

CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO
Técnico em Administração

Eliana Soares Pereira Maciel dos Santos
Gabriela Ide Ferreira
Jéssica Monique Nunes Silva
José Edmar Novais Dos Santos
Raul Felipe de Oliveira Ferrari

ADUBO ORGÂNICO - ADUB- X

Quintana- SP
2021

Eliana Soares Pereira Maciel dos Santos

Gabriela Ide Ferreira

Jéssica Monique Nunes Silva

José Edmar Novais Dos Santos

Raul Felipe de Oliveira Ferrari

ADUBO ORGÂNICO- ADUB- X

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pela Prof^a. Ana Carolina Silvestrin Zani, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Quintana- SP

2021

ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO

Técnico em Administração

Eliana Soares Pereira Maciel dos Santos

Gabriela Ide Ferreira

Jéssica Monique Nunes Silva

José Edmar Novais Dos Santos

Raul Felipe de Oliveira Ferrari

ADUBO ORGÂNICO- ADUB- X

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Esp. Ana Carolina Silvestrin Zani
Orientadora

Prof^a. Nelize Barros Andreani
Avaliadora

Prof. Mauro Guerra Eduardo
Avaliador

Quintana, 30 de junho de 2021

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelos alunos: Eliana Soares Pereira Maciel dos Santos, Gabriela Ide Ferreira, Jéssica Monique Nunes Silva, José Edmar Novais dos Santos e Raul Felipe de Oliveira Ferrari. A Prof. orientadora Ana Carolina Silvestrin Zani, a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Agradecemos primeiramente a Deus por nossas vidas e pela oportunidade de concretizar esse objetivo.

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

Aos Docentes do Curso Técnico de Administração pela generosidade depositada em todos os momentos de compartilhamento de seus conhecimentos profissionais e humanos; aos colegas de curso a quem colaborou diretamente e indiretamente comigo, muito obrigado pela realização desse trabalho, mesmo em pandemia e sistema remoto.

Dedico esta monografia inteiramente a meus professores que manteve focado e na trilha certa para a conclusão satisfatória deste projeto. Grato pelas suas orientações preciosas.

“O conhecimento tem um começo, mas não tem fim”. (Geeta Iyengar)

RESUMO

Este trabalho vem pautar um novo segmento de adubo orgânico, a borra de café, para aplicação em plantas ornamentais em prol da sustentabilidade, já que este insumo era descartado e jogado nos aterros sanitários como lixo. O desenvolvimento desse estudo foi baseado em pesquisas de campo e bibliográfica sendo, utilizado como metodologia a realização de uma pesquisa de campo com cerca de 100 pessoas, com questões abertas, através do Google Forms, além da análise SWOT, onde foi possível identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças associadas ao tema estudado, também foi feito uso da ferramenta Canvas a fim de construir um modelo do negócio proposto, bem como as principais ideias e conceitos do negócio, em conjunto com todas essas análises foi feita a elaboração de um plano de negócios, no qual houve a identificação se a empresa ofereceria lucratividade ou não. Constatou – se que há viabilidade para a criação da empresa, já que a maioria dos entrevistados utilizariam esse adubo orgânico a base da borra de café, assim como foi apontado também ao final da realização do plano de negócios, através da execução do plano financeiro que é uma empresa lucrativa, sendo assim, um investimento rentável entre os sócios. Mediante todos os critérios avaliados e os resultados apresentados, comprovou –se que a empresa é viável, que há um mercado em ascensão, por ser um produto inovador no segmento de adubo orgânico então, o Adub-X vem para suprir essa necessidade do mercado principalmente, as plantas ornamentais.

Palavras-chave: Adubo orgânico; Plantas ornamentais; Sustentabilidade.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Marketing Institucional Outdoor	27
Figura 2 – Layout da empresa	28
Figura 3 – Quadro de Modelagem de negócios – Ferramenta Canvas.....	47

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Você tem plantas ornamentais (planta natural decoração de ambiente) em casa?.....	16
Gráfico 2- Você utiliza algum adubo para essas plantas em casa?.....	17
Gráfico 3- O que você faz com a borra de café na sua casa?.....	17
Gráfico 4- O nosso produto é um adubo orgânico a base da borra de café onde o mesmo é colocado de forma simples nas plantas contribuindo com vários nutrientes. Você compraria esse produto?.....	18

LISTA DE TABELA

Tabela 1 – DADOS DOS FUNDADORES E EMPRESÁRIOS.....	19
Tabela 2 – ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	22
Tabela 3 – CAPITAL SOCIAL.....	23
Tabela 4 – ANÁLISE DOS CONCORRENTES.....	24
Tabela 5 – ANÁLISE DOS FORNECEDORES.....	24
Tabela 6 – PREÇO.....	25
Tabela 7 – LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA.....	27
Tabela 8 – NECESSIDADE DE PESSOAL.....	29
Tabela 9 – ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS.....	29
Tabela 10 – ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA.....	30
Tabela 11 – ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL PARA CADA PRODUTO.....	30
Tabela 12 – ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS MENSAIS DA EMPRESA.....	32
Tabela 13 – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA.....	33
Tabela 14 – ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO.....	34
Tabela 15 – CUSTO TOTAL UNITÁRIO.....	35
Tabela 16 – PREÇO DE VENDA UNITÁRIO.....	36
Tabela 17 – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS.....	37
Tabela 18 – AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	38

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. PESQUISA DE MERCADO	16
3. PLANO DE NEGÓCIOS	19
3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	19
3.2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	19
3.2.1 Dados dos fundadores e empresários	19
3.2.2 Experiência profissional e atribuições.....	20
3.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO	21
3.3.1 Missão, Visão e Valores da empresa.....	21
3.3.2 Setor de atividade	22
3.3.3 Forma Jurídica	22
3.3.4 Enquadramento tributário	22
3.4 CAPITAL SOCIAL	23
3.5 FONTE DE RECURSOS	23
3.6 ANÁLISE DE MERCADO	23
3.6.1 Análise dos clientes	23
3.6.2 Análise dos concorrentes	24
3.6.3 Análise dos fornecedores	24
3.7 PLANO DE MARKETING	25
3.7.1 Descrição dos principais produtos ou serviços	25
3.7.2 Preço	25
3.7.3 Estratégias promocionais	25
3.7.4 Estrutura de comercialização	26
3.7.5 Localização da empresa	27
3.8 MARKETING INSTITUCIONAL	27
3.9 PLANO OPERACIONAL	27
3.9.1 Layout ou arranjo físico	28
3.9.2 Capacidade produtiva	29
3.9.3 Necessidade pessoal	29
3.10 PLANO FINANCEIRO E ORÇAMENTÁRIO	29
3.10.1 Estimativa dos investimentos fixos	30
3.10.2 Estimativa do faturamento mensal da empresa.....	30
3.10.3 Estimativa do custo unitário variável para cada produto	30

3.10.4 Estimativa dos custos fixos mensais da empresa.....	33
3.10.5 Margem de contribuição unitária	34
3.10.6 Estimativa dos custos de comercialização	35
3.10.7 Custo total unitário	35
3.10.8 Preço de venda unitário.....	36
3.10.9 Demonstrativo de resultados	37
3.11 PONTO DE EQUILÍBRIO	37
3.12 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	38
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS	40
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL	41
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO	46
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS	47

1. INTRODUÇÃO

O Brasil é o principal produtor de café no mundo, sendo também um grande consumidor da bebida, porém, quando se leva em consideração a destinação final dos resíduos orgânicos (a borra), o país fica muito a desejar. A produção de café em 2018 indicou que o país colheu 44,77 milhões de sacas de 60 quilos de café beneficiado. O resultado representa redução de 12,8%, quando comparado com a produção de 51,37 milhões de sacas obtidas no ciclo anterior (CONAB, 2017). Da produção de café, aproximadamente 21% é transformado em resíduo sólido; na indústria de café solúvel, para cada tonelada produzida, são geradas 4,5 toneladas de borra (CONAB, 2017). Esse percentual poderia ser diminuído se a técnica da compostagem fosse empregada para destinação final desses resíduos, evitando essa grande quantidade, fosse enviada para aterros sanitários como lixo. Até mesmo um simples cafezinho, muito amado por nós brasileiros.

Estudos realizados evidenciaram que somente 6% da colheita de café é utilizada na preparação da bebida. Os restantes 94% correspondem a resíduos sendo, a maioria, originada durante o processo de produção do café decorrentes da lavagem e despulpa do fruto do cafeeiro (Matos, 2003). Estes resíduos incluem a polpa, a casca, a mucilagem e a água residual. No processo de extração da bebida de café, é ainda gerado um resíduo orgânico, a borra de café (Cruz et al., 2014).

Apesar de ser obrigatória a separação da borra de café, do lixo comum nos estabelecimentos comerciais, tipo cafeterias. O seu destino acaba por ser o mesmo: as borras de café são tratadas como RU em geral e o seu destino final é o aterro, constituindo uma ameaça ambiental (Moreno, 2001). A reutilização dos resíduos do café tem sido uma das prioridades dos países produtores no mundo, tanto por razões ecológicas como econômicas e sociais.

A polpa e a casca de café são, dentre os resíduos, os mais estudados a nível mundial por serem produzidos em elevadas quantidades e por apresentarem grande capacidade poluente. Os países importadores de café, incluindo Portugal,

são corresponsáveis por estes resíduos, mas contactam quase exclusivamente com a borra de café (Tokimoto et al., 2005).

Em 1985, Adans & Dougan estimaram que as indústrias de café solúvel geravam aproximadamente 34 toneladas de borra de café por dia. Devido ao elevado crescimento do consumo de café, hoje em dia a borra de café constitui um volume de resíduos ainda mais representativo. A nível mundial, estima-se que sejam produzidos anualmente cerca de 6 milhões de toneladas de borra de café (Tokimoto et al., 2005). Pondera-se que cerca de 1kg de café torrado origine aproximadamente o dobro de borras de café úmidas. Em média existe uma produção de cerca de 2,3 kg de borra úmida por cada kg café bebida o que, atendendo aos locais onde são produzidas, facilitará a segregação deste resíduo orgânico se realizar a sua separação e recolha seletiva, contribuindo para que não ocorra a sua contaminação (Arruda, 2006).

Este “subproduto” não tem valor comercial, mas, enquanto resíduo orgânico biodegradável, pode ser valorizado de várias formas evitando a sua deposição em aterro. (Moreno, 2001).

Contudo, a forma mais simples e corrente de gestão deste resíduo é a sua utilização em jardins, hortas ou plantas ornamentais, dentro de casas ou apartamentos.

Então surge a seguinte questão desafiadora:

Por que não criar um adubo orgânico a base da borra de café para plantas ornamentais em prol da sustentabilidade?

De acordo com a Ong Akatu (2001), “Consumimos em média por ano 1,29 milhões de toneladas deste produto no país e com isso geramos 838 mil toneladas borra de café, esse resíduo é orgânico, portanto, se torna um desperdício enviá-lo a um aterro sanitário, podendo degradar o meio ambiente”. Ao ser compostado, pode ser transformado em um adubo orgânico.

Segundo a Ecycle (2012):

Compostagem é o processo biológico de valorização da matéria orgânica, seja ela de origem urbana, doméstica, industrial, agrícola ou florestal, e pode ser considerada como um tipo de reciclagem do lixo orgânico. Trata-se de um processo natural em que os micro-organismos, como fungos e

bactérias, são responsáveis pela degradação de matéria orgânica, transformando-a em húmus, um material muito rico em nutrientes e fértil.

Portanto, foram criadas algumas hipóteses que vem de encontro pautar o trabalho a desenvolver:

- Melhoria na qualidade de vida das pessoas em relação a sustentabilidade;
- Fomentar o empreendedorismo para a apresentação de um novo produto no mercado, adubo a base da borra de café;
- Ação efetiva e comprovada pelo produto na sua compostagem às plantas ornamentais.

Esse trabalho tem como objetivo geral encontrar uma alternativa de reutilizar a borra de café, em prol da sustentabilidade e meio ambiente, sendo criado um produto de forma manufaturado, adubo orgânico, para plantas ornamentais (ADUB-X). E apresentam objetivos específicos como:

- Produzir um produto que apresente benefícios as plantas ornamentais, através de sua compostagem, como: fortalecimento, nutrição e crescimento;
- Reaproveitar insumo que seria descartado no meio ambiente dando um novo reuso;
- Desenvolver a construção de atitudes para a preservação do meio ambiente e com o desenvolvimento sustentável;
- Propor um negócio que permita conscientizar as pessoas quanto o cuidar das plantas, principalmente as ornamentais na questão de adubação;
- Identificar a viabilidade da ideia proposta no plano de negócio.

Além do interesse pesquisador pela temática, o trabalho justifica-se em criar um adubo natural, orgânico, a base da borra de café, para ser aplicado em plantas ornamentais, com intuito de preservar o meio ambiente de uma forma

sustentável, não como acontecem com fertilizantes químicos que degradam a natureza, são nocivos à saúde, ao solo e plantas.

A metodologia utilizada no desenvolvimento desse trabalho vai basear numa pesquisa de mercado, por meio aplicação de questionários com questões abertas, para esse público-alvo, enviado pelo Google Forms, devido ao enfrentamento da pandemia do Covid-19. O intuito será identificar a aceitação do público alvo com o produto fornecido.

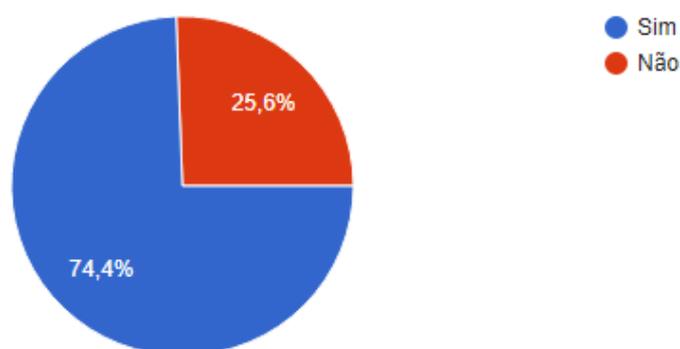
2. PESQUISA DE MERCADO

Buscando saber sobre a viabilidade da abertura de uma empresa no segmento Adubo orgânico, foi realizada uma pesquisa de campo, visando identificar como atingir pessoas interessadas em adquirir adubo orgânico a base da borra de café, para ser utilizado em plantas ornamentais.

Os formulários foram aplicados online através do aplicativo Google Forms e teve a participação de 100 pessoas.

A pesquisa tem por objetivo obter informações sobre o produto, para chegar à conclusão se seria viável ou não, a fabricação do Adub-X.

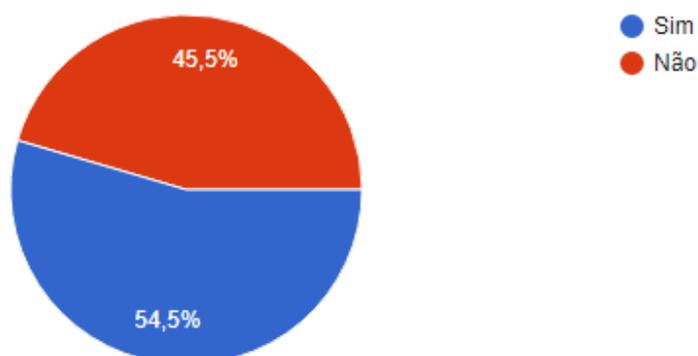
Gráfico 1- Você tem plantas ornamentais (planta natural decoração de ambiente) em casa?



Fonte: Elaborado pelos autores

É visto no gráfico 1, que a maioria (74,4%), possui alguma planta ornamental em casa, sendo um fator positivo para o produto Adub-X, pois ele pode ser o próximo adubo a estar dentro das casas para o cultivo dessas plantas.

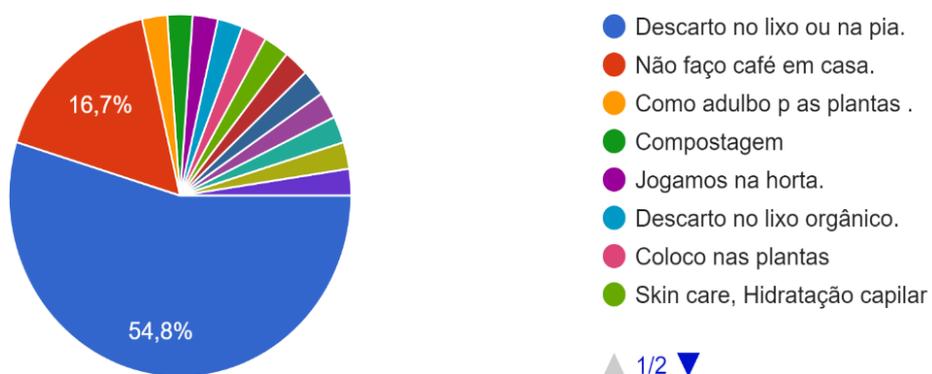
Gráfico 2- Você utiliza algum adubo para essas plantas em casa?



Fonte: Elaborado pelos autores

Os resultados mostram que quase metade das pessoas ainda não utilizam o adubo em casa, deixando claro que muitos não o conhecem, e a borra de café utilizada como adubo orgânico, pode fazer com as plantas ornamentais.

Gráfico 3- O que você faz com a borra de café na sua casa?

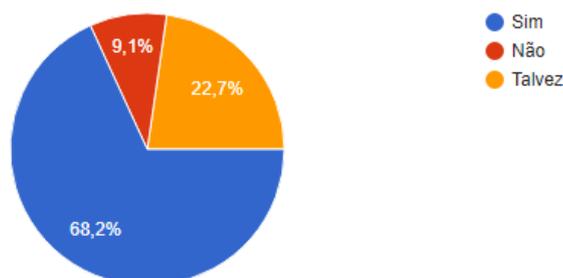


- Coloco nas plantas
 - Guardo no balde e joga água depois coloco no pé de laranja
 - Coloco na planta
 - Além de descartar no lixo, utilizo como adubo orgânico nas plantas quando necessário.
 - Uso de adubo
 - lixo
- ▲ 2/2 ▼

Fonte: Elaborado pelos autores

É apresentado no gráfico, que 54,8% das pessoas, descartam a borra de café, talvez sem saber o quão útil ela pode ser e contribuir ao meio ambiente, sendo reutilizada como adubo orgânico.

Gráfico 4- O nosso produto é um adubo orgânico a base da borra de café onde o mesmo é colocado de forma simples nas plantas contribuindo com vários nutrientes. Você compraria esse produto?



Fonte: Elaborado pelos autores

É demonstrado que a 68,2% das pessoas, comprariam o produto; um ótimo ponto para a empresa e isso pode ser influência dos gráficos 1 e 2 dessa pesquisa.

Conclusão: Diante da pesquisa que foi feita, a empresa chegou a concluir que é viável fabricar esse produto inovador. Com facilidade em aplicar o adubo orgânico feita a base borra de café, em plantas ornamentais (Adub- X), já que é um produto sustentável.

3. PLANO DE NEGÓCIOS

3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa ADUB-X, com o CNPJ: 96.123.456/789-0, atua com um produto inovador adubo orgânico a base borra de café com aplicação em plantas ornamentais, constituem em uma sociedade limitada e tem como fundadores cinco sócios. Enquadra-se na forma jurídica EPP e no Simples Nacional de acordo com CNAE, classe 4683-4. Tem eleito o foro de Tupã/SP para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações de resultantes de cada contrato. Com fonte de recursos próprios, investimento inicial do Capital social integralizado de R\$ 25.000,00. Sendo dividido o valor de R\$ 5.000,00 para cada sócio. O produto oferecido é um adubo orgânico, com um custo médio de R\$ 20,00 a R\$ 55,00 Reais.

3.2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

3.2.1 Dados dos fundadores e empresários

Fundador 01	
Nome: Jéssica Monique Nunes Silva	
Endereço: Avenida Marília, nº 1.466	Cidade/Estado: Quintana-S. P
E-mail: jm9355089@gmail.com	Telefone: (14) 996-975186

Atribuição do Fundador 01
Gerente administrativa e financeira

Fundador 02	
Nome: Gabriela Ide Ferreira	
Endereço: Rua: Professor Oscar Franco De Toledo, s/nº	Cidade/Estado: Quintana-S. P
E-mail: gabi.ide15.2010@gmail.com	Telefone: (14) 998-241220

Atribuição do Fundador 02
Atendente logística

Fundador 03	
Nome: Eliana Soares Pereira Maciel dos Santos	
Endereço: Rua: Otoji Sakuno, nº 90	Cidade/Estado: Quintana-S. P
E-mail: elianasoares3478@outlook.com	Telefone: (14) 997-427426

Atribuição do Fundador 03
Supervisora de compras e vendas

Fundador 04	
Nome: Raul Felipe de Oliveira Ferrari	
Endereço: Rua: Pedro Norca Filho, s/nº	Cidade/Estado: Quintana-S. P
E-mail: raul.fferrari2@gmail.com	Telefone: (14) 998-574780

Atribuição do Fundador 04
Auxiliar de Produção

Fundador 05	
Nome: José Edmar Novais dos Santos	
Endereço: Avenida Marília, nº 1.402	Cidade/Estado: Quintana-S. P
E-mail: joseedmarnovais@hotmail.com	Telefone: (14) 996-258132

Atribuição do Fundador 05
Auxiliar de Produção

3.2.2 Experiência profissional e atribuições

Perfil do Fundador 01- Jéssica Monique Nunes Silva: Experiência em escritório, analista de qualidade, fluxo de caixa, lançamento de contas a pagar e receber, conciliação bancária, remessa de arquivo e retorno de cobrança, antecipação de recebíveis, analista de crédito, abertura de cadastro de clientes, fornecedores e produtos.

Perfil do Fundador 02 - Gabriela Ide Ferreira: Experiência em abertura de cadastro de clientes, fornecedores e produtos; compras e vendas, entrada e saída de mercadorias, analista de qualidade, logística e transporte.

Perfil do Fundador 03- Eliana Soares Pereira Maciel dos Santos: Experiência em vendas e compras, supervisão de equipes, departamento pessoal, negociação com clientes e analista contábil.

Perfil do Fundador 04- Raul Felipe de Oliveira Ferrari: Experiência em processo de transformação humificas de adubos orgânicos, operador de máquinas e auxiliar em Marketing.

Perfil do Fundador 05- José Edmar Novais dos Santos: Experiência em processo de transformação humificas de adubos orgânicos, digitador notas e entregador.

3.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/ Nome Fantasia: Adub – X.

CNPJ: 96.123.456/789-0

3.3.1 Missão, Visão e Valores da empresa

Missão: Transformar a borra de café em matéria orgânica para proporcionar melhoria no solo fornecendo nutrientes para plantas ornamentais.

Visão: Ser reconhecida como a melhor empresa de nutrição vegetal em nossa região.

Valores:

- ✓ Sustentabilidade;
- ✓ Transparência e ética;
- ✓ Valoriza o espírito empreendedor de seus colaboradores;
- ✓ Compromissos com os clientes;

- ✓ Responsabilidade Social.

3.3.2 Setor de atividade

A Adub- X é uma empresa industrial de adubo orgânico a base borra de café para plantas ornamentais. Buscando alternativa de sustentabilidade, sem prejudicar o meio ambiente.

3.3.3 Forma jurídica

A empresa se enquadrará na forma jurídica EPP, tendo em vista o faturamento que ficará entre R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000,00 anual.

3.3.4 Enquadramento tributário

Esta empresa se enquadra no Simples Nacional de acordo com o CNAE, classe 4683-4, cujo subclasse é 4683-4/00 que diz respeito a Comércio atacadista de defensivos agrícolas, adubos, fertilizantes e corretivos do solo, cujo enquadramento está presente no anexo I do Simples Nacional de 2021, na qual alíquota 9,50%.

Faixa	Alíquota	Valor a Deduzir (em R\$)	Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)
1ª Faixa	4,00%	–	Até 180.000,00
2ª Faixa	7,30%	5.940,00	De 180.000,01 a 360.000,00
3ª Faixa	9,50%	13.860,00	De 360.000,01 a 720.000,00
4ª Faixa	10,70%	22.500,00	De 720.000,01 a 1.800.000,00
5ª Faixa	14,30%	87.300,00	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00
6ª Faixa	19,00%	378.000,00	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00

FONTE: Simples Nacional 2021 atualizada

3.4 CAPITAL SOCIAL

Nomes dos Fundadores	Valor do Capital Integralizado
Fundador 01- Jéssica Monique Nunes Silva	R\$ 5.000,00
Fundador 02- Gabriela Ide Ferreira	R\$ 5.000,00
Fundador 03- Eliana Soares Pereira Maciel dos Santos	R\$ 5.000,00
Fundador 04- Raul Felipe de Oliveira Ferrari	R\$ 5.000,00
Fundador 05- José Edmar Novais dos Santos	R\$ 5.000,00

3.5 FONTE DE RECURSOS

No início das atividades e abertura da empresa, serão utilizados recursos próprios, com integração do capital social no valor de R\$ 5.000,00, por partes dos cinco sócios- fundadores.

Também haverá a utilização de recursos de terceiros, ou seja, empréstimos junto à bancos, para compra de máquinas, equipamentos, móveis, utensílios e veículo.

3.6 ANÁLISE DE MERCADO

3.6.1 Análise dos clientes

O público consumidor abrange desde jovens até idosos, que gostem de plantas ornamentais.

Conforme uma breve pesquisa em forma de perguntas espontâneas em lojas de produtos orgânicos, vimos que as pessoas compram de 1 a 2 sacos. Por isso nosso produto tem o preço acessível entre R\$ 20,00 a R\$ 55,00 Reais.

A empresa tem como finalidade, vender os produtos com preços acessíveis para os clientes final e também quem tem varejo. Contará com um ótimo atendimento, on-line ou redes sociais, principalmente nesse período de pandemia, com 5 representantes para atendê-los, com treinamento em estética pessoal e seguindo as normas da vigilância sanitária.

3.6.2 Análise dos concorrentes

Concorrentes	Qualidade do Produto/Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Concorrente 01	Adubo Orgânico 2 Kg Corruchel	R\$ 3,60	À vista	Somente Whatsapp	Apenas vendas
Concorrente 02	Adubo Orgânico- Bio Bokashi Farelado 5 Kg	R\$ 12,00	À vista ou cartão	On line	Apenas vendas
Concorrente 03	Fertilizante IAP- o saco 50 Kg	R\$ 100,00	30 dias promissória ou cartão	Comercial	Apenas vendas, sem consultoria

Conclusão da Análise dos Concorrentes:

Seus concorrentes apresentam uma grande variedade de produtos orgânicos, com boa reputação para seus consumidores, garantindo assim a demanda e confiabilidade no mercado. Haja visto que nosso produto apresenta uma novidade em matéria prima (borra de café), nesse setor de adubo orgânico.

3.6.3 Análise dos fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	Café 3 corações	Borra de Café	R\$ 1,00	Parcelado	1 dia	Quintana, São Paulo
2	Loja da Compostagem	Terra vegetal adubada (Saco 25kg)	R\$ 35,99	Parcelado	3 dias	Araçoiaba da Serra, São Paulo
3	Loja Oversite	Fertilizantes (Pote 400g)	R\$ 29,50	Parcelado	3 dias	Pindamonhanga ba São Paulo
4	WCardoso Magazine	Recipientes (Baldes 20L)	R\$ 16,99	Parcelado	3 dias	Santa Barbara D'Oeste, São Paulo

3.7 PLANO DE MARKETING

3.7.1 Descrição dos principais produtos ou serviços

Produto: É um adubo orgânico a base borra de café para ser aplicado em plantas ornamentais, como: rosas, lírio da paz, comigo ninguém pode, zamioculca e outras.

O produto é apresentado com as características, de uma embalagem revestida em sacos plásticos para 2 kg, 5kg e 30kg. Será incorporado uma comunicação visual como a logo marca, endereço, através de etiqueta adesiva.

A forma de entrega do produto será rápida e eficiente, feita também através do próprio veículo da empresa.

3.7.2 Preço

Os preços serão diferenciados de acordo com o peso do produto.

Produto	Valor do produto	Valor de venda	Lucro
Adub-X 2kg	R\$ 3,13	R\$ 20,00	R\$ 16,87
Adub-X 5kg	R\$ 6,78	R\$ 25,00	R\$ 18,22
Adub-X 30kg	R\$ 38,15	R\$ 55,00	R\$ 17,85

Parcelamos no cartão, a compra acima de 4 produtos em até 2x sem juros ou pagamento à vista com 5% de desconto.

3.7.3 Estratégias promocionais

Quando pensamos em promoção já imaginamos cartazes e folhetos em lojas e mercados em destaque com cores fortes para chamar a atenção do público. Mas ela consegue ir além de só chamar atenção, pois uma promoção bem trabalhada agregará cada vez mais a comunicação e interesse do público, e consequentemente a sua confiança naquela empresa específica.

Para Peter (2000, p.446) “a comunicação de promoção tem a função de fornecer informações para o consumidor sobre o que é o produto, como ele agrega valor e onde ele deve ser encontrado, constituindo a sua meta”.

A promoção é também conhecida como comunicação. Para o autor o processo de comunicação envolve três elementos básicos: comunicador, mensagem e receptor. O comunicador pode-se entender como a empresa, a mensagem é a propaganda, e o receptor é o cliente. Quanto mais clara e precisa for essa mensagem, maior facilidade a comunicação terá em não conter ruídos, ou seja, distorções. (CASAS, Online, 2006).

Tabloides de Ofertas: A forma publicitária que vem durante anos permanecendo, sendo um meio de comunicação das empresas com seu público em geral. Utilizaremos anúncios nesse veículo acreditando que a comunicação regional tem muita força, principalmente em cidades menores.

Redes Sociais: Estamos na era da internet e tempos de pandemia onde as redes sociais são um dos seus carros chefes que conseguem conectar milhares de pessoas do mundo inteiro ao mesmo tempo que tem o acesso a elas. Sendo assim, serão produzidos fotos, vídeos, anúncios de lançamento, e textos para todos seus clientes ou não clientes, terem o acesso, simplesmente por estarem olhando seu Facebook, Blogs ou mesmo enviando via WhatsApp a todos clientes cadastrados.

Faixas: Em cada ponto de vendas serão oferecidos para a empresa/estabelecimento comercial uma faixa de 2m x 0,70m com texto de lançamento de um novo produto- adubo orgânico a base borra de café, gratuitamente, a mesma será fixada na fachada do estabelecimento. Se não houver espaço a faixa poderá ser substituída por um banner de 1,20m X 0,70m.

3.7.4 Estrutura de comercialização

A empresa contará com equipe de atendimento capacitada e treinada, para atender a varejo como está em período de pandemia, terá um site também, onde o cliente poderá acessar, se cadastrar e fazer a compra via internet, que também através do site poderá tirar dúvidas sobre o produto, acessar dicas e

técnicas para uma maior e melhor aplicabilidade do produto, além de estar respondendo um questionário de satisfação aos clientes.

3.7.5 Localização da empresa

Endereço da Empresa: Av. Marília, 1.379	
Bairro: Campante	Cidade/Estado: Quintana-SP
Telefone/Fax: (14) 3488-1637	

Localização central em um ponto de fácil acesso da cidade, com avenida ampla de grande visibilidade, oferecendo facilidade para estacionar e próximo ao comércio.

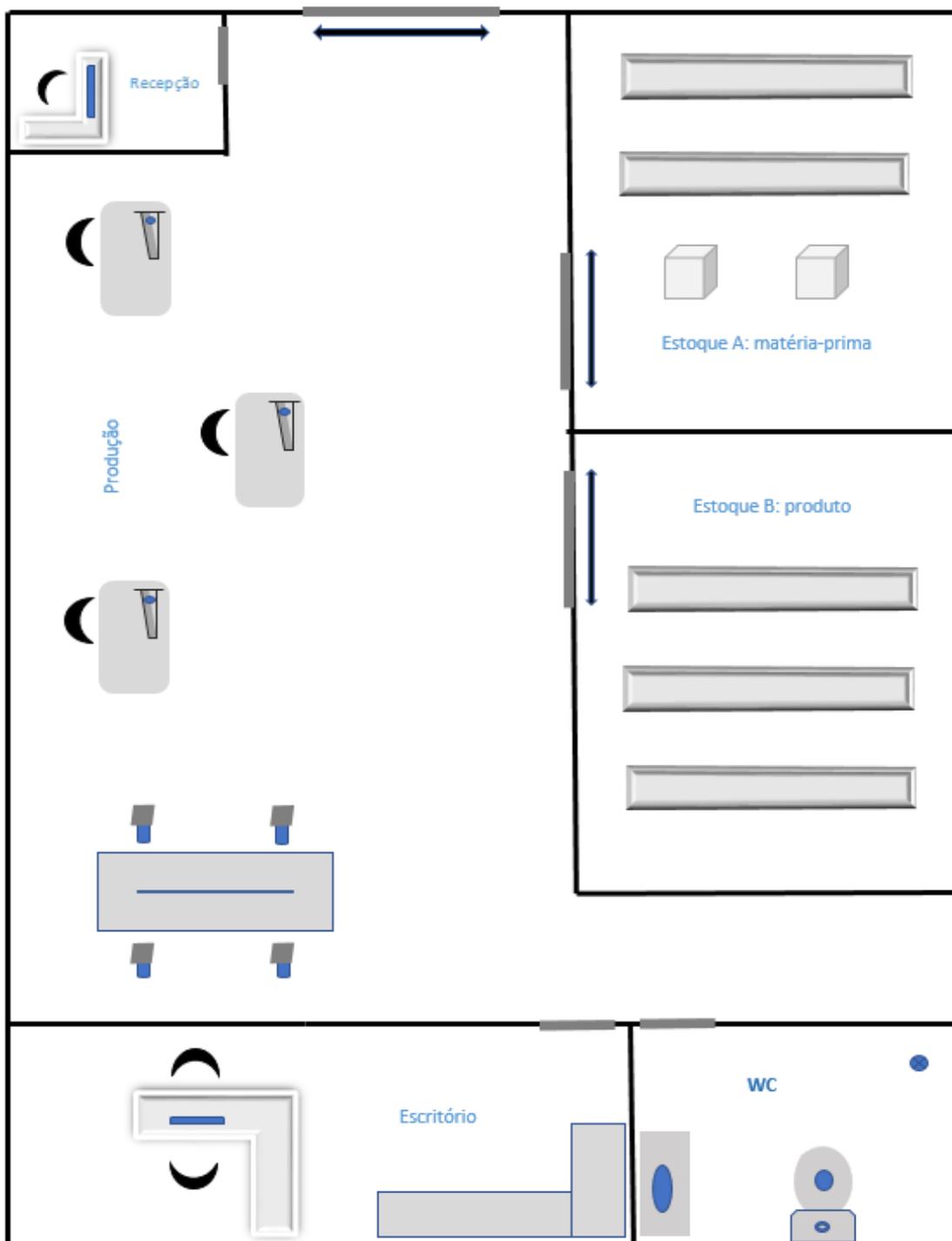
3.8 MARKETING INSTITUCIONAL- Outdoor



3.9 PLANO OPERACIONAL

3.9.1 Layout ou arranjo físico

Figura 2 - Layout da empresa



3.9.2 Capacidade produtiva

Este estabelecimento terá um funcionamento de carga horária de 8hrs por dia, produzindo assim muitas unidades diárias com o auxílio dos 5 colaboradores.

3.9.3 Necessidade de pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
01- Gerente administrativa/financeira	Responsável pelo fluxo de entrada/saída, lucro/despesas, entre outras atribuições.	Tenha ensino superior na área, ter organização, habilidade analítica, capacidade de liderança, espírito empreendedor, saber controlar, ter um bom planejamento e objetividade.
01- Supervisora de compras e vendas	Responsável pelas compras e vendas de mercadorias/produtos em geral.	Tenha ensino superior, ter uma boa organização, bom relacionamento, conhecimento das estratégias da empresa, saber negociar, atualizar-se constantemente e ética.
02- Aux.de produção	Produção	Ensino médio e experiência na área em processo de transformação humificas de adubos orgânicos.
01- Atendente logística	Entregador/logística	Ensino médio e experiência na área de transporte, habilitação a/b.

3.10 PLANO FINANCEIRO E ORÇAMENTÁRIO

3.10.1 Estimativa dos investimentos fixos

A – Máquinas e equipamentos

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Ar-condicionado	1	R\$ 1.178,32	R\$ 1.178,32
2	Balanças para pesagem	3	R\$ 313,20	R\$ 939,60
3	Bebedouros de água	1	R\$ 369,55	R\$ 369,55
4	Cestos plásticos 100L	8	R\$ 79,99	R\$ 639,92
5	Computadores	2	R\$ 1.601,99	R\$ 3.203,98
6	Impressoras	2	R\$ 929,07	R\$ 1.858,14
7	Máquina de café expresso	1	R\$ 408,00	R\$ 408,00

8	Ventiladores	2	R\$ 238,41	R\$ 476,82
9	Linha telefônica	3	R\$ 454,90	R\$ 1.364,70
			Sub-Total	R\$ 10.439,03

B – Móveis e utensílios

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Armários	2	R\$ 1.166,00	R\$ 2.332,00
2	Balcões	2	R\$ 1.238,10	R\$ 2.476,20
3	Cadeiras	6	R\$ 198,00	R\$ 1.188,00
4	Mesas	2	R\$ 596,18	R\$ 1.192,36
			Sub-Total	R\$ 7.188,56
Total dos investimentos fixos		Sub-total (A+B)		R\$ 17.627,59

3.10.2 Estimativa do faturamento mensal da empresa

Produto	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1-Adub-X 2kg	400	20,00	8.000,00
2-Adub-X 5kg	400	25,00	10.000,00
3-Adub-X 30kg	400	55,00	22.000,00
TOTAL			40.000,00

3.10.3 Estimativa do custo unitário variável para cada produto

Produto 1: Adub-X 2Kg

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO
Adub-X 2Kg

Material/Insumos utilizados	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Borra de café	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Terra vegetal	1	R\$ 1,43	R\$ 1,43
Saco (Embalagem)	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
TOTAL		R\$ 3,13	R\$ 3,13

Calculo do custo variável mensal

Para isso calculamos:

Ex: R\$3,13 * 400 = R\$1.252,00

Produto 2: Adub-X 5kg

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Adub-X 5kg			
Material/Insumos utilizados	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Borra de café	2,5	R\$ 1,00	R\$ 2,50
Terra vegetal	2,5	R\$ 1,43	R\$ 3,58
Saco (Embalagem)	1	R\$ 0,70	R\$ 0,70
TOTAL		R\$ 3,13	R\$ 6,78

Calcular o custo variável mensal

Para isso calculamos:

Ex: R\$ 6,78 * 400 = R\$2.712,00

Produto 3: Adub-X 30Kg

CUSTO UNITÁRIO VARIÁVEL POR PRODUTO			
Adub-X 30Kg			
Material/Insumos utilizados	Quantidade Necessária	Custo Unitário	TOTAL
Borra de café	15	R\$ 1,00	R\$ 15,00
Terra vegetal	15	R\$ 1,43	R\$ 21,45
Saco (Embalagem)	1	R\$ 1,70	R\$ 1,70
TOTAL		R\$ 4,13	R\$ 38,15

Calcular o custo variável mensal

Para isso calculamos:

Ex: R\$ 38,15 * 400 = R\$ 15.260,00

3.10.4 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS MENSAIS DA EMPRESA

FUNÇÃO	QTDA DE	SALÁRIO MENSAL	(%) DE ENCARGOS SOCIAIS	ENCARGOS SOCIAIS R\$	TOTAL R\$
GERENTE ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO	1	R\$1.500,00	14,33%	R\$214,95	R\$1.714,95
SUPERVISOR DE COMPRAS E VENDAS	1	R\$1.200,00	14,33%	R\$171,96	R\$1.371,96

AUXILIAR DE PRODUÇÃO	2	R\$1.200,00	14,33%	R\$171,96	R\$1.371,96
ATENDENTE LOGISTICA	1	R\$1.200,00	14,33%	R\$171,96	R\$1.371,96
TOTAL					R\$7.202,79

CUSTOS FIXOS	
Custos	Valores
Aluguel	R\$ 600,00
IPTU (mensal)	R\$ 980,00
Material de Escritório	R\$ 250,00
Material de Limpeza	R\$ 200,00
Energia	R\$ 400,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 300,00
Pró-labore	R\$ 7.202,08
Água	R\$ 300,00
Combustível	R\$ 300,00
Total	R\$ 10.532,08

3.10.5 Margem de contribuição unitária

Produto 1: Adub-X 2kg

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 20,00
Custos variáveis unitários	R\$ 3,13
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 16,87

Produto 2: Adub-X 5kg

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 25,00
Custos variáveis unitários	R\$ 6,78
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 18,22

Produto 3: Adub-X 30kg

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA	
Custos	Valores
Receita Total (preço de venda)	R\$ 55,00
Custos variáveis unitários	R\$ 38,15
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 16,85

3.10.6 – Estimativa dos custos de comercialização

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL (R\$)
1. IMPOSTOS			
Simplex	9,50%	37.000,00	3.515,00
IRPJ			
PIS			
Cofins			
CSLL			
IMPOSTOS ESTADUAIS			
ICMS			
IMPOSTOS MUNICIPAIS			
ISS			
SUBTOTAL 1			3.515,00
2. GASTOS COM VENDAS			

Comissões			
Propaganda			
Taxa de administração do cartão de crédito			
SUBTOTAL 2			0
TOTAL (1+2)		37.000,00	R\$3.515,00

3.10.7 Custo total unitário

Adub-X 2Kg

Itens	Valor
Custo variável unitário	R\$3,13
Custo fixo unitário (dividir o custo fixo total pelas unidades produzidas)	R\$8,78
Custo de comercialização unitário (custo de comercialização dividido pela quantidade produzida)	R\$2,93
TOTAL	R\$14,84

Adub-X 5Kg

Itens	Valor
Custo variável unitário	R\$6,78
Custo fixo unitário (dividir o custo fixo total pelas unidades produzidas)	R\$8,78
Custo de comercialização unitário (custo de comercialização dividido pela quantidade produzida)	R\$2,93
TOTAL	R\$18,49

Adub-X 30Kg

Itens	Valor
Custo variável unitário	R\$ 38,15
Custo fixo unitário (dividir o custo fixo total pelas unidades produzidas)	R\$8,78
Custo de comercialização unitário (custo de comercialização dividido pela quantidade produzida)	R\$2,93
TOTAL	R\$49,86

3.10.8 Preço de venda unitário

Adub-X 2Kg

Item	Valores
Custo total unitário	R\$3,13
Margem de Lucro	R\$16,87
Total:	R\$20,00

Adub-X 5Kg

Item	Valores
Custo total unitário	R\$6,78
Margem de Lucro	R\$18,22
Total:	R\$25,00

Adub-X 30Kg

Item	Valores
Custo total unitário	R\$38,15
Margem de Lucro	R\$16,85
Total:	R\$55,00

3.10.9 Demonstrativo de resultados

ITENS	DESCRIÇÃO	R\$
	Receita total com vendas	40.000,00
	(-) Custos totais	33.276,00
	LUCRO DO PERÍODO	6.724,00

3.11 PONTO DE EQUILÍBRIO

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição}}$$

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{\text{Margem de Contribuição (Receita Total - Custo Variável Total)}}{\text{Receita Total}}$$

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{40.000,00 - 11.956,00}{40.000,00}$$

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = 28.044,00 / 40.000,00 = 0,70$$

$$PE (\text{Ponto de Equilíbrio}) = \frac{10.532,08}{0,70}$$

$$PE = R\$ 15.045,82$$

Ou seja, no mês para não ter nem lucro nem prejuízo a empresa precisa vender/faturar R\$ 15.045,82. Acima disso passa a ter lucro.

3.12 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	<p>Forças</p> <p>Boa localização do estabelecimento;</p> <p>Equipe comprometida e focada no atendimento;</p> <p>Produto orgânico e sustentável (adubo a base da borra de café).</p>	<p>Oportunidades</p> <p>Tendência em inserir no mercado;</p> <p>Falta de empresas no segmento de adubo orgânico;</p> <p>Produto inovador no mercado.</p>
Pontos Fracos	<p>Fraquezas</p> <p>Concorrente com marcas fortes;</p> <p>Vendas concentradas em uma única região;</p> <p>Empresas sem renome no mercado.</p>	<p>Ameaças</p> <p>Concorrência com os preços e qualidades do produto por ser orgânico e sustentável;</p> <p>Possibilidades de surgir novas empresas no mercado.</p>

Conclusão da Análise SWOT:

É possível identificar que existem fatores controláveis e incontroláveis que podem interferir tanto positivamente quanto negativamente no empreendimento. Dessa forma, estar sempre atento para minimizar os riscos e ameaças que possam prejudicar a empresa Adub-X, é uma medida importante para ser levada em

consideração e continuar aprimorando cada vez mais os pontos fortes e as oportunidades para um melhor desempenho do negócio sobre a produção do produto, já que é um reuso do resíduo (borra de café), este descartado no meio ambiente, em aterros sanitários como lixo e transformado com outros compostos em adubo orgânico para serem utilizados em plantas ornamentais.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O produto (Adub-X), foi confirmado através da pesquisa de campo realizada, que as pessoas enxergam neste novo segmento de mercado adubo orgânico, como um produto inovador, tendo a base da borra de café, que é descartada no meio ambiente como lixo e agora transformada num adubo orgânico e sustentável. Em específico aplicada em plantas ornamentais, além de apresentar preço acessível.

No plano financeiro realizado foi observado que apesar dos custos e investimentos, ainda sim a empresa é viável e lucrativa, entre os sócios.

REFERÊNCIAS

ADANS, M.R., & DOUGAN (1985) – **Waste products**. In: CLARKE, R.J. & MACRAE, R., v.2, Ed. Coffee: Technology, Elsevier Applied Science, London, pp.282-291.

ARRUDA, R.D.P. (2006) – **Estudo das Potencialidades das Borrás de Café para Valorização Agrícola**. Trabalho de Fim de Curso de Engenharia Alimentar, UTL, ISA, Lisboa, pp. 92.

BELEZIA, EVA CHOW. **Núcleo básico: planejamento e desenvolvimento do TCC**. São Paulo: Fundação Padre Anchieta, 2011. (Coleção Técnica Interativa. Série Núcleo Básico, v. 3).

CASAS, A. L. L., **Marketing, Conceitos exercícios casos**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2006, 324p. Disponível em <https://administradores.com.br/artigos/composto-de-marketing-promocao>. Acesso em: 18 set. 2019.

CONAB- Companhia Nacional de Abastecimento. **Acompanhamento da safra Brasileira: Café**. Brasília, 2017.

CRUZ, R., MORAIS, S., MENDES, E., PEREIRA, J. A., BAPTISTA, P., CASAL, S. (2014a) – **Melhoria da qualidade elementar de vegetais por resíduos de café expresso**. J Agri Food Chem, 148: 294-299.

MATOS, A.T. (2003) – **Tratamento e destinação final dos resíduos gerados no beneficiamento do fruto do cafeeiro**. In: Zambolim, L., Ed. Produção integrada de café. Viçosa: UFV/DFP, pp. 647-704.

MORENO, J.L. (2001) - **La materia orgánica en los agrosistemas. Ministério da Agricultura, Pesca Y Alimentation**. Adiciones Mundi-Prensa, Madrid, pp.123.

PETER, J. P. JR, G. A. C., **Marketing, Criando valor para os clientes**. 2. Ed. São Paulo:Saraiva,2000.626p. Disponível em: A cesso em: 19 set. 2019.

TOKIMOTO, T., KAWASAKI, N., NAKAMURA, T., AKUTAGAWA, J., TANADA, S. (2005). **Remoção de íons de chumbo na água potável por borra de café como biomassa vegetal**. J Colloid Interface Science, 281: 56-61.

[WWW.akatu.org.br/dicas/ qual-o-impacto-do-seu-cafe/](http://WWW.akatu.org.br/dicas/qual-o-impacto-do-seu-cafe/)

WWW.blog.coffeeandjoy.com.br/tag/compostagem-com-borra/

**APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL
SOCIEDADE LIMITADA**

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA

ADUB-X

Gabriela Ide Ferreira, brasileira, natural da cidade de Pompeia estado de São Paulo, solteira, empresária, portadora do CPF N° 495.844.128-09, RG N° 505842610, expedido pela SSP/SP, residente domiciliar na Rua: Professor Oscar Franco De Toledo, s/nº, na cidade de Quintana/SP.

Jéssica Monique Nunes Silva, brasileira, natural da cidade de Pompeia estado de São Paulo, solteira, empresária, portadora do CPF N° 510.320448-70, RG N° 57.672.133-5, expedido pela SSP/SP, residente domiciliar na Avenida Marília, nº 1.466, bairro Centro, na cidade de Quintana/SP.

Raul Felipe de Oliveira Ferrari, brasileiro, natural da cidade de Pompeia estado de São Paulo, solteiro, empresário, portador do CPF N° 431.865.738-82, RG N° 57.678.531-3, expedido pela SSP/SP, residente domiciliar na Rua: Pedro Norca Filho, s/nº, bairro Centro, na cidade de Quintana/SP.

José Edmar Novais dos Santos, brasileiro, natural da cidade de Pompeia estado de São Paulo, solteiro, empresário, portador do CPF N° 145.859.978-40, RG N° 25.478.859-2, expedido pela SSP/SP, residente domiciliar na avenida Marília N°1402, vila Campante, na cidade de Quintana/SP.

Eliana Soares Pereira Maciel dos Santos, brasileira, natural da cidade de Pompeia estado de São Paulo, casada, empresária, portadora do CPF N° 262.826.285-0, RG N° 29779941-1, expedido pela SSP/SP, residente domiciliar na rua Otoji Sakuno N° 90, bairro Centro, na cidade de Quintana/SP.

Constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial ADUB-X e terá sede e domicílio na avenida Marília N° 1.379, Vila Campante, estado de São Paulo, CEP 17670-000.

2ª O capital social será R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais) dividido em 5.000 quotas, integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

SÓCIOS	Nº de quotas	Valor total
Gabriela Ide Ferreira	5 (cinco) quotas	R\$ 5.000,00 (cinco mil reais)
Jéssica Monique Nunes Silva	5 (cinco) quotas	R\$ 5.000,00 (cinco mil reais)
Raul Felipe de Oliveira Ferrari	5 (cinco) quotas	R\$ 5.000,00 (cinco mil reais)
José Edmar Novais dos Santos	5 (cinco) quotas	R\$ 5.000,00 (cinco mil reais)
Eliana Soares Pereira Maciel dos Santos	5 (cinco) quotas	R\$ 5.000,00 (cinco mil reais)

3ª O objeto será criar um adubo orgânico a base da borra de café para ser aplicado em plantas ornamentais.

4ª O prazo de duração da sociedade é indeterminado, sendo que serão iniciadas suas atividades a partir da data do registro deste contrato social na Junta Comercial do Estado – JUCESP.

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

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

7ª A administração da sociedade caberá a todos os sócios, com os poderes e atribuições de realizarem todas as operações para a consecução de seu objeto social, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

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

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

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

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

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

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

13ª O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou

em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

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

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 02 (duas) vias.

Tupã, 30 de junho de 2021

Gabriela Ide Ferreira

Jéssica Monique Nunes Silva

Raul Felipe de Oliveira Ferrari

José Edmar Novais dos Santos

Eliana Soares Pereira Maciel dos Santos

TESTEMUNHAS

Dercílio Volpi

Ana Carolina Zani

Visto: _____ (OAB/SP)

Antônio Sirpa

**APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC
PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

1- Você tem plantas ornamentais (planta natural decoração de ambiente) em casa?

Sim

Não

2- Você utiliza algum adubo para essas plantas em casa?

Sim

Não

3- O que você faz com a borra de café da sua casa?

Descarto no lixo ou na pia

Não faço café em casa

Outro

4- O nosso produto é um adubo orgânico a base da borra de café onde o mesmo é colocado de forma simples nas plantas contribuindo com vários nutrientes. Você compraria esse produto?

Sim

Não

Talvez

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS

