



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DA ZONA SUL - SÃO PAULO**  
**“DOM PAULO EVARISTO ARNS”**

CAMILE VICTORIA FIGUEIREDO DE ALCANTARA RA:1370642212010

GABRIEL OLIVEIRA VIANA RA: 1370642212002

LAYSLA SOARES FERREIRA RA: 1370642212018

**PLANO DE NEGÓCIOS: ECOSAMPA**

SÃO PAULO

2024

**FACULDADE DE TECNOLOGIA DA ZONA SUL - SÃO PAULO**  
**“DOM PAULO**

**PLANO DE NEGÓCIOS: ECOSAMPA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Tecnologia da Zona Sul - São Paulo - “Dom Paulo Evaristo Arns”, como exigência parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial.

**Orientadora: Prof.<sup>a</sup>. Me. Maria Claudia de Góes**

SÃO PAULO  
2024

## FICHA CATALOGRÁFICA

CAMILE VICTORIA FIGUEIREDO DE ALCANTARA RA:1370642212010

GABRIEL OLIVEIRA VIANA RA: 1370642212002

LAYSLA SOARES FERREIRA RA: 1370642212018

## **PLANO DE NEGÓCIOS: ECOSAMPA**

Aprovado em: \_/\_/\_

### **Banca Examinadora:**

Profª Maria Claudia de Goes  
Fatec Zona Sul – Dom Paulo Evaristo Arns

---

Prof. Marcos A. Laurelli Moreira  
Fatec Zona Sul – Dom Paulo Evaristo Arns

---

Prof. Glauco R. Pereira Silva  
Fatec Zona Sul – Dom Paulo Evaristo Arns

## **AGRADECIMENTOS**

A nós mesmos por não termos desistido do projeto

Aos professores que nos ajudaram em toda nossa trajetória acadêmica

A nossas famílias e amigos que nos apoiaram

## RESUMO

Este trabalho terá como meta desenvolver e estruturar um plano de negócios que viabilizará a empresa "Ecosampa", que se localizará na zona sul de São Paulo, e se especializará na promoção da sustentabilidade empresarial por meio da venda de cursos de proteção ao meio ambiente. A Ecosampa oferecerá soluções para que empresas diversas possam adotar práticas sustentáveis e preservar a natureza. Os cursos terão o intuito de promover práticas empresariais de maneira eficiente, reduzindo desperdícios e conservando recursos naturais, estes futuros avanços que serão promovidos pela Ecosampa permitirão que as empresas-clientes adotem estratégias sustentáveis mais assertivas e escaláveis, favorecendo tanto a lucratividade quanto a responsabilidade ambiental. A atuação da Ecosampa estaria alinhada com a legislação ambiental brasileira, especialmente com a Lei 6.938/81, que instituiu a Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA). Essa política estabelece diretrizes para a proteção dos ecossistemas e para o desenvolvimento sustentável, evidenciando a necessidade de as empresas adotarem a política de qualidade ambiental, com a intenção de preservar a biodiversidade. Este plano de negócios além de visar a preservação ambiental também pode gerar novas oportunidades econômicas, consolidando uma nova visão empresarial baseada na biodiversidade. Dessa forma, poderia contribuir para uma economia mais verde e sustentável.

**Palavras-chave:** plano de negócios, sustentabilidade empresarial, responsabilidade ambiental, biodiversidade.

## **ABSTRACT**

*This study will aim to develop and structure a business plan that will make the company "Ecosampa" viable, which will be located in the south of São Paulo, and will specialize in the promotion of corporate sustainability through the sale of environmental protection courses. Ecosampa will offer solutions so that diverse companies can adopt sustainable practices and preserve nature. The courses will aim to promote business practices in an efficient way, reducing waste and conserving natural resources, these future advances that will be promoted by Ecosampa will allow client companies to adopt more assertive and scalable sustainable strategies, favoring both profitability and environmental responsibility. Ecosampa's performance would be in line with Brazilian environmental legislation, especially with Law 6.938/81, which instituted the National Environmental Policy (PNMA). This policy establishes guidelines for the protection of ecosystems and sustainable development, highlighting the need for companies to adopt an environmental quality policy, with the intention of preserving biodiversity. This business plan, in addition to aiming at environmental preservation, can also generate new economic opportunities, consolidating a new business vision based on biodiversity. In this way, it could contribute to a greener and more sustainable economy.*

**Keywords:** *business plan, corporate sustainability, environmental responsibility, biodiversity.*

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Organograma .....	18
<b>Figura 2</b> - Fluxograma operacional .....	19
<b>Figura 3</b> - Fluxograma de clientes .....	19
<b>Figura 4</b> - Análise Swot .....	26
<b>Figura 5</b> - Matriz BCG .....	29
<b>Figura 6</b> - Análise PESTEL.....	33

## Lista de tabelas

<b>Tabela 1</b> - Custo operacional mensal .....	21
<b>Tabela 2</b> - Matriz EREC .....	30
<b>Tabela 3</b> - Análise de concorrência .....	32
<b>Tabela 4</b> - Custos do projeto .....	36
<b>Tabela 5</b> - Faturamento Mensal .....	40
<b>Tabela 6</b> - Faturamento Anual .....	40
<b>Tabela 7</b> - Fórmula ROI .....	41

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
<b>2. JUSTIFICATIVA</b> .....	<b>12</b>
<b>3. OBJETIVOS</b> .....	<b>13</b>
3.1 Objetivos específicos.....	13
<b>4. METODOLOGIA</b> .....	<b>14</b>
<b>5. DESENVOLVIMENTO</b> .....	<b>15</b>
5.1. Conceito e origem da gestão ambiental .....	15
5.2. Sumário Executivo: Empresa Ecosampa .....	15
<b>6. PLANO DE MARKETING</b> .....	<b>23</b>
6.1. Produto, Preço, Praça e promoção (os 4ps) .....	23
6.2. Estratégia de comunicação .....	24
6.3. Canais de comunicação.....	25
6.4. Análise Swot .....	25
6.5. Matriz BCG .....	28
6.6. Análise da concorrência: Matriz EREC (eliminar, elevar, reduzir, criar).....	30
6.7. Análise PESTEL.....	33
<b>7. PLANO FINANCEIRO</b> .....	<b>35</b>
7.1. Análise de viabilidade e eficiência .....	38
7.2 Cálculo do ROI (Retorno sobre Investimento).....	39
<b>8. CONCLUSÃO</b> .....	<b>42</b>
<b>9. REFERÊNCIAS</b> .....	<b>43</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho oferecerá um plano de negócios para a futura empresa "Ecosampa", que será uma plataforma de educação online especializada em cursos de gestão de resíduos e sustentabilidade. A proposta é desenvolver um sistema que atenda às demandas crescentes por soluções que unam responsabilidade ambiental, educação de qualidade e acessibilidade.

O objetivo principal é oferecer soluções práticas e acessíveis para empresas e instituições, de forma a promover uma cultura de responsabilidade ambiental e contribuir para a construção de um futuro mais sustentável. Com uma abordagem moderna e interativa, os cursos online da Ecosampa visam capacitar os alunos a implementar práticas eficazes de descarte de resíduos, reduzir o impacto ambiental e gerar novas oportunidades econômicas.

"A integração de práticas educativas no ambiente corporativo, especialmente no que tange à gestão de resíduos sólidos, é um instrumento fundamental para a redução de impactos ambientais, viabilizando ações estratégicas que promovem sustentabilidade e inovação nos negócios." (Benasayag, D., & Silva, L. P. 2014).

O desenvolvimento deste trabalho utiliza ferramentas e metodologias de análise estratégica para embasar a viabilidade do negócio através de ferramentas como a análise SWOT, que identifica os pontos fortes, fracos, possíveis oportunidades e ameaças para a empresa, a matriz BCG, que funciona como uma espécie de portfólio da empresa, o qual analisa seus produtos ou serviços, utilizando como base dois critérios principais: taxa de crescimento de mercado e participação relativa de mercado, a matriz EREC, que foca na eficiência de recursos e a análise PESTEL, que examina fatores externos como políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, ambientais e legais; e o plano financeiro, que apresenta projeções detalhadas de custos, receitas e rentabilidade.

Esses instrumentos de análise foram aplicados para estruturar, testar e validar a viabilidade da futura empresa, fornecendo uma base sólida para a implementação do negócio. Assim, o plano de negócios da Ecosampa não apenas delinea as etapas necessárias para a criação da empresa, mas também destaca seu potencial de impactar positivamente o mercado de sustentabilidade.

## 2. JUSTIFICATIVA

Nos dias de hoje, o aumento expressivo da poluição e os efeitos gerados pela falta de ações sustentáveis, como o efeito estufa, geram urgência na resolução de problemas ambientais. Esse cenário se agrava pelo fato de estarmos extraíndo mais da natureza do que ela é capaz de repor. A ECOSAMPA tem o objetivo de se tornar uma referência nesse campo, demonstrando que a sustentabilidade não é apenas necessária, mas que também é uma prática viável e lucrativa para as empresas.

“A aspiração das pessoas a uma qualidade de vida melhor, em geral traduzida por acesso ao consumo, cria múltiplas oportunidades de negócios. [...] Assumir a atitude de não danificar o meio ambiente é só um primeiro passo. O empreendedor realmente criativo e inovador já está prospectando oportunidades de desenvolver e vender produtos e serviços que protejam, conservem e, sobretudo, limpem e renovem o meio ambiente.” (ALMEIDA, 2002, p. 38)

Para alcançar esse objetivo, a ECOSAMPA investirá na disseminação de conhecimento prático e estratégico, capacitando empresas a adotarem soluções sustentáveis no dia a dia.

Nosso compromisso com a sustentabilidade também abrirá portas para a geração de novas oportunidades de emprego. Ao fomentar o desenvolvimento de soluções sustentáveis, a ECOSAMPA impulsionará a demanda por profissionais especializados em áreas como gestão ambiental, logística reversa e inovação tecnológica. Além disso, a capacitação oferecida por nossos cursos e treinamentos permitirá que mais pessoas se qualifiquem para atuar em setores relacionados à economia verde, modelo econômico que busca melhorar o bem-estar humano, a equidade social e reduzir os riscos ambientais e a escassez de recursos naturais promovendo um ciclo positivo de desenvolvimento econômico e preservação ambiental.

Assim, espera-se que, ao vender cursos, a ECOSAMPA contribua para a melhoria dos índices de reciclagem, a redução de resíduos e a criação de um novo estilo de vida empresarial voltado à conscientização sobre o uso e o descarte responsável de recursos.

### **3. OBJETIVOS**

O objetivo geral deste projeto é desenvolver e apresentar um plano de negócios, que será elaborado pela futura empresa "Ecosampa", idealizada para se localizar na zona sul de São Paulo. A Ecosampa atuará na venda de cursos personalizados para empresas, com o propósito de ajudá-las a se tornarem mais competitivas, promovendo práticas de sustentabilidade.

#### **3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Consolidar a Ecosampa como uma empresa especializada na criação e venda de cursos focados na sustentabilidade, ajudando outras empresas a melhorar suas operações e a maximizar a eficiência, com impacto positivo no meio ambiente.
- Propor recomendações para o desenvolvimento e implementação de práticas mais sustentáveis, levando em consideração os aspectos econômicos, sociais e ambientais, visando atender às necessidades das empresas-clientes da Ecosampa.

#### **4. METODOLOGIA**

O plano de negócios será desenvolvido baseado na metodologia de pesquisa aplicada, com o objetivo de coletar e analisar dados por meio de artigos científicos, visando contribuir para a solução de problemas decorrentes da falta de sustentabilidade em empresas através da criação de cursos online.

A pesquisa será conduzida de forma quantitativa, utilizando-se de levantamento de dados, aliado a pesquisas bibliográficas para o planejamento e estruturação da futura empresa Ecosampa. A principal fonte bibliográfica para a construção do presente projeto foi o “Planejamento financeiro: Manual prático para pequenos negócios” do SEBRAE, no qual foi utilizado como base para a estruturação do plano financeiro, além do estudo do plano de negócios de pequenas empresas.

## **5. DESENVOLVIMENTO**

### **5.1 Conceito e Origem da Gestão Ambiental**

Gerir significa organizar e administrar, passo importante para o sucesso de qualquer negócio, independentemente do segmento. A gestão ambiental busca administrar visando o impacto que a ação irá gerar para o meio ambiente, com a finalidade de causar o mínimo de danos possível, assim como escreve Arcelormittal (2021), que diz que

Quando falamos de forma mais técnica, a gestão ambiental representa a administração e o controle do impacto humano no meio ambiente. Significa saber utilizar de forma consciente e sustentável os recursos ambientais em um determinado espaço e tempo. A ideia, portanto, é evitar que um ecossistema seja destruído para realizarmos a construção de um empreendimento sem antes analisar os benefícios para a sociedade e as compensações ambientais que serão necessárias. (ARCELORMITTAL, 2021)

A origem da gestão ambiental está diretamente associada ao desenvolvimento da conscientização sobre os impactos humanos no meio ambiente, principalmente após a revolução industrial, período histórico marcado por mudanças sociais, econômicas e políticas. A exploração desenfreada dos recursos naturais, aumento massivo da produção, e os altos índices de consumo, fatores que desencadearam em grandes impactos ambientais, a partir disto surge a necessidade de gerir de maneira consciente e sustentável.

### **5.2 Sumário executivo: Empresa ECOSAMPA**

A EcoSampa será uma plataforma online dedicada à capacitação ambiental de empresas, com foco na gestão sustentável de resíduos e na redução de impactos ambientais. A empresa combinará tecnologia e práticas de preservação ambiental para auxiliar organizações a atenderem às regulamentações ambientais, incorporarem sustentabilidade aos seus processos e promoverem um futuro mais responsável.

O foco da EcoSampa será a venda de cursos online de capacitação ambiental, que abordará temas como:

Tipos de resíduos (orgânicos, recicláveis, perigosos);

- Técnicas de reciclagem e compostagem;

- Impactos ambientais do descarte incorreto;
- Legislação ambiental e responsabilidade socioambiental.

Ao término, os participantes receberão uma certificação digital, garantindo reconhecimento formal do aprendizado. O público-alvo são empresas de variados setores, principalmente Pequenas e Médias Empresas (PMEs), que buscam:

- Capacitar funcionários em práticas sustentáveis;
- Implementar soluções econômicas e ambientalmente corretas na gestão de resíduos;
- Estar em conformidade com normativas ambientais de forma acessível.

A Ecosampa operará de forma totalmente online, tornando seus cursos acessíveis a empresas de todo o Brasil. Essa flexibilidade maximiza a praticidade e permite crescimento escalável. A empresa possuirá como metas:

- Tornar-se referência em educação ambiental corporativa online;
- Expandir parcerias com setores como tecnologia, comércio;
- Desenvolver cursos personalizados.

Além disso, suas metas financeiras serão:

- Investimento inicial: R\$125.000,00;
- Faturamento mensal projetado: R\$23.000,00;
- Lucro anual esperado: R\$300.000,00;
- Retorno do capital investido: 12 meses.

A Ecosampa, com CNPJ a ser instituído, terá como missão promover a educação ambiental para empresas de forma acessível e transformadora. Sua visão será tornar-se referência no mercado de capacitação sustentável no Brasil, e seus valores incluirão sustentabilidade, responsabilidade social e acessibilidade.

A empresa atuará no setor de serviços. Sua forma jurídica e social será definida pelo modelo de sociedade limitada, pelo enquadramento tributário simples nacional e pelo capital social composto por 75% em dinheiro e 25% em equipamentos e ferramentas.

Por fim, a empresa terá como fonte de recursos capital próprio (majoritariamente). Além disso, sua estrutura organizacional vai ser definida da

seguinte forma:

### **Direção Geral**

- Responsável: Diretor(a) Geral
- Função: Tomar decisões estratégicas e supervisionar todas as operações.

### **Coordenação de Cursos e Conteúdo (serviço terceirizado)**

- Responsável: Coordenador(a) Pedagógico(a)
- Função: Planejar e monitorar a qualidade dos cursos e materiais didáticos.

### **Setor de Marketing e Parcerias (serviço terceirizado)**

- Responsável: Analista de Marketing
- Função: Desenvolver campanhas, gerenciar redes sociais e buscar parcerias.

### **Setor Administrativo e Financeiro (serviço terceirizado)**

- Responsável: Analista Financeiro/Administrativo
- Função: Gestão financeira, contábil e jurídica.

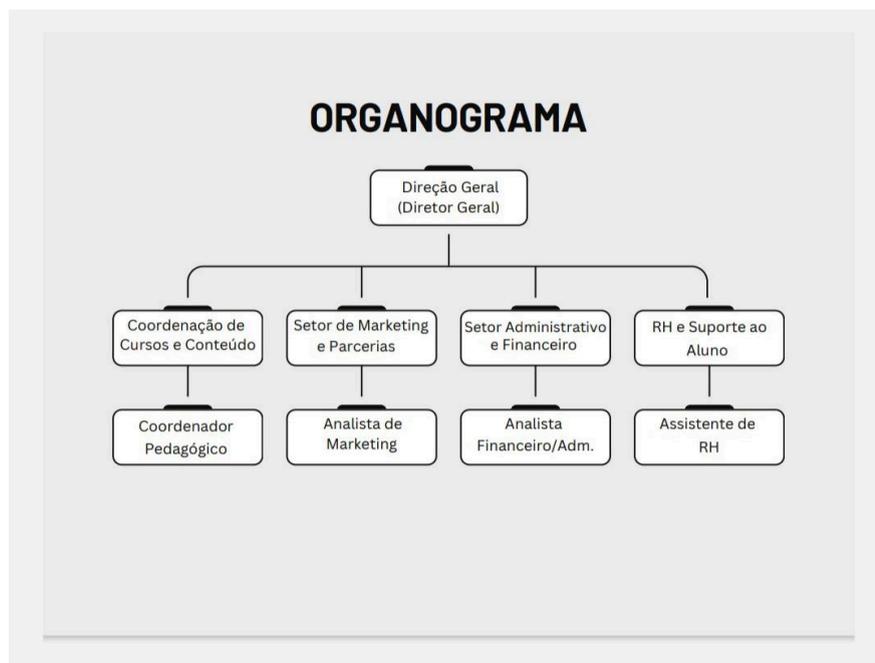
### **RH e Suporte ao Aluno (serviço terceirizado)**

- Responsável: Assistente de RH
- Função: Gerenciar equipe interna e dar suporte técnico e administrativo aos alunos.

A figura a seguir ilustra os dados descritos.

O organograma é uma representação gráfica da estrutura organizacional de uma empresa, demonstrando a hierarquia, as funções e os relacionamentos entre os diferentes setores e cargos. Ele é uma ferramenta essencial para a gestão, pois facilita a comunicação interna, a delegação de tarefas e a compreensão do fluxo de trabalho.

**Figura 1 - Organograma**



**Fonte:** Elaborado pelos autores, 2024.

A operação do curso, por outro lado, será a partir de um fluxograma, exposto na figura a seguir e detalhado logo em seguida.

O fluxograma é uma ferramenta visual utilizada para mapear processos, representando de forma sequencial as etapas, decisões e interações envolvidas em uma atividade. Ele facilita a compreensão, análise e melhoria de processos, sendo amplamente aplicado em gestão organizacional para identificar gargalos, otimizar fluxos de trabalho e padronizar operações.

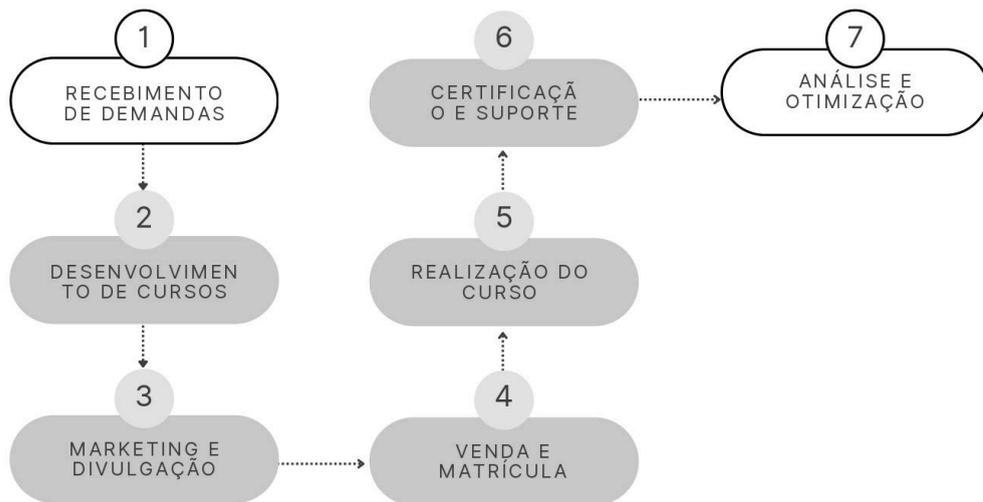
Figura 2 - Fluxograma operacional



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Figura 3 - Fluxograma de clientes

## FLUXOGRAMA DE CLIENTES



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

## **Fluxograma de clientes**

### **1. Recebimento de Demandas**

- Identificação de necessidades de clientes (empresas)
- Análise de mercado e concorrentes

### **2. Desenvolvimento de Cursos**

- Criação de conteúdo (teórico e prático)
- Definição de objetivos, metodologia e materiais
- Parcerias com especialistas

### **3. Marketing e Divulgação**

- Campanhas publicitárias (redes sociais, e-mail marketing)
- Parcerias com empresas e organizações ambientais
- Site e plataforma de vendas online

### **4. Venda e Matrícula**

- Cadastro de clientes
- Pagamento e confirmação
- Acesso ao curso

### **5. Realização do Curso**

- Aulas online
- Materiais e recursos adicionais
- Suporte técnico

### **6. Certificação e Suporte**

- Emissão de certificados
- Suporte pós-curso
- Acompanhamento de progresso

### **7. Análise e Otimização**

- Monitoramento de resultados
- Análise de dados
- Ajustes e melhorias

### **Planejamento do Curso**

- Desenvolvimento de conteúdo gravado e planejamento de aulas ao vivo.

### **Cadastro e Parcerias**

- Estabelecimento de convênios com instituições e empresas.

### **Inscrições dos Participantes**

- Divulgação nas plataformas digitais e landing page para inscrição.

### **Execução do Curso**

- Aulas gravadas disponíveis e realização de sessões ao vivo via plataformas online.

### **Acompanhamento e Avaliação**

- Suporte ao aluno e emissão de certificados após conclusão do curso.

No geral, a parte financeira se definiu a partir do investimento inicial de R\$125.000,00. A partir disso, seu custo operacional mensal se definiu conforme descrito na tabela a seguir.

**Tabela 1 - Custo operacional mensal**

<b>Categoria</b>	<b>Valor (R\$)</b>
RH (Funcionários, Salários e Benefícios)	20.000,00
Administração (Financeiro, Contábil e Jurídico)	5.000,00
Marketing Continuado (Campanhas e Promoções)	5.000,00
<b>Total</b>	<b>30.000,00</b>

Logo, percebe-se que o planejamento da Ecosampa busca um equilíbrio entre o investimento inicial robusto para garantir a qualidade do curso e custos operacionais mensais que permitam a manutenção sustentável da empresa. Além disso, a estratégia de marketing inicial visa atrair parceiros e inscritos para viabilizar um fluxo contínuo de receita. Outrossim, a certificação digital reforça a credibilidade e a proposta de valor da empresa no mercado.

## **Análise de Mercado**

### Público-alvo / Persona

Público-alvo: Empresas de pequeno e médio porte: Indústrias, comércios, e instituições com alta geração de resíduos, buscando capacitar seus colaboradores e alinhar-se às normas ambientais.

microempreendedores: Interessados em adotar práticas sustentáveis para agregar valor ao seu negócio.

### Persona principal:

João, 40 anos, gerente de operações em uma indústria de alimentos.

- **Objetivo:** Garantir que sua empresa atenda às legislações ambientais e adote práticas sustentáveis, reduzindo custos e impactos ambientais.
- **Desafios:** Dificuldade em encontrar cursos acessíveis e aplicáveis à realidade brasileira.
- **Comportamento:** Valoriza soluções que economizem tempo e que tragam benefícios claros à empresa, como certificação reconhecida e estratégias de aplicação prática.

### Diferencial da Ecosampa:

- Certificação válida e reconhecida, essencial para empresas e profissionais.

### Fornecedores

### Profissionais de conteúdo:

- Instrutores com experiência em técnicas de reciclagem, compostagem e

reaproveitamento.

Plataformas tecnológicas:

- Plataformas para disponibilização de conteúdo gravado e emissão de certificados, como Hotmart, Thinkific ou Moodle.
- Serviços de emissão de certificação digital:
- Ferramentas de marketing digital para alcançar o público-alvo nas redes sociais e outras mídias

## **6. Plano de Marketing**

Kotler (2002) defende que a utilização do plano de marketing torna a empresa menos vulnerável às crises, pois estas podem ser previstas com antecedência. Além disso, a organização proporcionada pelo processo de planejamento permite à empresa superar concorrentes, ser mais assertiva em sua oferta de produtos ou serviços e, assim, consolidar-se no mercado.

Usufruir do marketing vai além de criar propagandas para atrair mais público; é entender quem é o seu público, qual é a sua dor e o que pode ser feito para saná-la. Alguns recursos podem ser utilizados para aprimorar este estudo estratégico, como a análise SWOT, a matriz BCG, matriz EREC e análise PESTAL.

### **6.1. Produto, Preço, Praça e Promoção (Os 4 Ps)**

Em meados de 1950, Neil Borden, professor de Publicidade da Universidade de Harvard, criou o termo Mix de Marketing, que definia os elementos fundamentais para um planejamento de marketing, que ao longo do tempo foram sendo aperfeiçoados. Em 1967, Philip Kotler, considerado o pai do marketing moderno, cunhou o termo 4Ps do Marketing e apresentou-os como pilares do segmento, os 4ps são divididos em produto, preço, praça e promoção.

#### **Produto:**

O produto que será oferecido pela Ecosampa é um curso de capacitação online, focado no descarte correto de lixo e na redução de impactos ambientais. O curso é dirigido a empresas que desejam capacitar seus funcionários nas melhores práticas de gestão de resíduos, sustentabilidade e responsabilidade socioambiental.

**Conteúdo Programático:**

- Tipos de resíduos (orgânicos, recicláveis, perigosos)
- Técnicas de reciclagem e reaproveitamento
- Compostagem doméstica e empresarial
- Impactos ambientais do descarte incorreto
- Legislação ambiental e responsabilidade socioambiental
- Ciclo de Vida (LCA)

**Certificação:** Será emitido certificados digitais de conclusão, que validam a capacitação dos participantes.

**Preço:**

O preço do curso será definido com base no custo de produção e o valor percebido pelo mercado-alvo. Considerando o público de PMEs, é importante que o preço seja acessível, mas também reflita a qualidade e o valor agregado da capacitação. A estratégia de precificação será competitiva, mas acessível.

**Praça:**

O curso será oferecido em uma plataforma online, permitindo o acesso a empresas de qualquer região do Brasil. Como o mercado-alvo são PMEs, a Ecosampa focará principalmente no marketing digital para alcançar essas empresas em redes sociais, como LinkedIn, Instagram e Facebook.

**Promoção:**

A promoção será feita por meio de campanhas digitais em várias plataformas. A empresa utilizará uma combinação de:

- Publicidade paga (Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads) para promover o curso.
- Promoções de lançamento como descontos especiais para as primeiras empresas que se inscreverem.

**6.2 Estratégia de Comunicação**

A estratégia de comunicação da Ecosampa será orientada para o público-alvo, composto por empresas que desejam implementar práticas sustentáveis. A comunicação será educacional e informativa, destacando os benefícios de se

capacitar em gestão ambiental e sustentabilidade. Os principais pontos de comunicação incluem:

- Educar o público-alvo sobre a importância da gestão de resíduos e a conformidade com a legislação ambiental.
- Mostrar como o curso pode impactar positivamente a operação das empresas, trazendo benefícios como redução de custos com descarte de resíduos, otimização de processos e melhoria da imagem corporativa.
- Enfatizar a praticidade e flexibilidade do curso online, com acesso a qualquer hora e de qualquer lugar.

A mensagem central será: Transforme seu negócio com práticas sustentáveis e ajude a preservar o meio ambiente.

### **6.3. Canais de Comunicação**

Os principais canais de comunicação serão digitais e focados em alcançar o público corporativo. A Ecosampa utilizará uma combinação de canais para garantir uma ampla divulgação do curso e atingir diferentes públicos, como o Facebook, Instagram, LinkedIn

### **6.4. ANÁLISE SWOT**

A Análise SWOT (ou FOFA, no Brasil) foi desenvolvida por Albert Humphrey na década de 1960 enquanto ele trabalhava no Stanford Research Institute. A ferramenta foi projetada para ajudar as organizações a avaliar suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças com o intuito de identificar e avaliar os fatores internos e externos de uma empresa que possam causar impacto em seu sucesso. A análise ajuda a entender melhor a posição competitiva da empresa no mercado e orienta a tomada de decisões estratégicas. A sigla SWOT representa quatro áreas chave: Forças, fraquezas, oportunidades e desafios. Ao analisar a Ecosampa chegou-se às seguintes conclusões:

**Figura 4 - Análise SWOT**

<h2>FORÇAS</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>• Experiência em sustentabilidade</li><li>• Localização estratégica</li><li>• Educação e capacitação</li></ul>	<h2>FRAQUEZAS</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dependência do interesse corporativo em sustentabilidade</li><li>• Necessidade de demonstração de ROI</li></ul>
<h2>OPORTUNIDADES</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>• Regulamentação para sustentabilidade</li><li>• Expansão para outros estados</li></ul>	<h2>DESAFIOS</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>• Concorrência de empresas com foco em sustentabilidade</li><li>• Economia</li><li>• Regulamentação</li></ul>

**Fonte:** Elaborado pelos autores, 2024.

### **Forças**

- Experiência em sustentabilidade: A Ecosampa é especializada na promoção da sustentabilidade e oferece cursos voltados para práticas sustentáveis, posicionando-a como referência para empresas que desejam se filiar à práticas ambientais responsáveis.
- Localização estratégica: Situada na zona sul de São Paulo, área com altos índices de poluição, aumenta exponencialmente a relevância da Ecosampa,

pois há uma maior busca por parte das empresas por práticas sustentáveis na região.

- Educação e capacitação: Oferece cursos e treinamentos sobre reciclagem e gestão de resíduos, promove a conscientização ambiental desta forma fortalece a imagem da empresa como uma aliada na redução dos impactos ambientais.

### **Fraquezas**

- Dependência do interesse corporativo em sustentabilidade: A eficácia dos serviços da Ecosampa depende da disposição das empresas-clientes no investimento em sustentabilidade, fator este que pode ser desfavorável em situações econômicas de instabilidade.
- Necessidade de demonstração de ROI: Empresas podem hesitar em adotar práticas sustentáveis sem que haja a garantia de retorno sobre o investimento (ROI).

### **Oportunidades**

- Regulamentação para sustentabilidade: A crescente demanda por práticas sustentáveis nos últimos tempos, impulsionada por regulamentações ambientais e pela conscientização social, se torna um cenário oportuno para que a Ecosampa possa se expandir.
- Expansão para outros estados: O modelo de negócios da Ecosampa pode ser replicado para atender empresas em outras regiões do Brasil que também enfrentam problemas ambientais e buscam soluções sustentáveis.

### **Desafios**

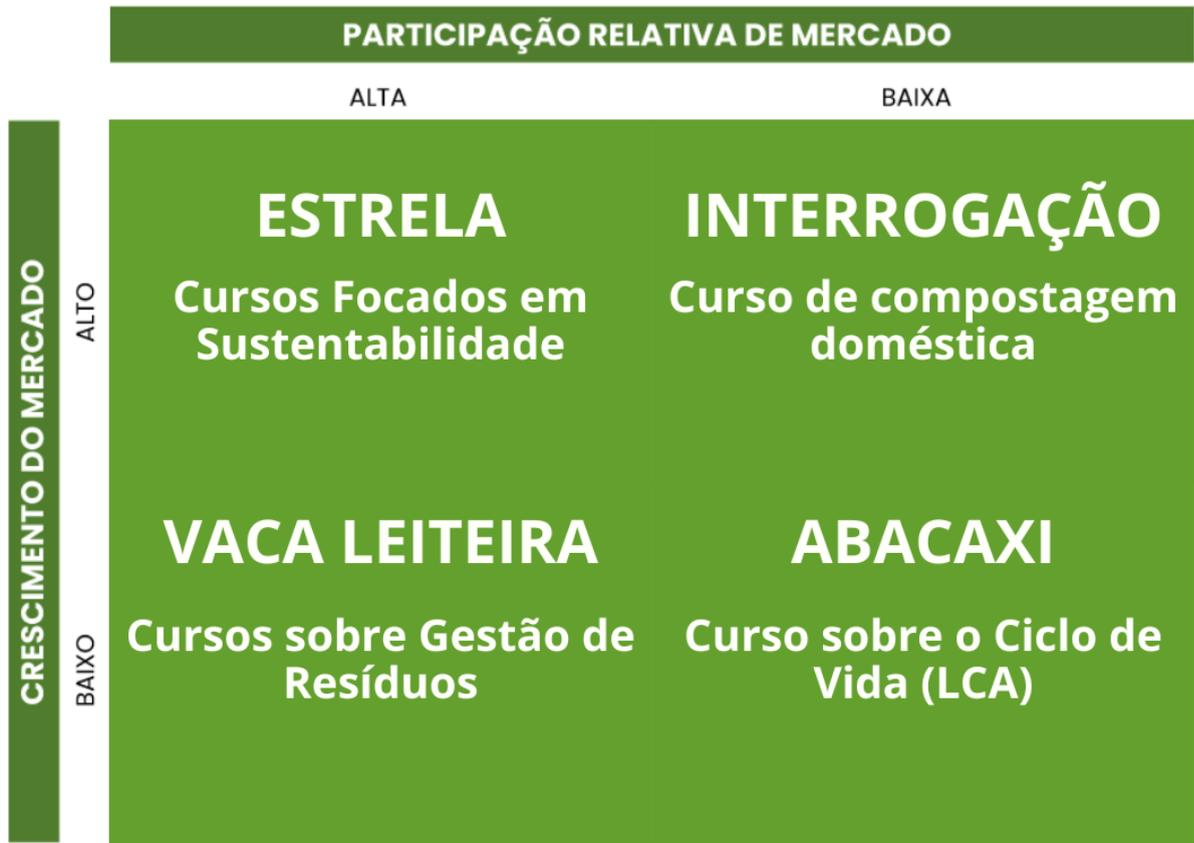
- Concorrência de empresas com foco em sustentabilidade: O aumento da conscientização ambiental, aumenta a competitividade no setor de consultoria e educação em sustentabilidade, nicho no qual encontra-se a Ecosampa.
- Economia: Em períodos de crise econômica, as empresas ao priorizar reduções de custo podem enxergar a Ecosampa como algo a ser descartado naquele momento, dificultando deste modo a prospecção.
- Regulamentação: Alterações na legislação ambiental que reduzem as exigências de sustentabilidade podem impactar diretamente na Ecosampa, de

modo a diminuir a busca de empresas por planos de negócios voltados para práticas ambientais.

## **6.5. MATRIZ BCG**

A matriz BCG foi criada na década de 1970 por Bruce D. Henderson, fundador do Boston Consulting Group (BCG). Essa ferramenta, também chamada de Matriz Crescimento-Participação, é usada para analisar portfólios de produtos ou unidades de negócios de uma organização com base em dois critérios: a taxa de crescimento do mercado e a participação relativa de mercado. Ela é amplamente utilizada no planejamento estratégico para auxiliar na tomada de decisões sobre investimentos e alocação de recursos. Para Boone e Kurtz (1998, p. 124), a matriz BCG é representada por uma matriz de quatro quadrantes, que assinalam a fatia do mercado, o percentual do mercado controlado pela empresa e o crescimento potencial do mercado, cada um indicando um tipo diferente de negócio. O eixo horizontal indica a participação de mercado de uma UEN em relação aos seus concorrentes no mercado e o eixo vertical indica a taxa de crescimento anual do mercado em que o negócio opera (KOTLER, 2000). A partir deste estudo é possível determinar quais devem receber mais investimentos, quais devem ser mantidos, e quais podem ser descontinuados.

**Figura 5 - Matriz BCG**



**Fonte:** Elaborado pelos autores, 2024.

- **Estrela (Alto Crescimento / Alta Participação)**

Cursos Focados em Sustentabilidade: Com o aumento da conscientização ambiental, o serviço realizado pela Ecosampa pode ter uma alta procura e um forte potencial para crescimento. ao oferecer cursos que ajudam empresas a se tornarem adeptas a práticas sustentáveis, a empresa alinha-se com a crescente procura por práticas corporativas responsáveis. contribuindo para a consolidação da marca

- **Vaca Leiteira (Baixo Crescimento / Alta Participação)**

Cursos sobre Gestão de Resíduos: Esse serviço é essencial para educar e capacitar profissionais e empresas, mas por outro lado, seu crescimento tem maior propensão a ser mais estável e menos acelerado.

- **Ponto de Interrogação (Alto Crescimento / Baixa Participação)**

Curso de compostagem doméstica: Alto crescimento, mas baixa participação.

Potencial de crescimento significativo, mas com a necessidade de investimentos em marketing e parcerias para aumentar a participação de mercado.

- **Abacaxi (Baixo Crescimento / Baixa Participação)**

Curso sobre o Ciclo de Vida (LCA): Embora essas análises sejam importantes para empresas focadas em sustentabilidade, a demanda por elas pode se tornar limitada devido aos altos custos e complexidade do processo na prática, principalmente para empresas de pequeno porte. tornando um serviço menos propenso para um alto crescimento devido ao interesse mais restrito no mercado.

## **6.6. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA: MATRIZ EREC (ELIMINAR, ELEVAR, REDUZIR, CRIAR)**

A análise da concorrência, a partir da Matriz EREC (Eliminar, Elevar, Reduzir, Criar), ajuda a identificar as melhores estratégias para que a empresa se posicione de forma eficaz no mercado, enfrentando a concorrência e maximizando suas vantagens competitivas.

**Tabela 2 - Matriz EREC**

<p style="text-align: center;"><b>ELIMINAR</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Concorrência Desleal com Preços Baixos.</li><li>● Dependência Excessiva de Preço.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>ELEVAR</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Expertise no Ensino Online.</li><li>● Certificação de Valor.</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b>REDUZIR</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Tempo de Implementação.</li><li>● Custo de Aquisição de Clientes</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>CRIAR</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Módulos específicos.</li><li>● Gamificação e Certificação Interativa.</li></ul>

## Eliminar

1. **Concorrência Desleal com Preços Baixos:** Evitar conteúdos de baixo valor agregado; foco em qualidade e práticas de alto nível.
2. **Dependência Excessiva de Preço:** Sair da competição baseada apenas em custo; apostar na diferenciação por especialização e conteúdo atualizado.

## Elevar

1. **Expertise no Ensino Online:** Estudos de caso e suporte pós-curso.
2. **Certificação de Valor:** Tornar os certificados reconhecidos no mercado corporativo por meio de parcerias estratégicas.

## Reduzir

1. **Tempo de Implementação:** Oferecer cursos mais compactos e modulares para atender empresas com menor disponibilidade de tempo.
2. **Custo de Aquisição de Clientes (CAC):** Adotar marketing mais direcionado, como SEO e marketing de conteúdo, para reduzir gastos sem retorno proporcional.

## Criar

1. **Módulos específicos:** Módulos específicos para diferentes setores, abordando necessidades distintas.
2. **Gamificação e Certificação Interativa:** Introduzir quizzes, desafios e simulações para aumentar o engajamento.

### **Análise de Concorrência**

Nesta análise de concorrência, será avaliado o panorama do mercado de educação empresarial e soluções ambientais sustentáveis, identificando as oportunidades e ameaças para a Ecosampa.

**Tabela 3 - Análise de concorrência**

<b>Concorrente</b>	<b>EcoCursos e Green Business Academy</b>	<b>Instituto Lixo Zero</b>	<b>Ambiens Consultoria e SustentaConsult</b>	<b>Udemy, Coursera e LinkedIn Learning</b>	<b>Senai e IFSP</b>	<b>Ecosampa</b>
<b>Produto</b>	9	8	8	7	8	9
<b>Preço</b>	8	7	6	9	8	8
<b>Qualidade</b>	9	8	9	7	8	9
<b>Atendimento</b>	7	8	9	6	7	9
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>29</b>	<b>31</b>	<b>35</b>

### **Identificação dos Concorrentes**

#### **1. Plataformas de Ensino Online Especializadas em Sustentabilidade**

- **EcoCursos e Green Business Academy:** Consolidadas no mercado, oferecem cursos focados em sustentabilidade e gestão de resíduos, com especialização e certificação como diferenciais.
- **Instituto Lixo Zero:** Treinamentos específicos em gestão de resíduos, reciclagem e compostagem, com foco em soluções práticas e locais.

#### **2. Empresas de Consultoria Ambiental com Capacitação Online**

- **Ambiens Consultoria e SustentaConsult:** Oferecem treinamentos corporativos personalizados em sustentabilidade, gestão de resíduos e conformidade regulatória, atraindo empresas que buscam soluções sob medida.

#### **3. Plataformas de Ensino Online Generalistas**

- **Udemy, Coursera e LinkedIn Learning:** Oferecem cursos acessíveis e variados sobre sustentabilidade, porém com conteúdo mais superficial e menos adaptado às necessidades corporativas.

#### **4. Instituições Acadêmicas**

- **Senai e IFSP:** Cursos técnicos e acadêmicos presenciais e a distância em sustentabilidade e gestão ambiental, com uma abordagem mais teórica e generalista.

## 6.7. Análise PESTEL

A análise PESTEL é uma ferramenta estratégica que avalia os fatores externos que podem influenciar o sucesso de um negócio. Para o caso de uma empresa que oferece cursos sobre descarte correto de lixo, a análise será feita considerando os seguintes fatores, de acordo com o Sebrae (2021), Dornelas (2018) e Brasil (2010):

**FIGURA 6 - ANÁLISE PESTEL**



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

- Político

**Regulação Ambiental:** O Brasil tem passado por avanços significativos em termos de legislação ambiental, como a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que estabelece a gestão ambiental e o descarte adequado de resíduos. A implementação de leis que exigem maior conscientização e capacitação em gestão de resíduos cria uma demanda por cursos especializados.

- Econômico

**Cenário Econômico:** A economia brasileira tem mostrado volatilidade nos últimos anos, o que pode afetar o poder de compra dos consumidores. No entanto,

cursos de preço acessível, como os oferecidos pela empresa Ecosampa tendem a ser mais resilientes à crise econômica, pois são vistos como investimentos necessários em um momento de crescente preocupação com o meio ambiente.

**Custo-Benefício:** A oferta de cursos a preços acessíveis e com conteúdo relevante em um cenário demanda com crescimento exponencial por sustentabilidade pode ser um fator de atração para o público-alvo. Além disso, o modelo online permite a redução de custos fixos, tornando o negócio economicamente viável mesmo em tempos de crise.

- Social

**Educação e Conscientização:** A demanda por cursos de educação ambiental tende a crescer, já que o público está mais interessado em práticas de consumo responsável e na forma correta de descarte de lixo. Além disso, empresas e instituições estão mais dispostas a investir na capacitação de seus funcionários sobre esses temas.

- Tecnológico

**Avanços em Plataformas de Ensino:** O uso de tecnologias de ensino a distância tem facilitado o acesso a cursos online, permitindo à empresa atingir um público maior com custos operacionais mais baixos. A adoção de ferramentas tecnológicas como *Learning Management Systems* (LMS) e o uso de vídeos e material interativo aumenta o engajamento e a eficácia do aprendizado.

- Ambiental

**Pressão Ambiental e Sustentabilidade:** As questões ambientais são cada vez mais urgentes, devido a problemas como o aquecimento global e a poluição. O movimento global por sustentabilidade e economia circular está gerando uma maior pressão sobre governos, empresas e consumidores para adotar práticas mais responsáveis no descarte de lixo.

**Normas e Regulamentações Ambientais:** A legislação que exige o descarte adequado de resíduos e o cumprimento de normas ambientais cria um mercado crescente para cursos que capacitam os indivíduos e empresas a se adequar a

essas exigências.

- Legal

Legislação de Resíduos Sólidos: As leis que regulam a gestão de resíduos, como a Lei nº 12.305/2010, que institui o gerenciamento de resíduos sólidos, incluindo os perigosos, às responsabilidades dos geradores e do poder público e aos instrumentos econômicos aplicáveis estabelecem as responsabilidades dos geradores de resíduos e criam obrigações para a educação sobre o tema, isso gera uma demanda por cursos que atendem aos requisitos legais e ajudam empresas e cidadãos a se adequarem às normas.

Certificação e Reconhecimento: A formalização de cursos e a obtenção de certificações são aspectos legais importantes. A certificação de um curso de capacitação pode aumentar a credibilidade do negócio e atrair um público-alvo mais amplo, incluindo empresas que buscam cumprir suas obrigações legais em relação à gestão de resíduos.

- Potencial de Mercado

O mercado de educação ambiental tem um enorme potencial de crescimento, impulsionado pela crescente conscientização sobre as questões ambientais e a demanda por formação profissional no setor. Cursos de gestão de resíduos são uma necessidade crescente, principalmente diante das novas legislações e regulamentações ambientais. Isso cria uma oportunidade clara para o sucesso do negócio.

- Desafios e Riscos

O principal desafio é a constante atualização dos conteúdos dos cursos, que precisam acompanhar as mudanças nas legislações e nas práticas ambientais. Além disso, o sucesso do marketing digital será crucial para o crescimento do negócio, já que o mercado pode ser competitivo.

## 7. Plano financeiro

O plano financeiro é um componente essencial para o plano de negócios, pois organiza as informações financeiras necessárias para viabilizar e sustentar o empreendimento. Assim como afirma o Sebrae (2021) “O planejamento financeiro é essencial para que as empresas garantam a viabilidade econômica de suas operações e evitem desequilíbrios de caixa”. Além disso, “a análise financeira permite entender as margens de lucro e o retorno esperado, pontos importantes para decisões estratégicas” (DORNELAS, 2018).

A princípio, foi realizado um levantamento do investimento inicial. Logo, para estruturar o negócio, será necessário que haja um capital inicial para cobrir as despesas.

Com base nisso, a tabela a seguir possui o detalhamento de custos do projeto.

**Tabela 4 - Custos do projeto**

<b>Item</b>	<b>Descrição</b>	<b>Custo estimado</b>
Pesquisa e Planejamento	Pesquisa e desenvolvimento técnico.	R\$ 5.000,00
Design instrucional	Estruturação pedagógica e organização dos módulos.	R\$ 4.000,00
Criação de conteúdo	Produção de textos, slides e material gráfico.	R\$ 20.000,00
Gravação e Edição de Vídeos	Aluguel de estúdio, câmeras, iluminação e edição profissional.	R\$ 15.000,00
Desenvolvimento da Plataforma	Upload, configuração e testes de LMS.	R\$ 25.000,00
Teste e Revisão	Ajustes finais e feedback	R\$ 2.000,00
RH	Funcionários, Salários e Benefícios.	R\$ 20.000,00
Administração	Financeiro, contábil e jurídico.	R\$ 5.000,00
Marketing	Criação de landing page, e divulgação.	R\$ 30.000,00

Sendo assim, a análise foi feita com base nos nove itens descritos na tabela, conforme detalhados a seguir.

**a. Pesquisa e Desenvolvimento Técnico – R\$ 5.000,00**

Investir em **pesquisa e desenvolvimento técnico** é essencial para garantir que o conteúdo do curso seja relevante e tecnicamente correto. O valor de **R\$5.000,00** é razoável para um estudo inicial e elaboração de uma base sólida para o curso, incluindo pesquisas sobre práticas e legislações de descarte de lixo e sua aplicação para empresas.

**b. Design Instrucional – R\$ 4.000,00**

A **estruturação pedagógica** e a **organização dos módulos** são fundamentais para criar um curso eficiente e que tenha boa absorção dos alunos. Esse valor é apropriado para um planejamento pedagógico detalhado, definindo a didática do curso, distribuição de conteúdo e cronograma de aulas.

**c. Criação de Conteúdo – R\$ 20.000,00**

A **produção de textos, slides e material gráfico** é uma das partes mais custosas do projeto. O valor de **R\$20.000,00** é razoável considerando a complexidade do conteúdo que será desenvolvido, principalmente porque é necessário criar material de apoio visual e textual de qualidade para garantir a clareza e a eficácia da aprendizagem.

**d. Gravação e Edição de Vídeos – R\$ 15.000,00**

A **produção de vídeos** (gravação e edição) demanda um investimento considerável, especialmente se o material for de alta qualidade. O valor de **R\$ 15.000,00** é adequado para cobrir o aluguel de estúdios, equipamentos de filmagem e a edição profissional dos vídeos. Esse custo é justificável, pois vídeos bem produzidos são fundamentais para a experiência do aluno no curso online.

**e. Desenvolvimento da Plataforma – R\$ 25.000,00**

A **plataforma de aprendizado online (LMS)** é uma das áreas com maior

investimento inicial. O valor de **R\$ 25.000,00** é adequado para desenvolver uma plataforma funcional, incluindo **upload de conteúdos, configurações e testes** do sistema. Além disso, uma plataforma bem estruturada garante que o curso seja acessível, organizado e ofereça uma boa experiência ao usuário.

#### **f. Teste e Revisão – R\$ 2.000,00**

Os custos com **testes e revisão** são fundamentais para garantir a qualidade do curso e a experiência do aluno. O valor de **R\$ 2.000,00** é razoável para cobrir os ajustes finais do conteúdo, bem como a implementação de feedbacks de testes iniciais com usuários.

#### **g. Recursos Humanos (RH) – R\$ 20.000,00**

Os custos com **funcionários, salários e benefícios** são uma parte importante do orçamento, especialmente se a equipe for responsável pela criação do conteúdo, pela administração da plataforma e pelo suporte ao aluno. Com valor de **R\$ 20.000,00** é possível cobrir salários e encargos trabalhistas de uma equipe pequena a média, que trabalha no formato de home office e entrando em campo quando necessário.

#### **h. Administração – R\$ 5.000,00**

A parte administrativa, incluindo **financeiro, contábil e jurídico**, é essencial para garantir a legalidade e a boa gestão do projeto. O valor de **R\$ 5.000,00** é adequado para cobrir esses custos iniciais, considerando que o valor pode variar conforme a complexidade do negócio sendo esse terceirizado.

#### **i. Marketing – R\$ 30.000,00**

O **marketing** é crucial para o lançamento e promoção do curso. A criação de uma **landing page**, além de campanhas de **divulgação paga (Google Ads, redes sociais, etc.)** envolve um investimento significativo. O valor de **R\$ 30.000,00** é apropriado para campanhas iniciais de lançamento e promoção de anúncios.

### **7.1. Análise de viabilidade e eficiência**

- **Investimento Total: R\$ 125.000,00**

O custo total de **R\$ 125.000,00** representa um investimento robusto, porém necessário, para lançar um curso online de qualidade. Esse valor será distribuído de maneira equilibrada entre as principais áreas de desenvolvimento (conteúdo, plataforma, marketing, etc.), o que sugere um planejamento financeiro bem estruturado.

- **Expectativa de Retorno**

Considerando que o mercado de educação online está em crescimento, especialmente em áreas como sustentabilidade e gestão ambiental, esse investimento inicial pode ser recuperado em um curto período, dependendo da efetividade das estratégias de marketing e da atração e fidelização de clientes.

A análise de viabilidade financeira e do Retorno sobre Investimento (ROI) é fundamental para entender se o investimento feito no desenvolvimento do curso online será rentável e quando ele poderá gerar lucro para a empresa. Para realizar essa análise, será utilizado os dados fornecidos e projetar uma expectativa de faturamento com base no preço do curso e no número de vendas.

## **7.2. Cálculo do ROI (Retorno sobre Investimento)**

O ROI (Retorno sobre investimento) se popularizou através de Donaldson Brown, executivo da DuPont, no início do século XX. Ele utilizava o ROI para medir a eficiência financeira de diferentes divisões da empresa, seu surgimento partiu da industrialização e expansão das corporações nos Estados Unidos, como forma de avaliar a lucratividade dos investimentos em relação ao valor gasto. O ROI calcula o retorno percentual de um investimento, em áreas como finanças, marketing e tecnologia, para medir eficiência e tomada de decisões estratégicas.

### **Faturamento mensal**

- **Número de vendas mensais:** consideramos diferentes cenários de vendas mensais (5, 10, 20, 30 vendas por mês).
- **Valor do curso:** o curso será oferecido para pessoas jurídicas (empresas) e tem um preço médio de R\$5.000,00 por inscrição.

O faturamento mensal é dado por:

*Faturamento Mensal=Preço do Curso×Número de Vendas*

**Tabela 5 - Faturamento mensal**

<b>Número de Vendas</b>	<b>Faturamento Mensal</b>
5	5.000 x 5 = R\$ 25.000
10	5.000 x 10 = R\$ 50.000
20	5.000 x 20 = R\$ 100.000
30	5.000 x 30 = R\$ 150.000

**Faturamento Anual:**

O faturamento anual é dado por:

$$\text{Faturamento Anual} = \text{Faturamento Mensal} \times 12 =$$

**Tabela 6 - Faturamento Anual**

<b>Número de Vendas</b>	<b>Faturamento Anual</b>
5	25.000 x 12 = R\$ 300.000
10	50.000 x 12 = R\$ 600.000
20	100.000 x 12 = R\$ 1.200.000
30	150.000 x 12 = R\$ 1.800.000

Para projetar o faturamento com base no preço do curso e no número de vendas se utilizará a fórmula de ROI.

Reitera-se que o curso será oferecido para pessoas jurídicas (empresas) e tem um preço médio de R\$5.000,00 por inscrição. A partir disso, foi elaborado duas possibilidades de vendas para este curso:

**Fórmula do ROI:** 
$$\frac{\text{Ganho do Investimento} - \text{Custo do Investimento}}{\text{Custo do Investimento}} \times 100$$

**Tabela 7 - Fórmula ROI**

Número de Vendas	Faturamento Mensal	Lucro Líquido	ROI Mensal	ROI Anual
5	R\$ 25.000	25.000 - 125.000 = -R\$ 100.000	$(-100.000 / 125.000) \times 100 = -80\%$	$(-1.200.000 / 125.000) \times 100 = -960\%$
10	R\$ 50.000	50.000 - 125.000 = -R\$ 75.000	$(-75.000 / 125.000) \times 100 = -60\%$	$(-900.000 / 125.000) \times 100 = -720\%$
20	R\$ 100.000	100.000 - 125.000 = -R\$ 25.000	$(-25.000 / 125.000) \times 100 = -20\%$	$(-300.000 / 125.000) \times 100 = -240\%$
30	R\$ 150.000	150.000 - 125.000 = R\$ 25.000	$(25.000 / 125.000) \times 100 = 20\%$	$(300.000 / 125.000) \times 100 = 240\%$

Com base nos dados fornecidos, podemos observar que, dependendo do número de vendas mensais, o ROI muda consideravelmente.

- Com **5 vendas mensais**, o ROI é negativo tanto mensal quanto anual, indicando que o custo do desenvolvimento do curso não é coberto.
- Com **10 vendas mensais**, ainda temos um ROI negativo, mas com uma perda menor.
- A partir de **20 vendas mensais**, o ROI começa a ser positivo, e com **30 vendas mensais**, o ROI é de **20% mensal** e **240% anual**, indicando que a empresa começa a ter um retorno considerável sobre o investimento.

## **8. CONCLUSÃO**

Após o desenvolvimento deste plano de negócios foi possível evidenciar a relevância e a importância de empresas que visam a sustentabilidade em detrimento de ações insustentáveis, isto é, que não promovem ações voltadas para o meio ambiente. Promover uma visão empresarial ética, com comprometimento e que visa conservar os recursos naturais é benéfico tanto para a economia quanto para o planeta como um todo que sofre com o consumo desenfreado de recursos naturais, uma vez que, atualmente se extrai mais do que a natureza é capaz de repor.

Assim, a ECOSAMPA busca se alinhar aos desafios e oportunidades da sustentabilidade, para que possa contribuir com a construção de um futuro mais equilibrado, beneficiando o meio ambiente e as empresas, através da elaboração de cursos voltados para a sustentabilidade no meio corporativo.

Dessa forma, o estudo apresentado neste relatório demonstra a viabilidade da execução da empresa, ressaltando o olhar crítico, criterioso e analítico ao avaliar aspectos importantes para a criação de seus serviços. Logo, os objetivos propostos para este trabalho foram atingidos com sucesso, acredita-se que o plano de negócios para a futura empresa Ecosampa mostra-se bem fundamentado e apresenta um caminho promissor.

Entende-se também que investir em pesquisa e desenvolvimento técnico é de suma importância para que o curso seja elaborado de maneira coesa, e relevante tecnicamente além de atrativo para aqueles que irão realizar sua formação técnica.

## 9. REFERÊNCIAS

BARSANO, Paulo Roberto; PEREIRA BARBOSA, Rildo. Gestão ambiental. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. BASF. Atuação responsável. 2022. Disponível em: . Acesso em: 30 out. 2024.

ALMEIDA, Fernando. O Bom Negócio da Sustentabilidade. Editora Nova Fronteira, 2002.

SILVA, J.A, SANTOS, M.B. Tecnologias aplicadas à gestão ambiental: Uma revisão bibliográfica. Revista Brasileira de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, 2016.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. Campus, 2018.

SEBRAE. Planejamento financeiro: Manual prático para pequenos negócios. Disponível em: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br).

BRASIL. Lei nº 12.305/2010, de 2 de agosto de 2010. Política Nacional de Resíduos Sólidos. Disponível em: [www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br).

PORTER, M. E. 1980. Estratégia Competitiva. Técnicas para análise de indústria e da Concorrência. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2004.

ARCELORMITTAL, O que é gestão ambiental e qual é a sua importância?, 2021. Disponível em: <https://blog.arcelormittal.com.br>

Benasayag, D., & Silva, L. P. (2014). Gestão ambiental: Práticas e estratégias para a sustentabilidade empresarial. São Paulo: Atlas.

Chiavenato, I. Introdução à Teoria Geral da Administração. 9. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2014.

Maximiano, A. C. A. Teoria Geral da Administração: da escola científica à competitividade global. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Chiavenato, I. Introdução à Teoria Geral da Administração. 9. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2014. Harrington, H. J. Melhoramento de Processos Empresariais: como alcançar resultados excepcionais em tempo recorde. São Paulo: McGraw-Hill,

1993.