

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN
Curso Técnico em Administração

Igor Lara
Kaique Alves
Kauane Feitosa
Kelvyn Soares
Leonardo Santos
Marta de França
Michelle Cristina
Nayra de França

EMPRESA SUSTENTÁVEL
SAB'ÓLEO

Jandira

2024

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN
Curso Técnico em Administração

Igor Lara
Kaique Alves
Kauane Feitosa
Kelvyn Soares
Leonardo Santos
Marta de França
Michelle Cristina
Nayra de França

EMPRESA SUSTENTÁVEL
SAB'ÓLEO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Técnico em
Administração, da ETEC André Bogasian -
Extensão E.E. Prof.^o Vicente Themudo Lessa,
como requisito parcial para obtenção do título de
técnico em Administração.

Orientador: Prof.^a Lilian de Oliveira Torres.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN
Curso Técnico em Administração

**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, título do TCC, Empresa sustentável *Sab'Óleo*, trabalho de Conclusão de Curso apresentado na ETEC André Bogasian, 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.

Jandira, DD de mês de 2024.

NOME	RG	ASSINATURA

Cientes:

Geraldo Evangelista
Coordenador do Curso

Lilian de Oliveira Torres
Professor Orientador

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN
Curso Técnico em Administração
TERMO DE AUTENTICIDADE**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Administração na ETEC Prof. 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.

Jandira, DD de mês de 2024.

NOME	RG	ASSINATURA



Trabalho de Conclusão de Curso aprovado, apresentado à ETEC Prof. 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:

Lilian de Oliveira Torres

Professor Responsável pela Disciplina Desenvolvimento de
Trabalho de Conclusão de Curso e Orientador - ETEC Prof. André Bogasian

Prof. ETEC Prof. André Bogasian

Prof. ETEC Prof. André Bogasian

Prof. ETEC Prof. André Bogasian

Dedicamos este trabalho a todo corpo docente do curso de Técnico em Administração da ETEC André Bogasian – Extensão Themudo Lessa, por todos os ensinamentos, vocês foram parte fundamental desta caminhada.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus pela sabedoria, perseverança e a força que tem nos dados, para superar as adversidades. A nossa família, pelo incentivo e por acreditar na nossa capacidade para realização do presente projeto. A nossa orientadora, professora Lilian Torres. Ao grupo, pelo trabalho em equipe na elaboração deste projeto. A Etec, por nos proporcionar uma boa estrutura para nossas pesquisas, colaborando efetivamente para o nosso conhecimento técnico.

EPÍGRAFE

A menos que modifiquemos à nossa maneira de pensar, não seremos capazes de resolver os problemas causados pela forma como nos acostumamos a ver o mundo.

(Albert Einstein)

RESUMO

Atualmente, debate-se muito sobre a necessidade de o corpo social possuir a consciência da importância de um desenvolvimento que uma sustentabilidade e justiça social. Logo, um grupo de estudantes de um curso de administração da ETEC, em Jandira, se reuniu para desenvolver o TCC. Após inúmeras ideias e muito debate, chegaram a uma conclusão, onde decidiram criar uma empresa que tenha como política 2 pontos cruciais: Sustentabilidade ambiental, ao usar a logística reversa como meio para gerar um produto; Justiça social, pois este produto terá como público-alvo as pessoas de baixa renda.

Palavras-chave: Sustentabilidade, comunidade, óleo, renda.

ABSTRACT

Currently, there is a lot of debate about the need for the social body to be aware of the importance of development that combines sustainability and social justice. Soon, a group of students from an administration course at ETEC, in Jandira, met to develop the TCC. After countless ideas and much debate, they reached a conclusion, where they decided to create a company that has two crucial points as its policy: Environmental sustainability, by using reverse logistics as a means to generate a product; Social justice, as this product will target low-income people.

Keywords: Sustainability, community, oil, income.

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	15
1.1 Justificativa	15
1.2 Objetivos.....	16
1.2.1 Objetivo geral.....	16
1.2.2 Objetivos específicos	16
1.3 Problemática	16
2. FUNDAMENTAÇÃO	17
2.1 ODS - Objetivo 6 e 14 ou da água potável e saneamento, e vida na água.....	17
2.2 ODS - Objetivo 11 ou de cidades e comunidades sustentáveis.	17
2.3 ODS - Objetivo 10 ou da redução das desigualdades.	17
2.4 Aspectos legais.....	17
2.4.1 Projeto de Lei n.º 6.120, DE 2019	17
2.4.2 Certificação ISO 14.000	18
2.4.3 NR 28	18
2.4.4 Lei de Vigilância Sanitária (Lei nº 6.360/76)	18
2.4.5 Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/10)	18
2.4.6 Lei nº 16.309/2017	18
3. DESENVOLVIMENTO	19
3.1 A logística reversa no Brasil	19
3.2 O descarte do óleo de cozinha	19
3.3 Sumário Executivo	19
3.3.1 Descrição da Empresa.....	19
3.3.2 Descrição do Produto	20
3.3.3 Público Alvo	20
3.3.4 Cenário do Mercado	21
3.3.5 Principais estratégias	21
3.3.5.1 Implementação de Logística Reversa	21
3.3.5.2 Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis e Acessíveis	22
3.3.5.3 Modelo de Negócio Sustentável e Inclusivo	22
3.3.5.4 Empoderamento da Comunidade e Impacto Social	22
3.3.5.5 Avaliação e Monitoramento de Impacto	22
3.3.5.6 Promoção e Engajamento com o Público	23
3.3.5.7 Apoio e Parcerias com Empresas e Instituições	23
3.4 Canvas de Negócio	23

3.5 Análise de Mercado.....	23
3.5.1 Rivalidade entre concorrentes.....	23
3.5.2. Poder de negociação fornecedores.....	24
3.5.3. Poder de negociação clientes.....	24
3.5.4. Ameaça de produtos substitutos.....	24
3.5.5. Ameaça de entrada de novos concorrentes.....	25
3.6 Plano Operacional	25
3.6.1 Processos operacionais.....	25
3.6.1.1 Coleta de Óleo Usado.....	25
3.6.1.2 Triagem e Filtragem	25
3.6.1.3 Mistura e Saponificação.....	26
3.6.1.4 Moldagem e Cura	26
3.6.1.5 Embalagem Primária	26
3.6.1.6 Armazenagem.....	26
3.6.1.7 Distribuição e Vendas.....	26
3.6.1.8 Marketing e Venda	26
3.6.1.9 Gestão de Resíduos.....	26
3.6.2 Capacidade instalada.....	26
3.6.2.1 Estratégias para Atingir a Capacidade Máxima.....	27
3.7 Plano Financeiro.....	28
3.7.1 Demonstrativo Financeiro.....	28
3.7.2 Folha de Pagamento.....	28
3.7.3 Ativos Circulantes	28
3.7.4 Ativos Não Circulantes	28
3.7.5 Passivos Circulantes	28
3.7.6 Maquinários.....	28
3.7.7 Vendas.....	28
3.7.8 Expectativa de Vendas Mensais.....	28
3.7.9 Custo Matéria Prima.....	28
3.8 Construções de Cenários	28
3.8.1 Cenário Negativo.....	28
3.8.2 Cenário Positivo	29
3.9 Plano de Marketing.....	29
3.9.1. Produto	29
3.9.2 Preço	29

3.9.3 Praça.....	29
3.9.4 Promoção.....	29
3.10 Avaliação Estratégica	30
3.10.1 Forças	30
3.10.2 Fraquezas.....	30
3.10.3 Oportunidades	30
3.10.4 Ameaças	31
4. ANEXOS.....	31
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
5.1 Resultados Esperados.....	35
5.1.1 Resultados Ambientais.....	35
5.1.2 Resultados Sociais.....	35
5.1.3 Resultados Econômicos	36
5.1.4 Parcerias e Colaborações	36
5.1.5 Objetivos do Projeto	36
5.1.6 Logística Reversa e Sustentabilidade Ambiental	36
5.1.7 Justiça Social e Público-Alvo	37
5.3 Conclusão.....	37
5.2 Avaliação do Plano de Negócio	38
5.2.1 Análise de Mercado	38
5.2.2 Estratégia de Marketing	38
5.2.3 Plano Operacional.....	39
5.2.4 Plano Financeiro	39
5.2.5 Impacto Social e Ambiental	39
5.2.6 Análise de Riscos	39
5.2.7 Potencial de Crescimento.....	40
BIBLIOGRAFIA.....	40

1. INTRODUÇÃO

A crescente preocupação com as questões ambientais e sociais tem levado à reflexão sobre a necessidade de modelos de desenvolvimento que integrem sustentabilidade e justiça social. Em um mundo onde a desigualdade econômica e os problemas ambientais se intensificam, é fundamental que novas abordagens empresariais surjam para enfrentar esses desafios.

Neste contexto, um grupo de estudantes do curso de Administração da ETEC, em Jandira, decidiu desenvolver um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que visa criar uma empresa com dois pilares centrais: a sustentabilidade ambiental e a justiça social. A proposta é implementar a logística reversa como estratégia para gerar produtos que atendam às necessidades de pessoas de baixa renda.

A empresa se propõe a utilizar materiais reciclados e a fomentar a consciência ambiental, ao mesmo tempo em que oferece produtos acessíveis, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida da comunidade. Este trabalho busca não apenas apresentar a viabilidade do projeto, mas também promover uma discussão sobre a responsabilidade social das empresas e a importância de uma economia inclusiva e sustentável.

1.1 Justificativa

O descarte inadequado de óleo de cozinha usado é um problema ambiental significativo. Segundo a Sabesp “1 litro de óleo pode contaminar até 25 mil litros de água. Isso porque suas substâncias não se dissolvem na água e, quando despejadas nos cursos d'água, causam descontrole do oxigênio e a morte de peixes e outras espécies. Em contato com o solo, há contaminação e mais sujeira”.

O mercado de produtos ecológicos está em expansão, com consumidores cada vez mais conscientes e dispostos a pagar por alternativas sustentáveis. Como por exemplo a marca *Natura* que usa ingredientes naturais da biodiversidade e prática alternativas sustentáveis em todas as etapas de produção. Com isso, poder fornecer um produto que atende a essa demanda, a Sab'Óleo pode se posicionar de maneira competitiva no mercado.

A justificativa para nossa empresa também inclui os aspectos sociais e educacionais. A coleta de óleo usado pode envolver parcerias com restaurantes, escolas e comunidades, promovendo a conscientização sobre a importância da reciclagem. Ao engajar a comunidade

e fornecer educação sobre práticas sustentáveis, a empresa contribui para um comportamento mais responsável em relação ao meio ambiente.

Portanto, a criação desta empresa é uma resposta necessária e estratégica a um problema ambiental urgente, com benefícios significativos para o meio ambiente, a economia e a sociedade.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Esta pesquisa possui como objetivo investigar a cultura e pensamento do corpo social, em relação ao desenvolvimento de produtos sustentáveis

1.2.2 Objetivos específicos

Desenvolver um produto sustentável e orgânico em comunidades com alta densidade populacional.

Através do consumo, mensurar o nível de aceitação e compreensão do corpo social em relação as mudanças climáticas e necessidade da criação de meios para que a classe menos favorecida possa ter acesso a produtos biodegradáveis.

Analisar o nível de adesão de comerciantes, que estejam empenhados em contribuir com a doação de óleos que já foram usados, com o fito de auxiliar a democratização da logística reversa nas comunidades carentes.

1.3 Problemática

O descarte inadequado de óleo de cozinha usado representa um grave problema ambiental e de saúde pública. Quando despejado em pias ou em sistemas de esgoto, o óleo pode causar obstruções e contaminação da água, afetando ecossistemas aquáticos e a qualidade da água potável. Além disso, o óleo de cozinha usado em aterros sanitários contribui para a poluição do solo e a emissão de gases de efeito estufa.

A falta de conscientização e de infraestrutura adequada para a coleta e reciclagem do óleo usado agrava esse problema, resultando em um desperdício de recursos que poderiam ser transformados em produtos úteis, como sabão. Assim, a necessidade urgente de soluções sustentáveis que facilitem a coleta, o reaproveitamento e a transformação do óleo de cozinha usado, reduzindo seu impacto negativo no meio ambiente e promovendo práticas mais responsáveis de descarte e reciclagem.

2. FUNDAMENTAÇÃO

Nosso projeto se fundamentará em leis e regimes que trabalham para garantir um futuro sustentável e com justiça social. Logo, neste caso, a empresa está diretamente baseada em algumas ODS (objetivos de desenvolvimento sustentável)

Legalidade, impessoalidade. Deve-se abordar leis da administração pública para justificarmos a ideia do nosso negócio. Regimento de ONGS, leis que abordam o comércio ilegal (visto a fabricação de sabão sem CNPJ), ISSO 24.000. Abordar as ODS (leis), Leis sobre produção e serviço, abordar leis sobre trabalho com material perigoso (soda caustica), abordar o descarte da matéria.

2.1 ODS - Objetivo 6 e 14 ou da água potável e saneamento, e vida na água

Neste caso, o presente projeto tem como objetivo principal recolher o óleo das comunidades que, normalmente, são descartados dentro de pias, e conseqüentemente trará prejuízo ao meio ambiente, com a contaminação de lençóis freáticos e rios.

2.2 ODS - Objetivo 11 ou de cidades e comunidades sustentáveis.

O projeto incentivará a economia verde e circular, uma vez que os moradores das comunidades participarão efetivamente do processo de reciclagem. Ou seja, começará um fluxo de logística reversa, e isto contribuirá de forma expressiva para iniciar um processo de mudança na mentalidade das pessoas, e demonstrar a importância de uma política que se preocupa com o futuro da sustentabilidade.

2.3 ODS - Objetivo 10 ou da redução das desigualdades.

Algumas pessoas possuem dificuldade para manter uma vida saudável, por conta da imensa assimetria social presente no Brasil. O foco do projeto é justamente oferecer um produto de baixo custo, com excelente qualidade, e feito pelo material fornecido pelos próprios moradores. Assim, democratizando o acesso a produtos de limpeza e higiene.

2.4 Aspectos legais

2.4.1 Projeto de Lei n.º 6.120, DE 2019

Estabelece o Inventário Nacional de Substâncias Químicas, a avaliação e o controle do risco das substâncias químicas utilizadas, produzidas ou importadas, no território nacional, com o objetivo de minimizar os impactos adversos à saúde e ao meio ambiente; e dá outras providências. Neste caso, a empresa usará soda cáustica

2.4.2 Certificação ISO 14.000

Impõe normas internacionais que tem como objetivo estabelecer diretrizes sobre como deve ser feita a gestão ambiental. Se aplicando ao negócio de forma que, garantira o cumprimento das normas ambientais.

2.4.3 NR 28

A mesma estabelece os procedimentos de fiscalização quanto ao cumprimento das disposições legais e/ou regulamentares sobre segurança e saúde do trabalhador, bem como as penalidades a serem aplicadas em caso de descumprimento da legislação.

2.4.4 Lei de Vigilância Sanitária (Lei nº 6.360/76)

Uma das legislações mais importantes que abrange produtos de limpeza industriais no Brasil é a Lei de Vigilância Sanitária. Esta lei, de 1976, estabelece as normas e procedimentos para a fabricação, comercialização e controle de produtos que possam afetar a saúde pública. Os produtos de limpeza são categorizados como produtos saneantes, e a lei estabelece requisitos rigorosos para sua produção e comercialização. Isso inclui a necessidade de registro na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e a obrigatoriedade de seguir padrões de qualidade e segurança.

2.4.5 Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/10)

A Política Nacional de Resíduos Sólidos estabelece diretrizes para a gestão adequada de resíduos, incluindo embalagens de produtos de limpeza. Os fabricantes são responsáveis pela destinação correta dessas embalagens, promovendo a reciclagem e minimizando o impacto ambiental.

2.4.6 Lei nº 16.309/2017

De acordo com a Lei nº 16.309/2017, a partir de agora, os espaços terão de fazer o armazenamento correto do óleo de cozinha e encaminhá-lo a instituições autorizadas a receber material e providenciar a reciclagem.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 A logística reversa no Brasil

A logística reversa é um sistema que permite o retorno dos produtos e embalagens após o uso pelo consumidor. Isto é, o retorno desses materiais para o ciclo produtivo, assim, eles podem ser reutilizados, reciclados ou ter outras formas de destinação final ambientalmente adequados. Ademais, o consumidor é a principal figura deste fluxo, pois participa fazendo o descarte adequado desse produto ou dessa embalagem e, também, procura as instituições responsáveis para realizar a coleta desse produto em sua residência.

3.2 O descarte do óleo de cozinha

Segundo a Sabesp (Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo), um litro de óleo descartado de forma incorreta pode contaminar até 25 mil litros de água. O fato de ser uma substância que não dilui na água agrava a situação, pois ela se transforma em uma espécie de cola residual, que contamina os lençóis freáticos, comprometendo o meio ambiente de forma irreparável.

Ademais, o Marcio Barela, líder de sustentabilidade da Cargill, que é uma empresa cuja atividade é a produção e o processamento de alimentos, disse em uma reportagem ao site de notícias G1: "Latinhas de alumínio são retiradas por catadores de lixo antes de irem para o aterro. O óleo, se você jogar na pia, não tem mais como resgatar. Então, a gente depende da mudança de comportamento da população. O consumo consciente também está no descarte do resíduo"

No caso do despejo do óleo nos ralos, a tubulação das residências não suporta quimicamente as substâncias que compõem o óleo, logo, pode ocorrer o entupimento da tubulação, causando prejuízos as residências e edifícios.

3.3 Sumário Executivo

3.3.1 Descrição da Empresa

O Sab'óleo surgiu de uma ideia simples, mas com grande impacto ambiental e social. Fundada em 2023 por um grupo de amigos, a empresa nasceu com o propósito de combater o descarte inadequado de óleo de cozinha usado, que é um dos principais responsáveis pela contaminação da água e do solo nas cidades. O grupo de amigos percebeu que grande parte desse resíduo, descartado de maneira inadequada, poderia ser reaproveitado, transformando-se em um produto útil e acessível: o sabão em barra.

Durante o trabalho com projetos de sustentabilidade em comunidades carentes, eles notaram que muitas famílias não sabiam como descartar o óleo usado corretamente. Esse óleo, quando despejado em ralos ou diretamente no solo, causava sérios problemas

ambientais, como a obstrução de tubulações e a poluição de rios. Foi aí que surgiu a ideia de reaproveitar esse resíduo de forma criativa e sustentável, transformando-o em sabão ecológico.

Em uma pequena oficina em sua garagem, o grupo começou a fazer experimentos com o óleo coletado na vizinhança, transformando-o em sabão em barra. O sabão produzido era eficaz, acessível e, acima de tudo, sustentável. A aceitação foi rápida, e em poucos meses, a Sab'Óleo passou de um projeto experimental a uma empresa formalmente estabelecida.

A Sab'Óleo é um ótimo exemplo de como a economia circular pode ser aplicada de maneira prática e inovadora. Ao reciclar o óleo de cozinha usado, a empresa não apenas minimiza o desperdício, mas também oferece uma solução que atende à crescente demanda por produtos sustentáveis. A transformação do óleo em sabão não só ajuda a preservar o meio ambiente, mas também gera um produto que é valioso e útil para os consumidores. Além disso, iniciativas como essa podem incentivar a conscientização sobre a importância da reciclagem e da adoção de práticas mais sustentáveis no dia a dia.

3.3.2 Descrição do Produto

Sabão em Barra Ecológico: É um sabão em barra de 200g feito com óleo usado, água, soda cáustica em escama ou pedra, ácido esteárico vegetal, álcool e embalagens recicláveis.

O sabão ecológico um produto artesanal, feito a partir de óleo de cozinha reciclado, que promove a sustentabilidade e a proteção ambiental. Desenvolvido com uma fórmula única que combina ingredientes naturais, nosso sabão é biodegradável e livre de compostos químicos tóxicos.

3.3.3 Público-alvo

Consumidores Conscientes: Famílias e indivíduos preocupados com o meio ambiente e a sustentabilidade. **Características:** Preferem produtos ecológicos e sustentáveis; estão dispostos a pagar um pouco mais por produtos que contribuem para a preservação ambiental; procuram reduzir sua pegada ecológica e adotar práticas de vida mais sustentáveis.

Empresas e Instituições: Restaurantes, hotéis, escolas, e outras instituições que geram grandes quantidades de óleo de cozinha usado. **Características:** Interessadas em práticas de descarte responsáveis e soluções de reciclagem; buscam parceiros para programas de sustentabilidade corporativa; desejam melhorar sua imagem pública através de práticas ecológicas.

Organizadores de Eventos Sustentáveis: Organizadores de eventos, feiras, e campanhas de conscientização ambiental. Características: Precisam de produtos ecológicos para uso e distribuição em eventos; estão comprometidos em promover a sustentabilidade e a educação ambiental; buscam parcerias com empresas que oferecem produtos ecológicos e inovadores.

Lojas de Produtos Naturais e Ecológicos: Varejistas especializados em produtos naturais, orgânicos e sustentáveis. Características: Buscam ampliar seu portfólio de produtos ecológicos; atendem a consumidores que valorizam a sustentabilidade; desejam oferecer produtos de alta qualidade que atendam às expectativas de seus clientes conscientes.

3.3.4 Cenário do Mercado

Fator Político: A empresa deve estar de acordo com as normas regimentais da ANVISA (Resolução RDC N° 694/2022); Leis trabalhistas devem ser seguidas. [00]

Fator Econômico: O produto principal (óleo vegetal) vem de empresas parceiras e do pública que rege pelo bem do meio ambiente.

Fator Social: O óleo descartado de forma incorreta, pode gerar uma grande série de malefícios ao meio ambiente; Tornar um mundo mais saudável; As pessoas prezam por um mundo melhor.

Fator Tecnológico: O uso do óleo vegetal se torna cada vez mais presente na vida do ser humano;

Fator Ambiental: É importante trabalhar com uma colheita sustentável, saudável e ecológica.

Fator Legal: A Sab` Óleo está de acordo com todas as legislações citadas no trabalho.

3.3.5 Principais estratégias

3.3.5.1 Implementação de Logística Reversa

Pontos de Coleta: Criar pontos de coleta de materiais recicláveis, em áreas urbanas e comunidades mais afastadas. Parcerias com estabelecimentos comerciais, escolas e centros para facilitar a coleta.

Educação e Conscientização: Desenvolver campanhas educativas sobre a importância do desperdício do óleo e como a comunidade pode ajudar. Pode ser feito por

meio de palestras, workshops e mídias sociais, destacando os benefícios ambientais e sociais da prática.

Incentivos à Participação: um sistema de recompensa para os participantes da logística reversa, como descontos em produtos, cupons.

3.3.5.2 Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis e Acessíveis

Design para Inclusão Social: Os produtos precisam ser desenvolvidos com o foco no custo acessível, atendendo às necessidades da população de baixa renda sem comprometer a empresa.

Design Acessível: Desenvolvimento de produtos simples, práticos e de baixo custo, que atendam às necessidades dos consumidores.

3.3.5.3 Modelo de Negócio Sustentável e Inclusivo

Preços Justos e Acessíveis: Estabelecer preços que seja acessível para as pessoas de baixa renda, sem comprometer a parte financeira da empresa com foco em grande volume de vendas.

Venda Direta e Comércio Local: Rede de distribuição direta ou mercados locais para reduzir intermediários e garantir que os produtos cheguem diretamente para os consumidores.

Parcerias com ONGs: Fechar parcerias com ONGS municipais ou estaduais.

3.3.5.4 Empoderamento da Comunidade e Impacto Social

Capacitação e Geração de Emprego: Investir na capacidade de pessoas da comunidade para a coleta, triagem, processamento e comercialização dos sabões, criando empregos locais e desenvolvimento social.

3.3.5.5 Avaliação e Monitoramento de Impacto

Indicadores de Sustentabilidade e Impacto Social: o impacto social e ambiental do projeto, como a quantidade de materiais reciclados, a redução de resíduos e o número de pessoas beneficiadas.

3.3.5.6 Promoção e Engajamento com o Público

Marketing Social e Sustentável: Fazer campanhas que reforcem a importância da sustentabilidade e descartes inadequados de óleo, destacando a origem dos produtos reciclados e o impacto positivo para a comunidade e o meio ambiente.

Utilização de Mídias Digitais: plataformas digitais (redes sociais, sites, blogs) podem ser usadas para divulgar o trabalho, educar o público sobre práticas sustentáveis e mostrar os consumidores a missão feita pela empresa.

3.3.5.7 Apoio e Parcerias com Empresas e Instituições

Parcerias com Empresas e Indústrias: Fazer alianças com empresas que compensar o meio ambiente, colaborando com a empresa de logística reversa para fornecer materiais recicláveis ou investir em ações conjuntas.

Certificações e Selos de Sustentabilidade: Obter certificações ou selos de sustentabilidade pode ajudar a aumentar a credibilidade da empresa e atrair consumidores mais conscientes ambientalmente, além de abrir portas para parcerias e financiamento.

3.4 Canvas de Negócio

Apresentado em “**Figura 1 – Canvas de Negócio**”.

3.5 Análise de Mercado

3.5.1 Rivalidade entre concorrentes

Os concorrentes da marca estão divididos em 3 categorias, a primeira delas é um problema para toda pequena empresa, as grandes corporações que já possuem um produto similar ao seus, essas que já possuem uma marca consolidada e podem ofuscar a entrada e crescimento de pequenas empresas, como a Sab'Óleo, no mercado.

A segunda categorias seriam empresa de médio e pequeno porte que já estão no mercado, essas seriam as concorrentes diretas da marca, já que estão no ambiente que a empresa almeja chegar. A estratégia inicial é ter um diferencial destas empresas para podermos roubar uma fatia de mercado que hoje essa categoria de corporação possui para si.

A terceira e última categoria de concorrentes, são pessoas autônomas que fabricam produtos similares de forma artesanal, essas que podem pegar uma pequena fatia dos nosso público-alvo, mas principalmente afetar na coleta do óleo de cozinha usado, que está

presente na nossa produção, que é comumente utilizado por essa categoria de concorrentes.

O diferencial do nosso produto para combater os concorrentes é baratear a matéria prima, podendo entregar um produto com maior custo-benefício, juntamente com a criação de uma marca que tem a reciclagem intrinsecamente em sua produção.

3.5.2. Poder de negociação fornecedores

Nosso produto é formado a partir das seguintes substâncias: hidróxido de sódio; água; detergente neutro (ácido linear alquilbenzeno sulfônico, dietanolamina de ácido graxo, cloreto de sódio, hidróxido de sódio, álcool polivinílico, água, conservante); corante; essência de aromas; óleo de soja. Muitas das substâncias presentes no produto são de fácil acesso, existindo diversos fornecedores para cada uma delas, trazendo um poder de negociação maior para a empresa.

Entretanto, a concepção de todo o produto, foi construída em cima da reciclagem do óleo usado em cozinha, o que nos prende a utilizar apenas o óleo coletado por nossa empresa. Utilizar exclusivamente desta fonte nos traz uma preocupação maior em engajar a comunidade que nos fornece esta matéria prima, já que pode afetar diretamente no processo de produção, dando um poder maior para os fornecedores.

3.5.3. Poder de negociação clientes

O acervo de clientes que a empresa possui pode ser uma vantagem para empresa, captando vendas de grandes distribuidores, até diretamente para o consumidor final. Ter uma cadeia ampla de compradores é uma parte essencial para podermos manter o poder ao favor da empresa, estando no mercado como um produto que se difere de outras marcas, vendendo a exclusividade do produto.

3.5.4. Ameaça de produtos substitutos

A variedade de marcas neste mercado é muito ampla, e o mercado continua em crescimento, o que pode gerar a entrada de diversos concorrentes com produtos cada vez mais inovadores, entretanto a Sab'Óleo entra no mercado não apenas como uma empresa de produtos de limpeza, ela traz o peso de um serviço socioambiental para a sociedade.

O principal produto da marca traz consigo a responsabilidade da reciclagem de uma substância que caso descartada incorretamente, pode trazer consequências negativas ao meio ambiente. Muitas empresas hoje presentes no mercado podem possuir certificações de não agressão ao meio ambiente, entretanto são poucas as que possuem papel

fundamental na defesa do meio ambiente como a Sab'Óleo, que vai agir diretamente na boa relação entre o consumidor e o meio ambiente.

A Sab'Óleo se diferenciara no mercado criando um sistema que vai trazer uma maior proximidade entre o consumidor e os cuidados ao meio ambiente, nosso cliente fará parte do processo de reciclagem que a empresa prestara, fornecendo a matéria prima que será reciclada. Esse processo é extremamente benéfico para a empresa, com ele se criara uma boa relação com o consumidor, trazendo uma fidelidade maior entre as duas partes.

3.5.5. Ameaça de entrada de novos concorrentes

O descarte inadequado do óleo de cozinha realmente causa sérios problemas ambientais, como a contaminação da água e do solo. Quando descartado no ralo, por exemplo, o óleo pode entupir tubulações e prejudicar o sistema de esgoto. Além disso, ele pode causar a morte de organismos aquáticos ao poluir rios e lagos.

A entrada de empresas que coletam óleo de cozinha para reciclá-lo em produtos como sabão é uma solução muito positiva. Essa prática não só reduz o desperdício, mas também promove a economia circular, transformando um resíduo em um recurso valioso. Ao incentivar essa coleta, estamos contribuindo para um meio ambiente mais saudável e sustentável, além de conscientizar a população sobre a importância do descarte correto. Fazendo com que, esse tipo de pensamento seja disseminado, conseqüentemente valorizando o produto ofertado por nossa empresa.

3.6 Plano Operacional

3.6.1 Processos operacionais

3.6.1.1 Coleta de Óleo Usado

Identificação de Fontes: Parcerias com restaurantes, hotéis, escolas e comunidades locais para a coleta de óleo de cozinha usado; pontos de Coleta: Empresa localizada em Jandira.

3.6.1.2 Triagem e Filtragem

Recepção: Óleo usado recebido na unidade de produção é pesado e registrado; Triagem Inicial: Remoção de resíduos sólidos e separação de contaminantes.

Processo de Filtragem: Óleo é filtrado para remover impurezas e garantir a qualidade do material reciclado; Armazenamento: Óleo filtrado é armazenado em tanques apropriados para posterior processamento.

3.6.1.3 Mistura e Saponificação

Formulação: Óleo filtrado é misturado com outros ingredientes ecológicos (como soda cáustica para saponificação); Processo de Saponificação: Mistura é aquecida e agitada para iniciar a reação química que transforma o óleo em sabão.

3.6.1.4 Moldagem e Cura

Moldagem: Sabão líquido é vertido em moldes específicos para formar barras ou formatos desejados; Cura: Sabão moldado é deixado para curar por um período específico (geralmente algumas semanas) para alcançar a consistência e qualidade desejada.

3.6.1.5 Embalagem Primária

Barra de Sabão: Embalagem individual em papel reciclado ou biodegradável.

Embalagem Secundária

Agrupamento: Produtos são agrupados em pacotes para facilitar transporte e armazenamento.

3.6.1.6 Armazenagem

Estoque: Produtos finalizados são armazenados em um armazém organizado, categorizados por data de produção e tipo de produto; Controle de Qualidade: Produtos são periodicamente inspecionados para garantir que mantêm a qualidade até a distribuição.

3.6.1.7 Distribuição e Vendas

Canais de Venda: Produtos são distribuídos para lojas físicas e parceiros comerciais.

3.6.1.8 Marketing e Venda

Promoções: Campanhas de marketing para aumentar a visibilidade e as vendas dos produtos; Atendimento ao Cliente: Suporte ao cliente via telefone, e-mail e redes sociais para lidar com consultas e feedback.

3.6.1.9 Gestão de Resíduos

Resíduos de Produção: Resíduos gerados durante a produção são reciclados ou descartados de forma ecológica; Programa de Retorno: Incentivo aos clientes para retornar embalagens usadas para reciclagem.

3.6.2 Capacidade instalada

Capacidade Máxima de Produção

Capacidade Diária: 1.286 unidades aproximadas (considerando uma linha de produção eficiente e automatizada).

Capacidade Mensal: 36.000 unidades (assumindo 24 dias de operação por mês).

Canais de Venda: Lojas físicas; supermercados e redes de varejo; parcerias com empresas e instituições;

Capacidade Mensal de Comercialização: 36.000 unidades (igualando à capacidade de produção para garantir a sustentabilidade do negócio).

Comercialização Inicial: O objetivo inicial é estabelecer a presença no mercado, construir uma base de clientes e gerar feedback. Inicialmente possuindo um volume mensal de 9.000 unidades (alinhado com a produção inicial para evitar excessos de estoque).

3.6.2.1 Estratégias para Atingir a Capacidade Máxima

Incrementação da Produção de forma gradual, dividida em 3 fases.

Fase 1: Produção de 300 unidades diárias.

Fase 2: Aumentar para 600 unidades diárias após 3-6 meses, dependendo da demanda e do feedback.

Fase 3: Atingir a capacidade máxima de 1.000 unidades diárias após um ano de operação.

Expandir Canais de Venda: Inicialmente focar em parcerias com lojas especializadas em produtos ecológicos. Gradualmente expandindo para supermercados e redes de varejo maiores à medida que a produção aumenta.

Marketing e Promoções: Lançar campanhas de marketing para aumentar a conscientização e a demanda pelos produtos; participar de feiras e eventos de sustentabilidade para promover a marca e aumentar as vendas.

Feedback e Melhoria contínua: Coletar feedback dos clientes para ajustar e melhorar os produtos e processos; implementar melhorias na produção e logística com base no feedback e nas demandas do mercado.

Parcerias Estratégicas: Estabelecer parcerias com restaurantes, hotéis, e escolas para garantir a coleta de óleo usado e criar uma base de clientes estável; colaborar com ONGs e

programas de reciclagem para fortalecer a imagem da marca e ampliar a rede de distribuição.

3.7 Plano Financeiro

3.7.1 Demonstrativo Financeiro

Apresentado em “**Tabela 1 – Demonstrativo Financeiro**”.

3.7.2 Folha de Pagamento

Apresentado em “**Tabela 1 – Folha de Pagamento**”.

3.7.3 Ativos Circulantes

Apresentado em “**Tabela 1 – Ativos Circulantes**”.

3.7.4 Ativos Não Circulantes

Apresentado em “**Tabela 1 – Ativos Não Circulantes**”.

3.7.5 Passivos Circulantes

Apresentado em “**Tabela 1 – Passivos Circulantes**”.

3.7.6 Maquinários

Apresentado em “**Tabela 1 – Maquinários**”.

3.7.7 Vendas

Apresentado em “**Tabela 1 – Vendas**”.

3.7.8 Expectativa de Vendas Mensais

Apresentado em “**Tabela 1 – Expectativa de Vendas Mensais**”.

3.7.9 Custo Matéria Prima

Apresentado em “**Tabela 1 – Custo Matéria Prima**”.

3.8 Construções de Cenários

3.8.1 Cenário Negativo

A comunidade não fornecer óleo para empresa. Ação: Parcerias com empresas de fast food. Ex.: McDonald's.

Muitos consumidores podem ter preconceito com produtos feitos de óleo reutilizado, associando-os a produtos de baixa qualidade ou duvidando de sua higiene. Ação: Focar no marketing da empresa, mostrando como o produto é feito e o impacto positivo no ecossistema.

A empresa enfrenta uma concorrência intensa de grandes marcas estabelecidas. Ação: Investir em novos produtos para diferenciar, como detergente e sabonetes líquido naturais.

3.8.2 Cenário Positivo

Empresa tem alta demanda inesperada. Ação: Parcerias com restaurantes, indústrias alimentícias e grandes geradores de óleo usado.

A empresa ganha certificados de ambientais importantes. Ação: Aumenta sua credibilidade e facilita o acesso a novos clientes.

Líder no setor sustentável. Ação: Atração de investimento para incluir essa ideia em mais comunidades.

3.9 Plano de Marketing

3.9.1. Produto

A empresa produzirá um sabão ecológico artesanal feito do óleo de cozinha reciclado.

3.9.2 Preço

O preço será acessível para a população-alvo, que são comunidades em situação de vulnerabilidade. A estratégia de preços pode envolver um valor justo que cubra os custos de produção e permita a geração de lucro, ao mesmo tempo em que se mantém acessível ao público mais carente. Além disso, pode-se considerar uma política de preços solidários, onde parte do lucro é reinvestido em programas de capacitação ou em projetos sociais.

3.9.3 Praça

A localização da empresa será na Rua Violeta, Itapevi - SP, 06654-806. A escolha da Rua Violeta é um ponto movimentado onde dá acesso a várias regiões e de fácil acesso ao público.

3.9.4 Promoção

A divulgação da empresa será feita através das redes sociais e campanhas de conscientização, marketing de causa e parcerias com influenciadores sociais ou ambientais podem ser usadas para promover a empresa.

3.10 Avaliação Estratégica

3.10.1 Forças

Custo baixo de produção: O óleo de cozinha usado, reduz significativamente os custos de produção em comparação com sabões feitos com óleos novos ou produtos industrializados.

Personalização: A capacidade de ajustar formulações, fragrâncias e embalagens ao gosto dos consumidores é uma vantagem.

Sustentabilidade: Uso de ingredientes reciclados (como óleo de cozinha) fortalece o apelo ecológico da marca, o que atrai consumidores conscientes.

Proximidade com o cliente: Em um negócio local, como nas comunidades, é mais fácil manter um relacionamento próximo com os clientes, o que pode aumentar a fidelidade.

3.10.2 Fraquezas

Escalabilidade: A produção artesanal pode ter limitações para crescer em volume e atender a uma demanda maior, já que depende do óleo reciclado.

Controle de qualidade: Produção manual pode resultar em variações no produto final, o que pode afetar a confiança do cliente.

Concorrência de grandes marcas: Competir com marcas industrializadas, que têm maior presença de mercado, e visibilidade dos clientes.

3.10.3 Oportunidades

Tendência de consumo sustentável: O crescente interesse por produtos ecológicos e sustentáveis é uma oportunidade para expandir.

Parcerias com restaurantes: utilizar o óleo usado de restaurantes para gerar menos impacto ao meio ambiente.

Expansão para novos mercados: Desenvolver outros produtos de higiene natural, como sabonetes líquidos e produtos para limpeza doméstica.

Fidelização de clientes: concessão de descontos e promoções para aqueles que contribuírem com a doação de óleo de cozinha usado.

3.10.4 Ameaças

Concorrência de produtos industrializados: Grandes marcas podem oferecer sabão a preços mais baixos, devido à produção em larga escala, o que dificulta competir no preço.

Variação nos preços de insumos: Flutuações nos preços de matérias-primas, como óleos essenciais e ingredientes naturais, podem impactar a margem de lucro.

Dependência da comunidade: Dependendo das pessoas para entregar colaborar com a nossa ação.

Mudanças no comportamento do consumidor: caso a tendência por produtos artesanais ou naturais diminuir, pode afetar a demanda.

4. ANEXOS

CANVAS: Sab'oleo

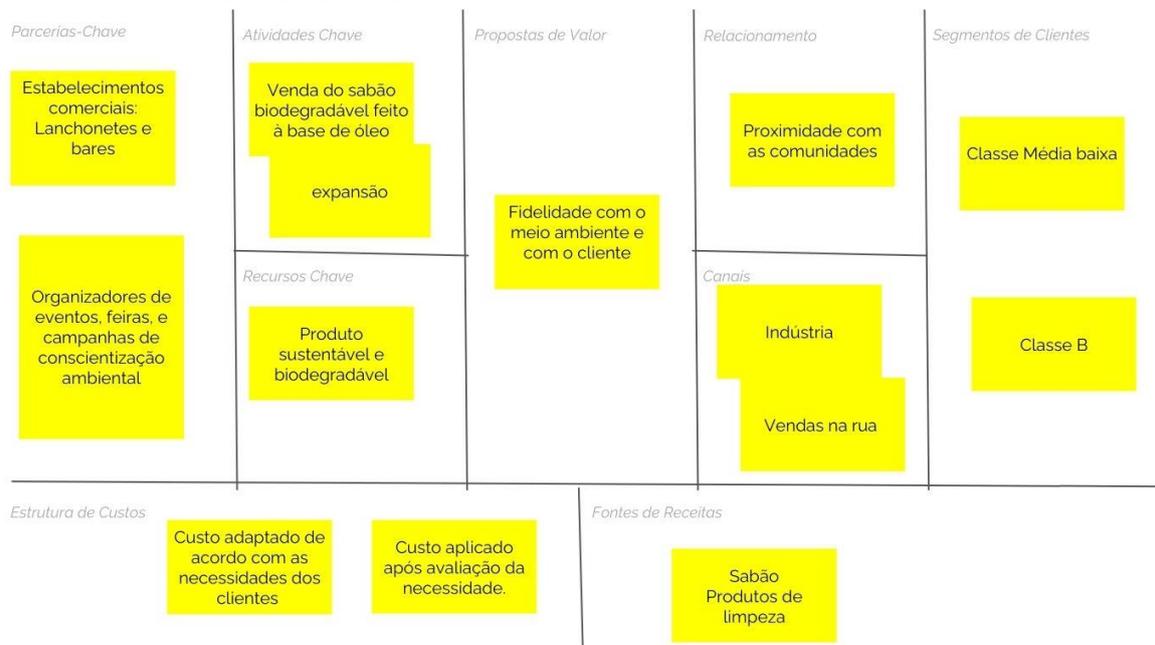


Figura 1 – Canvas de Negócio

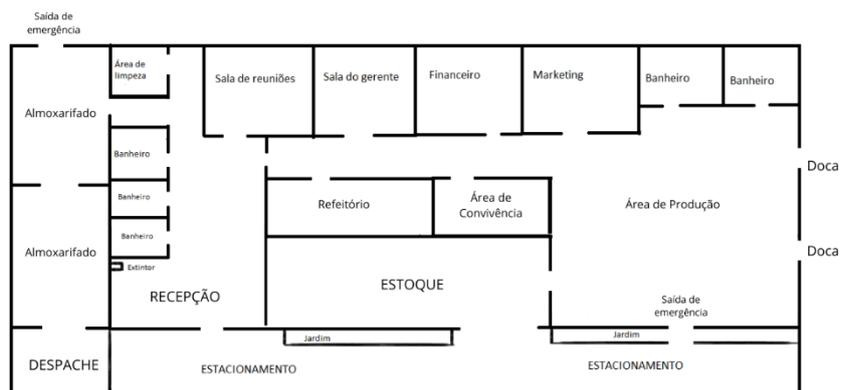


Figura 2 – Layout Sab'Óleo

DEMONSTRATIVO FINANCEIRO		
Receita esperada com as vendas	R\$	43.780,00
Custos fixos	R\$	17.310,00
Capital de giro	R\$	17.613,00
Despesas variáveis	R\$	1.235,00
Despesas fixas	R\$	17.460,00

Retorno sobre investimento	152%
-----------------------------------	-------------

Margem de Lucro	121%
------------------------	-------------

Faturamento bruto	R\$	101.200,00
Faturamento Líquido	R\$	89.310,00

Lucro	R\$	53.305,00
--------------	------------	------------------

Tabela 1 – Demonstrativo Financeiro

FOLHA DE PAGAMENTO					
Comprador	1	R\$	1.500,00	R\$	1.500,00
Vendedor Comercial	1	R\$	1.500,00	R\$	1.500,00
Total Compras				R\$	1.500,00
Administrativo					
Gerente Administrativo	1	R\$	3.420,00	R\$	3.420,00
Auxiliar Administrativo	1	R\$	1.350,00	R\$	1.350,00
Total Administrativo				R\$	4.770,00
Faxina					
Faxineiro	1	R\$	1.200,00	R\$	1.200,00
Total Faxina				R\$	1.200,00
Operacional					
Gerente Operacional	1	R\$	3.420,00	R\$	3.420,00
Auxiliar de Produção	3	R\$	1.300,00	R\$	1.300,00

Auxiliar de Expedição	1	R\$ 1.520,00	R\$ 1.520,00
Total Operacional			R\$ 6.240,00
Recepção			
Recepcionista	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
Total Recepção			R\$ 1.300,00
Total			R\$ 13.710,00

Tabela 2 – Folha de Pagamento

Ativos Circulantes	R\$
Estoque de matéria-prima	R\$ 25.789,00
Estoque de produtos	R\$ 8.134,00
	R\$ 33.923,00

Tabela 3– Ativos Circulantes

Ativos não circulantes	R\$
Maquinários	R\$ 9.254,00
Equipamentos e utensílios	R\$ 11.500,00
	R\$ 20.754,00

Tabela 4 – Ativos Não Circulantes

Passivos Circulantes	R\$
Salários a pagar	R\$ 13.710,00
Aluguel	R\$ 2.600,00
	R\$ 16.310,00

Tabela 5 – Passivos Circulantes

MAQUINÁRIO	
Barril industrial inox	R\$ 749,00
Misturador de sabão em inox	R\$ 2.310,00
Tanque para armazenamento	R\$ 1.634,00
Filtradora	R\$ 4.561,00
	R\$ 9.254,00

Tabela 6 – Maquinário

VENDAS		
Preço social	R\$ 5,00	8756 unidades
Preço atacado	R\$ 10,00	4378 unidades
Quanto devemos vender para alcançar a receita esperada apenas com a venda do produto		

Tabela 7 – Vendas

EXPECTATIVA DE VENDAS MENSAIS		
Preço social	R\$ 5,00	7820 unidades
Preço atacado	R\$ 10,00	6210 unidades

Tabela 8 – Expectativa de Vendas Mensais

Custo Matéria Prima		
Ingrediente	Quantidade/ml	Valor
Óleo de Soja (usado)	3000	
Soda Caustica	420	R\$ 6,14
Detergente	200	R\$ 0,88
Corante Natural	50	R\$ 12,50
Essência	30	R\$ 14,22
Água	800	
Bicarbonato de soja	30	R\$ 0,38
Sabão Sab'Óleo	5000	R\$ 34,12
	25 barras/200g	R\$ 34,12
	1 barras/200g	R\$ 1,36

Tabela 9 – Custo Matéria Prima

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio do reaproveitamento de resíduos, a empresa não apenas reduz o descarte inadequado de óleo, que é altamente prejudicial ao meio ambiente, como também promove a conscientização da população sobre a importância da reciclagem.

A iniciativa contribui para a economia circular, transformando um resíduo que seria descartado em um produto útil, reduzindo custos de produção e impactos ambientais associados à fabricação convencional de sabão. A atuação dessa empresa serve de exemplo para outras indústrias, mostrando que é possível alinhar sustentabilidade e lucratividade.

5.1 Resultados Esperados

Esse projeto de TCC, que visa unir sustentabilidade ambiental e justiça social, pode ser uma proposta inovadora e de grande impacto. Criar uma empresa que utiliza a logística reversa para gerar produtos, com o objetivo de atender um público de baixa renda, oferece várias possibilidades de desenvolvimento e grandes desafios. A seguir, apresento algumas ideias e reflexões sobre como esse projeto pode ser estruturado e os resultados esperados em cada área.

Os resultados esperados desse projeto podem ser avaliados tanto sob o ponto de vista ambiental quanto social. Alguns exemplos incluem:

5.1.1 Resultados Ambientais

Redução da quantidade de resíduos: Diminuir a quantidade de materiais descartados e aumentar a taxa de reciclagem; Conscientização ambiental: Aumentar o nível de conhecimento da comunidade sobre a importância da sustentabilidade e reciclagem, promovendo hábitos de consumo responsável.

5.1.2 Resultados Sociais

Geração de empregos: Uma rede de empregos diretos e indiretos, especialmente para pessoas de baixa renda; Acessibilidade a produtos: Fornecer produtos sustentáveis a preços acessíveis, promovendo a inclusão social; Capacitação e empoderamento: Oferecer programas de capacitação, treinamento e educação, ajudando os membros da comunidade a desenvolver novas habilidades e a aumentar sua empregabilidade.

5.1.3 Resultados Econômicos

Viabilidade financeira: Garantir que a empresa seja financeiramente sustentável, com um modelo de negócios que possibilite lucro, sem comprometer os princípios de sustentabilidade e justiça social.

5.1.4 Parcerias e Colaborações

Esse tipo de projeto pode se beneficiar muito de parcerias estratégicas, como: ONGs ambientais ou sociais: Organizações que já atuam em questões ambientais ou de inclusão social podem ser aliados valiosos; Governo e políticas públicas: Programas governamentais voltados para a reciclagem, inclusão social ou empreendedorismo sustentável podem fornecer suporte técnico, financeiro ou legal; Empresas de logística e reciclagem: Parcerias com empresas de logística ou recicladoras podem facilitar a coleta e o processamento dos materiais.

Garantir que a empresa mantenha um equilíbrio entre a sustentabilidade ambiental e a justiça social, criando produtos de qualidade, acessíveis, enquanto oferece oportunidades de capacitação e emprego para aqueles que mais precisam. Além disso, será essencial mensurar os resultados de forma contínua para ajustar as estratégias e garantir o sucesso do empreendimento.

Se precisar de ajuda com algum ponto específico, como o desenvolvimento do plano de negócios ou a definição de metas e indicadores, estou à disposição!

5.1.5 Objetivos do Projeto

A empresa criada pelos estudantes deve ter objetivos claros, tanto no que diz respeito ao impacto ambiental quanto social. Considerando a proposta, os principais objetivos seriam: Reduzir o impacto ambiental: Usar a logística reversa para reaproveitar materiais descartados, contribuindo para a diminuição do lixo e o desperdício de recursos naturais; Promover a inclusão social: Criar produtos que atendam às necessidades da população de baixa renda, oferecendo não só soluções acessíveis, mas também oportunidades de trabalho e desenvolvimento para essa comunidade.

5.1.6 Logística Reversa e Sustentabilidade Ambiental

A logística reversa envolve o processo de retorno de produtos ou materiais ao ciclo produtivo, a fim de reaproveitá-los ou reciclá-los. Isso pode ser aplicado em várias áreas, como embalagens. Algumas ações específicas podem ser: Coleta seletiva e triagem: Organizar campanhas de coleta de materiais recicláveis e, possivelmente, estabelecer

pontos de entrega voluntária para incentivar a participação da comunidade; Reciclagem e reaproveitamento de materiais: Transformar esses materiais em novos produtos ou itens de uso diário, promovendo o consumo consciente e diminuindo a quantidade de resíduos enviados para aterros sanitários; Educação ambiental: Além de desenvolver produtos sustentáveis, a empresa pode se tornar um ponto de educação ambiental, incentivando práticas de consumo consciente e a participação ativa da população local.

5.1.7 Justiça Social e Público-Alvo

O foco no público de baixa renda envolve não apenas a criação de produtos acessíveis, mas também a possibilidade de promover o empoderamento social e econômico dessa comunidade. Algumas ações poderiam ser: Preço acessível: Desenvolver produtos com custo baixo para garantir que a população de baixa renda tenha acesso a bens essenciais de boa qualidade, mas com um custo mais reduzido que o mercado tradicional; Geração de emprego e capacitação: A empresa pode gerar empregos diretos para pessoas da comunidade, oferecendo programas de capacitação e treinamento para que esses indivíduos possam aprender habilidades valiosas de produção, reciclagem e até gestão, abrindo portas para o mercado de trabalho; Parcerias com ONGs ou órgãos governamentais: Parcerias com organizações que já atuam em comunidades de baixa renda podem ajudar a empresa a alcançar e envolver seu público de maneira mais eficaz, além de garantir uma maior visibilidade do projeto.

5.3 Conclusão

A análise da empresa de sabão sustentável destacou a relevância das práticas empresariais comprometidas com a preservação ambiental e o desenvolvimento social. Durante o estudo, verificou-se que a integração de estratégias ecológicas, como o uso de ingredientes biodegradáveis, processos de fabricação com menor impacto ambiental e embalagens recicláveis, contribui não apenas para a proteção do meio ambiente, mas também para o fortalecimento da imagem da marca perante os consumidores.

É possível verificar a evidência que o modelo de negócios sustentável é um diferencial competitivo no mercado atual, onde os consumidores estão cada vez mais conscientes e exigentes em relação à origem e impacto dos produtos que consomem. Apesar dos desafios, como o custo inicial de adaptação e a necessidade de educar o público sobre os benefícios dos produtos sustentáveis, os resultados de longo prazo indicam um caminho promissor tanto para a empresa quanto para o planeta.

Por meio do reaproveitamento de resíduos, a empresa não apenas reduz o descarte inadequado de óleo, que é altamente prejudicial ao meio ambiente, como também promove a conscientização da população sobre a importância da reciclagem.

Além disso, a iniciativa contribui para a economia circular, transformando um resíduo que seria descartado em um produto útil, reduzindo custos de produção e impactos ambientais associados à fabricação convencional de sabão. A atuação dessa empresa serve de exemplo para outras indústrias, mostrando que é possível alinhar sustentabilidade e lucratividade.

5.2 Avaliação do Plano de Negócio

A proposta do grupo de estudantes de administração da ETEC em Jandira de criar uma empresa com foco em sustentabilidade ambiental e justiça social é muito relevante no contexto atual, onde questões sociais e ambientais estão no centro das discussões empresariais e sociais. Ao se concentrar em logística reversa e em um público de baixa renda, eles têm uma oportunidade de promover um impacto positivo tanto no meio ambiente quanto na sociedade. Vamos analisar como isso pode ser estruturado em um Plano de Negócios e quais pontos são cruciais para o sucesso do empreendimento.

5.2.1 Análise de Mercado

Pesquisa de Mercado: A análise deve identificar a demanda por produtos sustentáveis entre a população de baixa renda. Embora esse público possa ser sensível ao preço, há um crescente interesse em produtos que têm impacto ambiental positivo; **Concorrência:** A concorrência pode ser de empresas tradicionais de reciclagem ou empresas que já produzem produtos sustentáveis. O diferencial aqui seria a combinação da sustentabilidade com o impacto social, além de um modelo de preço acessível; **Tendências:** O mercado de consumidores conscientes está crescendo, e iniciativas de justiça social e sustentabilidade têm ganhado espaço em muitos setores.

5.2.2 Estratégia de Marketing

Promoção e Divulgação: O marketing para esse público deve ser sensível e empático. Além de divulgar os produtos, é importante educar sobre a importância da reciclagem e como esse processo ajuda tanto a comunidade quanto o meio ambiente; **Parcerias com ONGs:** Estabelecer parcerias com organizações não governamentais que já atuam em comunidades de baixa renda pode ser uma excelente estratégia para alcançar o público-alvo de forma mais eficiente; **Marketing Social:** Usar histórias de impacto, destacando como

a empresa ajuda a melhorar as condições de vida de pessoas e preserva o meio ambiente, pode ser um diferencial importante.

5.2.3 Plano Operacional

Processos de Produção: O processo de coleta de materiais recicláveis, transformação em novos produtos e a distribuição precisa ser bem estruturado; **Fornecedores e Logística:** A logística reversa deve envolver a parceria com empresas e a gestão eficiente de coleta e transporte dos materiais recicláveis. Isso pode incluir pontos de coleta em escolas, empresas e até em comunidades; **Equipe:** Uma equipe bem treinada será essencial para garantir a eficiência do processo, desde a coleta até a fabricação e distribuição dos produtos.

5.2.4 Plano Financeiro

Investimentos Iniciais: O grupo precisará de capital inicial para comprar equipamentos para a transformação dos materiais recicláveis, pagar funcionários e iniciar a operação; **Fontes de Receita:** As fontes de receita podem vir da venda dos produtos, mas também é possível buscar parcerias com governos ou ONGs para garantir um fluxo de capital que subsidie a operação e permita preços acessíveis; **Sustentabilidade Financeira:** É importante que a empresa tenha um modelo de negócio que permita gerar lucro, mas de forma equilibrada, sem prejudicar o acesso da população de baixa renda aos produtos; **Projeções Financeiras:** As projeções financeiras devem considerar a produção, os custos de materiais recicláveis, transporte e logística, e a margem de lucro necessária para garantir a viabilidade do negócio.

5.2.5 Impacto Social e Ambiental

Sustentabilidade Ambiental: O impacto ambiental da reciclagem e o uso de recursos descartados deve ser mensurado. A empresa pode promover métricas como a quantidade de resíduos reciclados e a redução de impacto ambiental, como a diminuição de lixo nos aterros sanitários.; **Justiça Social:** O impacto social é igualmente importante, e a empresa deve medir como os produtos ajudam as comunidades de baixa renda, seja pela criação de empregos, seja pela oferta de produtos a preços acessíveis.

5.2.6 Análise de Riscos

Riscos Ambientais e Operacionais: A empresa precisará garantir a eficiência na cadeia de reciclagem e evitar o desperdício de materiais. A logística reversa pode ser desafiadora, especialmente se não houver incentivos ou apoio de grandes empresas; **Riscos**

Financeiros: Se o público-alvo for predominantemente de baixa renda, as margens de lucro podem ser menores, o que exige um controle financeiro muito rigoroso.

5.2.7 Potencial de Crescimento

Expansão do Modelo: O modelo de negócio pode ser escalável, podendo ser replicado em outras regiões, ampliando a rede de coleta de materiais recicláveis e atendendo a mais comunidades carentes. Além disso, há o potencial de agregar novos produtos ao portfólio conforme a demanda cresce.

BIBLIOGRAFIA

<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/160711> - Acesso em 01/03/2024

<https://www.dqsglobal.com/pt-br/certifique/fssc-24000> - Acesso em 13/03/2024

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6360.htm#:~:text=LEI%20No%206.360%2C%20DE%2023%20DE%20SETEMBRO%20DE%201976.&text=Disp%C3%B5e%20sobre%20a

%20Vigil%C3%A2ncia%20Sanit%C3%A1ria,Produtos%2C%20e%20d%C3%A1%20outras
%20Provid%C3%A2ncias. – Acesso em 15/04/2024

<https://semil.sp.gov.br/educacaoambiental/prateleira-ambiental/residuos-solidos-3/> -
Acesso em 19/04/2024

<https://semil.sp.gov.br/educacaoambiental/prateleira-ambiental/residuos-solidos-3/> -
Acesso em 17/05/2024