

CENTRO PAULA SOUZA
Etec PROFESSORA MARIA CRISTINA MEDEIROS
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Bruno Henrique De Oliveira Pinheiro
Diogo Conceição Dos Santos
Pietro Ribeiro de Carolis
Thayane Silva De Figueiredo

OWL'S: Moda que te torna notável como uma coruja

RIBEIRÃO PIRES - SP
2025

Bruno Henrique De Oliveira Pinheiro

Diogo Conceição Dos Santos

Pietro Ribeiro de Carolis

Thayane Silva De Figueiredo

OWL'S: Moda que te torna notável como uma coruja.

Trabalho de conclusão de curso, apresentado ao Curso Técnico em Administração, da Etec Maria Cristina Medeiros, orientado pela professora Melise Pereira Lopes da Silva como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

RIBEIRÃO PIRES - SP

2025

FICHA CATALOGRÁFICA
CATALOGAÇÃO CENTRALIZADA
Biblioteca da ETEC Prof.^a Maria Cristina Medeiros

O97

Owl's: Moda que torna notável como uma coruja / Bruno Henrique Oliveira Pinheiro; Diogo Conceição dos Santos; Pietro Ribeiro de Carolis; Thayane Silva de Figueiredo. – Ribeirão Pires (SP): ETEC MCM, 2025. Plano de Negócios. 133 fls.

Formato PDF/A. Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Paula Souza, ETEC Prof.^a Maria Cristina Medeiros, Eixo Gestão e Negócios - Curso Técnico em Administração, Ribeirão Pires (SP).

Orientador (a): Especialista em Gerenciamento de Projetos Melise Pereira Lopes da Silva

Depósito: Repositório Institucional do Conhecimento do Centro Paula Souza

Modo de acesso: <http://ric.cps.sp.gov.br>

1. Moda sustentável 2. Customização 3. Empreendedorismo 4.
Plano de Negócios

I. Título

II. Autores

CDD 658.5

Elaborado Por: Patricia Cordeiro da Silva Farias – CRB-8/7510

Candidatos:

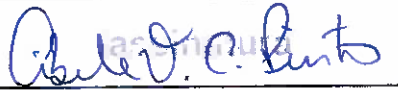

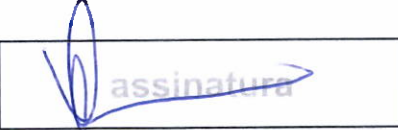
Bruno Henrique de Oliveira Pinheiro
Diogo Conceição dos Santos
Pietro Ribeiro de Carolis
Thayane Silva de Figueiredo

OWL'S: Moda que te torna notável como uma coruja

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Maria Cristina Medeiros – ETEC MCM - como requisito parcial para obtenção do grau de Técnico em Administração.

Orientadora Prof^ª. Esp. Melise Pereira Loeps da Silva.

Banca Examinadora:

Nome:	Cibele Vanessa Pinto da Cunha	
Titulação:	Bacharel	
Nome:	Melise Pereira Lopes da Silva	
Titulação:	Especialista	
Nome:	Valquiria Bassalobre	
Titulação:	Especialista	

A Banca Examinadora deste Trabalho de Conclusão de Curso, em sessão realizada na cidade de Ribeirão Pires em 03 de dezembro de 2025, considerou os candidatos:

() APROVADOS

() REPROVADOS

Agradecemos, primeiramente, a todos os professores que fizeram parte de nossa trajetória acadêmica. Cada aula, orientação e palavra de incentivo contribuíram para que seguíssemos firmes em nossos estudos e jamais desistíssemos dos nossos objetivos.

Manifestamos nosso sincero agradecimento à Professora Melise Pereira, orientadora deste TCC, que desde o primeiro momento acreditou no projeto e nos guiou com responsabilidade, confiança e profissionalismo. À Professora Cristiane Fontes, nossa gratidão pela contribuição essencial no desenvolvimento das estratégias de marketing, enriquecendo nossa compreensão e fortalecendo a estrutura do projeto. Agradecemos também à Professora Valquíria Bassalobre, que acompanhou todo o processo financeiro com comprometimento, clareza e apoio técnico fundamental.

Estendemos também nossa gratidão ao Professor Roberto Ortega, que nos ensinou com dedicação, nos tirou da zona de conforto, ampliou nossos horizontes e sempre nos aconselhou com sabedoria.

Somos igualmente gratos aos amigos que estiveram ao nosso lado, oferecendo ideias, incentivo e apoio emocional ao longo de todas as etapas. Cada contribuição fortaleceu nossa motivação e nos ajudou a concluir este trabalho.

Por fim, agradecemos a nós mesmos: pelo foco, pelo compromisso, pela dedicação constante e por encontrarmos inspiração até mesmo na cultura pop para seguir adiante. Reconhecemos o esforço investido e celebramos o caminho percorrido até aqui.

“Nunca use a palavra 'barato'. Hoje todo mundo pode parecer chique com roupas baratas (os ricos também as compram). Hoje existe um bom design de roupas em todos os níveis. Você pode ser a coisa mais chique do mundo em uma camiseta e jeans - só depende de você.” - Karl Lagerfeld.

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso apresenta o plano de negócios da Owl's, uma empresa voltada à moda sustentável e à customização de peças de vestuário. O projeto propõe a implantação de um empreendimento inovador no segmento da moda, capaz de oferecer produtos que unem estilo, exclusividade e responsabilidade ambiental. A pesquisa inclui análise de mercado, estudo do público-alvo, definição estratégica do marketing, estruturação operacional e avaliação financeira, com o objetivo de verificar a viabilidade do negócio. Para isso, foram utilizados levantamentos bibliográficos, análise de dados secundários e pesquisa de campo realizada na região do ABC Paulista. Os resultados demonstram a crescente demanda por moda sustentável e personalizada, evidenciam oportunidades de mercado e confirmam a relevância de um modelo de negócio que integra criatividade, tecnologia e práticas ecológicas. Conclui-se que a Owl's apresenta viabilidade operacional e financeira, com potencial de se consolidar como marca diferenciada no mercado de moda urbana sustentável.

Palavras-chave: Moda sustentável; Customização; Empreendedorismo; Plano de Negócios; Moda urbana.

ABSTRACT

This paper presents the business plan for Owl's, a company focused on sustainable fashion and customizable clothing pieces. The project proposes the implementation of an innovative enterprise in the streetwear segment, offering products that combine style, exclusivity, and environmental responsibility. The research includes market analysis, target audience study, marketing strategy development, operational structuring, and financial evaluation, with the objective of verifying the feasibility of the business. Bibliographic research, analysis of secondary data, and field research conducted in the ABC Paulista region were used. The results indicate a growing demand for sustainable and personalized fashion, highlight market opportunities, and confirm the relevance of a business model that integrates creativity, technology, and ecological practices. It is concluded that Owl's presents operational and financial viability, with potential to establish itself as a differentiated brand in the sustainable urban fashion market.

Keywords: Sustainable fashion; Customization; Entrepreneurship; Business plan; Streetwear.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1	- Ferramenta Canvas da empresa Owl's	17
Imagem 2	- Análise Swot	25
Imagem 3	- Matriz BCG	32
Imagem 4	- Coleção inicial Owl's	57
Imagem 5	- Principais produtos	58
Imagem 6	- Logo em pontos estratégicos	59
Imagem 7	- Perfil da Owl's no Instagram	61
Imagem 8	- Logotipo Owl's	66
Imagem 9	- Variação do logotipo	66
Imagem 10	- Paleta de cores na coleção casual	67
Imagem 11	- Fachada da sede da Owl's	70
Imagem 12	- Recepção do cliente	72
Imagem 13	- Loja	73
Imagem 14	- Produção 1° andar	74
Imagem 15	- Administrativo 2° andar	75
Imagem 16	- Sala de reunião e auditório	76
Imagem 17	- Fluxograma Loja Física	80
Imagem 18	- Fluxograma E-commerce	82
Imagem 19	- Fluxograma Produção	84
Imagem 20	- Fluxograma Estoque	85
Imagem 21	- Fluxograma RH Parte 1	87
Imagem 22	- Fluxograma RH Parte 2	88
Imagem 23	- Fluxograma Administrativo	89
Imagem 24	- Fluxograma Marketing	91
Imagem 25	- Organograma de Estrutura Organizacional	92
Imagem 26	- Escopo Diretor Administrativo-Executivo	93
Imagem 27	- Escopo Assistente Executivo	94
Imagem 28	- Escopo Assistente Administrativo	95
Imagem 29	- Escopo Analista de Recursos Humanos	96
Imagem 30	- Escopo Assistente de RH e departamento pessoal	97
Imagem 31	- Escopo Gerente de Marketing	98
Imagem 32	- Escopo de Analista de Marketing	99
Imagem 33	- Escopo Social Media	99

Imagem 34	- Escopo Estagiário de Marketing	100
Imagem 35	- Escopo Coordenador de E-commerce	101
Imagem 36	- Escopo Assistente de Vendas	102
Imagem 37	- Escopo Analista de Suporte de TI	102
Imagem 38	- Escopo Gerente de Produção	103
Imagem 39	- Escopo Supervisor de Confecção	103
Imagem 40	- Escopo Costureira	104
Imagem 41	- Escopo Auxiliar de Costura	104
Imagem 42	- Escopo Estagiário de Costura	105
Imagem 43	- Escopo Supervisor de Estoque	105
Imagem 44	- Escopo Assistente de Logística e Materiais	106
Imagem 45	- Escopo Coordenador de Vendas e Atendimento	107
Imagem 46	- Escopo Vendedor	108
Imagem 47	- Escopo Operador de Caixa	109
Imagem 48	- Escopo Auxiliar de Limpeza	110

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	- Aceitação da proposta da empresa	37
Gráfico 2	- Entendendo a faixa etária do público	38
Gráfico 3	- Entendendo o hábito de compra	39
Gráfico 4	- Valor do produto	40
Gráfico 5	- Gênero que mais procura	41
Gráfico 6	- Entendendo o estilo dos compradores	42
Gráfico 7	- Entendo o hábito de customização	43
Gráfico 8	- Opinião do público	44
Gráfico 9	- Onde estão o público?	45
Gráfico 10	- Quais marcas de Roupas costuma usar?	46
Gráfico 11	- Entendendo a renda dos clientes	47
Gráfico 12	- Entendendo o Site	48
Gráfico 13	- Entendendo possibilidades de customizações	49
Gráfico 14	- Adeptos de moda sustentável	50
Gráfico 15	- O que mais te atrai em uma loja de roupas? Respostas	50

LISTA DE QUADROS

Quadro 2	- Capital de Giro	113
Quadro 3	- Investimentos Pré-Operacionais	113
Quadro 4	- Investimento Total	114
Quadro 5	- Estimativa de Faturamento Mensal	114
Quadro 6	- Estimativa dos Custos de Matéria Prima do Moletom Canguru	115
Quadro 7	- Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Camiseta	115
Quadro 8	- Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Jaqueta Jeans	115
Quadro 9	- Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Calça Cargo	116
Quadro 10	- Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Calça Moletom	116
Quadro 11	- Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Jaqueta de Couro	116
Quadro 12	- Estimativa dos Custos de Matéria Prima do Short Tactel	117
Quadro 13	- Estimativa dos Custos de Matéria Prima do Vestido	117
Quadro 14	- Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Saia	117
Quadro 15	- Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Personalização	118
Quadro 16	- Estimativa dos Custos de Comercialização	118
Quadro 17	- Apuração do custo dos materiais diretos e mercadorias vendidas ...	119
Quadro 18	- Estimativa dos custos com mão de obra	120
Quadro 19	- Estimativa do custo com depreciação	121
Quadro 20	- Estimativa de custos fixos operacionais mensais	122
Quadro 21	- Demonstrativo de resultados	122
Quadro 22	- Ponto de equilíbrio	123
Quadro 23	- Lucratividade	123
Quadro 24	- Rentabilidade	123
Quadro 25	- Prazo de Retorno do Investimento	123

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABC	<i>ABC Paulista</i>
AMA	<i>American Marketing Association</i>
BCG	<i>Boston Consulting Group</i>
CEP	<i>Código de Endereçamento Postal</i>
CNAE	<i>Classificação Nacional de Atividades Econômicas</i>
CSIC	<i>Consejo Superior de Investigaciones Científicas</i>
CVP	<i>Ciclo de Vida do Produto</i>
EBAC	<i>Escola Britânica de Artes Criativas & Tecnologia</i>
Etec	<i>Escola Técnica Estadual</i>
FATEC	<i>Faculdade de Tecnologia</i>
HTML	<i>HyperText Markup Language</i>
IA	<i>Inteligência Artificial</i>
RA	<i>Realidade Aumentada</i>
RV	<i>Realidade Virtual</i>
SP	<i>São Paulo</i>

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 Problemática	14
1.2 Justificativa	15
1.3 Objetivo Geral	15
1.4 Objetivos Específicos	15
1.5 Metodologia	16
2 SUMÁRIO EXECUTIVO	17
2.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio	18
2.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições	19
2.3 Dados do empreendimento	20
2.4 Missão	20
2.5 Visão	20
2.6 Valores	21
2.7 Cultura organizacional	21
2.8 Clima organizacional	22
2.9 Setores de atividade	23
2.10 Forma jurídica	23
2.11 Enquadramento tributário	24
2.12 Capital Social	24
3 ANÁLISE DE MERCADO	25
3.1 Fonte de recursos	25
3.2 Avanços tecnológicos	26
3.3 Estudo dos clientes	36
3.4 Estudo dos concorrentes	52
3.5 Estudo dos fornecedores	54
4 MARKETING	56
4.1 Produto e serviço	56
4.2 Estratégias de preço	59
4.3 Estratégias de praça	60
4.4 Estrutura de comercialização	61

4.5 Estratégias promocionais	62
4.6 Estratégias de pós-venda	62
4.7 Marketing Verde	63
4.8 Identidade visual da marca Owl's	65
4.9 Localização do negócio	69
5 OPERACIONAL	71
5.1 Layout e arranjo físico	71
5.2 Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviço	76
5.3 Processos operacionais	78
5.4 Necessidade de pessoal	92
6 PLANO FINANCEIRO	111
6.1 Estimativa dos investimentos fixos	112
6.2 Capital de giro	113
6.3 Investimentos pré-operacionais	113
6.4 Investimento total	114
6.5 Estimativa do faturamento mensal	114
6.6 Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações	115
6.7 Estimativa dos custos de comercialização	118
6.8 Apuração do custo dos materiais diretos e mercadorias vendidas	119
6.9 Estimativa dos custos com mão de obra	120
6.10 Estimativa do custo com depreciação	121
6.11 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	122
6.12 Resultados financeiros	122
7 CONCLUSÃO	124
REFERÊNCIAS	125
APÊNDICE A – CONTRATO SOCIAL	129

1 INTRODUÇÃO

O planejamento de um negócio envolve muito mais do que a simples intenção de oferecer produtos ou serviços ao mercado. Segundo Albrecht (1992, p. 21), “um negócio nada mais é do que um sistema de pessoas e processos organizados para criar e entregar valor a um conjunto de clientes”. Essa definição reforça que, para empreender de forma eficaz, é necessário estruturar estratégias, processos e recursos de maneira coerente, visando atender necessidades reais do público-alvo e gerar valor sustentável.

A indústria da moda, responsável por cerca de 10% das emissões globais de carbono, apresenta desafios urgentes em relação à sustentabilidade e ao consumo consciente. Diante desse cenário, o presente plano de negócios propõe a criação de uma empresa inovadora, voltada à comercialização e personalização de roupas sustentáveis. A proposta visa unir estilo, qualidade e responsabilidade ambiental, oferecendo ao consumidor a possibilidade de expressar sua individualidade ao mesmo tempo em que contribui para reduzir os impactos ambientais da cadeia têxtil. Assim, este trabalho busca apresentar as etapas necessárias para planejar e implantar um modelo de negócio inovador no segmento de moda sustentável e customizável, abordando desde os aspectos mercadológicos e operacionais até as estratégias de marketing e gestão financeira, em consonância com as boas práticas do empreendedorismo moderno.

1.1 Problemática

A indústria da moda está entre os setores mais poluentes do mundo, respondendo por aproximadamente 10% das emissões globais de carbono, além de gerar grande volume de resíduos têxteis e impactos socioambientais significativos. Ao mesmo tempo, existe uma demanda crescente de consumidores que buscam personalizar suas roupas, mas encontram barreiras para acessar serviços de customização sustentável e de qualidade, capazes de aliar estilo, individualidade e responsabilidade ambiental. Essa lacuna no mercado evidencia a necessidade de soluções inovadoras que permitam reduzir o impacto ambiental da moda e, ao mesmo tempo, oferecer ao cliente liberdade de expressão por meio de peças exclusivas e customizadas.

1.2 Justificativa

O presente plano de negócios justifica-se pela oportunidade de atender a um público cada vez mais preocupado com sustentabilidade e originalidade, oferecendo produtos que aliam reaproveitamento de materiais, redução de desperdícios e personalização de alta qualidade. Além de contribuir com a diminuição do impacto ambiental gerado pela indústria têxtil, a proposta fortalece a economia criativa, fomenta novos talentos no setor de moda e promove o consumo consciente, alinhando-se às tendências globais de responsabilidade social e ambiental.

1.3 Objetivo Geral

Desenvolver um modelo de negócio no segmento de moda sustentável e customizável, capaz de oferecer produtos alinhados às tendências ecológicas e que permitam aos consumidores expressarem sua identidade de forma exclusiva, incentivando a redução do desperdício de materiais e promovendo práticas de produção e consumo conscientes.

1.4 Objetivos Específicos

- Proporcionar ao cliente a possibilidade de personalizar peças de vestuário de acordo com seu estilo e preferências;
- Incentivar a reutilização de materiais e a redução do desperdício têxtil;
- Criar um ambiente de apoio e orientação para consumidores que desejam customizar suas roupas de forma sustentável e segura;
- Fomentar oportunidades para novos profissionais da área de moda, disponibilizando espaço e estrutura para o desenvolvimento de suas criações;
- Posicionar a marca como referência em moda sustentável e customizável, destacando seus diferenciais de qualidade, inovação e responsabilidade ambiental.

1.5 Metodologia

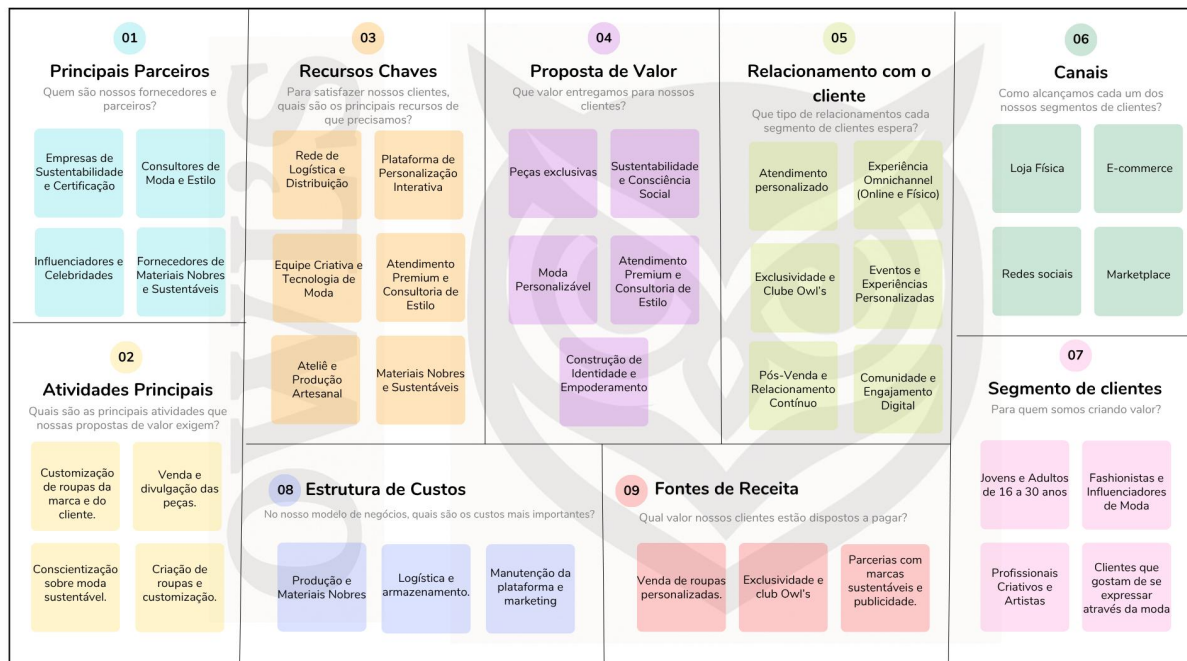
A pesquisa para o desenvolvimento deste projeto foi realizada por meio de levantamento bibliográfico, análise de dados secundários provenientes de fontes confiáveis do setor de moda sustentável, e estudos exploratórios na região do ABC Paulista, visando identificar oportunidades de mercado, concorrentes e perfis de público. Também foram analisadas tendências globais e inovações tecnológicas aplicadas ao segmento de moda, de forma a embasar a estruturação do modelo de negócios e garantir alinhamento com as demandas atuais dos consumidores.

2 SUMÁRIO EXECUTIVO

A indústria da moda responde por aproximadamente 10% das emissões globais de carbono, tornando-se um dos setores mais poluentes do mundo. Para combater esse impacto, nossa empresa oferece uma alternativa sustentável e personalizada. Somos focados na comercialização de roupas sustentáveis, que podem ser customizadas tanto para uso pessoal quanto para revenda. O objetivo é oferecer um produto que, além de gerar lucro, contribua para a redução do desperdício de recursos e incentive o consumo consciente. Para isso, a empresa também produz peças sob medida, adaptadas ao gosto e às necessidades do cliente.

Nosso modelo de negócios busca atender à crescente demanda por soluções ecológicas, proporcionando roupas de qualidade alinhadas às tendências da moda sustentável. Além disso, muitos clientes podem querer customizar uma peça, mas não sabem por onde começar ou quais materiais usar sem comprometer a qualidade do tecido. Pensando nisso, a empresa oferece um ambiente completo, onde o cliente encontra suporte, orientação e os recursos necessários para personalizar suas roupas com segurança e criatividade.

Imagem 1 – Ferramenta Canvas da empresa Owl's



Fonte: Autoria Própria, 2025.

2.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio

O principal objetivo da empresa consiste em oferecer roupas customizadas e personalizadas de acordo com o gosto dos clientes, garantindo autenticidade e exclusividade em cada peça. Busca-se permitir que os consumidores não apenas utilizem a moda, mas também contêm suas histórias por meio dela. O processo adotado inclui a utilização de tecidos nobres e sustentáveis adquiridos de fornecedores certificados, garantindo qualidade e responsabilidade ambiental em cada peça. Essa escolha contribui para a redução do impacto ambiental da indústria têxtil e reforça o compromisso da marca com práticas de produção conscientes. Além disso, a empresa procura disponibilizar peças alinhadas às tendências da moda, agregando valor ao produto e tornando-o mais atrativo para os consumidores. Este trabalho tem como objetivo específico desenvolver um modelo de negócio focado na comercialização de roupas sustentáveis e customizáveis, atendendo à crescente demanda por moda consciente e personalizada. A proposta busca incentivar a reutilização de materiais, reduzir o desperdício têxtil e oferecer aos clientes a possibilidade de expressarem sua identidade por meio de peças exclusivas.

Além disso, busca-se criar um ambiente acessível e informativo, no qual os consumidores possam encontrar suporte e recursos para customizar suas roupas de forma criativa e sustentável. Esse ambiente pode incluir tutoriais, exemplos práticos de customização e até mesmo parcerias com designers locais para inspirar os clientes em suas criações.

Além disso, buscamos criar oportunidades para recém-formados na área da moda, oferecendo um espaço para que possam desenvolver seu trabalho e ganhar reconhecimento por suas criações. A ideia é proporcionar um ambiente estruturado para esses profissionais, que muitas vezes não possuem um atelier próprio, oferecendo um espaço amplo e equipado com todos os recursos necessários para que possam desenvolver suas habilidades, produzir e se expressar. Dessa forma, a empresa contribui para a geração de novas oportunidades de emprego e fortalecimento do setor.

2.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

Sócio 1:

Bruno Henrique de Oliveira, nascido em 14 de março de 2001, em Ribeirão Pires – São Paulo. Concluiu o Ensino Médio em 2019 e possui formação complementar em Informática Básica, Photoshop, CorelDRAW, Pacote Office e HTML/CSS, além de certificação oficial da Microsoft no Office 365. Atualmente cursa Técnico em Administração na ETEC Professora Maria Cristina Medeiros, em Ribeirão Pires – SP, e pretende dar continuidade à sua formação superior na área administrativa.

Conta com experiência profissional consolidada como Técnico de Calibração, função que exerce há quatro anos, período no qual adquiriu ampla vivência prática na calibração e manuseio de medidores de vazão de marcas reconhecidas, como Rosemount, Micro Motion, Yokogawa, Endress+Hauser e Krohne.

Sócio 2:

Diogo Conceição dos Santos, nascido em 15 de maio de 2000, em Mauá – São Paulo. Formado como Técnico em Informática pela ETEC de Rio Grande da Serra. Atualmente cursa Técnico em Administração na Escola Técnica Professora Maria Cristina Medeiros, em Ribeirão Pires – SP, e tem pretensão de concluir o curso superior em Segurança da Informação iniciado na FATEC Antônio Russo.

Complementa sua formação com cursos nas áreas de Gestão, Marketing Digital, Comunicação e E-commerce, realizados por plataformas de ensino online. Atuou como palestrante em workshop sobre Criptografia na ETEC Alberto Santos Dumont e possui experiências profissionais com destaque para sua atuação no Grupo HDI como Auxiliar de Suporte de Treinamento.

Sócio 3:

Pietro Ribeiro de Carolis, nascido em 25 de janeiro de 2003, em São Paulo – São Paulo. Concluiu o Ensino Médio e possui formação complementar em Curso Básico de Python. Atualmente cursa Técnico em Administração na ETEC Professora Maria Cristina Medeiros, em Ribeirão Pires – SP, e pretende ampliar sua trajetória acadêmica e profissional na área administrativa.

Durante sua formação técnica, vem adquirindo conhecimentos em processos operacionais, oratória, marketing e tecnologia da informação aplicada à

administração, habilidades que fortalecem sua preparação para os desafios do mercado de trabalho.

Sócio 4:

Thayane Silva de Figueiredo, nascida em 22 de agosto de 2006, em Mauá – São Paulo. Concluiu o Ensino Médio e possui formação em Curso Básico de Informática. Atualmente cursa Técnico em Administração na ETEC Professora Maria Cristina Medeiros, em Ribeirão Pires – SP, e pretende avançar na área administrativa.

Durante sua formação técnica, vem adquirindo conhecimento em processos administrativos, gestão de recursos e otimização de fluxos de trabalho, competências fundamentais para a sustentabilidade e competitividade das organizações.

2.3 Dados do empreendimento

Foi optado que a empresa esteja localizada em São Caetano do Sul na Avenida Goiás, 1266 no bairro Santo Antônio no estado São Paulo, 09521-300.

2.4 Missão

Oferecer roupas exclusivas e personalizáveis, proporcionando aos clientes a liberdade de expressar sua individualidade através da moda. Combinamos sofisticação, qualidade e inovação para criar peças únicas que refletem o estilo e a essência de cada pessoa.

2.5 Visão

Ser referência global no mercado de moda personalizável, redefinindo a exclusividade por meio da alta qualidade, tecnologia e design sofisticado. Queremos ser reconhecidos como a marca que transforma o vestuário em uma verdadeira expressão de identidade e status.

2.6 Valores

Exclusividade – Criamos peças únicas para clientes que valorizam autenticidade e sofisticação. Proporcionamos um atendimento *premium*, garantindo uma jornada impecável do início ao fim.

Qualidade – Utilizamos materiais nobres e processos artesanais para garantir excelência em cada detalhe de nossos produtos e serviços.

Inovação – Investimos em tecnologia e design para oferecer personalizações de alto nível.

Sustentabilidade – Valorizamos práticas sustentáveis, respeitando o meio ambiente e a responsabilidade social.

Diversidade – Celebramos a pluralidade, criando produtos e experiências que acolhem diferentes identidades, estilos e histórias, promovendo inclusão em todas as etapas.

Comprometimento – Atuamos com ética, responsabilidade e dedicação, garantindo transparência e empenho em cada decisão e entrega realizada.

2.7 Cultura organizacional

A cultura organizacional da Owl's é pautada na inovação, exclusividade e na valorização da identidade individual. Buscamos criar um ambiente inspirador, onde criatividade e excelência caminham lado a lado para oferecer experiências únicas aos nossos clientes.

- Excelência e Sofisticação – Cada detalhe importa. Desde o design até o atendimento, buscamos superar expectativas com qualidade impecável.
- Inovação e Personalização – Somos movidos por tecnologia e criatividade para oferecer roupas que se adaptam ao estilo de cada pessoa, tornando a moda uma experiência interativa.
- Sustentabilidade e Consciência Social – Nossa responsabilidade vai além do luxo. Investimos em práticas sustentáveis e apoiamos uma moda ética e consciente.
- Empoderamento e Expressão Pessoal – Incentivamos nossos clientes a se expressarem livremente por meio da moda, criando peças que refletem sua personalidade e estilo de vida.

- Comunidade e Exclusividade – Mais do que uma marca, a Owl's é uma comunidade de pessoas que valorizam autenticidade, luxo e inovação. Criamos conexões reais e experiências memoráveis.

O ambiente de trabalho na Owl's é dinâmico, colaborativo e desafiador, incentivando a equipe a se reinventar e crescer constantemente. Valorizamos profissionais criativos, visionários e apaixonados por moda, que compartilham nosso compromisso com qualidade e inovação.

2.8 Clima organizacional

Pensando no clima organizacional da empresa, a Owl's adota um modelo participativo, integrado ao clima de inovação, com o objetivo de proporcionar aos colaboradores a sensação de um ambiente inclusivo, transparente e colaborativo. A marca preza pela clareza em todas as relações, seja com clientes, parceiros ou membros da equipe, promovendo um espaço de trabalho pautado na confiança e na comunicação aberta.

O ambiente físico é planejado para estimular a interação e o compartilhamento de ideias. No setor administrativo, por exemplo, optou-se por um espaço com poucas divisórias, de modo que os colaboradores possam trocar experiências e trabalhar de forma integrada. Essa configuração reforça a crença de que a produtividade não está ligada ao isolamento, mas sim à colaboração e ao engajamento coletivo.

Embora exista uma estrutura hierárquica definida, a Owl's acredita que a liderança deve estar próxima dos liderados, promovendo um relacionamento baseado no respeito, diálogo e desenvolvimento mútuo. O papel do líder é orientar, apoiar e inspirar sua equipe, assegurando que cada profissional tenha oportunidades de crescimento e reconhecimento dentro da empresa.

Em relação ao endomarketing, a Owl's entende que a interação constante entre os colaboradores é essencial para fortalecer o vínculo interno e o sentimento de pertencimento. Por isso, desde o setor da loja até o *e-commerce*, o *layout* prioriza a integração entre os espaços, evitando o distanciamento entre as equipes. Além disso, a empresa dispõe de uma área voltada ao lazer e ao bem-estar dos funcionários.

Como forma de valorização e incentivo, ao final de cada mês é promovida a Semana do Colaborador, composta por palestras, gincanas e, no último dia, um *Happy Hour*

de confraternização. Essa prática reforça os laços entre os membros da equipe e contribui para a construção de um ambiente leve, motivador e alinhado à filosofia da Owl's de unir excelência, inovação e humanização nas relações de trabalho.

2.9 Setores de atividade

A empresa Owl's opera nos setores de comércio e prestação de serviços, disponibilizando tanto roupas novas no varejo quanto peças personalizadas e renovadas. Com essa abordagem, atende a diferentes perfis de consumidores, combinando variedade, exclusividade e adaptação às preferências do público.

2.9.1 Comércio

No setor de comércio, a Owl's comercializa roupas novas diretamente ao consumidor, seguindo o modelo tradicional do varejo de moda. As coleções são desenvolvidas para atender diferentes estilos, acompanhando tendências e oferecendo opções que vão do casual ao sofisticado. O foco está na qualidade, na diversidade de produtos e na experiência de compra, assegurando que os clientes encontrem peças alinhadas às suas necessidades e preferências.

2.9.2 Prestação de serviços

Além da venda de roupas novas, a empresa atua no setor de serviços por meio da personalização e renovação de peças. Esse segmento possibilita que os clientes adaptem ou transformem suas roupas por meio de ajustes, customizações ou modificações. A renovação de peças oferece uma alternativa para quem busca exclusividade e reaproveitamento de materiais, mantendo um equilíbrio entre inovação e estilo.

2.10 Forma jurídica

A empresa Owl's se enquadra sendo uma Sociedade Limitada.

2.11 Enquadramento tributário

A Owl's se enquadra no regime tributário do Simples Nacional, atuando com os CNAEs 1412-6/01 (Confecção de peças do vestuário) e 4781-4/00 (Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios), permitindo a fabricação e comercialização de roupas autorais. Complementarmente, pode atuar também com o CNAE 9529-1/99, relacionado à personalização e customização de peças pertencentes ao cliente.

2.12 Capital Social

O capital social representa o montante total de recursos necessários para viabilizar a abertura e o início das operações da Owl's. Esse valor reúne os investimentos fixos, os investimentos pré-operacionais e o capital de giro indispensável para sustentar a empresa durante os primeiros meses de atividade. Com base nos levantamentos, o capital social totaliza R\$ 1.482.464,93.

Esse montante reflete a estrutura necessária para que a empresa opere com eficiência desde o início, garantindo a aquisição de máquinas e equipamentos, a cobertura de gastos preliminares e a manutenção das atividades até que a receita se estabilize.

Para efeito de organização societária e conforme previsto no plano de negócios, o capital social será dividido de forma igualitária entre os quatro sócios da empresa. Dessa forma, cada sócio ficará responsável por aportar:

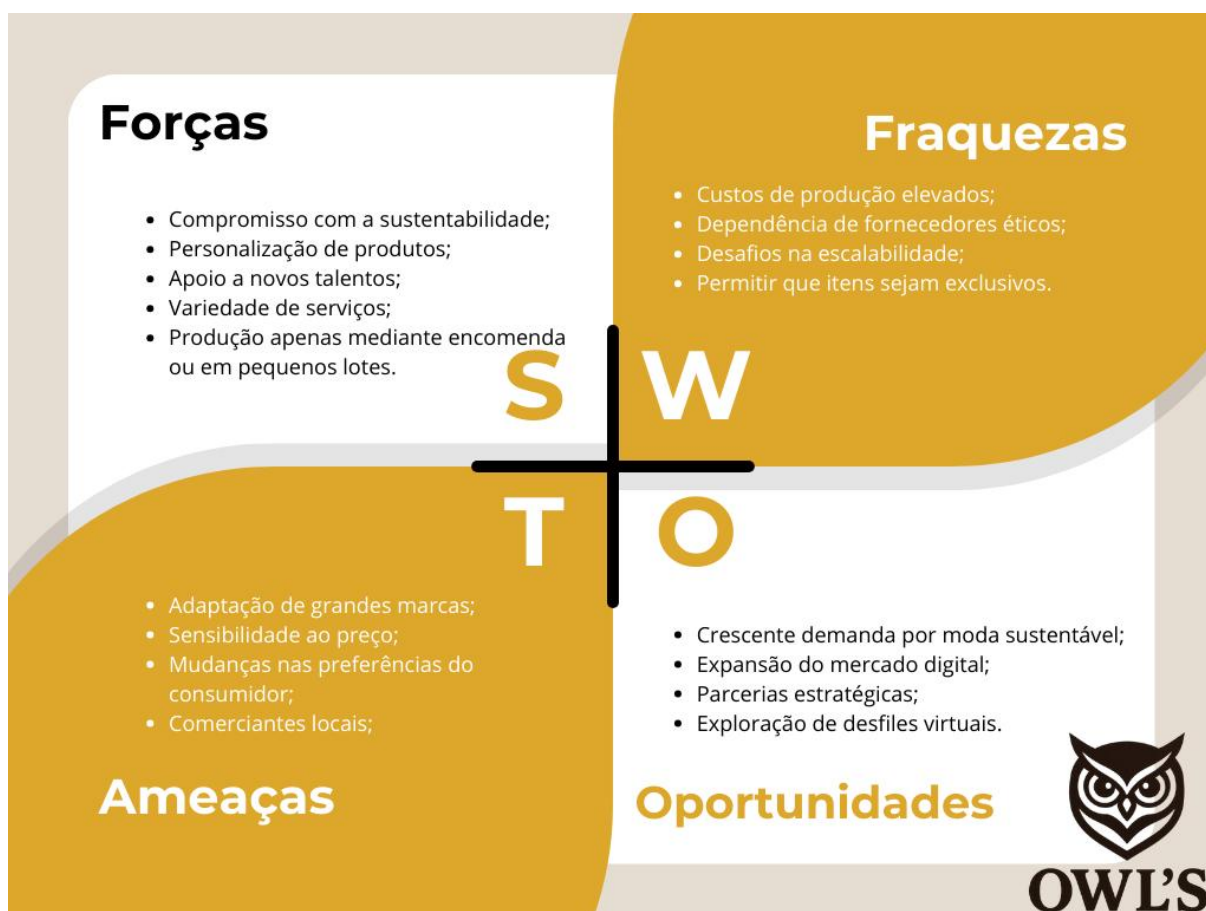
- Capital social total: R\$ 1.482.464,93
- Divisão igual entre os 4 sócios: R\$ 370.616,23 por sócio

Essa divisão equitativa assegura equilíbrio na participação societária, transparência na responsabilidade financeira e coerência com o modelo de gestão colaborativa proposto para a Owl's. Assim, o capital social se apresenta como a base financeira essencial para a implantação e desenvolvimento do empreendimento, garantindo que todas as áreas produtiva, administrativa, comercial e operacional disponham dos recursos adequados para funcionar plenamente.

3 ANÁLISE DE MERCADO

Nesse tópico será abordado os principais cenários que constituem a moda, desde o ciclo de vida dos produtos, até a evolução e inclusão da tecnologia no segmento. Com os tópicos a seguir é possível compreender melhor o que motiva a Owl's existir, e os segmentos que podem ser explorados pela empresa.

Imagem 2 – Análise Swot



Fonte: Autoria Própria, 2025.

3.1 Fonte de recursos

As fontes de recursos destinadas ao financiamento da Owl's serão estruturadas de forma clara e sustentável, garantindo que a empresa disponha dos valores necessários para sua implantação e crescimento.

1. Aporte de capital próprio (recursos dos sócios) - A principal fonte de financiamento será a integralização do capital social pelos quatro sócios da empresa. Cada sócio contribuirá com R\$ 370.616,23, totalizando o capital social de R\$ 1.482.464,93, valor necessário para cobrir os investimentos fixos, pré-

operacionais e parte do capital de giro. Esse aporte inicial assegura que a Owl's inicie suas atividades com estabilidade financeira e estrutura adequada para seu funcionamento.

2. Reinvestimento dos lucros futuros - A segunda fonte de recursos será o reinvestimento de parte dos lucros obtidos ao longo da operação. Essa estratégia permitirá ampliar o fluxo de caixa, adquirir novos equipamentos, ampliar o estoque e fortalecer a capacidade produtiva da empresa. Com isso, a Owl's poderá expandir suas operações de forma contínua e sustentável, reduzindo futuramente a dependência de capital externo.

3.2 Avanços tecnológicos

A indústria da moda tem passado por transformações significativas impulsionadas por avanços tecnológicos que abrangem desde a criação até o consumo de produtos. A seguir, destacam-se algumas das principais inovações:

3.2.1 Materiais sustentáveis

A preocupação com o meio ambiente levou ao desenvolvimento de materiais ecológicos. Projetos como o *Imageenering Sustainable Fashion*, liderado pelo Conselho Superior de Investigações Científicas (CSIC) e pelo Instituto de Nanociência e Ciência de Materiais, promovem a criação de tecidos sustentáveis e biodegradáveis, utilizando fibras derivadas de resíduos de abacaxi e cerâmicas fiadas. Esses materiais não apenas reduzem o impacto ambiental, mas também oferecem propriedades aprimoradas para a moda.

3.2.2 Impressão 3D

A tecnologia de impressão 3D está revolucionando a produção de roupas e acessórios, permitindo a criação de peças personalizadas com designs complexos e reduzindo o desperdício de materiais. Marcas como a Nike já utilizam essa tecnologia para desenvolver calçados inovadores e confortáveis.

3.2.3 Tecidos inteligentes

Os tecidos inteligentes incorporam funcionalidades tecnológicas, como a capacidade de monitorar sinais vitais, ajustar-se às condições climáticas ou até mesmo carregar dispositivos móveis. Esses materiais tornam o vestuário mais funcional e adaptado às necessidades modernas. Entre tecidos inteligentes, se destacam:

Cânhamo

O tecido de cânhamo é produzido a partir das fibras do caule da planta de cannabis, uma variedade com baixo teor de THC. Ele é usado há milhares de anos e, após o processamento, apresenta textura semelhante ao algodão.

Trata-se de um material natural, resistente e sustentável, conhecido por sua grande durabilidade — sendo mais forte que a maioria das fibras vegetais. O cânhamo também é resistente a pragas e ao mofo, possui boa respirabilidade, é altamente absorvente, não retém odores e apresenta propriedades antimicrobianas, o que o torna ideal para roupas e acessórios. Além disso, o cânhamo é uma matéria-prima renovável, cresce rapidamente e demanda baixo impacto ambiental no cultivo e na produção. Por essas características, o tecido de cânhamo é considerado uma opção ecológica e tem ganhado destaque na moda sustentável.

Piñatex

O Piñatex é um material têxtil sustentável produzido a partir das fibras das folhas do abacaxi, que seriam descartadas após a colheita. Esse reaproveitamento transforma resíduos agrícolas em um tecido resistente, leve e visualmente semelhante ao couro, funcionando como uma alternativa vegana e ecológica. Entre seus principais benefícios estão o baixo impacto ambiental durante a produção, o reduzido consumo de água e químicos e a contribuição para a diminuição de resíduos orgânicos. Além disso, o Piñatex é durável, versátil e apresenta boa performance em roupas, acessórios e calçados, tornando-se uma opção cada vez mais valorizada na moda sustentável.

Linho

O linho é um tecido natural obtido das fibras do caule da planta *Linum usitatissimum* e é conhecido desde a antiguidade por sua resistência, durabilidade e toque fresco.

Ele apresenta excelente respirabilidade e alta capacidade de absorção de umidade, o que o torna ideal para roupas usadas em climas quentes. Seu cultivo é considerado sustentável, pois exige pouca água e quase nenhum agrotóxico, além de gerar um tecido totalmente biodegradável. O linho também é hipoalergênico e, com o uso, torna-se ainda mais macio, garantindo conforto e longa vida útil às peças confeccionadas com ele.

Poliamida Biodegradável

A poliamida biodegradável é uma inovação que mantém as propriedades tradicionais da poliamida — como elasticidade, resistência e conforto, mas com a vantagem de se decompor muito mais rapidamente quando descartada em aterros sanitários. Graças a aditivos especiais, esse material pode biodegradar em poucos anos, reduzindo significativamente o impacto ambiental causado pelos tecidos sintéticos convencionais. Apesar de sua pegada mais sustentável, a poliamida biodegradável permanece leve, confortável e de secagem rápida, sendo muito utilizada em moda fitness, lingerie e peças de alto desempenho.

Tecidos Feitos a Partir de Fibras Recicladas

Os tecidos produzidos a partir de fibras recicladas utilizam materiais reaproveitados como garrafas PET, algodão pós-consumo ou resíduos industriais têxteis, transformando-os em novas fibras adequadas para a produção de roupas e acessórios. Esse processo reduz o volume de lixo destinado a aterros, economiza recursos naturais e diminui a emissão de CO₂, contribuindo diretamente para a sustentabilidade da indústria da moda. Além disso, esses tecidos geralmente mantêm as características de resistência, versatilidade e durabilidade das fibras originais, fomentando a economia circular e incentivando práticas mais responsáveis na cadeia produtiva.

3.2.4 Realidade aumentada e realidade virtual

A Realidade Aumentada (RA) e a Realidade Virtual (RV) estão transformando a experiência de compra, permitindo que os consumidores experimentem roupas virtualmente e participem de desfiles de moda imersivos. Essas tecnologias

oferecem interatividade e personalização, aprimorando a conexão entre marcas e clientes.

3.2.5 Moda digital

Com o crescimento dos ambientes virtuais e das mídias sociais, a moda digital tem ganhado destaque. Marcas estão criando roupas virtuais para avatares e plataformas online, permitindo explorações criativas sem as limitações dos materiais físicos e reduzindo o impacto ambiental.

3.2.6 Blockchain para rastreabilidade

A tecnologia *blockchain* está sendo adotada para garantir transparência na cadeia de produção da moda. Com ela, os consumidores podem rastrear a origem das roupas, assegurando práticas éticas e sustentáveis, além de combater a falsificação de produtos.

3.2.7 Inteligência Artificial e o Big Data

A Inteligência Artificial (IA) e o *Big Data* estão sendo utilizados para prever tendências, personalizar experiências de compra e otimizar estoques. Analisando comportamentos de consumo, as marcas podem criar coleções alinhadas aos desejos dos clientes e automatizar processos de design e produção, aumentando a eficiência.

3.2.8 Desfile virtual

Os desfiles virtuais têm revolucionado a indústria da moda, oferecendo novas formas de apresentar coleções e interagir com o público. Com a ascensão do metaverso e das tecnologias digitais, várias marcas e designers têm explorado esse formato inovador.

3.2.9 Metaverse Fashion Week

Um exemplo notável é a *Metaverse Fashion Week*, realizada na plataforma *Decentraland*. Este evento reuniu marcas tradicionais como Coach, Adidas e Dolce

& Gabbana, além de casas de moda digital como *The Fabricant*. Apesar de alguns desafios técnicos, como gráficos imperfeitos e tempos de resposta lentos, o evento destacou o potencial dos desfiles virtuais em ambientes imersivos.

3.2.10 Desfile virtual CLO3D

Além disso, a integração de softwares avançados tem permitido a criação de desfiles virtuais inovadores. Um exemplo é o Desfile Virtual 2023 - Design de Moda Digital com CLO3D, que demonstra como a tecnologia pode ser utilizada para desenvolver e apresentar coleções de forma digital.

Esses exemplos ilustram como os desfiles virtuais estão se consolidando como uma alternativa criativa e sustentável na indústria da moda, ampliando o alcance das marcas e proporcionando experiências únicas ao público.

3.2.11 Ciclo de vida dos produtos na moda

O ciclo de vida do produto (CVP) é um conceito amplamente utilizado no mercado, pois permite compreender em que estágio o produto se encontra e auxilia as empresas na definição de estratégias de marketing, vendas e inovação para cada fase do processo.

De acordo com a Escola Britânica de Artes Criativas & Tecnologia (2025), "o ciclo de vida reflete muito a evolução do produto no mercado, bastante influenciado também por fatores como a aceitação do consumidor, a concorrência e até mesmo os avanços e mudanças tecnológicas".

Na indústria da moda, o ciclo de vida de um produto segue uma trajetória dinâmica, fortemente impactada por fatores como inovação, sazonalidade e mudanças nas preferências do consumidor. Esse ciclo pode ser dividido em quatro fases principais: lançamento, crescimento, maturidade e declínio.

3.2.12 Lançamento

A introdução de um novo produto no mercado, geralmente impulsionada por campanhas de marketing, desfiles e influenciadores digitais. Nessa fase, a demanda é incerta, e os custos de produção e promoção são elevados.

3.2.13 Crescimento

Se a peça conquistar a aceitação do público, ocorre um aumento nas vendas, e o produto começa a se consolidar no mercado. Nesse estágio, a marca pode ampliar sua distribuição e investir em melhorias na produção.

3.2.14 Maturidade

O produto atinge seu pico de popularidade, e a concorrência aumenta. Muitas vezes, marcas adicionam variações e edições limitadas para manter o interesse dos consumidores.

A demanda começa a diminuir à medida que novas tendências surgem. Nesse estágio, as marcas podem optar por descontinuar a peça, vender estoques remanescentes com descontos ou buscar alternativas de reciclagem e reaproveitamento.

Na moda sustentável, estratégias como a customização, as produções sob demanda ajudam a prolongar o ciclo de vida das peças, reduzindo o desperdício e incentivando um consumo mais consciente.

3.2.15 Declínio

O declínio na área da moda acaba ocorrendo quando uma nova tendência chega e impacta o mercado, quando uma nova tendência chega ao mercado normalmente a antiga começa a perder influência e sair do gosto popular. Nesse estágio, o produto perde visibilidade e atratividade, tornando-se menos competitivo diante de novas ofertas. Na indústria da moda, onde a renovação é constante e acelerada, o declínio pode ocorrer de forma mais rápida do que em outros setores. Peças que anteriormente foram tendências passam a ser consideradas ultrapassadas, especialmente diante do impacto das redes sociais e do consumo influenciado por influenciadores digitais e movimentos de moda rápida, conhecida como *fast fashion*.

No contexto da moda sustentável, o declínio pode ser enfrentado de forma menos agressiva, com foco em prolongar o ciclo de vida dos produtos por meio da produção sob demanda, reestilização e reutilização de peças. Essas estratégias contribuem para a redução de resíduos têxteis e promovem um consumo mais consciente.

3.2.16 Matriz BCG e a relação com o CVP

A análise da Matriz BCG demonstra que a Owl's possui um portfólio equilibrado, composto por produtos consolidados, como camisetas e calças, que garantem estabilidade financeira, e por itens em expansão, como blusas e acessórios, que impulsionam o crescimento da marca. Além disso, peças como vestidos e saias representam oportunidades de investimento estratégico, enquanto shorts e bonés atuam como complementos de diversificação. Essa distribuição permite à empresa alinhar melhor seus esforços de marketing, inovação e recursos, assegurando tanto a manutenção de receitas estáveis quanto a exploração de novos mercados promissores. Conforme ilustrado na imagem a seguir, a matriz é dividida em quatro categorias:

Imagem 3 – Matriz BCG

		Participação relativa de mercado	
		Alta	Baixa
Crescimento do mercado	Alta	 Estrela	 Questionamento
	Baixa	 Vaca leiteira	 Abacaxi

Fonte: Treasy, 2018.

Vaca Leiteira: representa produtos com alta participação no mercado, mas inseridos em setores de baixo crescimento. São itens consolidados, com forte aceitação do público, capazes de gerar receita estável e recorrente. Por serem autossustentáveis, normalmente não exigem elevados investimentos em marketing. No caso da Owl's, os principais produtos classificados como vaca leiteira são as calças e camisetas, pois possuem demanda constante. Trata-se de peças básicas e atemporais, que

estão sempre entre as preferências dos consumidores e garantem fluxo contínuo de vendas para a empresa.

Estrela: referem-se a produtos com alta participação de mercado em setores que apresentam elevado crescimento. Exigem investimentos constantes, especialmente em marketing, inovação e acompanhamento de tendências, mas possuem grande potencial de retorno. São considerados os principais impulsionadores da expansão da marca.

Na Owl's, destacam-se como estrelas as blusas e acessórios, pois além de acompanharem a dinâmica da moda, permitem constantes inovações em design e personalização. Esses produtos têm forte apelo junto ao público jovem e funcionam como diferenciais competitivos capazes de fortalecer a imagem da marca no mercado.

Interrogação: são produtos inseridos em mercados de crescimento elevado, mas que ainda apresentam baixa participação. Requerem análise cuidadosa, pois podem se tornar estrelas caso recebam investimentos estratégicos, ou cair em declínio se não conquistarem espaço no público.

Nesta categoria, a Owl's posiciona os vestidos e as saias, que possuem potencial de expansão no mercado, mas dependem de maior aceitação do público-alvo e de estratégias bem direcionadas de marketing para se consolidarem.

Abacaxi: referem-se a produtos com baixa participação e baixo crescimento. Geralmente apresentam dificuldade de expansão e podem comprometer a rentabilidade do portfólio.

Na Owl's, os itens considerados abacaxi são os shorts e os bonés, pois apresentam demanda mais restrita e sazonal, atendendo a públicos específicos. Apesar disso, podem ser mantidos no portfólio como forma de diversificação, mas não devem ser o foco principal dos investimentos.

3.2.17 Demanda e tendência

A demanda no setor da moda está em constante evolução, impulsionada por tendências globais, avanços tecnológicos e mudanças nos hábitos dos consumidores. Algumas das principais tendências que impactam diretamente o mercado incluem:

3.2.17.1 Moda sustentável e circular

O crescimento da preocupação ambiental tem levado consumidores a buscar marcas que priorizam materiais reciclados, produção ética e redução do desperdício têxtil. A Owl's deve acompanhar essa tendência, oferecendo produtos que combinem qualidade e responsabilidade ambiental.

3.2.17.2 Integração entre canais Online e Offline

O modelo de varejo *omnichannel* tem se tornado essencial, permitindo que os clientes transitem entre lojas físicas, *e-commerce* e redes sociais de maneira fluida. Recursos como provedores virtuais e realidade aumentada são diferenciais competitivos.

3.2.17.3 Social commerce e influência digital

O uso de plataformas como Instagram, TikTok e Pinterest para impulsionar vendas tem crescido significativamente. Parcerias com influenciadores e a criação de conteúdo interativo são estratégias fundamentais para atrair clientes e aumentar a visibilidade da marca.

3.2.17.4 Personalização e customização

O desejo por peças exclusivas e personalizadas tem impulsionado a procura por serviços de customização. A Owl's pode se destacar ao oferecer um espaço dedicado para que os clientes transformem suas roupas, combinando estilo e sustentabilidade.

3.2.17.5 Uso de Inteligência artificial e Big Data

Tecnologias de análise de dados permitem prever tendências e oferecer recomendações personalizadas aos consumidores. Empresas que utilizam IA para otimizar estoques e desenvolver coleções alinhadas às preferências do público têm uma vantagem competitiva significativa.

3.2.18 Lacunas

A Owl's se aprofunda nesse mercado para que assim possa viabilizar novos produtos fazendo com que nossa linha de roupas tenha diferentes formas de ser conhecida, para preencher vários desses cenários, se não todas as lacunas que possa se encaixar no mercado de forma inovadora e única.

3.2.19 Microrregião

Pode corresponder a segmentos específicos dentro de um estado ou até mesmo de um município, caracterizando-se por particularidades locais que influenciam as operações e estratégias empresariais. A compreensão das microrregiões é crucial para a definição de estratégias localizadas e a identificação de nichos de mercado.

Foi realizado um estudo de acordo com a região que irá atuar inicialmente, que é o ABC Paulista, em São Caetano do Sul. Foi notado que não há nenhum concorrente direto com a nossa empresa, as concorrências que existem são de itens personalizados, ou lojas que realizam pequenos ajustes em roupas, nada que atenda com o mesmo propósito que a empresa.

3.2.20 Macrorregião

Representam áreas de abrangência mais ampla, podendo englobar múltiplos estados ou grandes áreas geográficas com características socioeconômicas e demográficas homogêneas. A análise macrorregional permite identificar tendências e dinâmicas em larga escala que podem impactar o setor de atuação da empresa.

A nível estadual e nacional existe preocupações com outros Ateliers que podem confeccionar peças desde o início, atendendo clientes que poderiam vir a ser futuros clientes da empresa. Foi notado também que teríamos como concorrentes pessoas que trabalham com customizações de roupas e vendem de forma Autônoma e não possuam intuito de ter parceria ou contrato com a empresa Owl's.

Adicionalmente, a análise macrorregional pode ser aprofundada pela incorporação de elementos do macroambiente de marketing, especialmente os ambientes natural e cultural.

O ambiente natural destaca o crescimento da consciência ambiental e a valorização de práticas produtivas sustentáveis, influenciando preferências de consumo e exigindo maior responsabilidade socioambiental da empresa.

O ambiente cultural evidencia mudanças nos valores e comportamentos sociais, como a priorização de consumo responsável, autenticidade e propósito de marca, fatores que fortalecem o posicionamento de empresas alinhadas a tais expectativas. A consideração desses fatores amplia a robustez analítica do tópico e reforça o embasamento estratégico da avaliação regional.

3.3 Estudo dos clientes

Foi realizada uma pesquisa de campo por meio da aplicação de formulário online usando a plataforma Formulário da Google, com o objetivo de compreender o perfil dos potenciais clientes, bem como avaliar a viabilidade da abertura da empresa. A pesquisa buscou identificar preferências de consumo, interesse por moda sustentável, disposição para investir em roupas personalizadas e percepção sobre a importância da reutilização de materiais. Além disso, foram levantadas informações sobre hábitos de compra, faixa etária e fatores que influenciam a decisão dos consumidores, como preço, qualidade e exclusividade.

A seguir segue o questionário que foi utilizado para realizar a pesquisa, contendo por meio de gráficos as respostas em percentual e explicando as respostas fornecidas pelos participantes.

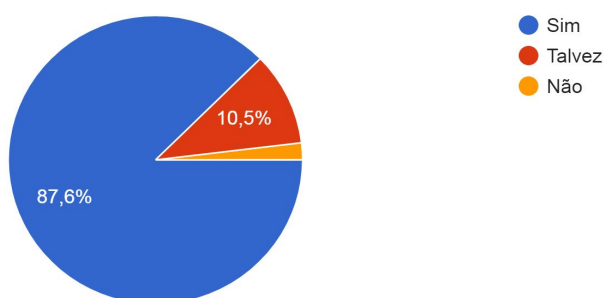
3.3.1 Pergunta 1

Conforme pode ser observado na imagem a seguir, o conceito da Owl's foi bem aceito por grande parte do público que respondeu o formulário.

Gráfico 1 - Aceitação da proposta da empresa

1. Você compraria em uma loja que possibilita customizar e personalizar peças exclusivas, com atendimento especializado?

105 respostas



Fonte: Autoria Própria, 2025.

92 Sim;

11 Talvez;

2 Não.

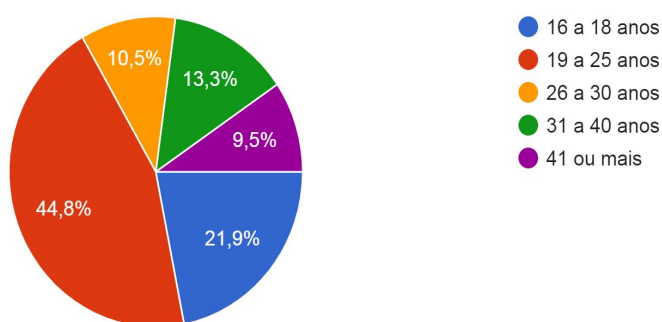
3.3.2 Pergunta 2

A pergunta a seguir foi realizada com o intuito de entender qual seria a faixa etária dos potenciais compradores. Sendo uma informação extremamente importante para compreender o cenário de atuação e definir o perfil dos futuros clientes.

Gráfico 2 - Entendendo a faixa etária do público

2. Qual a sua idade?

105 respostas



Fonte: Autoria Própria, 2025.

De 16 a 18 anos foram 23 respostas;

De 19 a 25 anos foram 47 respostas;

De 26 a 30 anos foram 11 respostas;

De 31 a 40 anos foram 14 respostas;

De 41 ou mais foram 10 respostas.

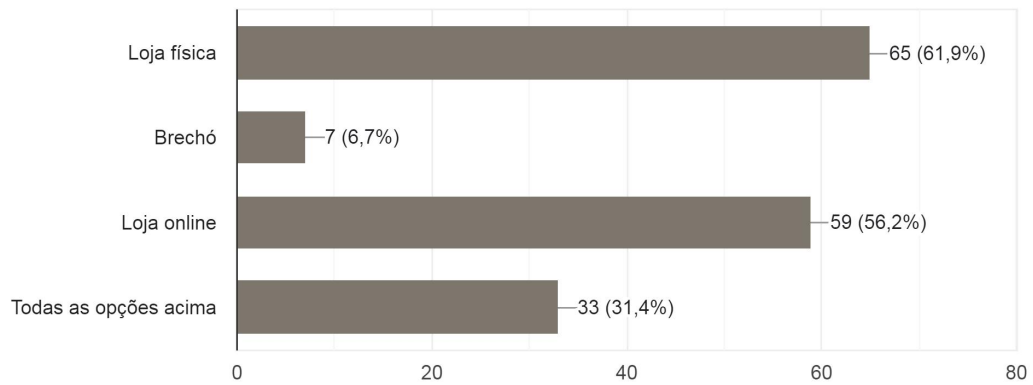
3.3.3 Pergunta 3

A pergunta a seguir teve como objetivo entender como é o hábito de compra e em quais lugares o público normalmente compra.

Gráfico 3 - Entendendo o hábito de compra

3. Onde você costuma comprar suas roupas?

105 respostas

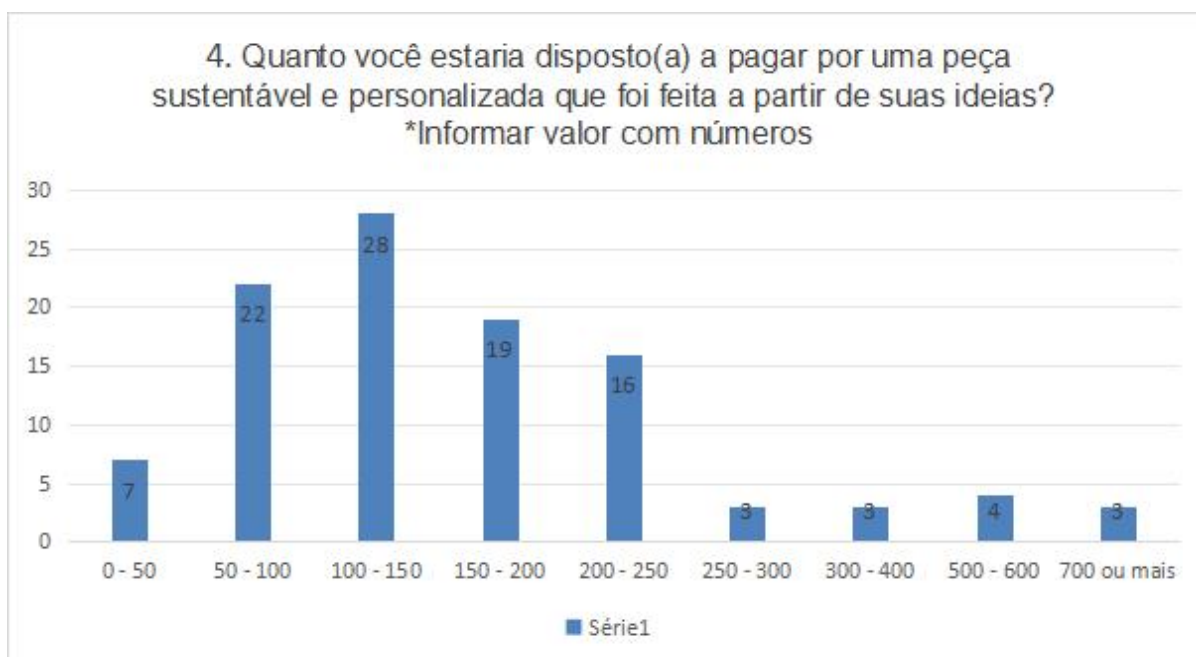


Fonte: Autoria Própria, 2025.

3.3.4 Pergunta 4

O intuito da questão foi entender quanto o público está acostumado a pagar e quanto pagaria por produtos sustentáveis.

Gráfico 4 - Valor do produto



Fonte: Autoria Própria, 2025.

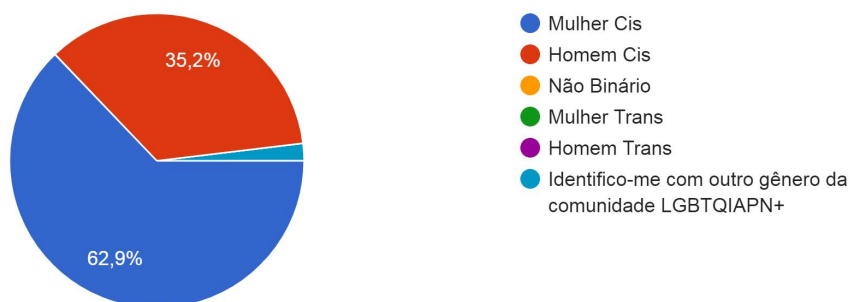
3.3.5 Pergunta 5

A questão tem como intuito entender qual gênero procura mais nossos produtos.

Gráfico 5 - Gênero que mais procura

5. Como você se identifica, qual seu gênero? *Cis são pessoas que se identificam com o gênero de nascimento

105 respostas



Fonte: Autoria Própria, 2025.

Mulher cis foram 66 respostas;

Homem cis foram 37 respostas;

Outro Gênero foram 2.

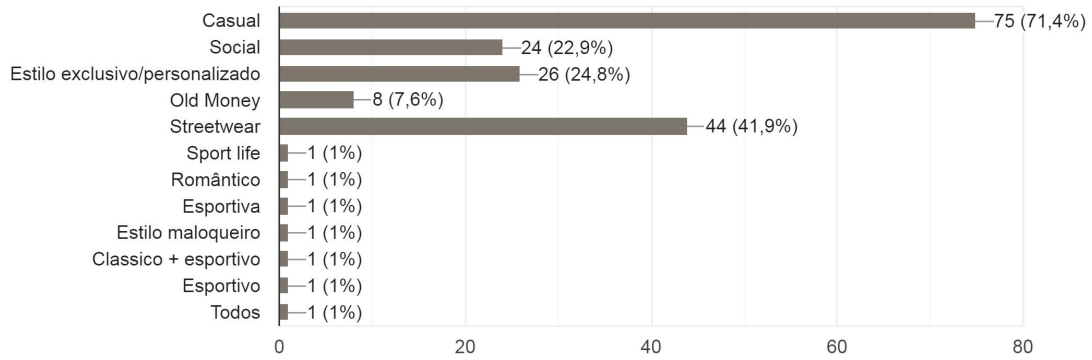
3.3.6 Pergunta 6

Com essa pergunta consegue entender melhor para onde direcionar a proposta da Owl's.

Gráfico 6 - Entendendo o estilo dos compradores

6. Qual estilo de roupa você mais gosta e costuma usar?

105 respostas



Fonte: Autoria Própria, 2025.

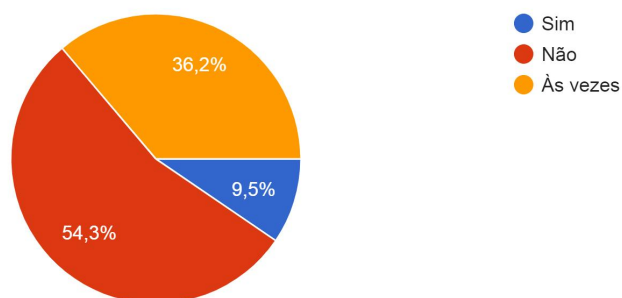
3.3.7 Pergunta 7

Com essa questão é possível mensurar quantas pessoas personalizam suas peças e se eventualmente comprariam roupas personalizadas a seu gosto.

Gráfico 7 - Entendo o hábito de customização

7. Você tem o hábito de customizar suas roupas?

105 respostas



Fonte: Autoria Própria, 2025.

Sim foram 10 respostas;

Não foram 57 respostas;

Às vezes foram 38 respostas.

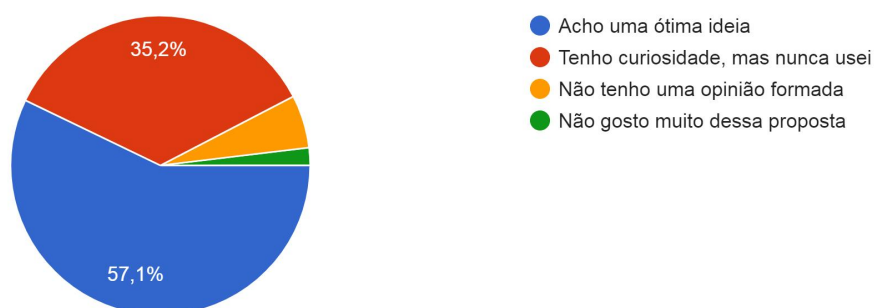
3.3.8 Pergunta 8

Com essa questão é possível ver a aceitação do público em prol da proposta apresentada.

Gráfico 8 - Opinião do público

8. O que você pensa sobre marcas que além de vender, oferecem oportunidade para customizar suas roupas com ajuda de profissionais especializa...ja, para que não ocorra desperdício de materiais?

105 respostas



Fonte: Autoria Própria, 2025.

Acho uma ótima ideia foram 60 respostas;

Tenho curiosidade, mas nunca usei foram 37 respostas;

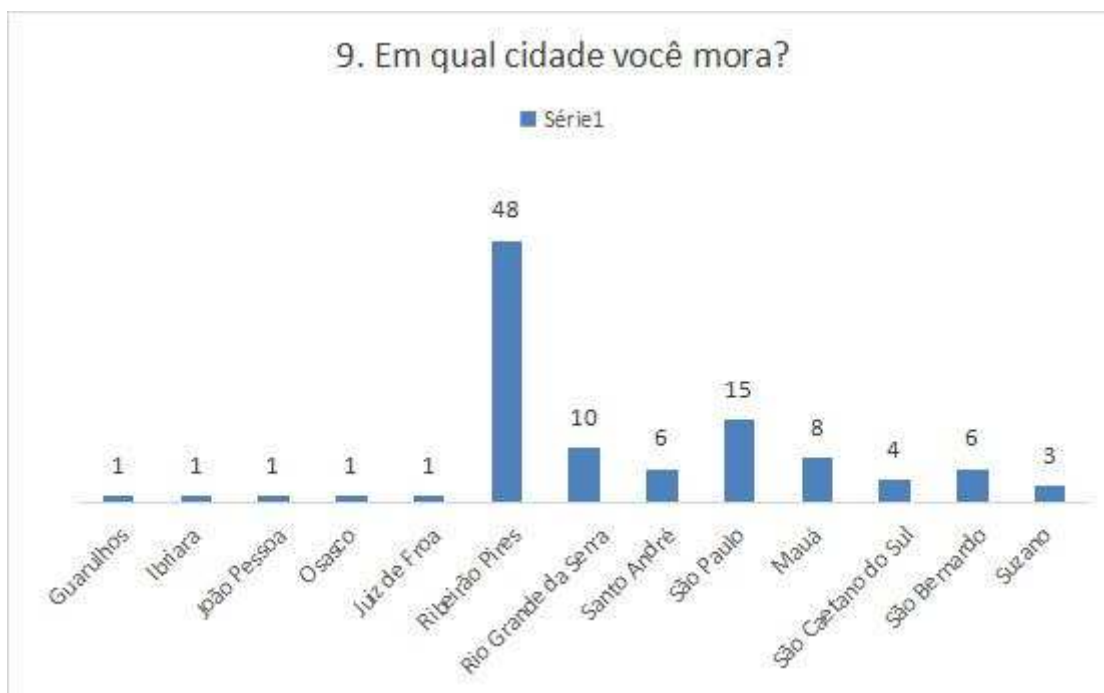
Não tenho uma opinião formada foram 6 respostas;

Não gosto muito dessa proposta foram 2 respostas.

3.3.9 Pergunta 9

A pergunta tem como intuito entender onde está localizado nosso público principal.

Gráfico 9 - Onde estão o público?

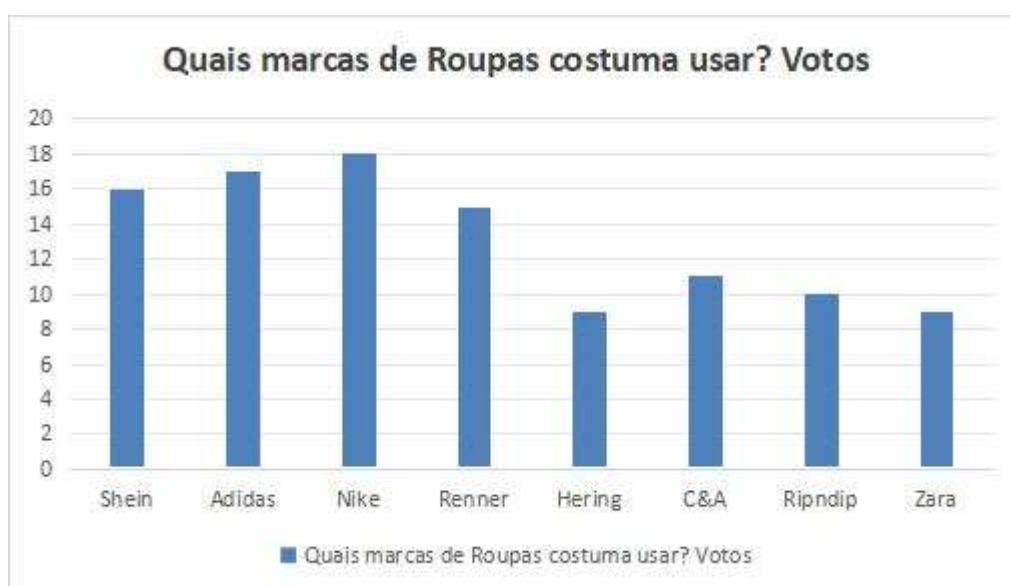


Fonte: Autoria Própria, 2025.

3.3.10 Pergunta 10

A pergunta seguinte tem como objetivo identificar os principais concorrentes da Owl's, entendendo onde os futuros clientes costumam adquirir suas roupas atualmente. Além disso, foi levantado percepções do que pode ser feito diferente, de modo a agregar valor e destacar a marca frente ao mercado existente.

Gráfico 10 - Quais marcas de Roupas costuma usar?



Fonte: Autoria Própria, 2025.

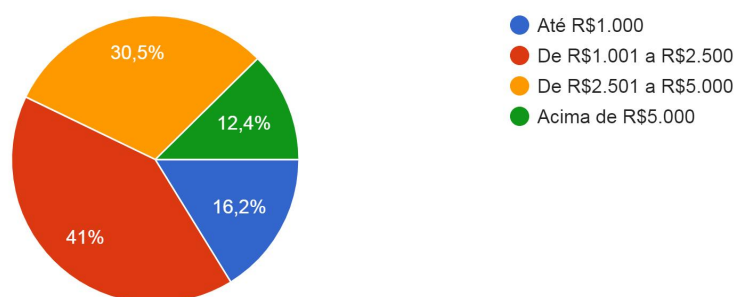
3.3.11 Pergunta 11

A pergunta foi realizada com intuito de entender qual é o poder de compra de nossos clientes e com isso quanto eles estariam dispostos a pagar por peças como as da marca.

Gráfico 11 – Entendendo a renda dos clientes

11. Qual é a sua faixa de renda mensal?

105 respostas



Fonte: Autoria Própria, 2025.

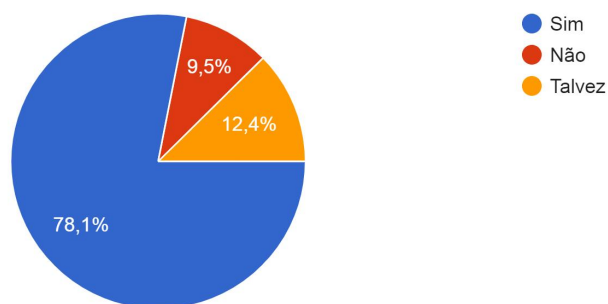
3.3.12 Pergunta 12

Com essa pergunta é possível identificar se a ferramenta que estará no site da empresa seria bem vista e entender o quanto os clientes gostariam dessa ferramenta que seria um diferencial no mercado.

Gráfico 12 – Entendendo o Site

12. Você utilizaria um site que possuí uma ferramenta na qual pudesse montar o visual da sua peça personalizada, sob medida?

105 respostas



Fonte: Autoria Própria, 2025.

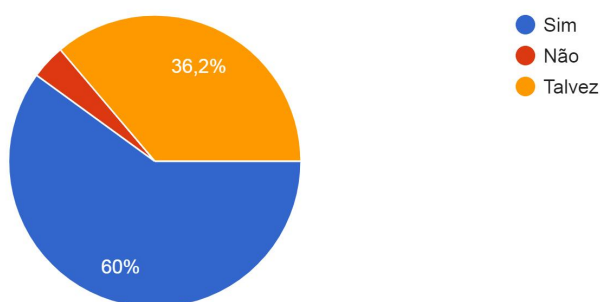
3.3.13 Pergunta 13

Com essa pergunta se entende, que caso o cliente sentisse vontade de fazer uma alteração em uma peça para que se adeque melhor ao seu estilo ele faria.

Gráfico 13 – Entendendo possibilidades de customizações

13. Você customizaria uma peça já existente da nossa marca?

105 respostas



Fonte: Autoria Própria, 2025.

- 4 respostas Não;
- 38 respostas Talvez;
- 63 respostas Sim.

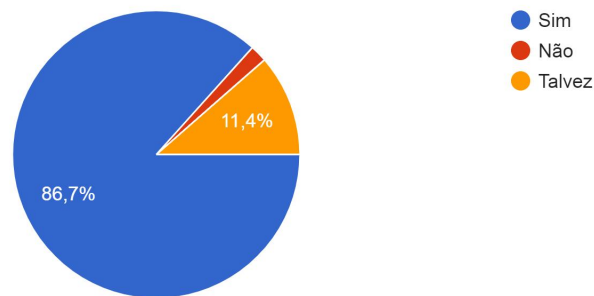
3.3.14 Pergunta 14

Essa pergunta tem como objetivo identificar o quanto as pessoas são adeptas da moda sustentável e o quanto se importam com o planeta.

Gráfico 14 – Adeptos de moda sustentável

14. Você utilizaria roupas de uma marca sustentável?

105 respostas

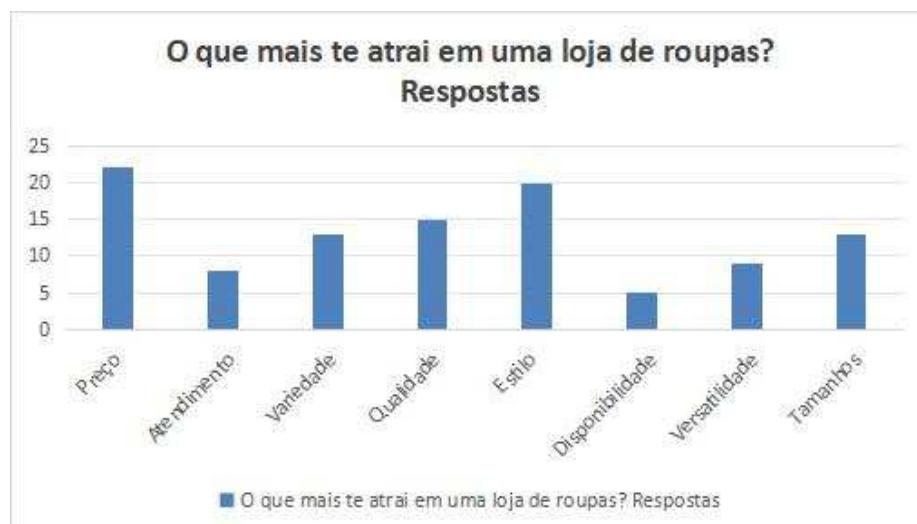


Fonte: Autoria Própria, 2025.

3.3.15 Pergunta 15

A pergunta a seguir teve como intuito de entender o que atrai os clientes a comprar nessas outras lojas, assim é possível entender o que deve ser feito para atrair clientes para nossa marca.

Gráfico 15 - O que mais te atrai em uma loja de roupas? Respostas



Fonte: Autoria Própria, 2025.

3.3.16 Pergunta 16

A última pergunta da pesquisa de campo foi:

“Tem alguma sugestão ou ideia que você gostaria de ver em uma marca como a Owl’s?”

As respostas obtidas possibilitaram identificar percepções e expectativas relevantes em relação ao posicionamento e às futuras direções da marca. De modo geral, os participantes demonstraram interesse por diversidade, autenticidade e personalização nas peças de vestuário, destacando o desejo por uma moda que combine estilo, conforto e liberdade de expressão.

Entre os pontos mais recorrentes, destacou-se a variedade de cores, estampas e modelagens, reforçando o interesse por uma moda dinâmica e versátil. Muitos participantes citaram o desejo de ver mais opções de peças *oversized* e *streetwear* voltadas ao público feminino, evidenciando uma lacuna no mercado para esse tipo de produto. Essa observação representa uma oportunidade estratégica para a Owl’s ampliar seu portfólio e reforçar sua identidade voltada à autenticidade e ao conforto.

Outro aspecto amplamente mencionado foi a possibilidade de personalização das peças, considerada um diferencial que agrega exclusividade e aproxima o cliente da marca. Entre as ideias apresentadas, houve sugestões para a criação de um sistema digital de customização, no qual o consumidor poderia escolher modelo, tecido, cor e acabamentos diretamente no site ou aplicativo da loja, conectando inovação, sustentabilidade e experiência de compra.

As respostas também destacaram o desejo por roupas autênticas e criativas, com estampas de personagens, referências culturais, cores vibrantes e brilho, além de peças esportivas personalizadas e looks versáteis para diferentes ocasiões. A preferência por *drops* sazonais e coleções exclusivas foi outro ponto recorrente, refletindo a valorização da novidade e da originalidade dentro do público-alvo.

Alguns participantes sugeriram a inclusão de acessórios, como joias e corta-ventos, ampliando o portfólio da marca e fortalecendo a proposta de estilo completo. Também foram mencionadas sugestões sobre a experiência de compra, com ênfase em um atendimento mais livre e acolhedor, no qual o cliente se sinta confortável e respeitado durante o processo de escolha. Além disso, destacaram a importância de preços acessíveis e estratégias de divulgação digital, principalmente por meio de

vídeos e redes sociais, para promover as peças e campanhas de forma mais interativa.

Por fim, as respostas evidenciam que o público espera que a Owl's vá além da estética e ofereça uma identificação emocional e simbólica com seus consumidores. Há uma expectativa de que a marca desenvolva produtos que representem a individualidade de quem os veste, reforçando valores como criatividade, liberdade e conexão com o propósito da marca.

3.4 Estudo dos concorrentes

Com base na análise do entorno do comércio, identificou-se um número reduzido de concorrentes diretos. Entre eles, destaca-se a empresa Renata Rocha Atelier, que apresenta propostas de sustentabilidade semelhantes aos ideais da Owl's. Localizada na Rua Marechal Deodoro, nº 321, bairro Santa Paula, na cidade de São Caetano do Sul, o atelier encontra-se próximo ao futuro ponto de instalação da Owl's. Apesar das semelhanças nos valores, a Renata Rocha Atelier atende a um público mais restrito, em função de seu porte, estrutura e posicionamento de mercado. Dessa forma, não representa uma ameaça significativa à Owl's, podendo inclusive se tornar um potencial parceiro estratégico no futuro.

Com visão mais ampla no ABC Paulista, foram identificadas algumas empresas que poderiam ser consideradas concorrentes por compartilharem parte da proposta de sustentabilidade e customização em peças já existentes. Entretanto, ainda se distanciam bastante da proposta da Owl's, pois tendem a focar em públicos específicos, como moda feminina ou *streetwear*, ou em serviços mais restritos, como ajustes e reparos. Já outros ateliers concentram-se em pequenas intervenções artesanais, área que não será explorada pela Owl's, o que abre oportunidades de futuras parcerias estratégicas. Outras empresas que entram como concorrentes são:

- **TheSaint** - Marca paulista originária de São Bernardo do Campo (ABC Paulista), atua no segmento de *streetwear* autêntico, inspirado na cultura urbana, no trap e no lifestyle jovem. A empresa se destaca pela comunicação voltada à identidade local e pelo forte apelo cultural, o que a torna concorrente direta da Owl's em termos de público-alvo e localização geográfica. Entretanto, diferencia-se por priorizar uma estética mais voltada ao universo musical e menos associada à sustentabilidade como valor central de marca.

- **Kings Sneakers** - rede consolidada no setor de moda urbana e cultura sneaker, com presença em diversas regiões da Grande São Paulo, inclusive no ABC Paulista. Seu foco está na comercialização de roupas e calçados inspirados no estilo street, reforçando uma imagem de modernidade e comportamento urbano. Embora apresente forte presença de mercado, a Kings Sneakers atua predominantemente em escala comercial, sem ênfase em práticas sustentáveis, o que representa um diferencial competitivo para a Owl's, cuja proposta une exclusividade e responsabilidade ambiental.
- **Unlovsaint** - marca independente de streetwear com loja física localizada no Golden Square Shopping, em São Bernardo do Campo. Seu posicionamento é direcionado ao público jovem urbano, com forte influência da cultura trap e de elementos visuais que remetem à identidade regional. Apesar da proximidade geográfica e do público semelhante, a Unlovsaint ainda apresenta estrutura limitada e foco em produção de pequena escala, sem atuação destacada em práticas de sustentabilidade ou upcycling, o que reduz seu impacto competitivo direto sobre a Owl's.

De modo geral, observa-se que os concorrentes identificados compartilham aspectos culturais e estéticos semelhantes ao público da Owl's, sobretudo no segmento de moda urbana e streetwear. Entretanto, esses concorrentes não incorporam de forma significativa valores de sustentabilidade, circularidade ou ética produtiva. Dessa forma, a Owl's se diferencia por unir sustentabilidade, customização e sofisticação em uma proposta ampla e acessível, voltada para consumidores que buscam exclusividade e autenticidade em suas peças, sem se restringir a nichos específicos. Essa escassez de concorrentes diretos no contexto do ABC Paulista cria um ambiente favorável para o posicionamento da marca como referência em moda sustentável de luxo, capaz de aliar consciência ambiental, estilo e propósito. Além disso, a Owl's insere-se em um movimento crescente de moda consciente, no qual diversas marcas nacionais vêm se destacando pela preocupação com sustentabilidade, inovação e ética na produção. Como referências estratégicas e exemplos de boas práticas de mercado, destacam-se:

- **Osklen** – pioneira em moda sustentável no Brasil, reconhecida pelo uso de materiais ecológicos e pela cadeia de produção consciente;

- **Thear** – marca que valoriza fibras naturais e moda atemporal, aproximando-se dos conceitos de durabilidade e responsabilidade ambiental;
- **Comas** – referência em upcycling e transformação de peças, demonstrando a viabilidade de agregar valor a materiais existentes de forma criativa;
- **Minimadeia** – voltada ao design atemporal e ao uso de materiais sustentáveis, reforçando a importância da qualidade e da durabilidade dos produtos.

Esses exemplos funcionam como *benchmarking* estratégico, evidenciando tendências de mercado, valores e posicionamentos que podem inspirar e ser adaptados à proposta da Owl's, sem comprometer sua identidade única e seu foco em sustentabilidade com sofisticação.

3.5 Estudo dos fornecedores

Para garantir qualidade, autenticidade e sustentabilidade nas peças da Owl's, foram selecionados fornecedores que atendem às demandas específicas da produção de moda streetwear. A escolha priorizou empresas comprometidas com diversidade de materiais, personalização, cumprimento de prazos e práticas sustentáveis, sendo elas:

1. Vicunha Têxtil

Parceira no fornecimento de tecidos denim e sarjas leves para calças, jaquetas e bermudas. Oferece opções de jeans orgânico e denim stretch, garantindo conforto, durabilidade e apelo sofisticado.

2. Malharia Brasil

Fornece malhas 100% algodão, moletom e tecidos leves com elastano, certificados por práticas sustentáveis e tingimento reativo de alta resistência, assegurando conforto térmico e toque suave.

3. Durlicouros

Disponibiliza couro legítimo de curtimento sustentável para jaquetas, etiquetas e acessórios. Garante rastreabilidade e durabilidade, agregando valor estético e exclusividade.

4. Dicatex

Responsável por zíperes, botões e linhas industriais. Oferece aviamentos resistentes e refinados, incluindo variações metálicas e personalizadas que reforçam o design minimalista da marca.

5. Cordex

Fornece cadarços, fitas, elásticos e cordões em algodão e poliéster, com opções personalizadas de cores e texturas, mantendo o equilíbrio entre estética urbana e conforto.

6. Demavi Aviamentos

Produz etiquetas personalizadas, rebites e ilhós metálicos com acabamento premium e versões ecológicas, reforçando o compromisso sustentável e o padrão de qualidade da Owl's.

7. Palácio dos Cristais

Fornece pedrarias, strass e cristais aplicáveis em peças de destaque, com grande variedade e controle de qualidade, ideais para composições minimalistas e sofisticadas.

8. Arte & Strass Aviamentos

Especializada em strass, termocolantes e cristais de vidro e resina para customizações detalhadas. Suas soluções reforçam o equilíbrio entre elegância e ousadia das edições especiais da Owl's.

Essas parcerias estratégicas garantem à Owl's um portfólio de materiais de alto padrão, permitindo o desenvolvimento de peças que aliam conforto, design e responsabilidade ambiental consolidando a marca como referência em moda sustentável e de luxo urbano no ABC Paulista.

4 MARKETING

Para Philip Kotler (1993), “marketing é o processo social e gerencial através do qual indivíduos e grupos obtêm aquilo de que necessitam e desejam por meio da criação e troca de produtos e valores”. Dessa forma, é possível compreender melhor o que será abordado neste capítulo e a importância do marketing para um negócio, empresa ou serviço. Considerado por muitos como o “pai do marketing”, Kotler foi responsável por popularizar a ideia original de E. Jerome McCarthy sobre as estratégias dos 4 Ps: Preço, Praça, Produto e Promoção.

Segundo a American Marketing Association (2005), *apud* por Kotler e Keller (2006, p. 17), “o marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado”.

Com base nessa definição, diversas estratégias foram pensadas para atender às necessidades da empresa. Voltada para um público mais jovem e com o objetivo de se destacar no mercado, a Owl’s adotará estratégias de construção de imagem e dos 4 Ps, elementos amplamente discutidos por diversos estudiosos da área. Neste capítulo, você verá como está estruturado o marketing da marca.

4.1 Produto e serviço

A Owl’s é uma marca de moda que oferece linhas autorais de roupas masculinas e femininas, com foco em estilo, exclusividade e expressão individual. As peças são desenvolvidas com design próprio, utilizando materiais de alta qualidade ao longo do processo produtivo. O portfólio da marca inclui:

- Camisetas;
- Vestidos voltados para festas, eventos como baladas;
- Calças;
- Short de forma sazonal para o verão;
- Saias de acordo com a tendência do momento;
- Blusas;
- Acessórios;

O principal diferencial da Owl’s é a personalização. Os clientes têm a possibilidade de customizar as peças da marca, escolhendo entre diferentes cortes, cores,

acabamentos e detalhes. Essa abordagem transforma cada item em uma peça exclusiva, alinhada ao estilo e identidade de quem a veste.

Além disso, a Owl's oferece o serviço de customização de peças pessoais, permitindo que os clientes tragam roupas que já possuem para serem ajustadas, estilizadas ou revitalizadas por meio do olhar criativo da marca. Como a marca realizará drops sazonais, com coleções exclusivas voltadas a datas especiais, como feriados e o mês do orgulho, será adotada a regra de que outras peças do portfólio não poderão ser customizadas de forma a reproduzir ou imitar os modelos desses *drops*. Essa medida assegura a autenticidade e a exclusividade das linhas limitadas, preservando sua proposta diferenciada dentro da Owl's.

A imagem a seguir mostra peças que estarão no portfólio da Owl's e que poderão ser customizadas pelos clientes.

Imagem 4 - Coleção inicial Owl's



Fonte: Foto gerada a partir de inteligência artificial Gemini, 2025.

Como mostrado anteriormente, a Owl's terá suas peças prontas para que o cliente possa customizar de acordo com suas necessidades e seu gosto. As imagens a

seguir mostram mais produtos da coleção da Owl's, o que seria considerado peças-chaves para um guarda-roupa dentro da moda.

Imagem 5 - Principais produtos



Fonte: Foto gerada a partir de inteligência artificial Gemini, 2025.

Imagem 6 - Logo em pontos estratégicos



Fonte: Foto gerada a partir de inteligência artificial Gemini, 2025.

4.2 Estratégias de preço

A proposta da Owl's é atingir um público amplo, com foco em inclusão de estilos, idades e perfis de consumo. Dessa forma, os preços são classificados como intermediários, porém com flexibilidade para atingir níveis *premium* em peças mais exclusivas ou sob demanda. Os produtos e serviços têm variação conforme o grau de customização, materiais e tempo de produção. A marca também adota estratégias de incentivo à compra consciente e fidelização, como:

- I. Desconto para pagamento via Pix ou Débito;
- II. Parcelamento no cartão de crédito;

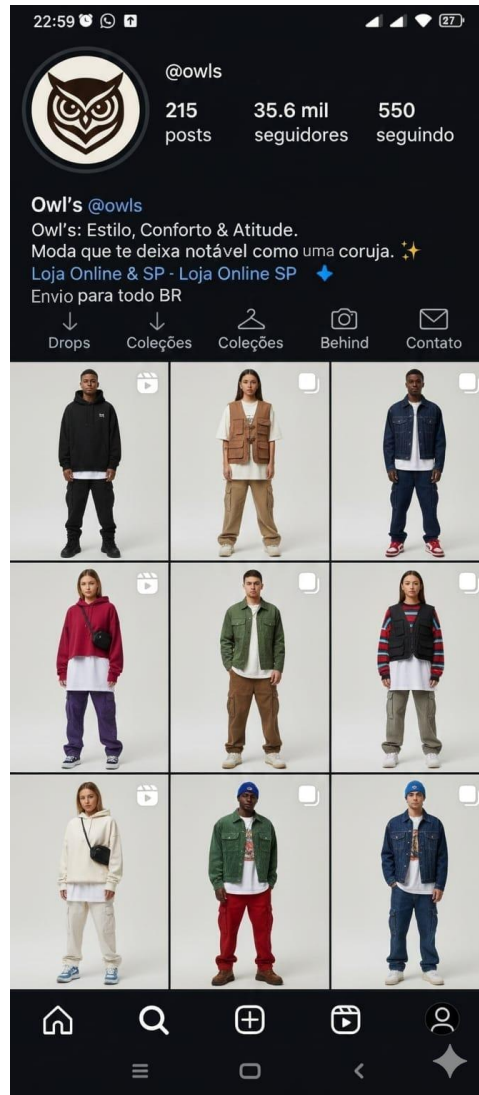
4.3 Estratégias de praça

As vendas serão realizadas por múltiplos canais, como loja física, site próprio, Instagram e WhatsApp, o que possibilita adaptar a abordagem comercial conforme o perfil do consumidor. Com uma produção de médio a alto volume, a marca busca otimizar custos e manter a consistência na qualidade do atendimento em todos os pontos de contato com o cliente.

A principal ferramenta de marketing da Owl's será o ambiente digital, especialmente o Instagram, a Owl's adotará estratégias estruturadas para fortalecimento da marca. O perfil será desenvolvido de forma clara e atrativa, com identidade visual organizada e destaques que comuniquem os principais valores da empresa. O conteúdo publicado terá foco na qualidade, utilizando fotografias, vídeos e principalmente *Reels*, que possuem maior alcance junto ao público. Além disso, serão explorados bastidores, tendências e elementos da identidade da marca, a fim de criar conexão e proximidade com os consumidores. A interação será estimulada por meio de enquetes e perguntas nos *stories*, favorecendo o engajamento. Outro ponto relevante é a utilização da prova social, por meio da divulgação de clientes utilizando as peças e da realização de parcerias com microinfluenciadores. Para garantir consistência, serão utilizadas *hashtags* segmentadas, postagens regulares e, sempre que viável, investimentos em anúncios digitais. Complementarmente, a marca fará uso de lançamentos exclusivos e promoções como mecanismos de engajamento e incentivo ao desejo de compra. Já no WhatsApp, a Owl's utilizará o aplicativo tanto como canal de vendas quanto como ferramenta de relacionamento com os clientes. O atendimento será estruturado de forma personalizada, buscando oferecer respostas rápidas e suporte humanizado. Além da comunicação direta, o WhatsApp permitirá a divulgação de novidades, lançamentos exclusivos e promoções segmentadas, fortalecendo o engajamento e incentivando a recompra. A utilização de listas de transmissão e grupos específicos também será explorada como estratégia para estreitar o vínculo com consumidores recorrentes, assegurando um canal de contato ágil, confiável e alinhado às expectativas do público-alvo.

Como citado anteriormente o canal mais utilizado será o virtual, focando bastante no Instagram, a imagem a seguir mostra o perfil da marca Owl's no ambiente virtual, como já descrito.

Imagem 7 - Perfil da Owl's no Instagram



Fonte: Foto gerada a partir de inteligência artificial Gemini, 2025.

4.4 Estrutura de comercialização

A principal estrutura de comercialização da Owl's será o ambiente online. No entanto, a marca também contará com espaço físico, que funcionará com um número reduzido de peças da coleção. O objetivo desse espaço é atuar como ponto de apoio para retirada de produtos adquiridos pela internet, além de oferecer uma experiência de contato direto com a marca.

4.5 Estratégias promocionais

A Owl's traz promoções em algumas ocasiões, é pretendido ter promoções em *Drops* Sazonais de acordo com datas importantes como feriados e eventos para que seja uma coleção limitada e promocional.

Com a intenção de atrair mais clientes foi pensado em um desconto promocional para novos clientes, esse desconto será de 20% na primeira compra, estando incluso a personalização.

Outra maneira de chamar atenção dos clientes é fornecer desconto de Aniversário, esse desconto será apenas para pessoas que já estejam cadastradas em nosso site no mínimo a 1 mês antes da data de seu aniversário.

4.6 Estratégias de pós-venda

O pós-venda da empresa será estruturado para garantir a satisfação do cliente e fortalecer o relacionamento de longo prazo. Aproximadamente um mês após a compra, será realizado um contato para solicitar *feedback* sobre o produto, atendimento e experiência geral, com acompanhamento personalizado, demonstrando atenção às necessidades individuais e valorizando as sugestões recebidas. Além disso, a empresa enviará, de forma ocasional, pequenos brindes ou mimos surpresa em pedidos selecionados, como estratégia para superar expectativas e reforçar a fidelidade. Será mantido também o hábito de incluir cartões ou mensagens escritas à mão em determinadas compras, acrescentando um toque pessoal que estreita o vínculo com o consumidor. Paralelamente, funcionará um programa de fidelidade restrito, denominado Club Owl's, não amplamente divulgado, que premiará clientes que atingirem dez compras e fornecerem ao menos quatro *feedbacks*, com o recebimento de duas peças personalizadas. Essas ações integradas visam consolidar o relacionamento com o cliente, incentivar novas compras e manter o alto padrão de atendimento como diferencial competitivo da marca.

4.7 Marketing Verde

O Marketing Verde é uma forma estratégica de promoção da empresa, ao contrário do Marketing comum que visa promoções e preços. Segundo Filippo Di Perna (2024), “marketing verde busca destacar os valores e compromissos éticos da empresa em relação à proteção do meio ambiente e ao bem-estar da comunidade”. Isso faz que os consumidores sejam conscientizados sobre a importância da sustentabilidade e acabam sendo incentivados a se tornarem pessoas com práticas sustentáveis.

A Owl's, como marca voltada ao público jovem e urbano, busca alinhar estilo e consciência ambiental. O Marketing Verde da empresa tem como propósito promover práticas sustentáveis em toda a cadeia produtiva, desde a escolha dos materiais até o pós-consumo. Essa iniciativa reforça o compromisso da marca com a responsabilidade social e o respeito ao meio ambiente, incentivando seus clientes a fazerem parte dessa mudança.

A Owl's implementará um Programa de Coleta Sustentável, que incentiva os clientes a devolverem peças antigas ou danificadas, de qualquer marca, em pontos de coleta disponíveis na loja física ou parceiras. O cliente poderá entregar as roupas usadas e receberá descontos progressivos em novas compras, caso ele seja um participante do Clube Owl's. As peças coletadas serão classificadas em três categorias:

- **Reutilizáveis** – que passarão por higienização e serão encaminhadas ao programa de doação “Renova Owl's”, onde será direcionado para ONGs.
- **Recicláveis** – tecidos em boas condições para reaproveitamento industrial que será transformado em novos fios ou materiais, por meio da Logística Reversa, normalmente utilizando a reciclagem mecânica. Este é o método mais utilizado para tecidos velhos, transformando-os em novos produtos sem a adição de produtos químicos. Passando pelo processo de Desfibramento, onde é utilizado máquinas especiais, que rasgam e trituram os resíduos têxteis, podendo ser retalhos, sobras, uniformes, entre outros. Transformando-os em fibras curtas ou pó de fibra. Essas novas fibras são usadas para produzir: Fios Reciclados que serão usados para tecer novos tecidos, geralmente mais rústicos. Enchimentos

para travesseiros, estofados, isolamento acústico e térmico. Estopas ou Mantas para limpeza industrial e proteção.

- **Inutilizáveis** – peças sem possibilidade de reaproveitamento, é destinada ao Coprocessamento, transformação em combustível alternativo para a indústria cimenteira, e não ao aterro comum.

Essa ação contribui para a redução de resíduos têxteis, que representam uma das principais fontes de poluição da indústria da moda.

4.7.1 Renova Owl's

Com o slogan “Renove seu estilo, renove o mundo”, a Owl's criará o programa de doação Renova Owl's, destinado a dar um novo ciclo de vida às roupas em bom estado.

As roupas serão entregues a ONGs locais e projetos sociais do ABC Paulista, que atendem populações em situação de vulnerabilidade. A marca divulgará periodicamente nas redes sociais os resultados do programa, como: número de peças doadas e instituições beneficiadas, reforçando o compromisso com a comunidade. Sendo assim, os benefícios e impacto ambiental esperado pela Owl's são:

- Redução significativa do descarte de tecidos em aterros.
- Fortalecimento da imagem da Owl's como marca socialmente responsável.
- Estímulo à economia circular e ao consumo consciente.
- Envolvimento da comunidade local em ações de solidariedade e sustentabilidade.
- Comunicação e Engajamento.

O projeto será amplamente divulgado nas redes sociais da marca, com campanhas educativas e vídeos curtos, mostrando o impacto positivo das ações. Além disso, serão realizadas parcerias com influenciadores locais e microinfluenciadores ambientais para promover o programa e conscientizar o público sobre o consumo responsável.

4.8 Identidade visual da marca Owl's

A identidade visual é um elemento de extrema importância para as organizações, pois, quando bem desenvolvida, contribui para transmitir valores, estabelecer vínculos com os clientes e até mesmo agregar status à marca. Segundo a EBAC (2023), “investir em uma identidade visual vai muito além do aspecto estético. Ela também representa conceitos fundamentais para o sucesso de uma marca. Com ela, você pode comunicar os valores, a missão e a personalidade da empresa, do produto ou do serviço para o público e, também, estabelecer uma conexão emocional com ele”.

A Owl's surge como uma marca de vestuário que celebra a juventude urbana por meio de uma estética minimalista, intensa e autêntica. Inspirada no streetwear premium japonês e europeu, a identidade visual da marca busca transmitir liberdade, sabedoria e uma presença inconfundível. Dessa forma, o design não se limita apenas ao aspecto estético, mas também atua como ferramenta de posicionamento de marca, reforçando valores como autenticidade, confiança e sofisticação acessível.

4.8.1 Logotipo

O logotipo é o elemento central da identidade visual da Owl's, representado por uma coruja estilizada. Com traços minimalistas e geométricos, o símbolo transmite intensidade, mistério e sabedoria, chamando a atenção de forma imediata. Seu olhar penetrante evoca confiança e presença, tornando o design icônico e facilmente reconhecível. Além disso, a simplicidade das linhas garante versatilidade, permitindo sua aplicação em diferentes formatos e superfícies, como roupas, embalagens e mídias digitais. Como é possível analisar na imagem a seguir:

Imagem 8 - Logotipo Owl's



Fonte: Autoria Própria, 2025.

Além dessa versão principal, a Owl's conta com uma variação do logotipo que reforça uma estética mais urbana e acessível. Quando combinados, os dois elementos ampliam a atratividade da marca, permitindo sua adaptação a diferentes contextos e públicos.

Imagem 9 - Variação do logotipo



Fonte: Autoria Própria, 2025.

4.8.2 Paleta de Cores

A paleta de cores da Owl's foi desenvolvida de forma restrita, priorizando sofisticação e neutralidade. Os tons escolhidos carregam significados estratégicos, alinhados ao conceito da marca:

Imagem 10 - Paleta de cores na coleção casual



Fonte: Foto gerada a partir de inteligência artificial Gemini, 2025.

Preto: simboliza mistério, intensidade e a atmosfera noturna urbana;
Branco: representa clareza, pureza e destaca o design em fundos limpos;
Essa combinação assegura que as peças e materiais se destaquem pelo design e qualidade.

4.8.3 Estética visual

A estética visual da Owl's é baseada no minimalismo urbano noturno, caracterizada por linhas limpas, composição equilibrada e atmosfera moderna. A inspiração vem dos editoriais de moda urbana, onde a iluminação artificial das cidades cria contrastes entre luz e sombra, destacando a autenticidade das peças. Essa estética transmite sofisticação discreta, reforçando a ideia de uma marca que valoriza a

confiança e a intensidade, sem necessidade de ostentação. Nesse sentido, a Owl's fundamenta sua identidade visual em três pilares principais, que refletem diretamente a imagem de seu público-alvo:

Autenticidade: fidelidade à própria essência e estilo;

Intensidade: viver e expressar-se com paixão e energia;

Liberdade: mover-se pelo mundo com autonomia e individualidade.

4.8.4 Aplicação da identidade visual da marca

A aplicação da identidade visual da Owl's se manifesta em diferentes pontos de contato com o público, como nas roupas, embalagens e presença digital. As peças urbanas camisetas *oversized*, *hoodies*, jaquetas, calças cargo e conjuntos monocromáticos trazem o logotipo aplicado de forma estratégica, seja em bordados discretos, etiquetas em couro ou *silkados* minimalistas. Nas embalagens, a sofisticação é traduzida em caixas e sacolas em preto fosco com o logotipo em destaque, papel de seda personalizado e cartões de agradecimento confeccionados em papel texturizado de alta gramatura. Já nas redes sociais, a marca se apresenta por meio de fotografias de alta qualidade, com ênfase nos contrastes noturnos e em uma organização minimalista do *feed*, reforçando a estética urbana e contemporânea que caracteriza a Owl's.

4.8.5 Slogan

O slogan “Moda que te torna notável como uma coruja” sintetiza a filosofia da marca. Mais do que comercializar vestuário, a Owl's propõe uma forma de expressão autêntica e sofisticada. Ao vestir a marca, o consumidor incorpora uma presença marcante que transmite confiança, liberdade e individualidade. A escolha da coruja como símbolo não é aleatória: trata-se de um animal notável, associado ao misticismo e à sabedoria, cuja presença impõe respeito e admiração. Nesse sentido, a marca busca transferir essas características ao público, tornando-o igualmente notável e reforçando a ideia de singularidade e impacto em cada interação com seus produtos.

4.9 Localização do negócio

Foi optado que a empresa esteja localizada na cidade de São Caetano do Sul na Avenida Goiás nº1266 no bairro Santo Antônio no estado de São Paulo, sendo o CEP 09521-300. A localização foi pensada pois São Caetano é uma cidade popular e bem admirada entre outras cidades, fica localizada no ABC Paulista, mas não é distante da capital de São Paulo, sendo assim, não fica distante dos públicos que pretendemos trabalhar.

Como também é uma cidade de fácil acesso para futuros funcionários, podendo atrair colaboradores da grande São Paulo e do ABC Paulista. É de fácil acesso nosso empreendimento, ficando apenas 15 minutos a pé da estação de São Caetano do Sul e com acesso a principal Avenida da Cidade caso os clientes pretendam ter acesso com carro, possui estacionamento próximo ao nosso empreendimento. A imagem na página a seguir mostra a fachada da Owl's.

Imagem 11 - Fachada da sede da Owl's



Fonte: Foto gerada a partir de inteligência artificial Gemini, 2025.

5 OPERACIONAL

Este capítulo é dedicado à estrutura e organização operacional da empresa, apresentando os processos essenciais para seu funcionamento, bem como os recursos necessários para garantir eficiência e qualidade. São detalhados os procedimentos produtivos, a capacidade operacional, a distribuição das atividades e os critérios adotados para assegurar o bom desempenho das operações. O objetivo é oferecer uma visão clara de como a empresa atuará na prática, evidenciando sua capacidade de atender às demandas e manter um fluxo operacional consistente.

5.1 Layout e arranjo físico

O projeto arquitetônico da empresa foi desenvolvido de forma estratégica, contemplando quatro pavimentos que organizam as atividades conforme suas funções operacionais e administrativas. O arranjo físico busca otimizar o fluxo de trabalho, facilitar a comunicação entre os setores e proporcionar conforto tanto aos colaboradores quanto aos clientes. Cada andar possui um *layout* planejado para atender às demandas específicas de cada área, garantindo eficiência, funcionalidade e coerência com a identidade da marca. O projeto arquitetônico da empresa foi desenvolvido de forma estratégica, contemplando quatro pavimentos que organizam as atividades conforme suas funções operacionais e administrativas. O arranjo físico busca otimizar o fluxo de trabalho, facilitar a comunicação entre os setores e proporcionar conforto tanto aos colaboradores quanto aos clientes. Cada andar possui um *layout* planejado para atender às demandas específicas de cada área, garantindo eficiência, funcionalidade e coerência com a identidade da marca. A imagem mostrada na página a seguir mostra a vista do cliente ao entrar na loja.

Imagem 12 - Recepção do cliente



Fonte: Foto gerada a partir de inteligência artificial Gemini, 2025.

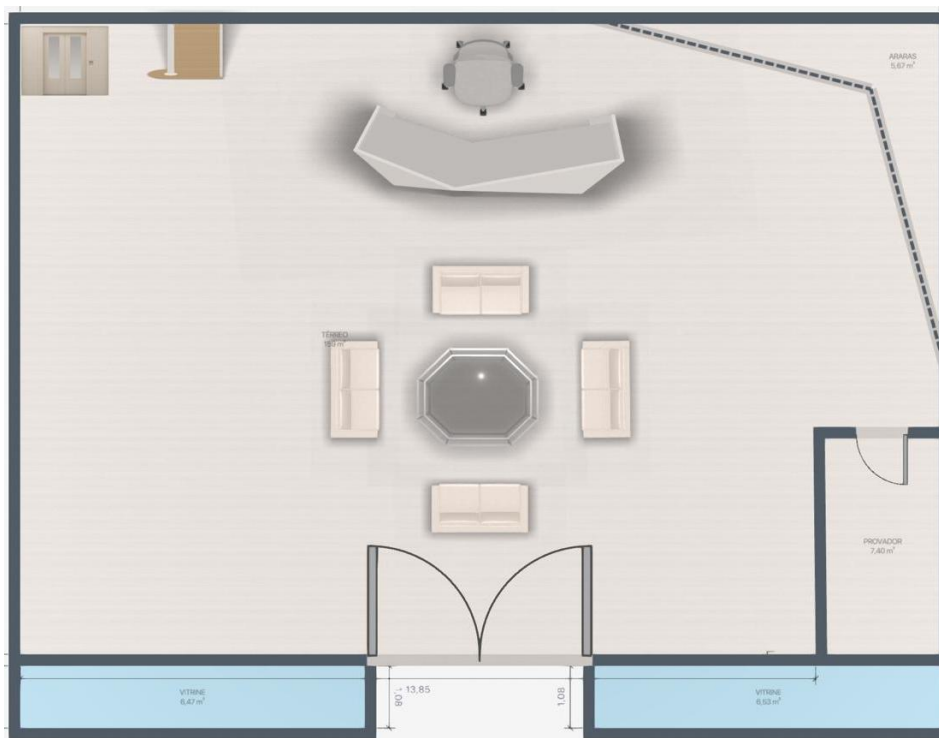
5.1.1 Loja e Atendimento Presencial - Térreo

O térreo é o ponto de contato direto com o público e concentra as atividades de atendimento presencial e vendas. O ambiente foi projetado para oferecer uma experiência de compra diferenciada, reforçando a identidade visual e os valores da marca.

- Função principal: vendas e relacionamento com o cliente.
- Ambientes previstos: Área de exposição e vendas (vitrine, araras e provadores);

- Balcão de atendimento e caixa;
- Espaço para eventos e lançamentos de coleção;
- Acesso de escada e elevador aos demais andares.

Imagem 13 - Loja



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.1.2 E-commerce, Costura e Estoque - 1º Andar

O primeiro andar abriga os setores operacionais e produtivos, essenciais para o funcionamento do *e-commerce* e da confecção. É o espaço onde ocorre a produção das peças e a gestão dos pedidos online.

- Função principal: produção e logística.
- Ambientes previstos: Sala do *e-commerce*, sala de costura, estoque, copa e sanitário de apoio aos funcionários.
- Sala do *e-commerce*: responsável pelo gerenciamento das vendas virtuais, controle de pedidos, embalagem e envio;
- Sala de costura: destinada à produção, ajustes e personalização das peças, equipada com máquinas e iluminação adequada;
- Estoque: organizado para o armazenamento de matérias-primas e produtos finalizados, com controle de entrada e saída;

- Copa de apoio: voltada aos colaboradores da produção e equipe do e-commerce, garantindo praticidade nas pausas e intervalo, onde os funcionários presentes na sala

Imagem 14 - Produção 1º andar



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.1.3 Administrativo, Marketing e TI - 2º Andar

O segundo andar concentra os setores administrativos e estratégicos, sendo o núcleo responsável pelo planejamento, gestão e tecnologia da empresa.

- Função principal: administração e suporte tecnológico.
- Ambientes previstos: Sala do administrativo e marketing, sala de TI, copa e sanitário de apoio aos funcionários.
- Sala do administrativo e marketing: ambiente colaborativo destinado à gestão financeira, recursos humanos, comunicação e planejamento estratégico. Com área de trabalho compartilhada, favorecendo o diálogo e a troca de informações entre os setores.
- Sala de TI: responsável pela manutenção dos sistemas, infraestrutura digital e suporte interno;

Imagem 16 - Sala de reunião e auditório



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.2 Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviço

Este capítulo tem como objetivo apresentar a estrutura operacional da Owl's, destacando sua capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviço. A análise busca demonstrar como a marca organiza seus recursos humanos, tecnológicos e logísticos para atender à demanda de produção e garantir eficiência em todas as etapas do processo, desde a confecção das peças até a entrega ao cliente final. Além disso, o capítulo evidencia o potencial de expansão da empresa, considerando sua estrutura atual e as estratégias projetadas para aumentar a capacidade produtiva, ampliar o alcance comercial e aperfeiçoar o atendimento ao consumidor, mantendo a identidade sustentável e o padrão de qualidade que caracterizam a Owl's.

5.2.1 Capacidade Produtiva

A Owl's possui uma estrutura produtiva voltada à confecção de peças *streetwear* sustentáveis, priorizando qualidade, originalidade e responsabilidade ambiental. A

equipe de produção é composta por 1 supervisor estilista, 4 costureiras, 3 auxiliares de costura e 2 estagiários, permitindo uma operação coordenada e eficiente.

Atualmente, a capacidade produtiva média é de 1500 a 2200 peças mensais, abrangendo camisetas, calças cargo, jaquetas e moletons *oversized*. Esse volume é adequado à fase inicial da marca, permitindo controle rigoroso de qualidade e acabamento artesanal.

A estrutura foi planejada para crescimento escalável, podendo atingir até 2.900 peças mensais mediante ampliação do quadro de costureiras, aquisição de novas máquinas industriais e otimização do fluxo produtivo (como divisão por etapas e uso de linha de montagem). Além disso, a implantação de ferramentas de gestão de produção e controle de estoque permitiria reduzir perdas e aumentar a produtividade sem comprometer o padrão de qualidade.

5.2.2 Capacidade Comercial

A Owl's opera predominantemente no comércio eletrônico, por meio de uma plataforma própria integrada a sistemas de pagamento, controle de estoque e logística. O *e-commerce* possui capacidade de processamento simultâneo de até 500 acessos, garantindo estabilidade em períodos de alta demanda, como lançamentos e promoções.

A marca também planeja expandir sua presença comercial por meio de *marketplaces* parceiros e colaborações com influenciadores digitais, ampliando o alcance nacional e fortalecendo a imagem da Owl's como referência em moda sustentável no segmento *streetwear*.

5.2.3 Capacidade de Prestação de Serviço

A Owl's oferece atendimento ao cliente via WhatsApp, e-mail e redes sociais, com tempo médio de resposta de até 12 horas úteis. O serviço pós-venda inclui acompanhamento de pedidos, política de trocas simplificada e suporte direto em casos de ajustes ou personalização de peças.

O sistema logístico é integrado com transportadoras e Correios, possibilitando entregas em todo o território nacional. O tempo médio de envio é de até 7 dias úteis, com acompanhamento automatizado do status de entrega.

Para garantir uma experiência de compra completa, a marca mantém índices de satisfação de clientes acima de 90%, priorizando comunicação clara, transparência e sustentabilidade em todas as etapas, desde a confecção até a entrega final.

5.3 Processos operacionais

O processo operacional da Owl's será estruturado em etapas sequenciais, garantindo uma experiência eficiente no atendimento e um produto final de qualidade. A seguir, são descritos os procedimentos que compõem o atendimento presencial e o atendimento online, bem como a forma como cada um deles funciona dentro da empresa.

5.3.1 Atendimento Presencial

O atendimento presencial acontece na loja física da Owl's. Nele, o cliente pode conhecer os produtos, experimentar roupas, pedir orientações sobre combinações e personalizações, além de realizar trocas, devoluções e retirar pedidos feitos pela internet. Esse modelo busca oferecer praticidade e confiança na compra. O processo funciona de forma integrada entre recepção, prova, registro e encaminhamento para a produção, garantindo que todas as informações do cliente sejam corretamente repassadas à equipe de confecção.

5.3.1.1 Recepção do Cliente

O cliente é recebido na loja física e direcionado ao setor de atendimento. Nesse momento, são prestadas as primeiras informações sobre os produtos disponíveis, bem como apresentadas as opções de personalização.

5.3.1.2 Prova de Roupas

O consumidor tem a possibilidade de provar as peças para verificar modelagem, caimento e estilo. Essa etapa é fundamental para auxiliar na decisão de compra e na definição de ajustes ou modificações.

5.3.1.3 Definição do Pedido

Após a escolha da peça, o cliente decide se deseja adquirir o produto em sua forma original ou com personalização. O atendente registra as especificações necessárias, como tipo de personalização, cor, aplicação de tecidos reaproveitados ou outros detalhes solicitados.

5.3.1.4 Confirmação e Registro

O pedido é formalizado no sistema interno da Owl's, contendo todas as informações fornecidas pelo cliente. Nessa etapa também são definidos prazos de entrega ou retirada e confirmadas as condições de pagamento.

5.3.1.5 Pagamento

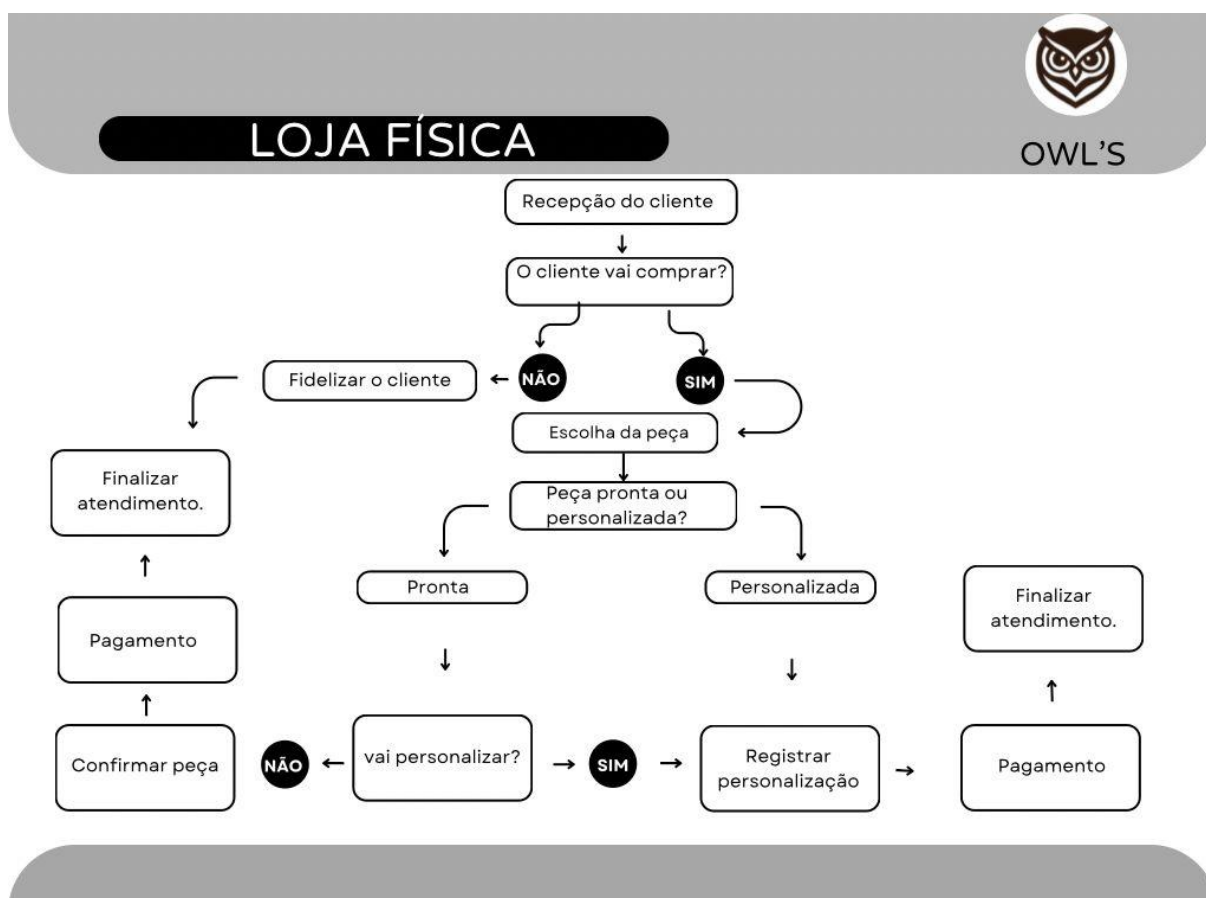
No atendimento presencial, o pagamento é realizado diretamente no local após a finalização do atendimento. São aceitas as formas de pagamento em débito, crédito, dinheiro e pix, oferecendo praticidade e segurança aos clientes que optam por esse tipo de serviço.

5.3.1.6 Encaminhamento à Produção

O pedido confirmado é encaminhado ao setor de produção, onde são preparados os materiais necessários e organizado o processo inicial de confecção ou personalização da peça escolhida.

Na imagem a seguir pode ser observado melhor como será o fluxo de trabalho do setor.

Imagem 17 - Fluxograma Loja Física



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.3.2 Atendimento Online

O atendimento online da Owl's ocorre por meio de canais digitais, como site oficial, redes sociais, chat e telefone. Esse formato garante acesso rápido às informações e permite que o cliente realize todo o processo de compra ou personalização à distância, de forma prática e integrada.

5.3.2.1 Site Oficial e Redes Sociais

Nos canais digitais, o cliente tem acesso ao catálogo atualizado, pode solicitar personalizações, acompanhar pedidos e tirar dúvidas sobre prazos e condições de venda.

5.3.2.2 Atendimento via Chat

O chat estará disponível no site e em aplicativos de mensagens. Esse canal servirá para responder dúvidas rápidas, informar sobre promoções e lançamentos, além de auxiliar durante a compra online.

5.3.2.3 Atendimento Telefônico

O atendimento por telefone funcionará em horário comercial, voltado para situações que precisam de explicações mais detalhadas, como problemas em pedidos e entregas, ou para clientes que preferem contato direto com a equipe.

5.3.2.4 Conexão entre os Canais

Todos os canais de atendimento estarão conectados, permitindo que o cliente inicie o contato em um canal e termine em outro sem perder informações.

5.3.2.5 Padrão de Qualidade

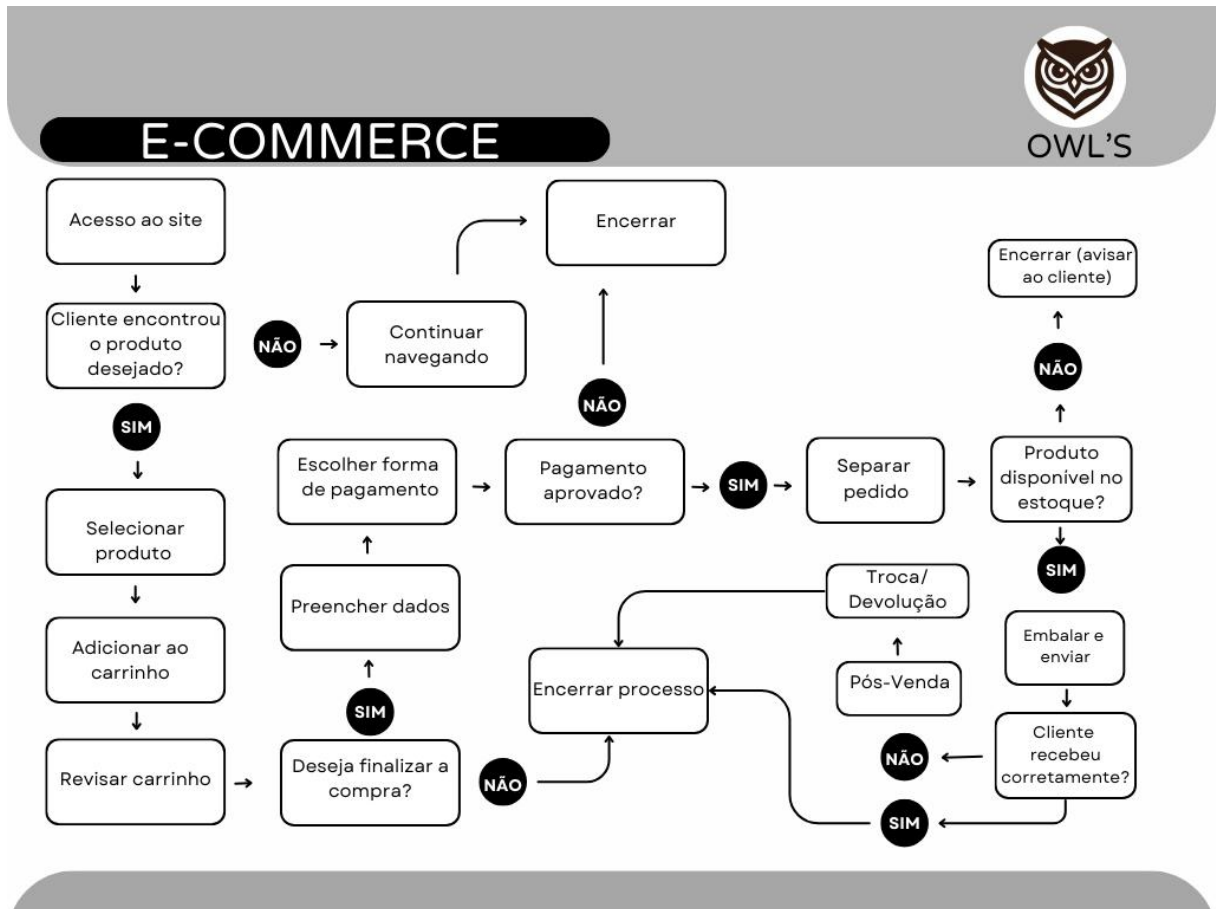
A equipe de atendimento seguirá um padrão simples: respostas rápidas, informações claras, registro das conversas e postura profissional. Assim, a Owl's busca oferecer qualidade em todos os pontos de contato com o cliente.

5.3.2.6 Pagamento

No atendimento on-line, o pagamento é efetuado por meio da plataforma digital. Após a confirmação do pedido, o cliente recebe as instruções para realizar o pagamento de forma digital, garantindo agilidade e comodidade no processo.

A seguir segue o fluxo de trabalho do setor de *e-commerce*.

Imagem 18 - Fluxograma E-commerce



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.3.3 Produção

O setor de costura é responsável pela execução do processo produtivo, garantindo a qualidade e a padronização das peças confeccionadas. As atividades desenvolvidas englobam desde o planejamento técnico até o acabamento final, assegurando que cada produto atenda aos padrões estabelecidos pela organização.

5.3.3.1 Planejamento e Coordenação

O gerente de produção elabora o planejamento das atividades, define metas de produtividade e supervisiona a equipe de costura. Também é responsável pela criação e ajuste de moldes, definição de tecidos, aviamentos e acabamentos, além de repassar orientações técnicas para a execução adequada das peças.

5.3.3.2 Execução da Confeção

As costureiras realizam o processo de confecção conforme os moldes e instruções técnicas previamente definidas. O estilista acompanha todas as etapas da produção, verificando a conformidade do modelo, a qualidade das costuras e a fidelidade estética das peças.

5.3.3.3 Acabamento e Revisão

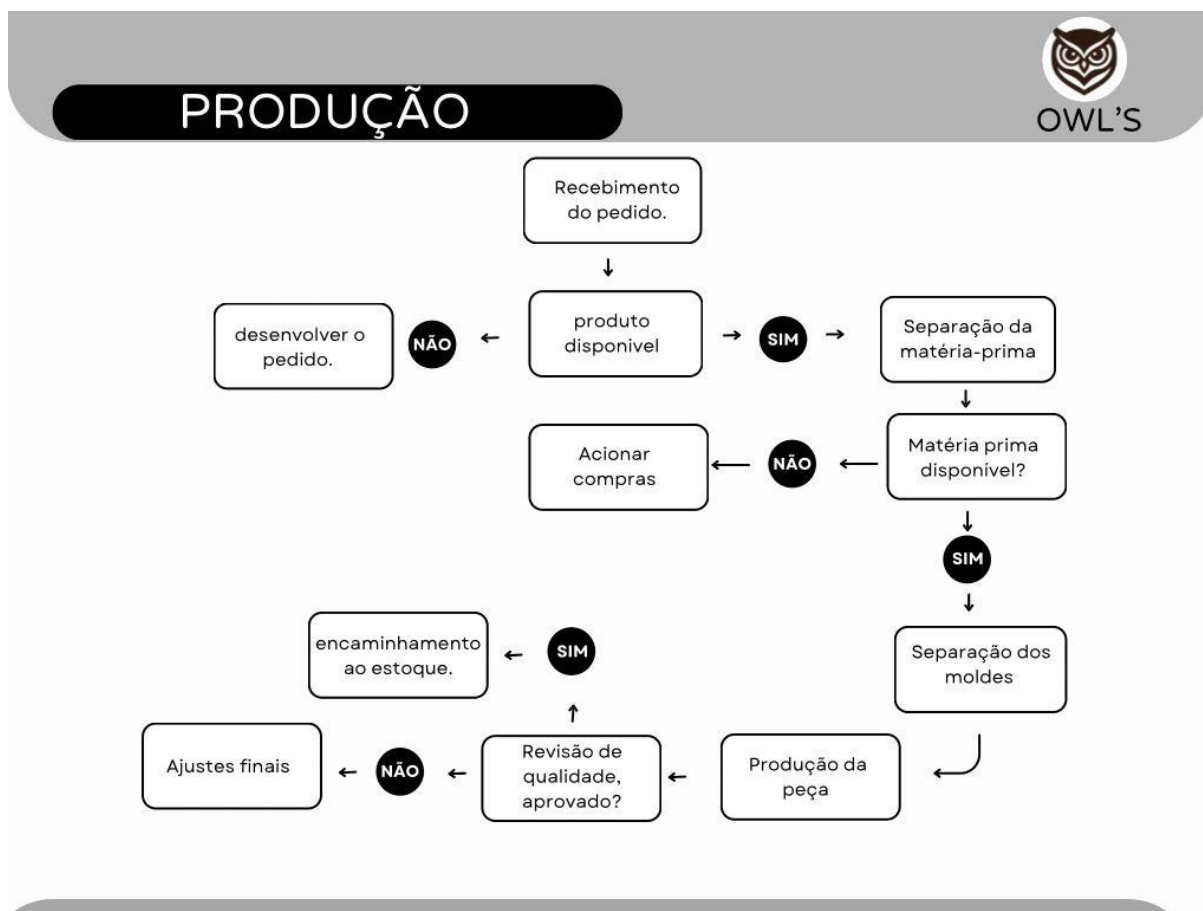
Após a etapa de costura, são realizados os acabamentos finais, como aplicação de botões, zíperes e limpeza das peças. Essa fase tem como finalidade assegurar que o produto final esteja devidamente preparado para o controle de qualidade e posterior encaminhamento ao estoque.

5.3.3.4 Apoio Operacional

Os auxiliares e estagiários de costura contribuem com todo o processo produtivo, realizando atividades complementares como separação de materiais, pequenas costuras e organização das bancadas de trabalho.

Na imagem a seguir pode ser observado melhor como será o fluxo de trabalho do setor.

Imagem 19 - Fluxograma Produção



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.3.4 Estoque

O setor de estoque é responsável pela administração e controle dos produtos acabados e materiais utilizados na produção. Seu objetivo é garantir a integridade, a rastreabilidade e a correta distribuição dos itens armazenados.

5.3.4.1 Movimentação de Materiais

O gerente de estoque supervisiona o fluxo de entrada e saída de produtos, assegurando que todos os registros sejam devidamente atualizados. Também define métodos de organização e conferência, promovendo o uso eficiente do espaço físico.

5.3.4.2 Controle e Registro de Itens

O assistente de controle de materiais realiza o registro de movimentações no sistema interno, conferindo quantidades, tamanhos e condições das peças

armazenadas. Essas ações garantem precisão nas informações e previnem perdas ou extravios.

5.3.4.3 Separação e Expedição de Produtos

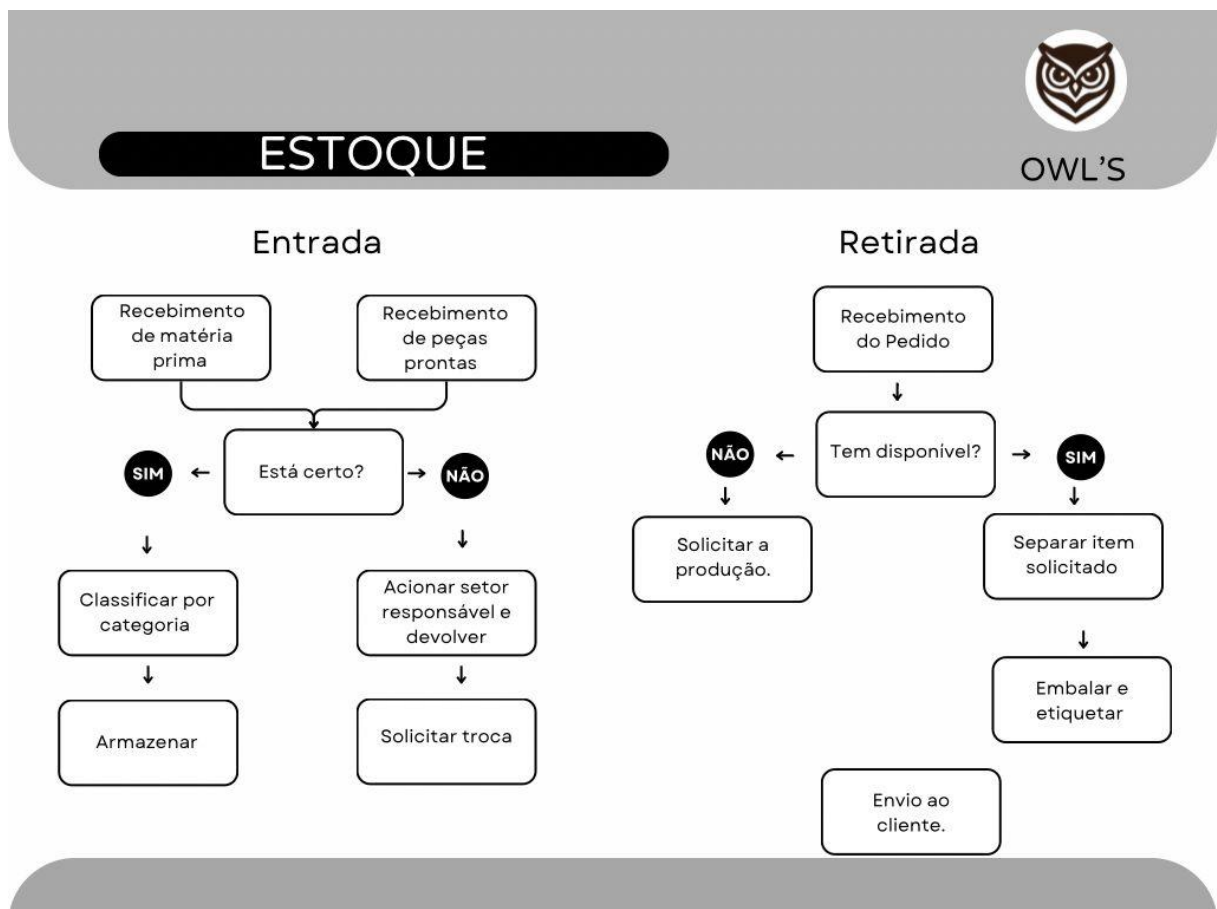
O auxiliar de expedição é responsável por separar, embalar e identificar as peças conforme os pedidos recebidos. Também realiza a preparação de etiquetas e documentos de envio, garantindo o cumprimento dos prazos estabelecidos.

5.3.4.4 Apoio Operacional

Os estagiários auxiliam na organização do setor, colaborando com a separação de materiais e apoio às atividades de expedição e controle.

Na imagem a seguir pode ser observado melhor como será o fluxo de trabalho do setor.

Imagem 20 - Fluxograma Estoque



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.3.5 Recursos Humanos

O setor de Recursos Humanos é responsável pela administração do quadro de funcionários, promovendo o recrutamento, a seleção, o desenvolvimento e o acompanhamento dos colaboradores. Sua atuação busca fortalecer o engajamento, o desempenho e o clima organizacional.

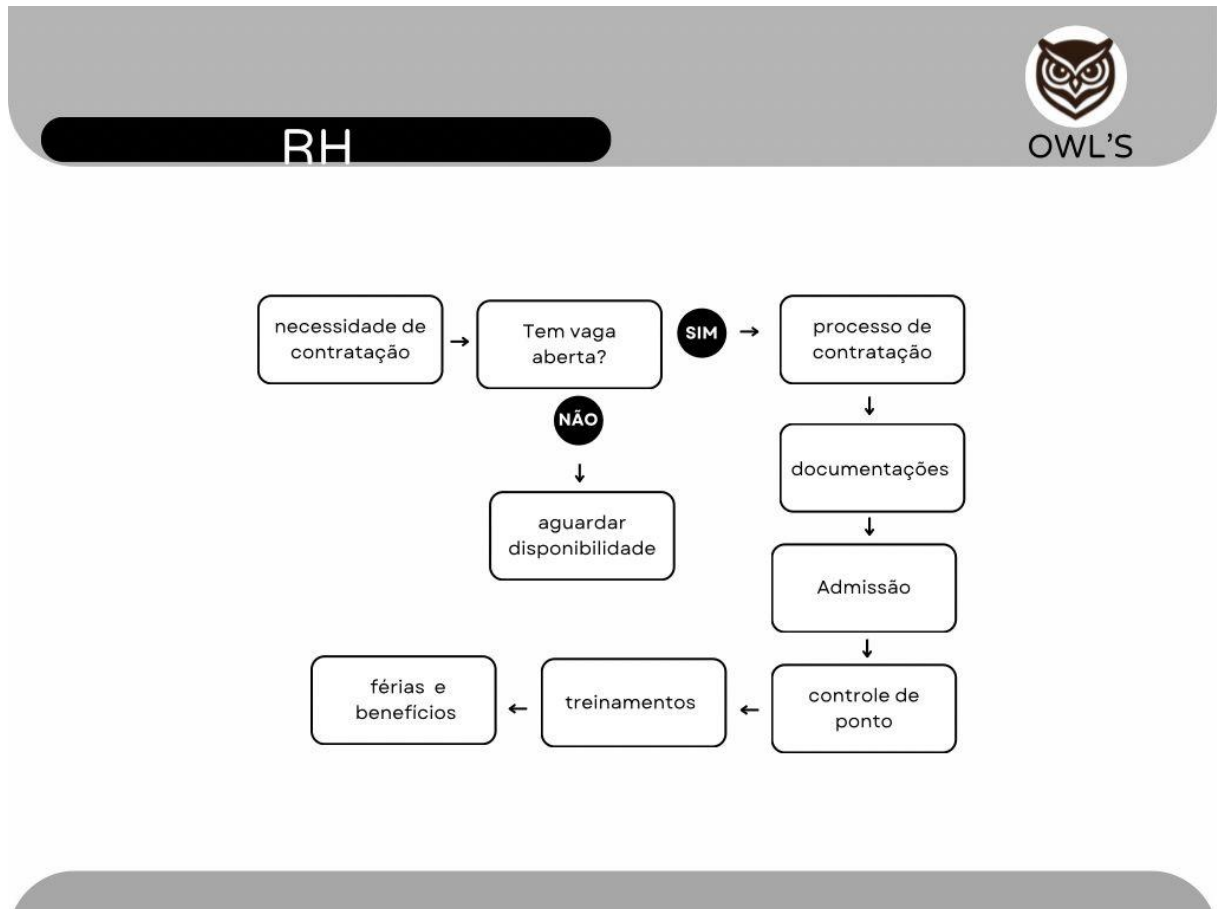
5.3.5.1 Gestão de Pessoas

O gestor de RH planeja e coordena as ações voltadas à contratação, benefícios, treinamentos e políticas internas. Garante que as práticas estejam em conformidade com as normas e diretrizes da empresa.

5.3.5.2 Administração e Controle de Processos Trabalhistas

Os analistas de RH realizam atividades como admissões, controle de ponto, folha de pagamento e avaliações de desempenho. Além disso, contribuem para o bem-estar dos colaboradores por meio de ações de integração e acompanhamento individual. Na imagem a seguir pode ser observado melhor como será o fluxo de trabalho do setor.

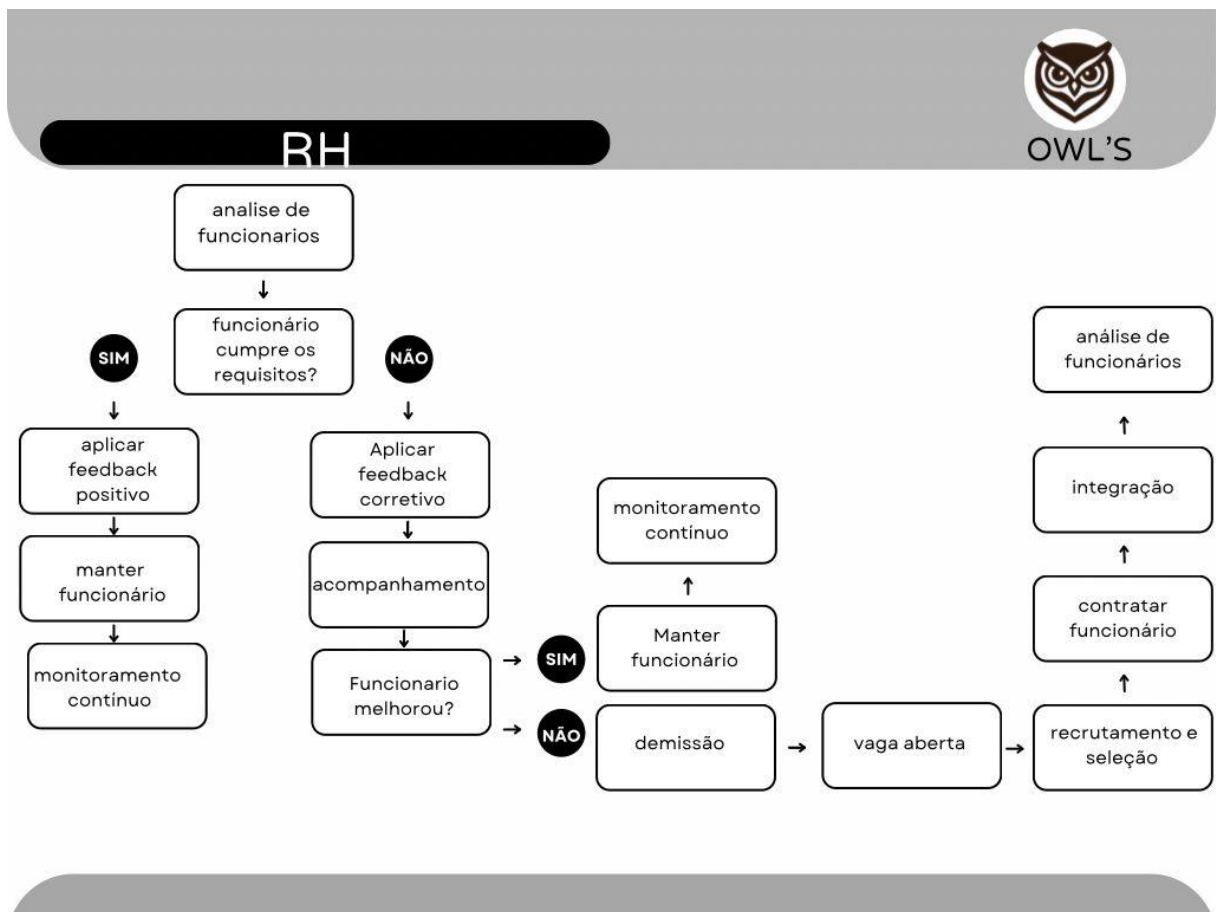
Imagem 21 - Fluxograma RH Parte 1



Fonte: Autoria Própria, 2025.

Como é um setor mais complexo o fluxograma foi dividido em duas partes, como foi mostrado na imagem anterior, o fluxograma mostra o processo de contratação até a integração do funcionário e a gestão de benefícios. A seguir será mostrado o processo interno da empresa de como é realizado o desligamento do funcionário, abertura de vaga e aplicação de feedback.

Imagem 22 - Fluxograma RH Parte 2



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.3.6 Administrativo

O setor administrativo tem a função de coordenar as atividades internas e garantir o bom funcionamento das operações da empresa. Além de supervisionar os setores de Recursos Humanos e Marketing, atua no suporte à tomada de decisões e na execução das rotinas administrativas.

5.3.6.1 Gestão e Supervisão

O gerente administrativo coordena as atividades administrativas, supervisiona as áreas correlatas e aprova contratações, orçamentos e estratégias organizacionais. Esse processo visa assegurar a eficiência operacional e o alinhamento das ações internas aos objetivos institucionais.

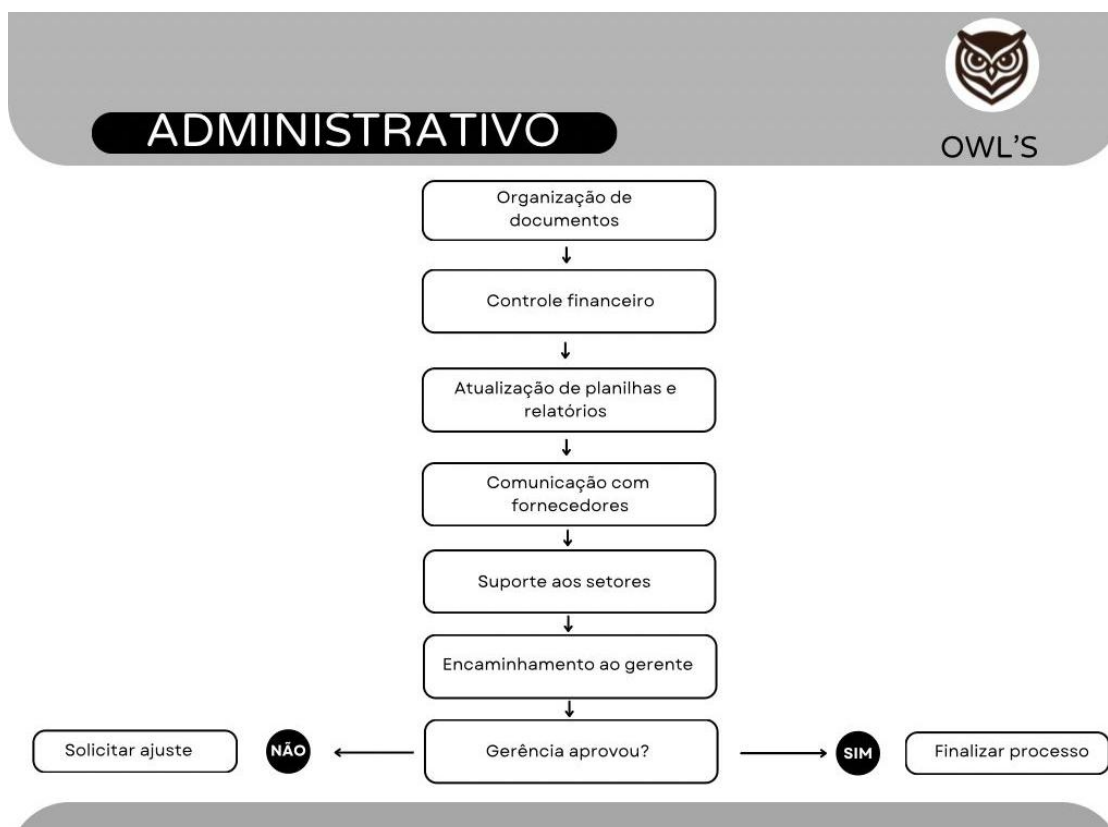
5.3.6.2 Gestão Financeira

A área financeira é voltada para o controle de receitas, despesas e investimentos da empresa. As movimentações são registradas em planilhas internas, permitindo o acompanhamento do fluxo de caixa e a análise dos resultados mensais. O setor também é responsável pelos pagamentos de fornecedores, controle de entradas provenientes das vendas e organização dos relatórios contábeis, sendo um processo tercerizado. Esse processo garante transparência e equilíbrio nas finanças da Owl's.

5.3.6.3 Suporte Operacional

A equipe administrativa é responsável pela organização documental, controle financeiro, atendimento interno e comunicação entre os setores. Essas ações mantêm a estrutura organizacional funcional e favorecem a integração entre as áreas da empresa. Na imagem a seguir pode ser observado melhor como será o fluxo de trabalho do setor administrativo, de forma mais resumida.

Imagem 23 - Fluxograma Administrativo



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.3.7 Marketing

O setor de Marketing é responsável por planejar e executar estratégias de comunicação voltadas à divulgação da marca e de seus produtos. Busca consolidar a imagem institucional e fortalecer o relacionamento com o público.

5.3.7.1 Planejamento Estratégico de Comunicação

O gerente de marketing define o posicionamento da marca, as estratégias de divulgação e o calendário de campanhas, assegurando a coerência entre a identidade visual e o público-alvo.

5.3.7.2 Criação e Desenvolvimento de Conteúdo

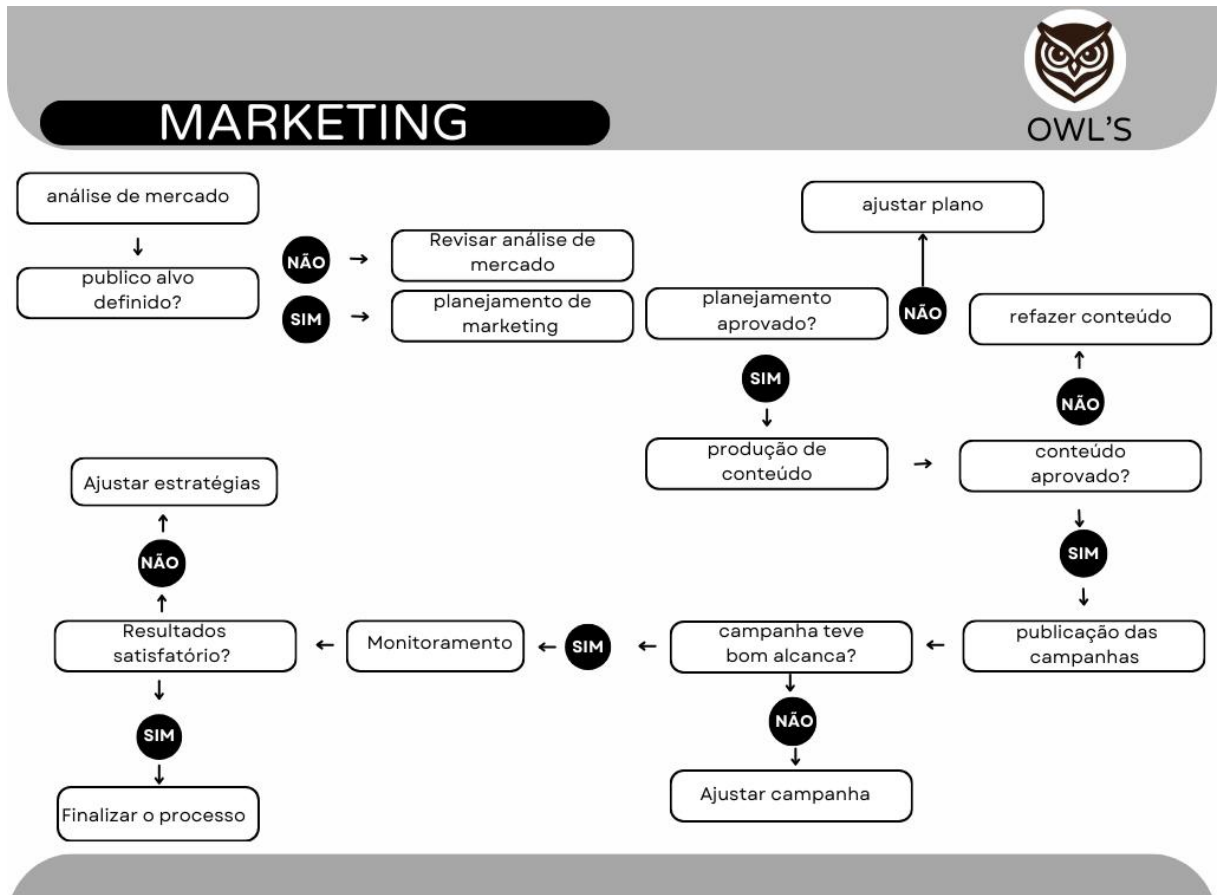
Os analistas de marketing elaboram materiais visuais e textuais, administram as redes sociais e acompanham os resultados das ações promocionais. Essas atividades contribuem para o fortalecimento da presença digital e o aumento do engajamento da marca.

5.3.7.3 Apoio e Monitoramento

Os estagiários de marketing oferecem suporte na criação de publicações, monitoramento de métricas e análise de desempenho das campanhas, colaborando com a efetividade das estratégias implementadas.

A imagem a seguir pode ser observado melhor como será o fluxo de trabalho do setor de marketing.

Imagem 24 - Fluxograma Marketing



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.4 Necessidade de pessoal

A estrutura de pessoal da Owl's foi planejada de forma a garantir eficiência operacional, integração entre os setores e alinhamento com os valores organizacionais de inovação, qualidade e sustentabilidade. Cada departamento possui funções específicas, mas atua de maneira colaborativa, permitindo o fluxo de informações e decisões de forma ágil e transparente.

A seguir, é exibido o organograma que ilustra a divisão interna das funções e o fluxo de atividades de cada área, permitindo uma visão clara das relações de subordinação e da distribuição das responsabilidades. Após isso, são descritos os cargos, suas atribuições e a necessidade de pessoal para o funcionamento adequado da empresa.

Imagem 25 - Organograma de Estrutura Organizacional



Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.4.1 Departamento Administrativo

Responsável pela gestão estratégica, controle financeiro, processos internos e suporte geral à operação da empresa.

- Diretor Executivo (CEO) – responsável pela direção geral da empresa e pela tomada de decisões estratégicas.

Imagem 26 - Escopo Diretor Administrativo-Executivo

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Diretor Administrativo-Executivo	Administrativo	Alta Direção	Conselho Administrativo	R\$ 9.000,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável pela direção estratégica e administrativa da Owl's, coordenando os processos internos, supervisionando a gestão financeira terceirizada e assegurando o alinhamento entre todos os departamentos da empresa. Atua como elo entre a visão dos sócios e a execução operacional, garantindo eficiência, inovação e sustentabilidade nos processos corporativos.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir diretrizes estratégicas e operacionais da empresa. 2. Supervisionar as áreas administrativa, de produção, marketing e e-commerce. 3. Acompanhar resultados financeiros e de desempenho organizacional. 4. Representar a Owl's em reuniões e parcerias institucionais. 5. Assegurar a aplicação dos valores da marca em todas as operações. 6. Coordenar a equipe de liderança e promover a integração entre setores. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Participar de eventos do setor e reuniões de inovação. 2. Conduzir treinamentos e mentorias para líderes e gestores. 3. Apoiar decisões de expansão, investimentos e parcerias estratégicas. 				

Fonte: Aatoria Própria, 2025.

- Assistente Executivo - apoio a diretoria e em funções inerentes a gestão de informações institucionais e gerenciais.

Imagem 27 - Escopo Assistente Executivo

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Assistente Executivo	Administrativo	Assistente Executivo	Diretor Administrativo-Executivo	R\$ 2.800,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável por apoiar a Diretoria na gestão de informações, comunicação institucional e acompanhamento de indicadores corporativos. Atua como elo estratégico entre a alta gestão e os setores, garantindo eficiência, sigilo e alinhamento nas decisões executivas.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Assessorar diretamente o Diretor Administrativo-Executivo. 2. Controlar agendas, reuniões e compromissos da diretoria. 3. Elaborar relatórios e apresentações de resultados corporativos. 4. Coordenar a comunicação entre diretoria e gerências. 5. Acompanhar o andamento de projetos estratégicos. 6. Apoiar o controle de indicadores e metas dos setores. 7. Manter relacionamento institucional com parceiros e stakeholders. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar eventos, visitas e reuniões de alto nível. 2. Apoiar auditorias e ações de compliance. 3. Substituir a diretoria em comunicações administrativas internas. 				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- Assistente Administrativo – executa rotinas de apoio ao setor, organização de documentos e atendimento interno.

Imagem 28 - Escopo Assistente Administrativo

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Assistente Administrativo	Administrativo	Assistente	Assistente Executivo	R\$ 2.550,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável pelo suporte direto às rotinas operacionais da administração da Owl's, cuidando da documentação, controle de processos e apoio interno aos setores. Atua garantindo a fluidez das demandas diárias e o cumprimento dos prazos internos.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Controlar documentos, contratos e correspondências. 2. Organizar agendas e reuniões internas dos setores. 3. Apoiar o controle de pagamentos e notas junto ao financeiro terceirizado. 4. Fazer cotações e compras administrativas. 5. Manter o controle de materiais e solicitações internas. 6. Alimentar planilhas e relatórios de apoio à gestão. 7. Apoiar o RH e Produção em demandas logísticas e administrativas. 				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoiar a organização de eventos e treinamentos. 2. Ajudar na gestão de manutenção predial e suprimentos. 3. Substituir a Assistente Corporativa em atividades administrativas básicas. 				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.4.2 Departamento de Recursos Humanos (RH)

Setor voltado à gestão de pessoas, clima organizacional, recrutamento e desenvolvimento profissional dos colaboradores.

- 2 Analistas de RH – realizam recrutamento e seleção, folha de pagamento, controle de ponto e benefícios.

Imagem 29 - Escopo Analista de Recursos Humanos

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Analista de Recursos Humanos	Recursos Humanos	Analista	Diretor Administrativo-Executivo	R\$ 3.700,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável pela execução das rotinas de recursos humanos da Owl's, incluindo recrutamento, seleção, treinamento e desenvolvimento, além de apoiar a cultura organizacional pautada na inovação, transparência e valorização dos colaboradores.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conduzir processos de recrutamento e seleção. 2. Organizar programas de integração e treinamento. 3. Apoiar o desenvolvimento de lideranças e clima organizacional. 4. Gerenciar benefícios e acompanhar ponto e frequência. 5. Promover ações de endomarketing e eventos internos. 6. Apoiar o setor administrativo no controle de contratos e admissões. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicar pesquisas de clima organizacional. 2. Apoiar a realização da "Semana do Funcionário Owl's". 3. Participar de ações sociais e eventos corporativos. 				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- Assistente de Recursos Humanos e Departamento Pessoal –

Imagem 30 - Escopo Assistente de RH e departamento pessoal

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Assistente de RH e departamento pessoal	Recursos Humanos	Assistente	Analista de Recursos Humanos	R\$ 2.300,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável por dar suporte nas rotinas administrativas e de pessoal, mantendo a documentação e registros atualizados, garantindo o cumprimento das obrigações legais e o bom funcionamento das				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoiar admissões, rescisões e atualização de cadastros. 2. Controlar ponto e frequência dos colaboradores. 3. Organizar arquivos e documentos trabalhistas. 4. Apoiar na folha de pagamento terceirizada. 5. Dar suporte nos eventos e campanhas internas de RH. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoiar treinamentos e palestras internas. 2. Realizar atendimento aos colaboradores para dúvidas trabalhistas. 				

Fonte: Aatoria Própria, 2025.

5.4.3 Departamento de Marketing

Área responsável pela identidade da marca, comunicação com o público e estratégias de divulgação.

- Gerente de Marketing – coordena as campanhas e o posicionamento da marca.

Imagem 31 - Escopo Gerente de Marketing

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Gerente de Marketing	Marketing	Gerente	Diretor Administrativo-Executivo	R\$ 5.500,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável por planejar, coordenar e supervisionar todas as ações de marketing da marca, garantindo a coerência da comunicação visual e o crescimento da presença digital da Owl's.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Planejar campanhas e ações de marketing. 2. Coordenar analistas e estagiários. 3. Analisar métricas e resultados das campanhas. 4. Criar estratégias para reels e postagens no Instagram. 5. Gerenciar parcerias com influenciadores. 6. Supervisionar a imagem institucional da marca. 				
Tarefas ocasionais				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- Analista de Marketing e Comunicação – desenvolve estratégias de mídia, acompanha indicadores e performance.

Imagem 32 - Escopo de Analista de Marketing

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Analista de Marketing	Marketing	Analista	Gerente de Marketing	R\$ 3.800,00
Descrição sumária do Cargo				
Auxilia no planejamento e execução das estratégias de marketing e comunicação da empresa, acompanhando indicadores de desempenho e promovendo melhorias nas campanhas.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoiar o desenvolvimento de campanhas publicitárias e digitais. 2. Acompanhar o desempenho das redes sociais e tráfego no site. 3. Criar relatórios de engajamento e alcance. 4. Colaborar com o setor de e-commerce na divulgação de produtos. 				
Tarefas ocasionais				
1. Cobertura fotográfica e de vídeo em eventos da marca.				

Fonte: Autoria Própia, 2025.

- Designer Gráfico / Social Media – produz conteúdos visuais, gerencia redes sociais e materiais publicitários.

Imagem 33 - Escopo Social Media

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Social Media	Marketing	Técnico	Gerente de Marketing	R\$ 3.200,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável pela criação de artes, postagens e materiais de divulgação da Owl's, assegurando a padronização da identidade visual e a atratividade dos conteúdos digitais.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desenvolver posts, banners e anúncios digitais. 2. Editar vídeos e reels para redes sociais. 3. Manter o padrão visual da marca em todos os canais. 4. Colaborar com o e-commerce e o setor de eventos. 				
Tarefas ocasionais				
1. Produzir materiais gráficos para eventos e ações presenciais.				

Fonte: Autoria Própia, 2025.

- Estagiário de Marketing – auxilia na criação de postagens, pesquisas e suporte às ações promocionais.

Imagem 34 - Escopo Estagiário de Marketing

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Estagiário de Marketing	Marketing	Estagiário	Analista de Marketing	R\$ 1.300,00
Descrição sumária do Cargo				
Apoia o setor de marketing em atividades de criação de conteúdo, relatórios e suporte a campanhas digitais.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Auxiliar na elaboração de postagens e legendas. 2. Ajudar no monitoramento das redes sociais. 3. Apoiar na montagem de apresentações e relatórios. 4. Auxiliar no agendamentos das postagens nas redes sociais. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Auxiliar em sessões de fotos e gravações de vídeos promocionais. 				

Fonte: Aatoria Própia, 2025.

5.4.4 Departamento de E-commerce

Setor dedicado à operação de vendas online, atendimento digital e gestão de pedidos.

- Coordenador de E-commerce – supervisiona o site, o fluxo de pedidos e o relacionamento digital com clientes.

Imagem 35 - Escopo Coordenador de E-commerce

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Coordenador de E-commerce	E-commerce	Coordenador	Diretor Administrativo-Executivo	R\$ 5.000,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável por gerenciar a operação da loja virtual da Owl's, garantindo a atualização do site, a eficiência nas vendas e o suporte ao cliente.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atualizar o catálogo de produtos e preços. 2. Supervisionar pedidos e entregas. 3. Monitorar indicadores de conversão e satisfação. 4. Planejar campanhas promocionais. 5. Trabalhar de forma integrada com os setores de marketing e estoque. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Testar novas plataformas de pagamento e integração. 				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- 2 Assistentes de Vendas Online – atendem os consumidores pelos canais digitais, processam pedidos e acompanham entregas.

Imagem 36 - Escopo Assistente de Vendas

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Assistente de Vendas Online	E-commerce	Assistente	Coordenador de E-commerce	R\$ 2.800,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável por auxiliar nas vendas e no atendimento aos clientes do e-commerce, garantindo um processo de compra rápido e eficiente.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
1. Processar pedidos e acompanhar entregas. 2. Atualizar cadastros e descrições de produtos. 3. Atender clientes via chat, e-mail e redes sociais. 4. Apoiar o controle de devoluções e trocas.				
Tarefas ocasionais				
1. Auxiliar no atendimento presencial durante grandes promoções.				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- Técnico de Suporte de TI – dá suporte técnico à plataforma de vendas e aos sistemas internos.

Imagem 37 - Escopo Analista de Suporte de TI

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Analista de suporte de TI	E-commerce	Analista	Coordenador de E-commerce	R\$ 3.800,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável por gerenciar e manter os sistemas tecnológicos da Owl's, garantindo o funcionamento eficiente do e-commerce, da infraestrutura de rede e dos recursos digitais da empresa.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
1. Monitorar e otimizar o desempenho do site e do servidor. 2. Implementar integrações entre plataformas (estoque, vendas e marketing). 3. Garantir a segurança das informações e dados da empresa. 4. Prestar suporte técnico aos colaboradores e resolver falhas de sistema. 5. Apoiar a inovação digital e automação de processos.				
Tarefas ocasionais				
1. Acompanhar atualizações de software, implantação de novas ferramentas e treinamentos de equipe.				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.4.5 Departamento de Produção

Responsável pela confecção, personalização e controle de qualidade das peças.

- Gerente de Produção – coordena as etapas de confecção e personalização.

Imagem 38 - Escopo Gerente de Produção

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Gerente de produção	Produção	Gerente	Diretor Administrativo-Executivo	R\$ 5.500,00
Descrição sumária do Cargo				
Supervisiona toda a cadeia produtiva da Owl's, garantindo o cumprimento dos prazos, o controle de qualidade e a integração entre os setores de confecção e estoque.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
1. Coordenar o planejamento de produção. 2. Supervisionar o controle de qualidade. 3. Gerenciar a equipe de costura e auxiliar na modelagem. 4. Acompanhar a entrada de materiais e o fluxo com o estoque. 5. Apoiar o e-commerce na disponibilidade de produtos.				
Tarefas ocasionais				
1. Visitar fornecedores e participar de testes de materiais e tecidos.				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- Supervisor de Confecção / Estilista – planeja e supervisiona o design e os acabamentos das roupas.

Imagem 39 - Escopo Supervisor de Confecção

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Supervisor de Confecção / Estilista	Produção	Supervisão	Gerente de produção	R\$ 4.500,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável por planejar coleções e supervisionar a confecção das peças, assegurando a estética, qualidade e exclusividade das criações Owl's.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
1. Desenvolver e revisar moldes. 2. Supervisionar costureiras e auxiliares. 3. Garantir o padrão de acabamento. 4. Apoiar o marketing com informações sobre novas coleções.				
Tarefas ocasionais				
1. Participar de eventos e desfiles para divulgação da marca.				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- 4 Costureiras CLT – executam a produção e os ajustes das peças.

Imagem 40 - Escopo Costureira

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Costureira	Produção	Operacional	Supervisor de Confecção	R\$ 3.300,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável pela confecção de peças de vestuário, seguindo os padrões de qualidade e acabamento da Owl's.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Operar máquinas de costura. 2. Executar cortes, ajustes e acabamentos. 3. Manter o ambiente de trabalho limpo e organizado. 				
Tarefas ocasionais				
1. Ajudar em reparos e protótipos de novas coleções.				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- 3 Auxiliares de Costura – presta apoio operacional às costureiras e ao controle de materiais.

Imagem 41 - Escopo Auxiliar de Costura

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Auxiliar de costura	Produção	Operacional	Supervisor de Confecção	R\$ 2.350,00
Descrição sumária do Cargo				
Auxilia a equipe de costura na preparação, acabamento e organização dos materiais, garantindo o suporte necessário ao bom andamento da produção e à qualidade das peças confeccionadas.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Separar tecidos, linhas e aviamentos conforme as ordens de produção. 2. Apoiar nas etapas de corte, costura e acabamento. 3. Manter o ambiente de trabalho limpo e organizado. 4. Auxiliar no controle e reposição de materiais de costura. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoiar na inspeção de qualidade das peças prontas. 2. Auxiliar na preparação de protótipos e testes de modelagem. 3. Ajudar na embalagem e organização das peças finalizadas para envio ao estoque. 				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- 2 Estagiários de Costura – acompanha os processos de criação e acabamento.

Imagem 42 - Escopo Estagiário de Costura

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Estagiário de costura	Produção	Estágio	Supervisor de Confecção	R\$ 1.300,00
Descrição sumária do Cargo				
Acompanha os processos de confecção, auxiliando nas etapas de corte, costura e acabamento.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
1. Observar e auxiliar no processo de produção. 2. Apoiar o controle de qualidade. 3. Ajudar na organização dos materiais.				
Tarefas ocasionais				
1. Auxiliar em ajustes de peças sob medida.				

Fonte: Autoria Própia, 2025.

- Supervisor de Estoque – controla a entrada e saída de materiais e produtos finalizados.

Imagem 43 - Escopo Supervisor de Estoque

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Supervisor de estoque	Produção	Supervisor	Gerente de produção	R\$ 3.400,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável pelo controle, organização e distribuição dos produtos acabados e materiais utilizados na confecção, garantindo a integridade, rastreabilidade e eficiência no fluxo de entrada e saída do estoque.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
1. Supervisionar o recebimento, armazenagem e separação de materiais. 2. Manter o controle de estoque físico e digital atualizado. 3. Garantir a integridade e conservação dos produtos. 4. Coordenar inventários periódicos e controle de perdas. 5. Integrar informações com o setor de E-commerce e Produção.				
Tarefas ocasionais				
1. Apoiar a logística de envio de produtos para a loja física e clientes online. 2. Sugerir melhorias no layout e na organização do espaço de armazenamento.				

Fonte: Autoria Própia, 2025.

- Assistente de Controle de Materiais – organiza o armazenamento e faz inventários periódicos.

Imagem 44 - Escopo Assistente de Logística e Materiais

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Assistente de Logística e Materiais	Produção	Operacional	Supervisor de Estoque	R\$ 2.400,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável pelo controle de materiais e apoio à expedição de produtos, garantindo o fluxo eficiente de entrada e saída de insumos e peças prontas no estoque da Owl's, com foco em organização, rastreabilidade e qualidade logística.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Receber, conferir e registrar a entrada de materiais. 2. Controlar movimentações de estoque em sistema e planilhas. 3. Apoiar a separação, embalagem e expedição de produtos acabados. 4. Garantir a organização e identificação correta de insumos e produtos. 5. Trabalhar em parceria com os setores de Produção e E-commerce. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ajudar em inventários e auditorias de estoque. 2. Apoiar a logística de envio e coleta de materiais. 3. Sugerir melhorias no processo de controle e armazenamento. 				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.4.6 Departamento de Atendimento da Loja

Setor responsável pela experiência de compra e relacionamento direto com o cliente.

- Coordenador de vendas e atendimento – supervisiona o atendimento e a performance comercial.

Imagem 45 - Escopo Coordenador de Vendas e Atendimento

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Coordenador de Vendas e atendimento	Loja Física	Coordenação	Diretor Administrativo-Executivo	R\$ 4.000,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável por coordenar o atendimento e as vendas na loja física da Owl's, assegurando a excelência no relacionamento com o cliente, a organização do ambiente e o cumprimento das metas comerciais.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisionar vendedores e atendentes. 2. Garantir o padrão de atendimento e experiência Owl's. 3. Controlar metas, indicadores e feedbacks de vendas. 4. Apoiar a montagem de vitrines e exposição de produtos. 5. Integrar informações com o setor de marketing e estoque. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Representar a loja em eventos e feiras de moda. 2. Apoiar o treinamento de novos vendedores. 				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- 3 Vendedores – realizam vendas e consultoria personalizada aos clientes.

Imagem 46 - Escopo Vendedor

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Vendedor	Loja Física	Atendimento	Coordenador de Vendas e atendimento	R\$ 1.900,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável pelo atendimento direto ao cliente, promovendo a experiência Owl's através de um serviço personalizado, auxiliando na escolha de produtos e mantendo a organização do ambiente de vendas.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atender clientes com empatia e excelência. 2. Demonstrar produtos e apoiar provas e ajustes. 3. Participar da organização de vitrines e do layout da loja. 4. Controlar estoque interno e registrar vendas. 5. Colaborar com o marketing em campanhas de relacionamento. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoiar eventos promocionais e lançamentos de coleção. 				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

- 2 Operador de Caixa – responsável pelo fechamento de vendas e controle de pagamentos.

Imagem 47 - Escopo Operador de Caixa

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Operador de Caixa	Loja Física	Atendimento	Coordenador de Vendas e atendimento	R\$ 1.900,00
Descrição sumária do Cargo				
Responsável pelo registro de vendas, controle financeiro da loja e apoio administrativo no ponto de venda, garantindo o fechamento correto de caixa e a satisfação do cliente.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Registrar vendas e processar pagamentos. 2. Emitir notas fiscais e recibos. 3. Controlar trocas, devoluções e cancelamentos. 4. Apoiar o fechamento e conferência diária do caixa. 5. Manter o atendimento cordial e eficiente. 				
Tarefas ocasionais				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoiar inventários internos. 2. Ajudar na organização de materiais promocionais. 				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.4.7 Departamento de Limpeza e Manutenção

Setor essencial para garantir a conservação, higiene e conforto dos espaços da empresa.

- 2 Auxiliares de Limpeza – realizam a limpeza geral dos ambientes, apoio em eventos e cuidados com as áreas comuns, como copas e auditório.

Imagem 48 - Escopo Auxiliar de Limpeza

Descrição de cargo da Empresa Owl's				
Cargo Contratado	Departamento	Nível Hierárquico	Liderança Imediata	Salário
Auxiliar de Limpeza	Serviços Gerais	Operacional	Diretor Administrativo-Executivo	R\$ 1.750,00
Descrição sumária do Cargo				
1. Responsável pela higienização e conservação dos ambientes da empresa, garantindo espaços organizados, seguros e agradáveis para clientes e colaboradores.				
Descrição das responsabilidades do Cargo				
1. Realizar a limpeza e conservação de todas as áreas. 2. Controlar o uso de materiais de limpeza. 3. Manter banheiros, copa e áreas comuns em perfeito estado. 4. Apoiar a preparação de salas de reunião e eventos internos.				
Tarefas ocasionais				
1. Apoiar eventos internos e ações comemorativas. 2. Ajudar na organização de mudanças e pequenas manutenções.				

Fonte: Autoria Própria, 2025.

5.4.8 Terceirizados

- Escritório Contábil Parceiro – responsável por contabilidade, folha de pagamento, obrigações fiscais e relatórios financeiros.
- Assessoria Financeira Externa – responsável pelo controle de fluxo de caixa, conciliação bancária, planejamento financeiro e apoio à tomada de decisão.

6 PLANO FINANCEIRO

Este capítulo é dedicado à apresentação das informações financeiras do projeto, abrangendo os investimentos necessários para a abertura da empresa, os custos envolvidos em sua operação e a estimativa de retorno. Além disso, busca demonstrar o período previsto para que esse retorno ocorra. O objetivo é oferecer uma análise clara da viabilidade econômica do empreendimento, permitindo avaliar sua sustentabilidade e potencial de crescimento.

6.1 Estimativa dos investimentos fixos

Este tópico apresenta os investimentos fixos necessários para o início das operações da empresa, incluindo máquinas, equipamentos, mobiliário e demais itens permanentes essenciais para o funcionamento das atividades. O Quadro a seguir detalha cada item e seu respectivo valor.

Quadro 1 - Máquinas e Equipamentos

Máquinas e Equipamentos			
Descrição	Qtde	Valor Unit.	Total
Kit Reta+overlock +galoneira Industriais12m	2	R\$ 11.890,00	R\$ 23.780,00
Estrutura Metálica P/ Mesa De Corte Costura Enfesto 2,70x1,8	1	R\$ 3.780,00	R\$ 3.780,00
Máquina de Corte Têxtil 12 Polegadas 850 Watts Sun Special - SSH-B-L 12 (220V)	4	R\$ 2.719,20	R\$ 10.876,80
Notebook Lenovo Ideapad 1i	17	R\$ 1.979,00	R\$ 33.643,00
Impressora Multifuncional HP Laser PRO 4103fdw Mono, Wifi, Wireless, Ethernet, USB, Duplex, 110v, Branco - 2Z629A_696	4	R\$ 2.439,99	R\$ 9.759,96
Smart TV HQ 43" Full HD tela sem bordas Sistema Android Design Slim HQS43NKHM	3	R\$ 1.171,00	R\$ 3.513,00
Projektor Intelbras Full HD 3800 Lumens PFL5210	2	R\$ 1.551,00	R\$ 3.102,00
Singer Máquina de Costura HD4423 Sterling	2	R\$ 1.070,00	R\$ 2.140,00
Geladeira Refrigerador Compacto HQ Defrost HQ-150RDF Branco	2	R\$ 1.407,12	R\$ 2.814,24
Caixa de Som Amplificada Vibe Sound	1	R\$ 521,10	R\$ 521,10
Microfone Kadosh Duplo Sem Fio K 402M	3	R\$ 599,00	R\$ 1.797,00
Câmera De Vídeo Profissional Com Filmadora 4k	1	R\$ 1.571,85	R\$ 1.571,85
Zig Zag Industrial 1 Agulha	2	R\$ 2.227,00	R\$ 4.454,00
Impressora de Etiquetas Brother Térmica	2	R\$ 899,10	R\$ 1.798,20
Computador Completo Desktop Intel Core I5 16gb Monitor 19.5 Hdmi Ssd 480gb Windows	5	R\$ 1.134,00	R\$ 5.670,00
Máquina de Bordado Brother PE910	2	R\$ 4.553,00	R\$ 9.106,00
Ferro De Passar Industrial Continental	2	R\$ 1.514,97	R\$ 3.029,94
Purificador de Água	5	R\$ 549,10	R\$ 2.745,50
Maquinas de Costura Reta Overlock e Galoneira	2	R\$ 2.961,00	R\$ 5.922,00
Prensa Térmica Profissional 100x70 Com 2 Gavetas	1	R\$ 11.115,00	R\$ 11.115,00
Total			R\$ 141.139,59

Fonte: Autoria Própria, 2025.

6.2 Capital de giro

Aqui são apresentados os recursos financeiros necessários para garantir a continuidade das operações nos primeiros meses de atividade, considerando despesas operacionais, reposição de estoque e manutenção do fluxo de caixa. O Quadro abaixo demonstra o cálculo estimado do capital de giro.

Quadro 2 - Capital de Giro

Capital de Giro (suficiente para 90 dias)			
Descrição	Custo	Tempo (mês)	Total R\$
Planilha 10 - Apuração do custo de Matéria-Prima e Mercadorias Vendidas	R\$ 247.701,10	3	R\$ 743.103,30
Planilha 11 - Estimativa dos custos de comercialização	R\$ 61.782,00	3	R\$ 185.346,00
Planilha 14 - Estimativa de custos fixos operacionais mensais	R\$ 62.570,00	3	R\$ 187.710,00
Total			R\$ 1.116.159,30

Fonte: Autoria Própria, 2025.

6.3 Investimentos pré-operacionais

Este tópico contempla os gastos realizados antes da abertura oficial da empresa, como taxas, registros, consultorias e despesas relacionadas à implantação. A seguir são apresentados os valores estimados para cada etapa pré-operacional.

Quadro 3 - Investimentos Pré-Operacionais

Investimentos Pré-Operacionais	
Descrição	R\$
Balança digital G-Life slim 150kg prata	R\$ 173,70
Leitor Código de Barra Com Fio Knup	R\$ 756,00
Carrinho Carga 350kg Pneu Camara	R\$ 560,00
Carro de Carga Plataforma Telado	R\$ 1.192,00
Guarda Roupas Armário Arara De Roupa Vertical Sapateira	R\$ 394,50
Mesa de Centro Retangular 67 X 44cm Industrial	R\$ 142,00
Teclado USB	R\$ 209,40
Passadeira a Vapor Cadence Lisser Pro	R\$ 359,00
Tábua de Passar Roupa Dobrável e Regulável Reforçada	R\$ 250,00
Suporte para Notebook Portátil em Metal Dobrável Ergonômico	R\$ 478,50
Treinamento de equipe	R\$ 2.500,00
Cabides	R\$ 131,98
Quadro Branco	R\$ 219,90
Headset	R\$ 323,82
Extensão	R\$ 105,00
Microfone Sem Fio Duplo Vokal	R\$ 298,99
Uniformes	R\$ 3.000,00
Documentação para abertura	R\$ 2.500,00
Coquetel de Inauguração	R\$ 5.000,00
Reforma geral do imóvel	R\$ 130.000,00
Total	R\$ 148.594,79
Total de Investimentos Pré Operacionais	R\$ 148.594,79

Fonte: Autoria Própria, 2025.

6.4 Investimento total

Nesta seção é apresentado um resumo consolidado de todos os investimentos necessários para a abertura da empresa, reunindo investimentos fixos, capital de giro e custos pré-operacionais. O Quadro a seguir apresenta o valor total do investimento inicial.

Quadro 4 - Investimento Total

Investimento Total		
Descrição dos Investimentos	Valor	%
Ativos Fixos	R\$ 217.710,84	15%
Capital de Giro	R\$ 1.116.159,30	75%
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 148.594,79	10%
Total	R\$ 1.482.464,93	

Fonte: Autoria Própria, 2025.

6.5 Estimativa do faturamento mensal

Aqui é demonstrada a previsão de faturamento mensal com base na capacidade produtiva, preços de venda e projeção de demanda. O Quadro apresenta o cálculo estimado do faturamento total esperado.

Quadro 5 - Estimativa de Faturamento Mensal

Estimativa de Faturamento Mensal			
Produto/Serviço	Qtde (estimativa de vendas)	Preço Unitário da Venda	Faturamento Total
Moletom canguru	400	R\$ 150,00	R\$ 60.000,00
Camiseta	500	R\$ 130,00	R\$ 65.000,00
Jaqueta jeans	280	R\$ 180,00	R\$ 50.400,00
Calça cargo jeans	380	R\$ 200,00	R\$ 76.000,00
Calça Moletom	550	R\$ 130,00	R\$ 71.500,00
Jaqueta de couro	300	R\$ 250,00	R\$ 75.000,00
Short Tactel	250	R\$ 75,00	R\$ 18.750,00
Vestido	350	R\$ 120,00	R\$ 42.000,00
Saia	270	R\$ 85,00	R\$ 22.950,00
Personalização	350	R\$ 95,00	R\$ 33.250,00
Total			R\$ 514.850,00

Fonte: Autoria Própria, 2025.

6.6 Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações

Este tópico detalha os custos envolvidos na produção das peças, incluindo matéria-prima, insumos diretos e eventuais serviços terceirizados. Os valores unitários são apresentados nos quadros abaixo para facilitar a visualização dos custos por produto.

Quadro 6 - Estimativa dos Custos de Matéria Prima do Moletom Canguru

Estimativa dos Custos de Matéria-Prima			
Moletom Canguru			
Matéria-Prima	Quant por produto(metros)	Preço por Produto	Preço Total por Produto
Tecido Moletom(metros)	2	R\$ 38,70	R\$ 77,40
Linha (metros)	300	R\$ 0,01	R\$ 3,00
Etiqueta	2	R\$ 0,32	R\$ 0,64
Cadarço (metros)	1,5	R\$ 0,18	R\$ 0,27
Transfer/ Impressão	1	R\$ 8,73	R\$ 8,73
Total			R\$ 90,04

Fonte: Autoria Própria, 2025.

Quadro 7 - Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Camiseta

Camiseta			
Matéria-Prima	Quant por produto	Preço por Produto	Preço Total por Produto
Tecido Linho misto com viscoso (metros)	1,5	R\$ 22,66	R\$ 33,99
Linha (metros)	150	R\$ 0,01	R\$ 1,50
Etiqueta	2	R\$ 0,32	R\$ 0,64
Transfer/ Impressão	1	R\$ 8,73	R\$ 8,73
Total			R\$ 44,86

Fonte: Autoria Própria, 2025.

Quadro 8 - Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Jaqueta Jeans

Jaqueta jeans			
Matéria-Prima	Quant por produto	Preço por Produto	Preço Total por Produto
Tecido Jeans (metros)	1,7	R\$ 37,89	R\$ 64,41
Linha (metros)	230	R\$ 0,01	R\$ 2,30
Etiqueta	2	R\$ 0,32	R\$ 0,64
Botão de pressão	10	R\$ 0,70	R\$ 7,00
Transfer/ Impressão	4	R\$ 8,73	R\$ 34,92
Total			R\$ 109,27

Fonte: Autoria Própria, 2025.

Quadro 9 - Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Calça Cargo

Calça cargo jeans			
Matéria-Prima	Quant por produto	Preço por Produto	Preço Total por Produto
Tecido Jeans (metros)	2,2	R\$ 37,89	R\$ 83,36
Linha (metros)	270	R\$ 0,01	R\$ 2,70
Etiqueta	1	R\$ 0,32	R\$ 0,32
Botão de pressão	6	R\$ 0,70	R\$ 4,20
Total			R\$ 90,58

Fonte: Autoria Própria, 2025.

Quadro 10 - Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Calça Moletom

Calça Moletom			
Matéria-Prima	Quant por produto(metros)	Preço por Produto	Preço Total por Produto
Tecido Moletom(metros)	2,2	R\$ 38,70	R\$ 85,14
Linha (metros)	200	R\$ 0,01	R\$ 2,00
Etiqueta	1	R\$ 0,32	R\$ 0,32
Cadarço (metros)	1,5	R\$ 0,18	R\$ 0,27
Transfer/ Impressão	1	R\$ 8,73	R\$ 8,73
Total			R\$ 96,46

Fonte: Autoria Própria, 2025.

Quadro 11 - Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Jaqueta de Couro

Jaqueta de couro			
Matéria-Prima	Quant por produto(metros)	Preço por Produto	Preço Total por Produto
Tecido couro (metros)	1,8	R\$ 11,40	R\$ 20,52
Linha (metros)	250	R\$ 0,01	R\$ 2,50
Etiqueta	1	R\$ 0,32	R\$ 0,32
Zíper (metros)	1,5	R\$ 9,19	R\$ 13,79
Ilhós Metálico	10	R\$ 0,06	R\$ 0,60
Tecido cetim (metros)	1,8	R\$ 4,24	R\$ 7,63
Botão de pressão	2	R\$ 0,70	R\$ 1,40
Total			R\$ 46,76

Fonte: Autoria Própria, 2025.

Quadro 12 - Estimativa dos Custos de Matéria Prima do Short Tactel

Short Tactel			
Matéria-Prima	Quant por produto(metros)	Preço por Produto	Preço Total por Produto
Tecido tactel (metros)	1,5	R\$ 9,90	R\$ 14,85
Linha (metros)	130	R\$ 0,01	R\$ 1,30
Etiqueta	1	R\$ 0,32	R\$ 0,32
Cadarço (metros)	1,5	R\$ 0,18	R\$ 0,27
Transfer/ Impressão	1	R\$ 8,73	R\$ 8,73
Total			R\$ 25,47

Fonte: Autoria Própria, 2025.

Quadro 13 - Estimativa dos Custos de Matéria Prima do Vestido

Vestido			
Matéria-Prima	Quant por produto(metros)	Preço por Produto	Preço Total por Produto
Tecido cetim (metros)	2	R\$ 4,24	R\$ 8,48
Linha (metros)	200	R\$ 0,01	R\$ 2,00
Etiqueta	1	R\$ 0,32	R\$ 0,32
Paête (metros)	1	R\$ 18,00	R\$ 18,00
Botão de pressão	2	R\$ 0,70	R\$ 1,40
Renda (metros)	1	R\$ 29,95	R\$ 29,95
Tule	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Total			R\$ 65,15

Fonte: Autoria Própria, 2025.

Quadro 14 - Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Saia

Saia			
Matéria-Prima	Quant por produto(metros)	Preço por Produto	Preço Total por Produto
Tecido cetim (metros)	2	R\$ 4,24	R\$ 8,48
Linha (metros)	100	R\$ 0,01	R\$ 1,00
Etiqueta	1	R\$ 0,32	R\$ 0,32
Elástico	1,2	R\$ 1,29	R\$ 1,55
Botão fixo	1	R\$ 0,43	R\$ 0,43
Tule	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Total			R\$ 16,78

Fonte: Autoria Própria, 2025.

Quadro 15 - Estimativa dos Custos de Matéria Prima da Personalização

Personalização			
Matéria-Prima	Quant por produto(metros)	Preço por Produto	Preço Total por Produto
Adicionar tecido	1	R\$ 11,40	R\$ 11,40
Linha (metros)	1	R\$ 0,01	R\$ 0,01
Etiqueta	1	R\$ 0,32	R\$ 0,32
Zíper (metros)	1	R\$ 9,19	R\$ 9,19
Ilhós Metálico	1	R\$ 0,06	R\$ 0,06
Tecido cetim (metros)	1	R\$ 4,24	R\$ 4,24
Transfer/ Impressão	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Strass	1	R\$ 0,02	R\$ 0,02
Renda (metros)	1	R\$ 29,95	R\$ 29,95
Paête (metros)	1	R\$ 18,00	R\$ 18,00
Botão fixo	1	R\$ 0,43	R\$ 0,43
Elástico	1	R\$ 1,29	R\$ 1,29
Botão de pressão	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
Total			R\$ 105,61

Fonte: Autoria Própria, 2025.

É importante ressaltar que a personalização é algo que pode variar dependendo do pedido do cliente, sendo assim, o valor da personalização é extremamente relativo.

6.7 Estimativa dos custos de comercialização

São apresentados aqui os custos referentes à venda dos produtos, incluindo taxas de plataformas digitais e demais despesas relacionadas ao processo de comercialização. A seguir estão detalhados os valores estimados.

Quadro 16 - Estimativa dos Custos de Comercialização

Estimativa dos custos de comercialização			
Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Simplex Nacional	7%	R\$ 514.850,00	R\$ 36.039,50
Publicidade e Propaganda	5%	R\$ 514.850,00	R\$ 25.742,50
Total			R\$ 61.782,00

Fonte: Autoria Própria, 2025.

6.8 Apuração do custo dos materiais diretos e mercadorias vendidas

Nesta seção são apurados todos os custos relacionados aos materiais utilizados na produção das peças comercializadas. O Quadro demonstra a soma dos insumos diretos necessários para calcular o custo final das mercadorias vendidas.

Quadro 17 - Apuração do custo dos materiais diretos e mercadorias vendidas

Estimativa de Faturamento Mensal			
Produto/Serviço	Qtde (estimativa de vendas)	Preço Unitário da Venda	Faturamento Total
Moletom canguru	250	R\$ 150,00	R\$ 37.500,00
Camiseta	300	R\$ 130,00	R\$ 39.000,00
Jaqueta jeans	280	R\$ 180,00	R\$ 50.400,00
Calça cargo jeans	220	R\$ 200,00	R\$ 44.000,00
Calça Moletom	190	R\$ 130,00	R\$ 24.700,00
Jaqueta de couro	200	R\$ 250,00	R\$ 50.000,00
Short Tactel	250	R\$ 75,00	R\$ 18.750,00
Vestido	350	R\$ 120,00	R\$ 42.000,00
Saia	270	R\$ 85,00	R\$ 22.950,00
Personalização	200	R\$ 95,00	R\$ 19.000,00
Total			R\$ 348.300,00

Fonte: Autoria Própria, 2025.

6.9 Estimativa dos custos com mão de obra

Este tópico apresenta os custos estimados com salários, encargos e benefícios dos colaboradores envolvidos na produção, operação e administração da empresa. Os valores detalhados podem ser observados no quadro a seguir.

Quadro 18 - Estimativa dos custos com mão de obra

Estimativa dos custos com Mão-de-Obra						
Função	Nº de	Salário Mensal	Subtotal	% de Encargos Sociais	Encargos Sociais	Total
Gerente de Marketing	1	R\$ 5.500,00	R\$ 5.500,00	100%	R\$ 5.500,00	R\$ 11.000,00
Analista de marketing	1	R\$ 3.800,00	R\$ 3.800,00	100%	R\$ 3.800,00	R\$ 7.600,00
Designer e social media	1	R\$ 3.200,00	R\$ 3.200,00	100%	R\$ 3.200,00	R\$ 6.400,00
Estagiário de marketing	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00	100%	R\$ 1.300,00	R\$ 2.600,00
Coordenador de e-commerce	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	100%	R\$ 5.000,00	R\$ 10.000,00
Assistente de vendas online	2	R\$ 2.800,00	R\$ 5.600,00	100%	R\$ 5.600,00	R\$ 11.200,00
Analista suporte de TI	1	R\$ 3.800,00	R\$ 3.800,00	100%	R\$ 3.800,00	R\$ 7.600,00
Gerente de produção	1	R\$ 5.500,00	R\$ 5.500,00	100%	R\$ 5.500,00	R\$ 11.000,00
Supervisor de confecção/ estilista	1	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	100%	R\$ 4.500,00	R\$ 9.000,00
Costureira	4	R\$ 3.300,00	R\$ 13.200,00	100%	R\$ 13.200,00	R\$ 26.400,00
Auxiliar de costura	3	R\$ 2.350,00	R\$ 7.050,00	100%	R\$ 7.050,00	R\$ 14.100,00
Estagiário de costura	2	R\$ 1.300,00	R\$ 2.600,00	100%	R\$ 2.600,00	R\$ 5.200,00
Supervisor de estoque	1	R\$ 3.400,00	R\$ 3.400,00	100%	R\$ 3.400,00	R\$ 6.800,00
Assistente de logística e materiais	1	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00	100%	R\$ 2.400,00	R\$ 4.800,00
Analista de recursos humanos	2	R\$ 3.700,00	R\$ 7.400,00	100%	R\$ 7.400,00	R\$ 14.800,00
Diretor Administrativo-Executivo	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	100%	R\$ 10.000,00	R\$ 20.000,00
Assistente administrativo	1	R\$ 2.550,00	R\$ 2.550,00	100%	R\$ 2.550,00	R\$ 5.100,00
Assistente executiva	1	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	100%	R\$ 2.800,00	R\$ 5.600,00
Assistente de RH e departamento pessoal	1	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	100%	R\$ 2.300,00	R\$ 4.600,00
Coordenador de loja	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	100%	R\$ 4.000,00	R\$ 8.000,00
Vendedor de loja	3	R\$ 1.900,00	R\$ 5.700,00	100%	R\$ 5.700,00	R\$ 11.400,00
Caixa de loja	2	R\$ 1.900,00	R\$ 3.800,00	100%	R\$ 3.800,00	R\$ 7.600,00
Financeiro (Terceirizado)	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	200%	R\$ 7.000,00	R\$ 10.500,00
Auxiliar de limpeza	2	R\$ 1.750,00	R\$ 3.500,00	100%	R\$ 3.500,00	R\$ 7.000,00
Total de custos com mão de obra (mensal) - Levando em consideração o Simples Nacional						R\$ 228.300,00

Fonte: Autoria Própria, 2025.

6.10 Estimativa do custo com depreciação

Aqui são calculados os valores referentes à depreciação dos bens permanentes, como máquinas e equipamentos, distribuídos ao longo de sua vida útil. O quadro seguinte apresenta o custo mensal de depreciação estimado.

Quadro 19 - Estimativa do custo com depreciação

Estimativa de custo com Depreciação						
Ativos Fixos	Quant.	Valor do Bem	Total em Bens	Vida útil em anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Kit Reta+overlock +galoneira Industriais 12m	2	R\$ 11.890,00	R\$ 23.780,00	10	R\$ 2.378,00	R\$ 198,17
Estrutura Metálica P/ Mesa De Corte Costura Enfesto 2,70x1,8	1	R\$ 3.780,00	R\$ 3.780,00	10	R\$ 378,00	R\$ 31,50
Máquina de Corte Têxtil 12 Polegadas 850 Watts Sun Special - SSH-B-L 12 (220V)	4	R\$ 2.719,20	R\$ 10.876,80	10	R\$ 1.087,68	R\$ 90,64
Notebook Lenovo Ideapad 1i	17	R\$ 1.979,00	R\$ 33.643,00	5	R\$ 6.728,60	R\$ 560,72
Impressora Multifuncional HP Laser PRO 4103fdw Mono, Wifi, Wireless, Ethernet, USB, Duplex, 110v, Branco - 2Z629A_696	4	R\$ 2.439,99	R\$ 9.759,96	5	R\$ 1.951,99	R\$ 162,67
Smart TV HQ 43" Full HD tela sem bordas Sistema Android Design Slim HQS43NKHM	3	R\$ 1.171,00	R\$ 3.513,00	5	R\$ 702,60	R\$ 58,55
Projektor Intelbras Full HD 3800 Lumens PFL5210	2	R\$ 1.551,00	R\$ 3.102,00	5	R\$ 620,40	R\$ 51,70
Singer Máquina de Costura HD4423 Sterling	2	R\$ 1.070,00	R\$ 2.140,00	10	R\$ 214,00	R\$ 17,83
Geladeira Refrigerador Compacto HQ Defrost HQ-150RDF Branco	2	R\$ 1.407,12	R\$ 2.814,24	10	R\$ 281,42	R\$ 23,45
Caixa de Som Amplificada Vibe Sound	1	R\$ 521,10	R\$ 521,10	5	R\$ 104,22	R\$ 8,69
Microfone Kadosh Duplo Sem Fio K 402M	3	R\$ 599,00	R\$ 1.797,00	5	R\$ 359,40	R\$ 29,95
Câmera De Vídeo Profissional Com Filmadora 4k	1	R\$ 1.571,85	R\$ 1.571,85	5	R\$ 314,37	R\$ 26,20
Zig Zag Industrial 1 Agulha	2	R\$ 2.227,00	R\$ 4.454,00	10	R\$ 445,40	R\$ 37,12
Impressora de Etiquetas Brother Térmica	2	R\$ 899,10	R\$ 1.798,20	5	R\$ 359,64	R\$ 9,97
Computador Completo Desktop Intel Core I5 16gb Monitor 19.5 Hdmi Ssd 480gb Windows	5	R\$ 1.134,00	R\$ 5.670,00	5	R\$ 1.134,00	R\$ 94,50
Máquina de Bordado Brother PE910	2	R\$ 4.553,00	R\$ 9.106,00	10	R\$ 910,60	R\$ 75,88
Máquina de Bordado Brother PE910	2	R\$ 4.553,00	R\$ 9.106,00	10	R\$ 910,60	R\$ 75,88
Ferro De Passar Industrial Continental	2	R\$ 1.514,97	R\$ 3.029,94	10	R\$ 302,99	R\$ 25,25
Purificador de Água	5	R\$ 549,10	R\$ 2.745,50	5	R\$ 549,10	R\$ 45,76
Maquinas de Costura Reta Overlock e Galoneira	2	R\$ 2.961,00	R\$ 5.922,00	10	R\$ 592,20	R\$ 49,35
Prensa Térmica Profissional 100x70 Com 2 Gavetas	1	R\$ 11.115,00	R\$ 11.115,00	10	R\$ 1.111,50	R\$ 92,63
Total de custos com depreciação (mensal)					R\$ 10.864,43	R\$ 1.766,41

Fonte: Autoria Própria, 2025.

6.11 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Esta seção apresenta todos os custos fixos mensais necessários para manter a operação da empresa, como aluguel, energia, internet, contador e outros serviços contínuos. O quadro abaixo reúne cada item e seu custo estimado.

Quadro 20 - Estimativa de custos fixos operacionais mensais

Estimativa de custos fixos operacionais mensais	
Descrição	Custo Total Mensal
Aluguel	R\$ 15.000,00
Água	R\$ 1.350,00
Energia Elétrica	R\$ 15.200,00
Telefone/ Internet	R\$ 650,00
Contador	R\$ 750,00
Pró-Labore	R\$ 25.000,00
Manutenção Equipamentos	R\$ 2.000,00
Material de Limpeza	R\$ 800,00
Material de escritório	R\$ 1.200,00
Serviços de Transporte	R\$ 500,00
Taxas Prefeitura	R\$ 120,00
Depreciação (planilha 13)	R\$ 1.766,41
Total	R\$ 64.336,41

Fonte: Autoria Própria, 2025.

6.12 Resultados financeiros

Esta sessão mostrará os resultados que se espera ter, o retorno previsto e outras informações. A seguir segue o demonstrativo de resultados.

Quadro 21 - Demonstrativo de resultados

Demonstrativo de Resultados			
Planilhas	Descrição	R\$	%
Planilha 8	1. Estimativa de Faturamento Mensal	R\$ 348.300,00	100%
	2. Custos Variáveis Totais		
Planilha 10	Apuração do custo de Matéria-Prima e Mercadorias Vendidas	R\$ 168.993,20	
Planilha 11	Estimativas de custo de Comercialização (impostos, cartão crédito, etc)	R\$ 41.796,00	
	Subtotal	R\$ 210.789,20	61%
	3. Margem de Contribuição (1-2)	R\$ 137.510,80	
Planilha 14	4. Custos Fixos Totais	R\$ 64.336,41	18%
	5. Resultado Operacional (Lucro ou Prejuízo) (3-4)	R\$ 73.174,39	21%

Fonte: Autoria Própria, 2025.

A imagem a seguir se refere ao ponto de equilíbrio necessário para a marca:

Quadro 22 - Ponto de equilíbrio

Ponto de Equilíbrio		
Ponto de Equilíbrio = Custo Fixo total / Índice da margem de Contribuição		
Índice da margem de Contribuição = Margem de Contribuição / Receita (estimativa de faturamento)		
APLICAÇÃO DAS FÓRMULAS ACIMA E RESULTADO DO PONTO DE EQUILIBRIO (PE)		
Índice da Margem de Contribuição	0,39	Célula C8 /célula C3
Ponto de Equilíbrio	R\$ 162.957,18	célula C9/célula B18
Isso quer dizer que quando o quiosque chegar ao faturamento de informado no Ponto de Equilíbrio, estará cobrindo todos os custos do quiosque e daí por diante não terá mais Prejuízo, somente Lucro.		

Fonte: Aurtoria Própria, 2025.

A imagem a seguir mostra em percentual a lucratividade do negócio:

Quadro 23 - Lucratividade

Lucratividade		
Lucratividade = Lucro Líquido/Receita Total x 100		
APLICAÇÃO DAS FÓRMULAS ACIMA E RESULTADO DO PERCENTUAL DE LUCRATIVIDADE		
Lucratividade	21%	célula C10/célula C3 (percentual x100)
Isso quer dizer que o Quisque tem a Lucratividade informada acima!		

Fonte: Aurtoria Própria, 2025.

A seguir o quadro de rentabilidade:

Quadro 24 - Rentabilidade

Rentabilidade		
Rentabilidade = Lucro Líquido/Investimento Total (para chegar ao percentual multiplica o result. por 100)		
APLICAÇÃO DA FÓRMULA ACIMA E RESULTADO DO PERCENTUAL DE LUCRATIVIDADE		
Rentabilidade	6%	
Isso quer dizer que a cada mês, o empresário recupera o perentual acima em relação ao valor investido através dos lucros obtidos no negócio!		

Fonte: Aurtoria Própria, 2025.

A seguir o quadro de prazo de retorno, enquanto tempo a empresa espera recuperar o que foi investido:

Quadro 25 - Prazo de Retorno do Investimento

Prazo de Retorno do Investimento		
Prazo do Retorno no Investimento = Investimento Total / Lucro Líquido		
APLICAÇÃO DA FÓRMULA ACIMA E RESULTADO DO PERCENTUAL DE LUCRATIVIDADE		
Prazo de Retorno do Investimento	16	
Isso quer dizer que após mês no início de atividade da empresa, o empreededor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a montagem da empresa!		

Fonte: Aurtoria Própria, 2025.

7 CONCLUSÃO

O desenvolvimento deste plano de negócios permitiu avaliar, de forma ampla e estruturada, a viabilidade da criação da Owl's, uma empresa voltada à moda sustentável e à customização de peças. Por meio das análises realizadas, desde o estudo de mercado até o planejamento operacional, estratégico e financeiro. Constatou-se que existe uma demanda crescente por produtos que aliam estilo, exclusividade e responsabilidade ambiental, especialmente entre o público jovem do ABC Paulista.

Os resultados da pesquisa de campo evidenciam que os consumidores valorizam a personalização, a originalidade das peças e o compromisso socioambiental das marcas, aspectos que compõem os principais diferenciais da Owl's. A análise dos concorrentes confirmou que, apesar da presença de empresas voltadas à moda urbana, ainda há escassez de negócios que integrem sustentabilidade e customização de forma completa, o que representa uma forte oportunidade de posicionamento no mercado.

No âmbito operacional, o projeto demonstrou que a estrutura proposta é funcional e adequada ao fluxo produtivo necessário, garantindo eficiência, qualidade e coerência com a identidade da marca. As estratégias de marketing, pautadas no uso de ferramentas digitais, storytelling visual e engajamento com o público, reforçam o potencial de consolidação da Owl's como referência em moda sustentável e autoral. As projeções financeiras indicam viabilidade econômica, com potencial de crescimento e estabilidade a médio prazo. Dessa forma, conclui-se que a Owl's tem condições de se estabelecer no mercado com um diferencial competitivo relevante, unindo criatividade, inovação, consciência ambiental e experiência do cliente — elementos essenciais para marcas que buscam não apenas vender, mas criar propósito e conexão.

REFERÊNCIAS

ACCOR. **12 tipos de tecidos sustentáveis: moda que veio para ficar.** Disponível em: <https://all.accor.com/a/pt-br/limitless/thematics/lifestyle-trends/12-tipos-de-tecidos-sustentaveis.html>. Acesso em: 30 nov. 2025.

ALVES, Gabriela. **Moda circular e brechós impulsionam tendência de consumo consciente e sustentável.** Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/cultura-e-lazer/noticia/2025/03/moda-circular-e-brechos-impulsionam-tendencia-de-consumo-consciente-e-sustentavel-cm87oepnl012f014lbukmg3nk.html>. Acesso em: 06 abr. 2025.

ARAÚJO, João Vitor. **Desfiles sempre foram Virtuais. Até que ponto vai a democratização da Moda?** Disponível em: <https://www.completemagazine.com.br/post/desfiles-sempre-foram-virtuais-ate-que-ponto-vai-a-democratizacao-da-moda>. Acesso em: 26 mar. 2025.

AUDACE. **Confira boas práticas de reciclagem têxtil para uma confecção responsável.** Disponível em: https://audaces.com/pt-br/blog/reciclagem-textil#Processo_de_reciclagem_textil. Acesso em: 30 nov. 2025.

AUDACE. **5 inovações da tecnologia têxtil para a sua confecção.** Disponível em: https://audaces.com/pt-br/blog/tecnologia-textil#Dados_sobre_a_aplicacao_de_tecnologia_textil_no_Brasil. Acesso em: 30 nov. 2025.

CNN. **Moda sustentável: entenda o que é, impactos e importância para o meio ambiente.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/moda-sustentavel/>. Acesso em: 30 nov. 2025.

COBRA, Marcos. **Marketing básico: uma abordagem brasileira.** São Paulo: Atlas, 2015.

COLERATO, Marina. **1.2 bilhão de toneladas de CO2: a Contribuição da Moda Para o Colapso Climático.** 2019. Disponível em: <https://www.modifica.com.br/moda-mudancas-climaticas/>. Acesso em: 19 mar. 2025.

COSTA, Icaro. **Marketing multicanal: integrando canais online e offline.** Disponível em: <https://blog.nairuz.com.br/marketing-multicanal-integrando-canais-online-e-offline/>. Acesso em: 12 abr. 2025.

FASTCOMMERCE. **A influência das mídias sociais e dos influenciadores digitais no comércio eletrônico.** Disponível em: <https://blog.fastcommerce.com.br/2023/06/a-influencia-das-midias-sociais-e-dos.html>. Acesso em: 15 abr. 2025.

FERNANDES, Daniela Pereira. **Veja como o setor financeiro pode utilizar a Matriz BCG para auxiliar no Orçamento.** Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/matriz-bcg/>. Acesso em: 08 maio 2025.

GONZAGA, Isabella. **Entenda como funciona o ciclo de moda e formação de tendência.** Disponível em: <https://www.usefashion.com/post/entenda-como-funciona-o-ciclo-de-moda-e-forma%C3%A7%C3%A3o-de-tend%C3%Aancia#:~:text=Ciclo%20de%20vida%20de%20uma%20tend%C3%Aancia,-A%20tend%C3%Aancia%20se&text=A%20partir%20desse%20est%C3%A1gio%2C%20a,retornam%20depois%20de%20alguns%20anos>. Acesso em: 30 mar. 2025.

HACO. **Moda e IA: roupas criadas com algoritmos e Big Data.** Disponível em: <https://haco.com.br/blog/moda-e-ia-roupas-criadas-com-algoritmos-e-big-data/>. Acesso em: 27 abr. 2025.

HUFFPOST, Editorial. **Luz verde para tecnologia espanhola capaz de converter resíduos têxteis em hidrogénio.** Disponível em: <https://www.huffingtonpost.es/tecnologia/luz-verde-tecnologia-espanola-capaz-convertir-residuos-textiles-hidrogeno.html>. Acesso em: 22 mar. 2025.

ICEMD. **Metaverse Fashion Week La Pasarela Virtual que Cambia las Reglas del Juego.** Disponível em: <https://icemd.esic.edu/knowledge/articulos/metaverse-fashion-week-la-pasarela-virtual-que-cambia-las-reglas-del-juego/>. Acesso em: 18 mar. 2025.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing.** 17. ed. São Paulo: Pearson, 2018.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** 15. ed. São Paulo: Pearson, 2016.

LUNDIN, Fabio Jr. **Futuro da Moda: Tecnologias Inovadoras e Sustentáveis.** Disponível em: <https://mundogti.com/2025/01/02/futuro-da-moda-tecnologias-inovadoras-e-sustentaveis/>. Acesso em: 17 mar. 2025.

MAGAZINE, Soutrendz. **Moda e Tecnologia: A Inovação Que Está Transformando o Futuro da Indústria Fashion.** Disponível em: <https://soutrendz.com.br/moda-e-tecnologia-a-inovacao-que-esta-transformando-o-futuro-da-industria-fashion/>. Acesso em: 17 mar. 2025.

MARQUETA, David. **Nuevos materiales para la moda.** Disponível em: <https://cadenaser.com/aragon/2024/11/06/nuevos-materiales-para-la-moda-radio-zaragoza/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

MARROQUIN, Jorge Luis Chavez. **Desfile Virtual 2023 - Diseño Moda Digital Con CLO3D - Escuela de Postgrado UPC.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FQ6hRn7P1S4&>. Acesso em: 18 mar. 2025.

MODEFICA. **1.2 bilhão de toneladas de CO2: a Contribuição da Moda Para o Colapso Climático.** Disponível em: <https://www.modefica.com.br/moda-mudancas-climaticas/>. Acesso em: 12 maio 2025.

PAÍS, El. **Laura Opazo charla sobre innovación y tecnología de la moda.** Disponível em: <https://elpais.com/sociedad/moda-futuro-y-accion/2024-12-10/laura-opazo-charla-sobre-innovacion-y-tecnologia-de-la-moda-con.html?utm>. Acesso em: 23 mar. 2025.

PERNA, Filippo di. **Marketing Verde: O que é, exemplos, benefícios e estratégias.** 2024. Disponível em: <https://grupomuda.com/marketing-verde/>. Acesso em: 03 nov. 2025.

PINGBACK. **Aprenda como trabalhar a Matriz BCG e gerenciar melhor os produtos da sua empresa!** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/matriz-bcg/>. Acesso em: 05 maio 2025.

PRADO, Evandro do. **CICLO DE VIDA DO PRODUTO - CVP.** Disponível em: <https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/administracao/ciclo-vida-produto-cvp.htm>. Acesso em: 02 maio 2025.

QUANTABOO, Redação. **Internacional Inovações tecnológicas que estão transformando a indústria da moda.** Disponível em: <https://quantaboo.com/inovacoes-tecnologicas-que-estao-transformando-a-industria-da-moda>. Acesso em: 17 mar. 2025.

RECICLASAMPA. **Saiba tudo sobre a reciclagem de resíduos têxteis no Brasil.** Disponível em: <https://www.reciclasampa.com.br/artigo/saiba-tudo-sobre-a-reciclagem-de-residuos-texteis-no-brasil>. Acesso em: 28 out. 2025.

REDATOR. **Reciclagem no Mundo da Moda: Transformando a Indústria para um Futuro Sustentável.** Disponível em: <https://www.ideiasocioambiental.com.br/reciclagem-no-mundo-da-moda-transformando-a-industria-para-um-futuro-sustentavel/>. Acesso em: 30 nov. 2025.

REFOSCO, Ereany Cristina. **Estudo do ciclo de vida dos produtos têxteis: um contributo para a sustentabilidade na moda.** Disponível em: <https://repositorium.uminho.pt/server/api/core/bitstreams/c4971c74-3cd7-491d-9842-f033409140f8/content>. Acesso em: 18 set. 2025.

SEBRAE. **Gestão e comercialização: como elaborar um plano de negócios.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2025.

SEBRAE. **Moda circular: sustentabilidade em todas as etapas de produção.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-circular-sustentabilidade-em-todas-as-etapas-de-producao,f78c9700dd39f710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 09 abr. 2025.

SEBRAE. **O quadro de modelo de negócios.** Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/ES/Anexos/ES_QUADROMOD ELODENEGOCIOS_16_PDF.pdf. Acesso em: 04 abr. 2025.

SHEIN PRESENTA EL DESFILE VIRTUAL PRIMAVERA/VERANO. 22. **SHEINFORAL**. Disponível em: <https://www.prnewswire.com/news-releases/shein-presenta-el-desfile-virtual-primavera-verano-22-sheinformal-872421812.html> Acesso em: 18 mar. 2025.

SOUZA, Centro Paula. **Manual de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) nas ETECs**. Disponível em: <https://dgui.cps.sp.gov.br/dguidocumentos/manual-de-trabalho-de-conclusao-de-curso-tcc-nas-etecs/>. Acesso em: 20 out. 2025.

SOUZA, Edson. **Descubra como adotar a moda sustentável e reduzir seu impacto ambiental com estilo**. Disponível em: <https://cestosdelixoelixeiras.com.br/blog-lixoelixeiras/moda-sustentavel-um-guarda-roupa-com-consciencia>. Acesso em: 30 nov. 2025.

TECIDOS, Maximus. **Tendências em Personalização de Moda**. Disponível em: <https://blog.maximustecidos.com.br/tendencias-em-personalizacao-de-moda/>. Acesso em: 25 abr. 2025.

VERUP. **Ciclo de vida de um produto: entenda como funciona no mercado da moda**. Disponível em: <https://www.verup.com.br/ciclo-de-vida-de-um-produto-entenda-como-funciona-no-mercado-da-moda/>. Acesso em: 03 abr. 2025.

APÊNDICE A – CONTRATO SOCIAL

CONTRATO SOCIAL DA OWL'S LTDA

Pelo presente instrumento particular de contrato social, os abaixo assinados:

Bruno Henrique Oliveira Pinheiro, Brasileiro, solteiro, Empresário, portador do CPF nº 431.728.950-04 e do RG nº 42.517.839-3, residente e domiciliado à Rua Das Acácias, 123;

Diogo Conceição dos Santos, Brasileiro, solteiro, Empresário, portador do CPF nº 790.356.240-88 e do RG nº 25.603.714-2, residente e domiciliado à Avenida Atlântica, 456;

Pietro Ribeiro de Carolis, Brasileiro, solteiro, Empresário, portador do CPF nº 604.258.190-03 e do RG nº 19.842.775-9, residente e domiciliado à Avenida Rio Branco, 789;

Thayane Silva de Figueiredo, Brasileira, solteira, Empresária, portadora do CPF nº 157.903.680-12 e do RG nº 33.719.452-4, residente e domiciliado à Rua Alameda, 1011;

Resolvem constituir, por este contrato, uma sociedade empresária limitada, a qual reger-se-á pelas seguintes cláusulas e pelas disposições legais aplicáveis:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA DENOMINAÇÃO, SEDE E DURAÇÃO

A sociedade gira sob a denominação OWL'S LTDA, com sede na Avenida Goiás, nº 1266, Bairro Santo Antônio, São Caetano do Sul/SP, podendo abrir filiais, agências ou escritórios em qualquer local do território nacional ou no exterior.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO SOCIAL

A sociedade tem por objeto:

Oferecer peças de moda personalizadas e de alta qualidade, unindo estilo, originalidade e acessibilidade, atendendo clientes que valorizam autenticidade e inovação em design, com processos organizados e atendimento eficiente.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO CAPITAL SOCIAL

O capital social é de R\$ 1.482.464,93, dividido em 1.482.464 quotas de R\$ 1,00 cada, integralizado em moeda corrente nacional, representando o montante necessário para viabilizar a abertura e o início das operações da OWL'S, contemplando investimentos fixos, pré-operacionais e capital de giro. O capital social será dividido de forma igualitária entre os quatro sócios, ficando assim distribuído:

Bruno Henrique Oliveira Pinheiro: 370.616 quotas, totalizando R\$ 370.616,23;

Diogo Conceição dos Santos: 370.616 quotas, totalizando R\$ 370.616,23;

Pietro Ribeiro de Carolis: 370.616 quotas, totalizando R\$ 370.616,23;

Thayane Silva de Figueiredo: 370.616 quotas, totalizando R\$ 370.616,23.

CLÁUSULA QUARTA – DA RESPONSABILIDADE DOS SÓCIOS

A responsabilidade dos sócios é limitada ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

CLÁUSULA QUINTA – DA ADMINISTRAÇÃO

A administração da sociedade será exercida por Diogo Conceição dos Santos, brasileiro, solteiro, empresário, portador do CPF nº 790.356.240-88 e do RG nº 25.603.714-2, residente à Avenida Atlântica, 456.

O administrador terá plenos poderes para:

Representar a empresa ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente;

Movimentar contas bancárias, emitir cheques e firmar contratos;

Contratar e demitir funcionários;

Celebrar contratos de compra, venda e prestação de serviços;

Praticar todos os atos necessários ao funcionamento da empresa.

O administrador declara aceitar o cargo.

CLÁUSULA SEXTA – DO EXERCÍCIO SOCIAL

O exercício social encerrar-se-á em 31 de dezembro de cada ano, quando serão levantadas as demonstrações contábeis e apurado o resultado, com distribuição proporcional dos lucros entre os sócios, salvo deliberação em contrário.

CLÁUSULA SÉTIMA – DAS DELIBERAÇÕES SOCIAIS

As deliberações sociais serão tomadas por maioria absoluta de quotas, salvo nos casos em que a legislação exigir quórum especial.

CLÁUSULA OITAVA – DA CESSÃO DE QUOTAS

A cessão de quotas a terceiros estranhos à sociedade somente poderá ocorrer mediante aprovação de sócios que representem, no mínimo, 75% do capital social.

CLÁUSULA NONA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Os casos omissos serão resolvidos de comum acordo entre os sócios e, se necessário, com base na legislação vigente.

Fica eleito o foro da comarca de São Caetano do Sul/SP para resolver quaisquer controvérsias.

CLÁUSULA DÉCIMA – DO PRÓ-LABORE

O administrador poderá perceber pró-labore, cujo valor será definido em comum acordo entre os sócios, sendo tributado conforme a legislação vigente.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DO FALECIMENTO, RETIRADA OU EXCLUSÃO DE SÓCIO

Em caso de falecimento, retirada voluntária ou exclusão de sócio, suas quotas serão avaliadas contabilmente e poderão ser adquiridas pelos demais sócios, salvo deliberação em contrário.

O herdeiro somente ingressará na sociedade mediante aprovação dos demais sócios.

E por estarem justos e contratados, assinam o presente contrato em 4 vias de igual teor, na presença de duas testemunhas.

São Caetano do Sul, 03 de dezembro de 2025.

Bruno Henrique Oliveira Pinheiro
CPF: 431.728.950-04

Diogo Conceição dos Santos
CPF: 790.356.240-88

Pietro Ribeiro de Carolis
CPF: 604.258.190-03

Thayane Silva de Figueiredo
CPF: 157.903.680-12

Testemunhas:

Thauany Oliveira
CPF: 895.752.965-09

Melise Pereira
CPF: 198.159.365-65