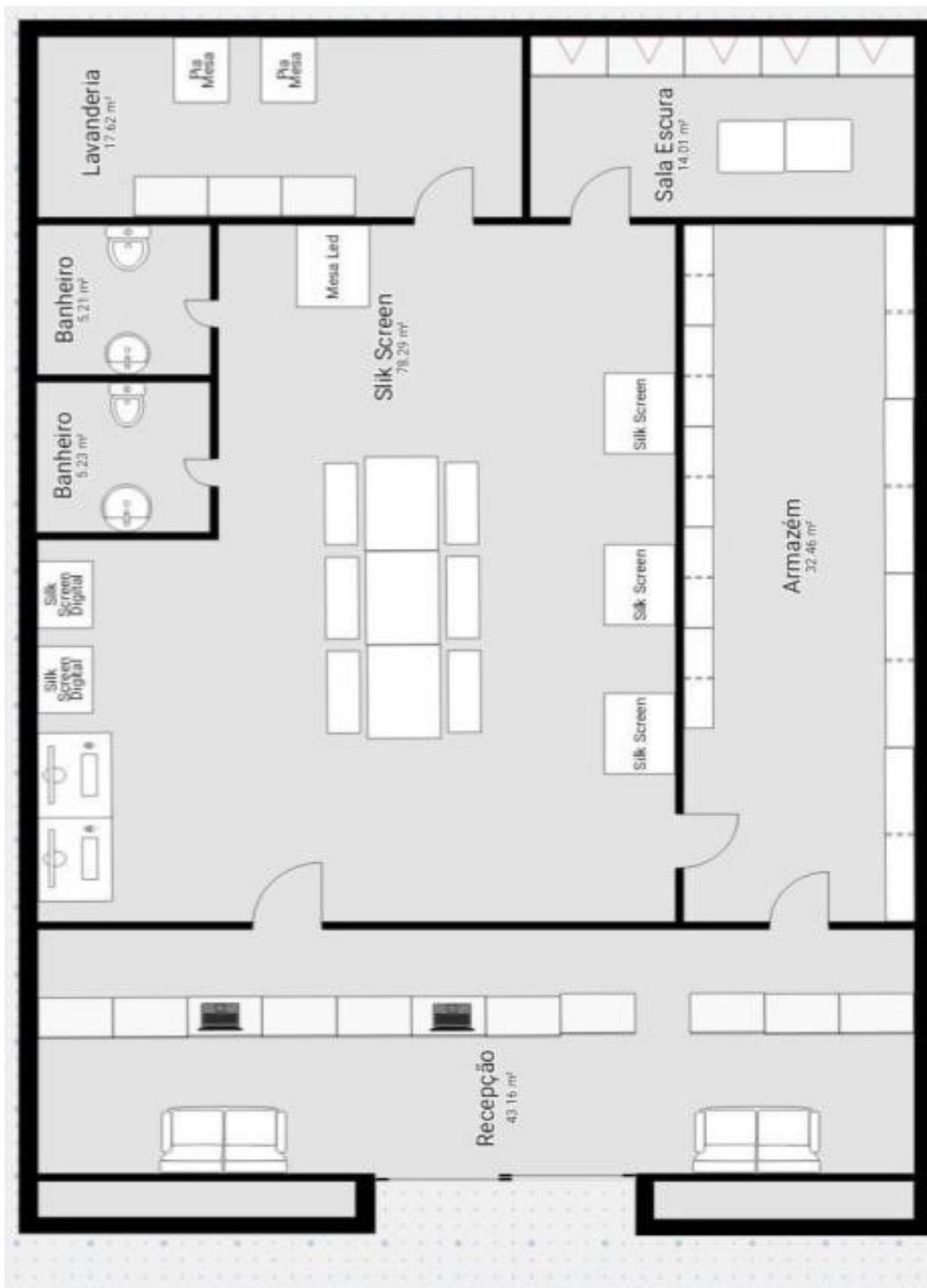
Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE J] – Plano de Ação

Ações	Custos	Período						
		Jan	Abr	Jun	Ago	Out	Nov	Dez
Pesquisa de Marketing	R\$ 950,00	R\$ 950,00						
Criação e Registro da Marca	R\$ 500,00	R\$ 500,00						
Desenvolvimento de Website	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00						
Marketing de conteúdo	R\$ 1.000,00		R\$ 1.000,00				R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Materiais de Marketing Impresso	R\$ 500,00				R\$ 500,00	R\$ 500,00		
Desenvolvimento de Redes Sociais	R\$ 800,00			R\$ 800,00		R\$ 800,00		
Treinamento de Pessoal	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00						
Custo Total	R\$ 7.250,00							R\$ 10.550,00

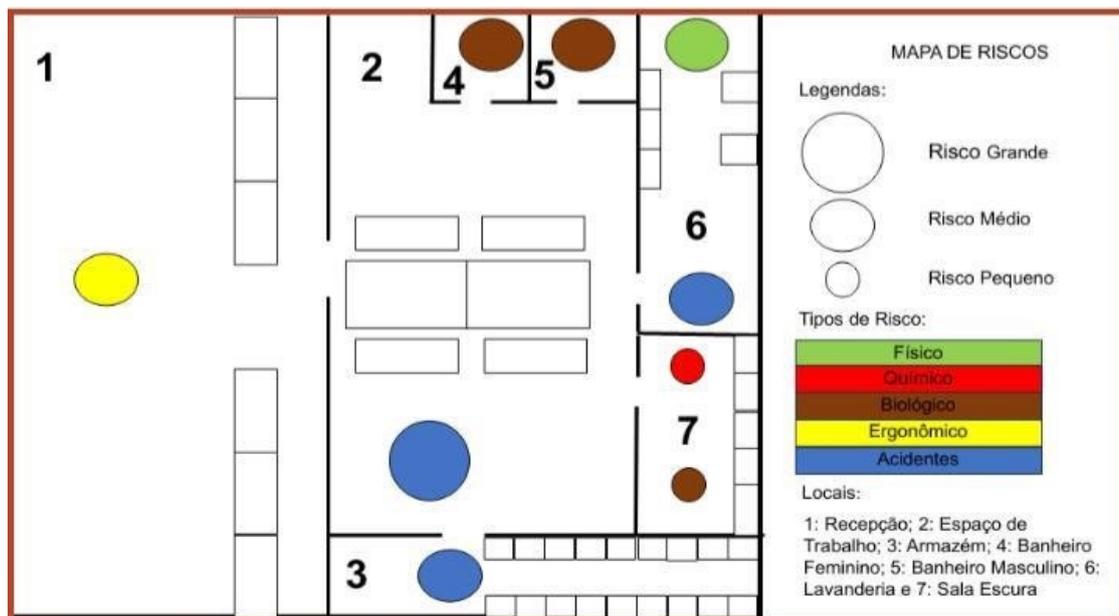
Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE K] – Layout



Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE L] – Mapa de Risco



Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE M] – Projeção de Vendas

<b>Projeção de Vendas</b>	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Estampa preta 25 × 30 cm	140	150	167	173	200	186	191	198	172	163	184	240
Estampa colorida 25x30cm	190	206	196	207	250	214	240	268	227	235	237	298
Estampa preta + camisa branca 25x30cm	90	110	130	140	100	155	117	149	123	125	137	170
Estampa preta + camisa colorida 25x30cm	140	160	150	158	192	179	173	199	187	185	198	229
Estampa colorida + camisa branca 25x30cm	120	122	160	150	170	156	165	166	168	151	173	233
Estampa colorida + camisa colorida 25x30cm	130	145	165	175	233	200	196	240	220	216	227	260
Estampa adicional 10x10cm	458	554	560	600	620	615	603	618	602	601	616	790
<b>Total de pedidos</b>	<b>810</b>	<b>893</b>	<b>968</b>	<b>1003</b>	<b>1145</b>	<b>1090</b>	<b>1082</b>	<b>1220</b>	<b>1097</b>	<b>1075</b>	<b>1156</b>	<b>1430</b>

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE N] – Investimento Pré-Operacional

<b>Investimento pré-operacional</b>	
Despesas de legalização	R\$ 3.641,49
Obras civis e/ou reformas	R\$ 12.387,00
Divulgação	R\$ 2.300,00
Cursos e treinamentos	R\$ 1.500,00
Fachada	R\$ 520,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 20.348,49</b>

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE O] – Investimento Fixo

<b>Máquinas e equipamentos</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
Monitor Dr Oficce 19Pol MDR-0503-19	2	R\$ 279,90	R\$ 559,80
Impressora Serigrafia Silk Screen 4 Garras 2 Berços Carrossel	3	R\$ 1.663,90	R\$ 4.991,70
Computador PICHAU Gamer Frey IV	2	R\$ 2.381,54	R\$ 4.763,08
Mouse Óptico C3Tech MS-26BK	2	R\$ 12,99	R\$ 25,98
Conjunto de Limpeza NYKT03 Amarelo com Sistema 2 Águas	1	R\$ 1.119,90	R\$ 1.119,90
Máquina De Impressora DTG De Mesa Automática	2	R\$ 8.863,69	R\$ 17.727,38
Carrinho De Mão Dobrável Transporte Bagagem Carga 40kg	1	R\$ 58,38	R\$ 58,38
Mesa Pia Aço Inox Industrial E Cuba 100x60x80cm	2	R\$ 971,10	R\$ 1.942,20
Tela 35x45 Esticada 120 Fios Para Silk Screen	21	R\$ 38,00	R\$ 798,00
Lavadora de Alta Pressão Electrolux Power Wash Plus 1800 PSI Bico Turbo e Escova Giratória (EWS31)	1	R\$ 445,55	R\$ 445,55
Mesa Led UV Básica 50cm x 60cm para gravações de Tela de Serigrafia (Silk-Screen)	1	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00
Notebook Inspiron 15 3000	2	R\$ 1.997,00	R\$ 3.994,00
Sub-Total			<b>R\$ 37.575,97</b>

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE P] – Investimento Fixo

<b>Móveis e utensílios</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
Balcão De Atendimento Para Loja 100% MDF 125x95x45 cm Comac	5	R\$ 839,00	R\$ 4.195,00
Escrivaninha Sem Gaveta Escritório Home Office 90cm	2	R\$ 78,98	R\$ 157,96
Cadeira De Escritorio Com Base Cromada Prizi Essencial	5	R\$ 141,80	R\$ 709,00
Estante de Aço 40cm cor Cinza Linha Leve CHAPA 26 c/ 06 Prateleiras. (25 kgs)	8	R\$ 299,90	R\$ 2.399,20
Escova de Dente Bitufo Ortodôntica	2	R\$ 9,89	R\$ 19,78
Galão Multiuso 5L	1	R\$ 13,17	R\$ 13,17
Lixeira de Pedal 5 Litros 26 x 20 x 29 cm;	5	R\$ 42,30	R\$ 211,50
Escrivaninha Mesa P/ Escritório Diretor Industrial 150x60cm	5	R\$ 199,19	R\$ 995,95
Banco Siena Pinus 18mm (140cm)	6	R\$ 324,94	R\$ 1.949,64
Mesa Bancada Bistrô Móveis Mpo Cera Xangai	8	R\$ 370,23	R\$ 2.961,84
Vaso Sanitário com Caixa Acoplada 6L ZIP Branco Incepa	2	R\$ 249,99	R\$ 499,98
Gabinete para Banheiro Beta MDF Marmore Branco 62,5cm	2	R\$ 169,90	R\$ 339,80
Luminária Tubular Linear De Sobrepor Led Slim 20w 60cm	7	R\$ 60,00	R\$ 420,00
BULBO LED 10W VERMELHA	5	R\$ 33,39	R\$ 166,95
Mousepad Rise Gaming	2	R\$ 6,99	R\$ 13,98
Luminária Painel Plafon Led Quadrado Sobrepor 18w 6000k	2	R\$ 24,90	R\$ 49,80
Lampada LED bulbo Philips, branco frio, 7W, Bivolt (100-240V)	2	R\$ 12,00	R\$ 24,00
Sofá 3 Lugares Lubeck Suede Grafite 180 cm	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00
Fita Métrica 150 Centímetros Para Costura Avaliação D Medida	2	R\$ 14,99	R\$ 29,98
Sub-total			R\$ 16.157,53

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE Q] – Investimento Fixo

<b>EPI</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
Máscara Facial Az2 Grande C/ 4 Filtros Pintura Tinta Cheiro	8	R\$ 92,90	R\$ 743,20
Luva Tricotada Pigmentada Emborrachada Segurança Antiderrapante Reforçada	8	R\$ 10,90	R\$ 87,20
Avental Emborrachado Impermeável Branco Pvc 66cm X 1mt	8	R\$ 28,50	R\$ 228,00
CARBOGRAFITE Óculos Spectra 2000 Incolor Carbografite 012228512 Incolor	8	R\$ 14,99	R\$ 119,92
Sub-total			R\$ 1.178,32

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE R] – Depreciação

<b>Máquina e equipamentos</b>	<b>Valor do Bem (R\$)</b>	<b>Vida útil em anos</b>	<b>Depreciação Anual (R\$)</b>	<b>Depreciação Mensal (R\$)</b>
Ativos Fixos				
Monitor Dr Office 19Pol MDR-0503-19	R\$ 559,80	8	R\$ 69,98	R\$ 5,83
Impressora Serigrafia Silk Screen 4 Garras 2 Berços Carrossel	R\$ 4.991,70	10	R\$ 499,17	R\$ 41,60
Computador PICHAU Gamer Frey IV	R\$ 4.763,08	5	R\$ 952,62	R\$ 79,38
Mouse Óptico C3Tech MS-26BK	R\$ 25,98	3	R\$ 8,66	R\$ 0,72
Conjunto de Limpeza NYKT03 Amarelo com Sistema 2 Águas	R\$ 1.119,90	3	R\$ 373,30	R\$ 31,11
Máquina De Impressora DTG De Mesa Automática	R\$ 17.727,38	6	R\$ 2.954,56	R\$ 246,21
Carrinho De Mão Dobrável Transporte Bagagem Carga 40kg	R\$ 58,38	6	R\$ 9,73	R\$ 0,81
Mesa Pia Aço Inox Industrial E Cuba 100x60x80cm	R\$ 1.942,20	15	R\$ 129,48	R\$ 10,79
Tela 35x45 Esticada 120 Fios Para Silk Screen	R\$ 798,00	3	R\$ 266,00	R\$ 22,17
Lavadora de Alta Pressão Electrolux Power Wash Plus 1800 PSI Bico	R\$ 445,55	3	R\$ 148,52	R\$ 12,38
Mesa Led UV Básica 50cm x 60cm para gravações de Tela de Serigrafia	R\$ 1.150,00	10	R\$ 115,00	R\$ 9,58
Notebook Inspiron 15 3000	R\$ 3.994,00	5	R\$ 798,80	R\$ 66,57
Total	R\$ 37.575,97	77	R\$ 6.325,81	R\$ 527,15

<b>Móveis e utensílios</b>				
Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida útil em anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Balcão De Atendimento Para Loja 100% MDF 125x95x45 cm Comac	R\$ 4.195,00	15	R\$ 279,67	R\$ 23,31
Escrivaninha Sem Gaveta Escritório Home Office 90cm	R\$ 157,96	15	R\$ 10,53	R\$ 0,88
Cadeira De Escritorio Com Base Cromada Prizi Essencial	R\$ 709,00	10	R\$ 70,90	R\$ 5,91
Estante de Aço 40cm cor Cinza Linha Leve CHAPA 26 c/ 06 Prateleiras. (25 kgs)	R\$ 2.399,20	20	R\$ 119,96	R\$ 10,00
Escova de Dente Bitufo Ortodôntica	R\$ 19,78	1	R\$ 19,78	R\$ 1,65
Galão Multiuso 5L	R\$ 13,17	2	R\$ 6,59	R\$ 0,55
Lixeira de Pedal 5 Litros 26 x 20 x 29 cm;	R\$ 211,50	10	R\$ 21,15	R\$ 1,76
Escrivaninha Mesa P/ Escritório Diretor Industrial 150x60cm	R\$ 995,95	15	R\$ 66,40	R\$ 5,53
Banco Siena Pinus 18mm (140cm)	R\$ 1.949,64	20	R\$ 97,48	R\$ 8,12
Mesa Bancada Bistrô Móveis Mpo Cera Xangai	R\$ 2.961,84	20	R\$ 148,09	R\$ 12,34
Vaso Sanitário com Caixa Acoplada 6L ZIP Branco Incepa	R\$ 499,98	15	R\$ 33,33	R\$ 2,78
Gabinete para Banheiro Beta MDF Marmore Branco 62,5cm	R\$ 339,80	20	R\$ 16,99	R\$ 1,42
Luminária Tubular Linear De Sobrepor Led Slim 20w 60cm	R\$ 420,00	10	R\$ 42,00	R\$ 3,50
BULBO LED 10W VERMELHA	R\$ 166,95	2	R\$ 83,48	R\$ 6,96
Mousepad Rise Gaming	R\$ 13,98	3	R\$ 4,66	R\$ 0,39
Luminária Painel Plafon Led Quadrado Sobrepor 18w 6000k	R\$ 49,80	10	R\$ 4,98	R\$ 0,42
Lampada LED bulbo Philips, branco frio, 7W, Bivolt (100-240V)	R\$ 24,00	2	R\$ 12,00	R\$ 1,00
Sofá 3 Lugares Lubeck Suede Grafite 180 cm	R\$ 1.000,00	15	R\$ 66,67	R\$ 5,56
Fita Métrica 150 Centímetros Para Costura Avaliação D Medida	R\$ 29,98	10	R\$ 3,00	R\$ 0,25
<b>Total</b>	<b>R\$ 16.157,53</b>	<b>215</b>	<b>R\$ 1.107,64</b>	<b>R\$ 92,30</b>

<b>EPI</b>				
Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida útil em anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Máscara Facial Az2 Grande C/ 4 Filtros Pintura Tinta Cheiro	R\$ 743,20	5	R\$ 148,64	R\$ 12,38666667
Luva Tricotada Pigmentada Emborrachada Segurança Antiderrapante Reforçada EPI Algodão	R\$ 87,20	2	R\$ 43,6	R\$ 3,633333333
Avental Emborrachado Impermeável Branco Pvc 66cm X 1mt	R\$ 228,00	2	R\$ 114	R\$ 9,5
CARBOGRAFITE Óculos Spectra 2000 Incolor Carbografite 012228512 Incolor	R\$ 119,92	3	R\$ 39,97333333	R\$ 3,331111111
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.178,32</b>	<b>12</b>	<b>R\$ 346,21</b>	<b>R\$ 28,85</b>

Fonte: Autoria Própria

### [APÊNDICE S] – Custos Fixos

<b>Descrição</b>	<b>Custo Total Mensal (em R\$)</b>
Funcionário	R\$ 1.710,00
Pacote p/entrega	R\$ 182,00
Aluguel	R\$ 5.000,00
Condomínio	R\$ 4.000,00
IPTU	R\$ 2.200,00
Água	R\$ 1.779,09
Energia elétrica	R\$ 562,00
Internet	R\$ 99,90
Pró-labore	R\$ 6.600,00
Material de limpeza	R\$ 151,10
Depreciação – quadro 5.10	R\$ 674,11
Serviços de terceiros	R\$ 4.500,00
BNDES	R\$ 4.888,92
<b>Total</b>	<b>R\$ 32.347,13</b>

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE T] – Custos Variáveis

Produtos	Preço de Venda	Custo unitário variável	Custo médio do produto/mês	Faturamento em ano	Faturamento médio por mês	Custos do produto por ano
Estampa preta 25 × 30 cm	R\$19,90	R\$0,35	R\$62,42	R\$43.063,60	R\$ 3.588,63	R\$ 749,08
Estampa colorida 25x30cm	R\$29,90	R\$0,35	R\$79,85	R\$82.763,20	R\$ 6.896,93	R\$ 958,15
Estampa preta + camisa branca 25x30cm	R\$49,90	R\$15,35	R\$1.977,10	R\$77.145,40	R\$ 6.428,78	R\$ 23.725,15
Estampa preta + camisa colorida 25x30cm	R\$56,90	R\$19,35	R\$3.466,19	R\$122.335,00	R\$ 10.194,58	R\$ 41.594,23
Estampa colorida + camisa branca 25x30cm	R\$59,90	R\$15,35	R\$2.473,29	R\$115.846,60	R\$ 9.653,88	R\$ 29.679,46
Estampa colorida + camisa colorida 25x30cm	R\$66,90	R\$19,35	R\$3.880,52	R\$161.028,30	R\$ 13.419,03	R\$ 46.566,19
Estampa adicional 10x10cm	R\$ 7,00	R\$0,05	R\$27,83	R\$50.659,00	R\$ 4.221,58	R\$ 334,02
Total			<b>R\$11.967,19</b>	<b>R\$652.841,10</b>	<b>R\$ 54.403,43</b>	<b>R\$ 143.606,28</b>

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE U] – Capital de Giro

<b>Capital de giro (resumo)</b>	
Investimentos financeiros	(R\$)
A- Estoque inicial	R\$ 10.320,00
B- Caixa mínimo	R\$ 39.348,21
Total do capital de giro ( A+B)	R\$ 49.668,21

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE V] – Estoque Inicial

Estimativa de estoque inicial				
	Descrição	Qtde	Valor unitário	Total
1	Camisa preta	81	R\$ 19,00	R\$ 1.539,00
2	Camisa laranja	30	R\$ 19,00	R\$ 570,00
3	Camisa branca	210	R\$ 19,00	R\$ 3.990,00
4	Camisa verde	25	R\$ 19,00	R\$ 475,00
5	Camisa amarela	36	R\$ 19,00	R\$ 684,00
6	Camisa vermelha	40	R\$ 19,00	R\$ 760,00
7	Camisa roxa	20	R\$ 19,00	R\$ 380,00
8	Camisa cinza	14	R\$ 19,00	R\$ 266,00
9	Camisa azul	24	R\$ 19,00	R\$ 456,00
10	Tinta ecológica laranja	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
11	Tinta ecológica cinza	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
12	Tinta ecológica azul	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
13	Tinta ecológica vermelha	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
14	Tinta ecológica violeta	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
15	Tinta ecológica verde	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
16	Tinta ecológica amarela	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
17	Tinta ecológica preta	2	R\$ 60,00	R\$ 120,00
18	Tinta ecológica branca	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
19	Tinta laranja	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
20	Tinta cinza	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
21	Tinta azul	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
22	Tinta vermelha	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
23	Tinta violeta	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
24	Tinta verde	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
25	Tinta amarela	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
26	Tinta preta	2	R\$ 60,00	R\$ 120,00
27	Tinta branca	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
	<b>Total de estoque inicial</b>	<b>500</b>		<b>R\$ 10.320,00</b>

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE W] – Contas a Receber

Contas a receber			
Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média ponderada de dias
a vista	30%	0	0
a prazo (1)	50%	30	15
a prazo (2)	20%	60	12
a prazo (3)	0%	0	0
a prazo (4)	0%	0	0
<b>Prazo médio total:</b>			<b>27</b>

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE X] – Contas a Pagar

<b>Fornecedor</b>			
<b>Prazo médio de vendas</b>	<b>(%)</b>	<b>Numero de dias</b>	<b>Media ponderada de dias</b>
a vista	50%	0	0
a prazo (1)	0%	30	0
a prazo (2)	25%	60	15
a prazo (3)	25%	90	22,5
a prazo (4)	0%	0	0
		<b>Prazo medio total:</b>	<b>37,5</b>

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE Y] – Necessidade líquida de capital de giro em dias

<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	<b>Números de dias</b>
1. Contas a receber -prazo médio de vendas	27
2. Estoques- necessidade média de estoques	34
Subtotal 1 (item 1+2)	61
<b>Recurso terceiros no caixa da empresa</b>	
3. Fornecedores - prazo médio de compras	37,5
Subtotal 2	37,5
Necessidade Líquida de Capital de giro em dias (Subtotal 1 - Subtotal 2)	23,5

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE Z] – Caixa Mínimo

<b>Caixa minimo</b>		
Custo fixo mensal	R\$	32.347,13
Custo variavel mensal	R\$	17.884,64
Custo total da empresa	R\$	50.231,76
Custo total diario	R\$	1.674,39
Necessidade liquida de capital de giro em dias		23,5
<b>Total caixa minimo</b>	R\$	<b>39.348,21</b>

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE AA] – Investimento Inicial

<b>Investimento Total</b>		
Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimentos Fixos - Quadro 5.1	R\$ 73.492,32	51,21093991
2. Capital de Giro - Quadro 5.2	R\$ 49.668,21	34,60981934
3. Investimentos Pré-Operacionais - Quadro 5.	R\$ 20.348,49	14,17924075
Total (1 + 2 + 3)	R\$ 143.509,02	100
<b>Fontes de recursos</b>		
	Valor (R\$)	(%)
1. Recursos terceiros (BNDES)	R\$ 150.000,00	100
Total	R\$ 150.000,00	100
(BNDES)	40x	
	R\$ 4.888,92	

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE AB] – DRE

<b>DRE</b>	
Descrição	(R\$)
Receita Total com Vendas	R\$ 652.841,10
Custos Variáveis Totais	R\$ 214.615,63
(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV (*)	R\$ 143.606,28
(-) Impostos sobre venda	R\$ 48.159,90
(-) Gastos com vendas	R\$ 22.849,44
Custo Variável Totais (Subtotal de 2)	R\$ 214.615,63
Margem de Contribuição (1-2)	R\$ 438.225,47
(-) Custos Fixos Totais	R\$ 388.165,52
Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3-4)	R\$ 50.059,95

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE AC] – Ponto de Equilíbrio

<b>Ponto de Equilíbrio</b>		
Ponto de Equilíbrio	R\$ 388.165,52	R\$ 497.629,77
	R\$ 0,78	

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE AD] – Lucratividade

<b>Lucratividade</b>			
Lucratividade	R\$ 48.349,95	100	7,67%
	R\$ 652.841,10		

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE AE] – Rentabilidade

<b>Rentabilidade</b>			
Rentabilidade	R\$ 48.349,95	100	35%
	R\$ 143.509,02		

Fonte: Autoria Própria

## [APÊNDICE AF] – Prazo de Retorno

<b>Prazo de retorno de investimento</b>		
Prazo de retorno de investimento	R\$ 143.509,02	2,9
	R\$ 48.349,95	

Fonte: Autoria Própria

## **CONCLUSÃO**

Ao longo deste projeto, exploramos a importância da customização de peças de roupas utilizando tintas e materiais ecológicos e sustentáveis, visando atender à crescente demanda por produtos de moda conscientes. Em resumo, fica evidente que a customização de peças de roupa se revela uma abordagem inovadora e promissora para o mercado da moda, contribuindo não apenas para a individualidade estilística, mas também para a sustentabilidade e responsabilidade ambiental na indústria fashion.

## REFERÊNCIAS

DISPONÍVEL EM: <https://www.iemi.com.br/comportamento-de-compra-do-consumidor-de-vestuario/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://fcm.com.br/conheca-o-comportamento-do-consumidor-brasileiro-no-mercado-textil> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://www.msn.com/pt-br/estilo-de-vida/moda/pol-c3-adtica-e-tiktokimpulsionam-o-interesse-de-jovens-brasileiros-por-moda/ar-AA13kEUg>  
ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://consumidormoderno.com.br/brasil-detem-o-nono-mercado-de-roupas-do-mundo/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://valorinveste.globo.com/blogs/seu-negocio/post/2021/08/comcrescimento-do-mercado-de-moda-surgem-oportunidades-para-empreender.ghtml> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/industria-da-moda-cresce-eimpulsiona-retomada-economica> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://trademap.com.br/agencia/analises-e-relatorios/varejo-de-modamercado-brasileiro-lojas-renner-lren3-arezzo-arzz3> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://mercadoeconsumo.com.br/04/03/2021/artigos/o-negocio-da-modatem-futuro/amp/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://atarde.com.br/empregos/em-meio-a-pandemia-setor-de-modaregistra-crescimento-de-mais-de-16-1181162> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM:  
<https://www.multimarksdigital.com.br/&ved=2ahUKEwjvuZnFkf2AAxU6qZUCHQbAC3AQFnoECBEQAQ&usg=AOvVaw0F1oFBaddVVNMd2JUJc6UH> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: [<https://cnpj.biz/>] ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: [<https://www.agenciaeplus.com.br/como-divulgar-seu-e-commerce-commarketingimpresso/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://www.zapimoveis.com.br/imovel/aluguel-conjunto-comercial-salaitaim-bibi-zona-sul-sao-paulo-sp-200m2-id-2630462061/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://genesistintas.com.br/empresa/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: [[https://www.lojamirante.com.br/p/camisetas-poliester/camisetasublimatica-masculina/unit/kit-5-camisetas-de-poliestersublimatica-branca?gad=1&gclid=CjwKCAjwxaanBhBQEiwA84TVXJBc5MujQBAwat8kiSjno\\_PedV8J EkTypHTBQgyiGXIk5kH-LW4oPRoCOAMQAvD\\_BwE](https://www.lojamirante.com.br/p/camisetas-poliester/camisetasublimatica-masculina/unit/kit-5-camisetas-de-poliestersublimatica-branca?gad=1&gclid=CjwKCAjwxaanBhBQEiwA84TVXJBc5MujQBAwat8kiSjno_PedV8J EkTypHTBQgyiGXIk5kH-LW4oPRoCOAMQAvD_BwE)]([https://www.lojamirante.com.br/p/camisetas-poliester/camisetasublimatica-masculina/unit/kit-5-camisetas-de-poliestersublimatica-branca?gad=1&gclid=CjwKCAjwxaanBhBQEiwA84TVXJBc5MujQBAwat8kiSjno\\_PedV8J EkTypHTBQgyiGXIk5kH-LW4oPRoCOAMQAvD\\_BwE](https://www.lojamirante.com.br/p/camisetas-poliester/camisetasublimatica-masculina/unit/kit-5-camisetas-de-poliestersublimatica-branca?gad=1&gclid=CjwKCAjwxaanBhBQEiwA84TVXJBc5MujQBAwat8kiSjno_PedV8J EkTypHTBQgyiGXIk5kH-LW4oPRoCOAMQAvD_BwE)) ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://cnpj.biz/12299419000175> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://portoblue.com.br/empresa/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://ateliercustomize.com.br/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://www.solutudo.com.br/empresas/sp/s-paulo/bordados/inguscustomizacao-de-pecas-do-vestuario-ltda-17428997> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabela-iss-sp/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://www.auditorioibirapuera.com.br/quanto-custa-uma-licencasanitaria/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://cetesb.sp.gov.br/licenciamentoambiental/preco-das-licencase-outros-documentos-2/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://www.institucional.jucesp.sp.gov.br/empresas.html> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM:

<https://www.google.com/amp/s/www.jornalcontabil.com.br/quantocusta-um-alvara-de-funcionamento/%3famp> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://www.montcon.com.br/7-alvaras-e-licencas-para-abrir-umaempresa-que-voce-precisa-ter/?amp=1> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: [https://www.dell.com/pt-br/shop/cty/pdp/spd/inspiron-15-3511laptop/i3511w6010w?gacd=9657105-15015-5761040-2758781410&dgc=ST&cid=71700000114503090&gclid=EAlaIQobChMI4vf-zKCgQMVvUd\\_AB0gmw7-EAQYASABEgKdO\\_D\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.dell.com/pt-br/shop/cty/pdp/spd/inspiron-15-3511laptop/i3511w6010w?gacd=9657105-15015-5761040-2758781410&dgc=ST&cid=71700000114503090&gclid=EAlaIQobChMI4vf-zKCgQMVvUd_AB0gmw7-EAQYASABEgKdO_D_BwE&gclsrc=aw.ds) ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: [https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-3201668543-placafachada-acm-logo-em-letra-caixa-com-sua-logo-\\_JM?matt\\_tool=18956390&utm\\_source=google\\_shopping&utm\\_medium=organic](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-3201668543-placafachada-acm-logo-em-letra-caixa-com-sua-logo-_JM?matt_tool=18956390&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic) ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://agenciavirtual.sabesp.com.br/web/guest/tarifas> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: <https://www.oficinapanda.com.br/produtos/mesa-led-uv-basica-50cm-x-60cm-para-gravacoes-de-tela-de-serigrafia-silk-screen/> ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM: [https://www.telhanorte.com.br/kit-bacia-e-caixa-6lts-zip-brancaincepa/p?idsku=888839158&gclid=EAlaIQobChMI6L\\_bp6GgQMVwjfUAR1qIArEAQYASABEgLnR\\_D\\_BwE](https://www.telhanorte.com.br/kit-bacia-e-caixa-6lts-zip-brancaincepa/p?idsku=888839158&gclid=EAlaIQobChMI6L_bp6GgQMVwjfUAR1qIArEAQYASABEgLnR_D_BwE) ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14

DISPONÍVEL EM:

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://bombeiros.com.br/avcb->

clcb/&ved=2ahUKEwiVmcvXhuWCAxWsL7kGHYvoDwoQFnoECCMQAQ&usg=AOv  
Vaw1qBsnweUUqrp1ZkYJtafr9 ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS  
17H14

DISPONÍVEL EM: [https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-2044653365-  
mascarafacial-az2-grande-c-4-filtros-pintura-tinta-cheiro-  
\\_JM?matt\\_tool=18956390&utm\\_source=google\\_shopping&utm\\_medium=organic](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-2044653365-mascarafacial-az2-grande-c-4-filtros-pintura-tinta-cheiro-_JM?matt_tool=18956390&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic)  
ACESSO EM 25 DE SETEMBRO DE 2023 ÀS 17H14