

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração – CADM

PLANO DE NEGÓCIO: Nathalia Késsia – Consultoria de Imagem

THÁSSIO DA SILVA ZIRLANDO MAIA

João Pessoa

Novembro/2021

THÁSSIO DA SILVA ZIRLANDO MAIA

Plano de Negócios: Nathalia Késsia – Consultoria de Imagem.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba/ UFPB.

Professor Orientador: Arturo Rodrigues Felinto.

João Pessoa

Novembro/2021

M217n Maia, Thassio da Silva Zirlando.

Nathalia Késsia - Consultoria de Imagem / Thassio da
Silva Zirlando Maia. - João Pessoa, 2021.

48 f. : il.

Orientação: Arturo Rodrigues Felinto Felinto.

TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de Negócio; Consultoria de Imagem. 2.
Empreendedorismo. I. Felinto, Arturo Rodrigues Felinto.
II. Título.

UFPB/CCSA

Folha de Aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluna: Thássio da Silva Zirlando Maia

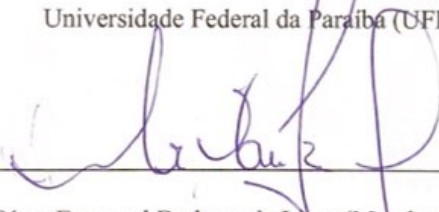
Trabalho: Plano de Negócio: Nathalia Késsia – Consultoria de Imagem

Área da pesquisa: Empreendedorismo

Data de aprovação: 23/11/2021

Banca examinadora

Prof. Arturo Rodrigues Felinto (Orientador)
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)



Prof. César Emanuel Barbosa de Lima (Membro Examinador)
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Dedico este Trabalho de Conclusão a todos os professores do curso de Administração da UFPB, em especial e com fraterno abraço ao meu professor Orientador Arturo Rodrigues Felinto, aos meus pais: Ruffo Maia e Roseane; pelo apoio de sempre, ao meu irmão Ruffo Maia Filho e minha avó Zilda por tamanho apoio (*in memorian*); o amigo: Vitor Cãua Lima; que desde o início me deu força para não desistir e a minha namorada Nathalia Késsia que sonhou comigo e contribuiu para a realização deste projeto.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus que me concedeu vida, saúde e graça para realizar este objetivo de estar finalizando a graduação. Agradeço ao amigo, orientador e grande professor Arturo Felinto por sempre guiar-me com paciência, incentivo e maestria, tanto como orientador, como também nas aulas ministradas. Agradeço as meus familiares por terem me incentivado e estado ao meu lado na vitória e aprendizados. Agradeço ao amigo Vitor Cauã Lima por ser um amigo e irmão que sempre me incentivou e criou boas soluções. Agradeço também a minha namorada Nathalia Késsia pelo companheirismo, amabilidade e compreensão nos mais diversos momentos

“Não fui eu que lhe ordenei? Seja forte e corajoso! Não se apavore, nem se desanime, pois o Senhor, o seu Deus, estará com você por onde você andar”

(Josué 1:9)

Sumário Executivo

A empresa Nathalia Késsia – Consultoria de Imagem nasce trazendo um novo conceito para este mercado. O empreendimento tem como ação central *“guiar pessoas para descobrir o poder da sua imagem”* quebrando a mística de que precisamos seguir padrões e deixar de lado nossa singularidade. A solução terá como público-alvo gestoras de empresas, mulheres advogadas e homens/mulheres empresárias, visando tornar o conhecimento acessível para estes clientes, difundindo a consultoria de imagem como uma competência para execução do trabalho no seu dia-a-dia.

Na intenção de termos o conhecimento acessível, teremos soluções iniciais desde *“análise cromática”*, que possui o principal objetivo descobrir as cores que harmonizam com sua pele, junto a solução de *“personal shopper”*, acompanhamento personalizado que orienta os clientes com a intenção de escolher trajes para ocasiões. A partir destas soluções iniciais, criando pontos de contatos totalmente personalizados, valorizando a singularidade de cada cliente, teremos esse público inseridos em nosso canal exclusivo – close friends, onde semanalmente estaremos dando dicas para somar ao conhecimento que entregamos, mas também gerando valor, criando relacionamentos, dando abertura para possíveis novas ofertas de soluções do nosso portfólio.

Agregando ao nosso portfólio, teremos o *“Plano de Imagem”*, uma consultoria de imagem completa onde o cliente descobrirá seu estilo, formato de corpo, formato de rosto, as cores que harmonizam com seu tom de pele, sendo criada uma estratégia de imagem de acordo com o perfil do cliente e suas necessidades. Gerando o empoderando do cliente em todo o processo de se vestir com elegância, cabível à ocasião, sem perder a singularidade e descobrindo o poder da imagem.

Além do “close friends”, teremos nosso grupo no Telegram com o intuito de criarmos um ecossistema e conexão de pessoas que descobriram o poder da sua imagem e poderão estar se conectando em cafés/chás da tarde, onde poderemos falar de negócios, fazer networking, como também entregar conteúdos de maneira leve, descontraída. Todos os clientes estarão cadastrados em base de CRM, mapeando todos os pontos de contatos.

De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), segmento totalmente relacionado a consultoria de imagem, tem como tendência de crescimento 4,6% em 2019, e 5,3 em 2020, abrindo oportunidade também dos varejistas estarem cada vez mais alinhados com as tendências de mercado e expectativas de clientes, buscando proporcionar uma nova experiência de consumo.

Indicadores de Viabilidade	Valores
Lucratividade	8,33%
Rentabilidade	98,45%
Prazo de Retorno do Investimento	2 meses
Ponto de Equilíbrio	R\$ 1.809,54

FIGURAS

Figura 1 – Descrição CNAE.....	15
Figura 2 - Logo.....	26
Figura 3 – Processo Operacional (Vendas)	29
Figura 4 – Processo Operacional (Fidelização).....	30
Fígura 5 - Organograma	30
Figura 6 – Fórmula Ponto de Equilíbrio	38
Figura 7 – Fórmula de Lucratividade	38
Figura 8 – Fórmula de Rentabilidade.....	39

QUADROS

Quadro 1 – Capital Social.....	15
Quadro 2 – Indicadores de Viabilidade.....	16
Quadro 3 - Análise SWOT.....	18
Quadro 4 – Análise de Concorrentes	24
Quadro 5 - Fornecedores	25
Quadro 6 – Precificação de Serviços.....	28
Quadro 7 – Necessidade Pessoal.....	30
Quadro 8 – Investimento Inicial.....	31
Quadro 9 – Investimento em Utensílios.....	31
Quadro 10 – Investimento em mercadoria.....	32
Quadro 11 – Prazo médio de recebimento de vendas	32
Quadro 12 – Cálculo do prazo médio de compras.....	32
Quadro 13 – Necessidade Média de Estoque	33
Quadro 14- Caixa Mínimo	33
Quadro 15 – Capital de Giro (Resumo).....	34
Quadro 16 – Investimentos Pré-operacionais	34
Quadro 17 – Investimento Total	34
Quadro 18 – Fonte de Recursos	35
Quadro 19 – Estimativa de Faturamento Mensal	35
Quadro 20 – Custos de Comercialização	36
Quadro 21 – Despesa com pessoal.....	36
Quadro 22 – Despesas Operacionais Mensais.....	37
Quadro 23 - DRE	37
Quadro 24 – Projeção Receitas.....	40
Quadro 25 – Projeção de Custos de Comercialização.....	41
Quadro 26 – Projeção da DRE	41
Quadro 27 – Projeção da receitas	42
Quadro 28 – Projeção de Custos de Comercialização.....	42

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percepção de Marca Pessoal.....	19
Gráfico 2 – Preocupação com o que vestir	20
Gráfico 3 – Crença no poder da imagem.....	20
Gráfico 4 – Disposição de investimento	21
Gráfico 5 – A imagem vende.....	21
Gráfico 6 – Vestimenta e Propósito	22
Gráfico 7 – Linguagem não-verbal	22
Gráfico 8 – Forma de pagamento.....	23

SUMÁRIO

1	Descrição do Empreendimento	14
1.1	Definição do Negócio	14
1.2	Empreendedora	14
1.3	Síntese das Responsabilidade	14
1.4	Exigências Legais	14
1.5	Área de atuação	15
1.6	Capital Social.....	15
1.7	Conceitos Estratégicos da Empresa.....	16
1.7.1	Missão	16
1.7.2	Visão.....	16
1.7.3	Valores	16
1.8	Indicadores Financeiros	16
2	Análise de Mercado	16
2.1	Setor de Atividade	17
2.2	Forma Jurídica	17
2.3	Enquadramento Tributário.....	17
2.3.1	Âmbito Federal.....	17
3	Capital Social	18
3.1	Fonte de recursos	18
3.2	Estratégia – Análise SWOT.....	18
4	Análise de Clientes.....	18
4.1	Estudo dos Clientes (Guia Estratégico).....	19
4.1.1	Público-alvo.....	23
4.1.2	Comportamento dos clientes	23
4.1.3	Área de abrangência	24
4.2	Estudo de Concorrentes	24
4.3	Estudo de fornecedores.....	25
5	Plano de Marketing	26
5.1	Logo.....	26
5.2	Descrição dos principais serviços.....	26
5.2.1	Análise Cromática	26
5.2.2	Personal Shopper.....	27
5.2.3	Consultoria de Imagem Express.....	27
5.2.4	Consultoria de Imagem Deslumbrante	27
5.3	Estratégia de Preço	28
5.4	Estratégias Promocionais.....	28

5.4.1	Instagram.....	28
5.4.2	Linkedin	28
5.4.3	Pinterest.....	28
5.5	Estrutura de Comercialização.....	29
5.6	Localização do Empreendimento	29
6	Plano Operacional	29
6.1	Arranjo Físico.....	29
6.2	Capacidade Comercial.....	29
6.3	Processos Operacionais	29
6.4	Necessidade Pessoal	30
6.5	Estrutura Organizacional	30
7	Plano Financeiro	31
7.1	Estimativa de Investimentos Fixos	31
7.2	Capital de Giro	32
7.2.1	Caixa Mínimo.....	32
7.3	Investimentos Pré-Operacionais.....	34
7.4	Investimento Total.....	34
7.5	Estimativa de Faturamento Mensal	35
7.6	Custo de Comercialização	36
7.7	Custos de Mão de Obra	36
7.8	Custos de Depreciação	36
7.9	Custos Fixos Operacionais Mensais.....	37
7.10	Custo de Mercadoria Vendida	37
7.11	Demonstrativo de resultados	37
8	Indicadores de Viabilidade	38
8.1	Ponto de Equilíbrio.....	38
8.2	Lucratividade.....	38
8.3	Rentabilidade.....	39
8.4	Prazo de Retorno do Investimento	39
9	Construção de Cenários	40
9.1	Cenário Otimista.....	40
9.2	Cenário Pessimista.....	41
10	Decisão Gerencial	43
	Referências	44

1 Descrição do Empreendimento

Neste capítulo, serão apresentados os dados descritivos do empreendimento necessários para compreensão geral da natureza do negócio e suas características de mercado.

1.1 Definição do Negócio

Nosso negócio é: guiar pessoas para descobrir o poder da imagem e tornar isto uma competência.

1.2 Informações da Empreendedora

Nathalia Késsia de Souza Melo, 26 anos, solteira, brasileira, natural de João Pessoa-PB, advogada, residente no bairro do Geisel, João Pessoa-PB.

Formação profissional: Direito pela FPB, Faculdade Internacional da Paraíba, com experiência na advocacia tributária e cível, como também em vendas, negociação, atendimento ao cliente e conciliação.

Atribuições no Empreendimento: responsável pela idealização das soluções, como também vendas e execuções, como, por exemplo: construir combos de ofertas, acompanhar os clientes nas compras das peças em lojas parceiras, estar presente nos cafés/chás da tarde. Além disso, inicialmente, também cuidará do gerenciamento das redes sociais. Tratando-se da gestão financeira e contábil, será compartilhado com um escritório de contabilidade.

1.3 Síntese das Responsabilidade

O dever da empreendedora é deixar todos os processos devidamente conhecidos, sob boas condições de trabalho para realizar um excelente atendimento, entendendo quais são as necessidades dos clientes, criando excelentes conexões, tornando acessível e entendível o conhecimento que proporciona o poder da imagem. Também, faz-se necessário estar sempre metrificando a satisfação do cliente e o quanto estes são promotores.

1.4 Exigências Legais

O empreendimento terá como Razão Social NATHALIA KÉSSIA CONSULTORIA DE IMAGEM e estará legalizada nos seguintes órgãos:

- Prefeitura Municipal de João Pessoa-PB;
- Gov.br – Governo Federal;
- MEI – INSS;

1.5 Área de Atuação

A empresa Nathalia Késsia Consultoria de Imagem se enquadra na categoria de Atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente; conforme indica a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE/IBGE).

Figura 1 – Descrição CNAE

Hierarquia	
Seção:	M ATIVIDADES PROFISSIONAIS, CIENTÍFICAS E TÉCNICAS
Divisão:	74 OUTRAS ATIVIDADES PROFISSIONAIS, CIENTÍFICAS E TÉCNICAS
Grupo:	74.9 Atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente
Classe:	74.90-1 Atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente
Subclasse:	7490-1/99 Outras atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente
Notas Explicativas: Esta subclasse compreende: - o serviço de previsão meteorológica - os serviços de avaliação não-imobiliária (jóias, antiguidades, etc.) - as atividades de assessoria e consultoria técnica em áreas profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente, inclusive as realizadas por profissionais autônomos ou constituídos como empresas individuais Esta subclasse não compreende: - os serviços de avaliação de imóveis (6821-8/01) - as atividades de escritores de todos os tipos de assuntos, inclusive técnicos (9002-7/01) - as atividades de jornalistas independentes (9002-7/01)	
Lista de Descritores Registros encontrados: 25	
Mostrar 10 registros por página	
Código	Descrição
7490-1/99	ASSESSORIA E CONSULTORIA EM CULINÁRIA
7490-1/99	ASSESSORIA E CONSULTORIA EM MODA E IMAGEM PESSOAL

Fonte: CNAE/IBGE (2021)

1.6 Capital Social

Todo o recurso será proveniente de disponibilidade própria, estimado no valor de R\$5.000. Deste valor, R\$2.500 será destinado para uso de marketing, propagação da marca nas redes sociais, interação com o público.

Quadro 1 – Capital Social

Sócios	Valor (R\$)	Participação (%)
Nathalia Késsia S. Melo	5.000	100%

Fonte: Elaboração Própria (2021)

1.7 Conceitos Estratégicos da Empresa

1.7.1 Missão

Difundir a consultoria de imagem de modo a torna-lá essencial no dia-a-dia das lideranças no mundo dos negócios.

1.7.2 Visão

Ser um referência e autoridade no mercado paraibano em consultoria de imagem, tornando este conceito descomplicado, acessível e uma competência para lideranças no mundo dos negócios até 2022.

1.7.3 Valores

- **Autenticidade:** Enxergar suas roupas, estilo e comunicação não verbal como algo personalizável e que transmita seu verdadeiro eu.
- **Empoderamento:** Guiar as pessoas para descobrir o poder da sua imagem.
- **Confiança:** Aprender e aplicar as estratégias adequadas para o seu objetivo e assim se sentir no controle
- **Credibilidade:** A imagem, comunicação não verbal, alinhada a comunicação verbal garante respaldo diante do mercado.x

1.8 Indicadores Financeiros

Quadro 2 – Indicadores de Viabilidade

Indicadores de Viabilidade	Valores
Lucratividade	8,33%
Rentabilidade	62,87%
Prazo de Retorno do Investimento	2 meses
Ponto de Equilíbrio	R\$ 1.809,54

Fonte: Elaboração Própria (2021)

2 Análise de Mercado

Segundo o site do Grupo Abril (outubro, 2020) : “Uma das profissões mais requisitadas do mercado de trabalho nos últimos anos, a consultoria de imagem tem como alguns de seus principais objetivos, valorizar o melhor da essência de cada um, trazer à tona atributos que uma pessoa sequer percebe que tem e que pode agregar valor à imagem pessoal e profissional, e potencializar a autoestima”.

O mercado tem estado cada vez mais aquecido e aberto à expressão do potencial individual de cada profissional, pois o trabalho de consultoria de imagem vai muito além

de orientar sobre como ter uma imagem positiva nas redes sociais ou que roupa usar na videoconferência de trabalho.

Segundo matéria no site “Infinite Luxury”, promovida pela AICI (Associação Internacional de Consultores de Imagem (dezembro, 2019) : “As pessoas em geral têm cada vez menos tempo, gostam menos de fazer compras e têm muitas opções hoje em dia. O profissional de consultoria de imagem auxilia nessa questão. A liberação de dresscode nas empresas deixa muita gente com dúvidas do que vestir, por isso o papel do Consultor de Imagem é fundamental”.

Considerando informações como estas e outras informações que são coletadas, conseguimos perceber com clareza: este é o momento de ressaltarmos nossas melhores “soft skills”, ou seja, nossas melhores habilidades nas relações interpessoais. Tornar a competência do autoconhecimento de qual o tom utilizar de acordo com a ocasião e paleta de cores, o traje, a fim de comunicar-se melhor. Para isto, estaremos investindo com intencionalidade nesta conscientização e importância.

2.1 Setor de Atividade

O setor de atividade que estará inserido será o de serviços.

2.2 Forma Jurídica

☒ (x) Microempreendedor Individual – MEI

☐ () Empresário Individual

☐ () Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

☐ () Sociedade Limitada

☐ () Outra: _____

2.3 Enquadramento Tributário

2.3.1 Âmbito Federal

Elegível pelo Simples

☐ () Sim

☒ (X) Não

3 Capital Social

Na consultoria serão investidos R\$5.000,00

3.1 Fonte de recursos

Todo investimento provém de capital próprio, originário dos honorários de trabalhos advocatícios.

3.2 Estratégia – Análise SWOT

A partir do uso da ferramenta de SWOT, visando à competição em negócios ou planejamento de projetos, identificando as forças e fraquezas, oportunidade e ameaças, de acordo com as oportunidade no mercado paraibano, foram elencadas no quadro abaixo:

Quadro 3 - Análise SWOT

ANÁLISE INTERNA	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
Respaldo teórico. Possuir uma boa networking. Experiência com vendas em lojas de roupas. Fazer análise masculina.	Conciliar a consultoria com a advocacia. Administrar redes sociais. Falta de experiência prática.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Desejo de apresentar-se bem nas redes sociais. Diferença para o Esquadrão da Moda. As pessoas conhecem a Análise Cromática, mas não a Consultoria de Imagem.	Só vislumbrar a Análise Cromática. Limitação do entendimento acerca da Consultoria de Imagem Crise econômica no Brasil.
ANÁLISE EXTERNA	

Fonte: Elaboração Própria (2021)

4 Análise de Clientes

Com o intuito de autenticar o plano de negócio, fizemos uma pesquisa de mercado com aqueles que tivemos acesso e responderam para termos a coleta de dados. Foram analisados dados de acordo com perfis e expectativas do público-alvo por meio da pesquisa quantitativa aplicada através de questionário via internet. A pesquisa que foi realizada não tem como objetivo fazer inferências estatísticas no mercado pessoense, e sim identificar oportunidades, melhorias, meios de conscientização, neste segmento.

Com base nos dados coletados, nosso objetivo foi determinar a estratégia inicial de

mercado, promovendo a conscientização e dismitificação do real sentido da consultoria de imagem, buscando tornar-se a referência na área.

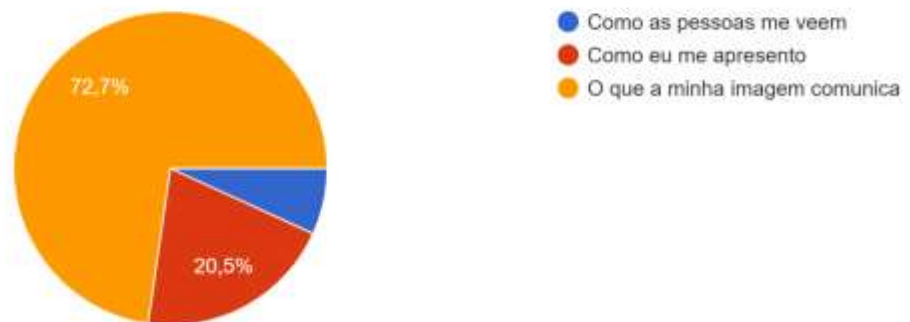
4.1 Estudo dos Clientes (Guia Estratégico)

A pesquisa direta em sua amplitude nos mostra que o público tem ciência do que é marca pessoal, sendo esta uma das oportunidades da Consultoria de Imagem, e se preocupam como se vestir diante de uma ocasião importante. Dados como este nos ajudará a tomar decisões estratégicas mais eficazes na conversão dos nosso possíveis clientes. Abaixo seguem algumas destes dados:

Gráfico 1 – Percepção de Marca Pessoal

Na sua percepção o que é "marca pessoal"?

88 respostas

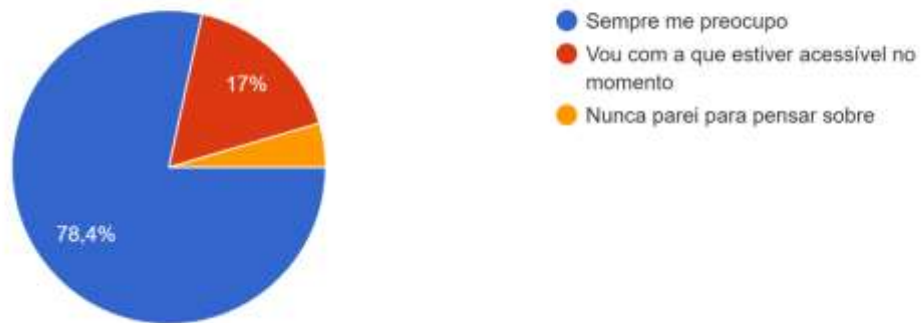


Pontos como estes são importantes, pois facilita na conscientização, onde o público tendo um conhecimento prévio já conseguimos o guiar como mais facilidade para as oportunidades da descoberta do poder da imagem pessoal.

Gráfico 2 – Preocupação com o que vestir

Antes de uma ocasião importante, você se preocupa com o que vai vestir? Como, por exemplo, combinação de cores.

88 respostas

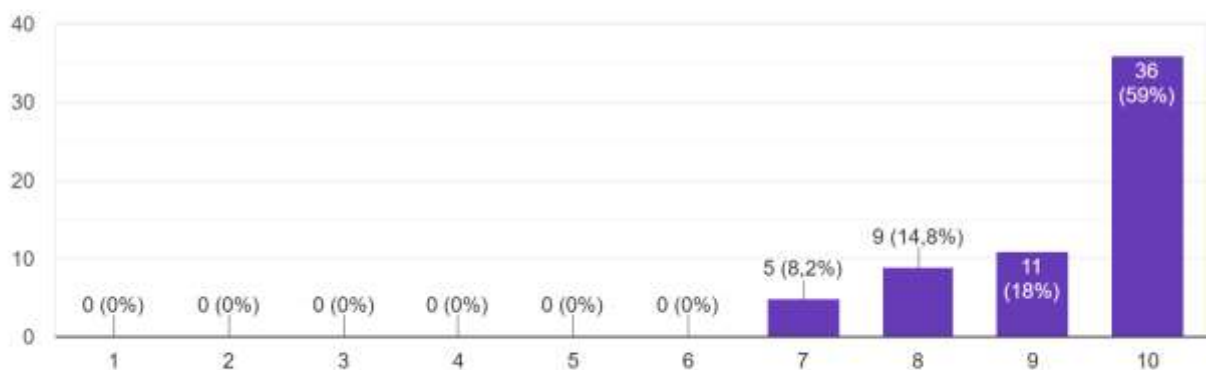


Foi visto que o público respondente, antes de uma ocasião importante, em sua maioria, se preocupa com o que vai vestir. Este comportamento nos abre oportunidade para tornar esta preocupação algo mais ágil, consciente e rotineiro.

Gráfico 3 – Crença no poder da imagem

De 1 a 10, o quanto você acredita que o poder da sua imagem e a presença digital podem ser um diferencial competitivo no mercado?

61 respostas

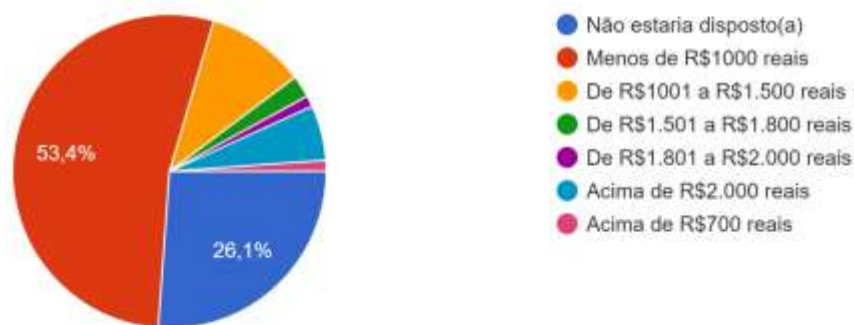


Em nosso mundo extremamente globalizado, onde, no Brasil, cerca de 81% da população, representando cerca de 152 milhões de pessoas possuem acesso à internet, torna as redes uma oportunidade de criar autoridade, gerar reconhecimento, ampliar a networking e serendipidade [conceito relativo a descobertas afortunadas feitas, aparentemente, por acaso]. Por isso, tornando a imagem e redes sociais, onde a presença digital não é mais tendência, e sim realidade, necessidade.

Gráfico 4 – Disposição de investimento

Quanto você estaria disposto(a) a investir em uma Consultoria de Imagem Pessoal para melhorar sua imagem profissional? Considerando que este será um investimento único.

88 respostas

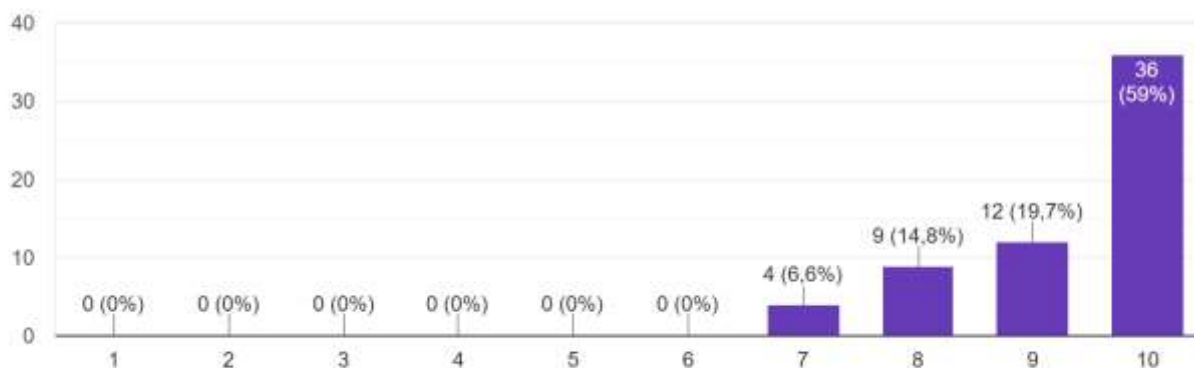


Considerando o público respondente, sendo este em sua maioria semelhante ao público-alvo proposto, estes estão dispostos a investirem, sim, na descoberta e melhoria no poder da imagem pessoal. Além disso, de acordo com o gráfico abaixo, poderemos notar a visão de importância para esta “soft-skill”:

Gráfico 5 – A imagem vende

Tratando-se da frase, "antes de comprar uma solução, o cliente compra a sua imagem", o quanto você concorda com ela em uma escala de 1 a 10?

61 respostas



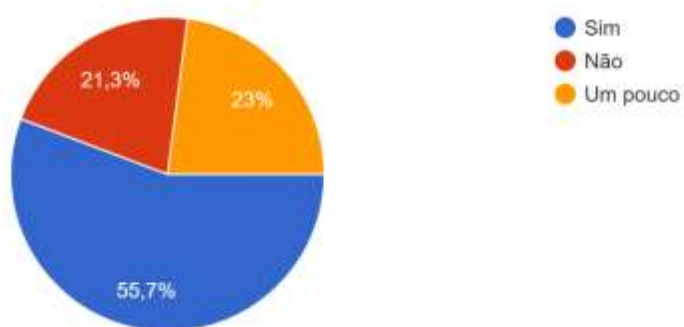
Faz-se perceptível, considerando que 59% votaram relevância 10, que a forma como nos vestimos comunica, chega primeiro e harmoniza com a ocasião da qual estamos inseridos. De fato, esta competência é estratégica.

Isto, mais uma vez, torna-se visto alinhado à vivência das redes sociais, conforme expressaram os respondentes no gráfico a seguir:

Gráfico 6 – Vestimenta e Propósito

Quando você vai postar uma foto nas redes sociais, você se preocupa com a vestimenta alinhada ao seu propósito?

61 respostas

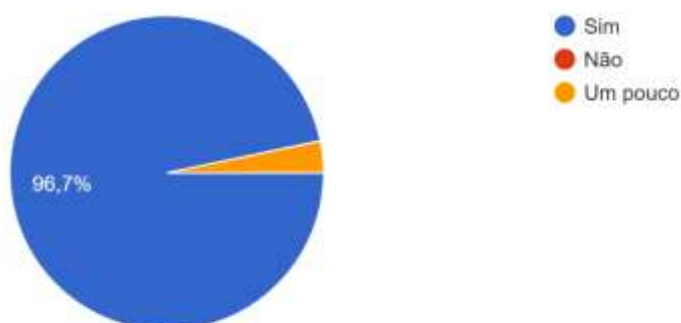


A singularidade de cada indivíduo e como se veste não está tão somente ligado a ocasião, mas, também, o quanto este se sente bem e está alinhado com o seu propósito.

Gráfico 7 – Linguagem não-verbal

Você acredita que a linguagem não verbal tem impacto nas redes sociais?

61 respostas



A moda é uma linguagem e o modo de vestir revela muito sobre uma pessoa. Segundo matéria no site da UPF (Universidade de Passo Fundo), com título “A moda é uma linguagem e o modo de vestir revela muito sobre uma pessoa”, temos a seguinte explicação: “A linguagem não verbal é toda a questão da aparência e da linguagem de

símbolos e gestos. A nossa segunda pele, no caso a roupa, nos representa. Ela causa mais impacto, no primeiro contato, do que a própria palavra e a entonação de voz. Ela tem um significado triplo comparado com outros elementos”.

4.1.1 Público-Alvo

O nosso público-alvo são gestores, diretores, empreendedores e advogados, entre 25 a 40 anos, dentro da classe social B e A. Todo nosso trabalho de comunicação e marketing estará focado no empoderamento de cada indivíduo.

Diante dos nossos possíveis clientes estaremos propagando a possibilidade do conhecimento da Consultoria de Imagem como uma “soft skill” que pode ser adquirida e usada estrategicamente no dia a dia, sabido que a Consultoria de Imagem entrega além da estratégia de que roupa vestir, e sim respeitando os traços naturais de cada indivíduo.

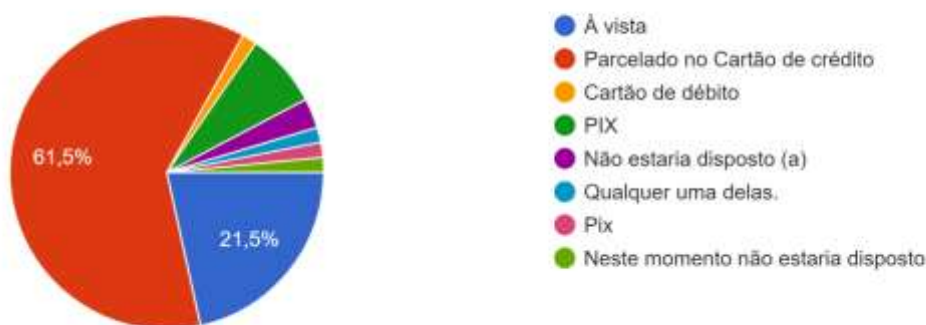
4.1.2 Comportamento dos Clientes

Os possíveis clientes deste segmento lidam diariamente com ocasiões que exigem deles integrar de forma coerente sua posição social, cargos que exercem e estarem bem apresentáveis. Alguns destes acreditam que a consultoria de imagem limita-se às cores, peças de guarda-roupas, mas este é um conhecimento limitado.

Perante pesquisa realizada, os respondentes de acordo com o público-alvo, cerca de 53,4% tem disposição de investimento em “menos de R\$1.000”, com as seguintes disposições de pagamento:

Gráfico 8 – Forma de pagamento

Qual a melhor forma de pagamento para você levando em consideração a resposta anterior?
65 respostas



4.1.3 Área de abrangência

A nossa consultoria tem como foco atender e atrair clientes de toda a João Pessoa e cidades circunvizinhas, como, por exemplo, Santa Rita, Bayeux e Cabedelo. Porém, por ter atuação na advocacia, se dará uma atenção e força de conexão com advogadas e advogados, até por já ter uma autoridade na área.

4.2 Estudo de Concorrentes

Quadro 4 – Análise de Concorrentes

	SERVIÇOS AOS CLIENTES	PREÇO	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	ATENDIMENTO	QUALIDADE
BRUNA SERRANO	COLORAÇÃO PESSOAL.	R\$ 300,00	À vista e cartão de crédito	Super breve, sem dar atenção. Só mandou portfólio.	Muito sucinta, sem explicar a solução.
VALÉRIA DIDIER	ANÁLISE DE ESTILO, PERSONAL SHOPPER E HAIR, CONSULTORIA DE IMAGEM.	De R\$550 a R\$2990	À vista e cartão de crédito	Solicita, atenciosa, explicou cada ponto, ouviu bem.	Extremamente organizada, portfólio explicativo.
CINTYA NUNES	CONSULTORIA EXPRESS, CONSULTORIA LIVRE, ANÁLISE DE COLORAÇÃO.	A partir de R\$800	À vista e cartão de crédito	Mandou separadamente as informações, mas não prosseguiu com perguntas para entender.	Sem sensibilidade de entender a necessidade.

Fonte: Elaboração Próprio (2021)

Em análise das concorrentes bem posicionadas na busca do Instagram, como também indicadas nos stories de colegas próximos e influencers, a Nathalia Késsia – Consultoria de Imagem possui o diferencial de, antes de enviar qualquer material de apresentação, há todo o entendimento de qual é a necessidade do possível cliente, qual a expectativa. Além disso, nossos preços estão extremamente competitivos.

4.3 Estudo de fornecedores

Os fornecedores da Nathalia Késsia – Consultoria de Imagem são totalmente virtuais, com pedidos sendo realizados via internet ou WhatsApp, com antecedência, de acordo com a necessidade das demandas referente aos kits de encantamento, dossiê e cartelas de cores.

Quadro 5 - Fornecedores

Itens	Fornecedor	Preço (R\$)	Pagamento	Entrega	Localização
Kit de Coloração	Instituto Anita Rezende	1250,00	Parcelado	30 dias	Belo Horizonte
Mini-Paleta de Cores	Instituto Anita Rezende	39,00	À vista	15 dias	Belo Horizonte
Kit das dimensões	Instituto Anita Rezende	310,00	Parcelado	30 dias	Belo Horizonte
Kit de Contraste	Instituto Anita Rezende	340,00	Parcelado	30 dias	Belo Horizonte
Kit Maquiagem	Instituto Anita Rezende	140,00	Parcelado	30 dias	Belo Horizonte
Kit de cards Coloridos	Instituto Anita Rezende	99,00	Parcelado	30 dias	Belo Horizonte
Escala Tonal	Instituto Anita Rezende	99,00	Parcelado	30 dias	Belo Horizonte
Cículo Cromático	Studio Immagine	22,80	À vista	30 dias	São Paulo

Fonte: Elaboração Próprio (2021)

5 Plano de Marketing

5.1 Logo

Figura 2 - Logo



Fonte: Elaboração própria (2021)

5.2 Descrição dos Principais Serviços

As soluções da Nathalia Késsia – Consutoria de Imagem estão estrategicamente alinhadas aos níveis de necessidade e conscientização dos possíveis clientes, dando oportunidade a futuros Upsells dentro dos clientes da base. Seguem abaixo a relação de soluções e direcionamentos que são entregues:

5.2.1 Análise Cromática

Análise presencial em domicílio, cartela digital e física em formato leque, dossiê digital e personalizado de acordo com a paleta de cores do cliente.

O cliente vivenciará a técnica científica originada na Escola de Bauhaus, escola de arte vanguardista na Alemanha, a qual demonstra as cores que harmonizam com o seu tom de pele. Descobri-se se a pele do cliente harmoniza com tons quentes, frios ou neutros, para embasar o descobrimento da sua cartela. O método utilizado é o sazonal expandido dos doze tons que utiliza as quatro estações do ano (verão, outono, primavera e inverno).

5.2.2 Personal Shopper

Acompanhamento em lojas ou shopping, 1 turno do dia, não inclui valores de compras, taxas de estacionamento ou alimentação.

Assessora o cliente na escolha de lojas e itens de acordo com a sua estratégia e objetivo auxiliando em uma compra assertiva, respeitando o valor de investimento disponível.

5.2.3 Consultoria de Imagem Express

Análise Cromática, análise tipo físico, estilo pessoal, 1 Personal Shopper e dossiê digital com a estratégia de imagem do cliente.

A modalidade express abarca os principais serviços da consultoria de imagem, possibilitando ao cliente o aprimoramento da sua imagem pessoal e/ou profissional. Este serviço fornece ao cliente o embasamento necessário de forma rápida possibilitando a descoberta da sua melhor versão.

5.2.4 Consultoria de Imagem Deslumbrante

Análise Cromática, análise tipo físico, análise formato de rosto, estilo pessoal, closet Cleaning, montagem de looks, personal shopper 1 dia (dois turnos), entrega dossiê completo físico e virtual.

A modalidade deslumbrante abarca todos os serviços da consultoria de imagem, possibilitando ao cliente uma mudança na sua imagem pessoal e/ou profissional. Este serviço fornece todo o embasamento necessário e estratégico, de forma ampla e detalhada, guiando o cliente para descobrir o poder da sua imagem.

5.3 Estratégia de Preço

A estratégia de preço foi totalmente pensada, de início, com valores competitivos, acessíveis e apto às diversas modalidades de precificação, sabido que os custos e despesas são mínimos diante do funcionamento operacional do negócio.

Quadro 6 – Precificação de Serviços

Serviços	Valores (R\$)
Análise Cromática	375,00
Personal Shopper	225,00
Análise Cromática + Personal Shopper	525,00
Consultoria de Imagem Essencial	945,00
Consultoria de Imagem Deslumbrante	1785,00

Fonte: Elaboração Próprio (2021)

5.4 Estratégias Promocionais

Inicialmente estaremos promovendo uma padronização nas redes sociais para estarmos nos posicionando não como mais uma empresa de Consultoria de Imagem, mas que dissimula a intencionalidade de ter este conhecimento como uma soft skill, como pode beneficiar àqueles que detêm o conhecimento e o coloca em prática. A tríade das redes que estaremos utilizando são:

5.4.1 Instagram

Estaremos construindo conteúdo de conscientização, entregando valor e demonstrando autoridade de acordo com o serviços que forem sendo prestados. Além disso, será construído nos destaques uma linha do tempo para mostrar os serviços, provas-sociais, caixas de perguntas respondidas.

5.4.2 LinkedIn

Sabido que esta rede é totalmente voltada para profissionais, estaremos produzindo artigos que mostrem a importância do conhecimento da Consultoria de Imagem para os profissionais do século XXI, benefícios para a carreira. Além disso, pode ser uma incrível plataforma para conectar a possíveis clientes.

5.4.3 Pinterest

Estaremos fazendo ensaios fotográfico com o próprio smartphone, com looks montados e descrevendo para qual o perfil e ocasião mais se adequa aquela vestimenta. O foco é aumentar o máximo possível da visibilidade.

5.5 Estrutura de Comercialização

Os serviços serão comercializados pela própria empreendedora e também a execução, onde será levado todos os apetrechos de medição, testes cromáticos.

5.6 Localização do Empreendimento

Por motivos de visão do negócios e darmos o mínimo custo a operação, optamos por ter um modelo em sua maioria digital, somente a execução sendo presencial.

6 Plano Operacional

6.1 Arranjo Físico

Sabido que este tópico está ligado à definição de como será a distribuição dos diversos setores da empresa, de alguns recursos (mercadorias, matérias-primas, produtos acabados, estantes, gôndolas, vitrines, prateleiras, equipamentos, móveis, matéria-prima etc.) e das pessoas no espaço disponível, está dispensado por motivo de opção à modalidade digital.

6.2 Capacidade Comercial

Visando termos a melhor gestão do tempo para produzir conteúdo, desempenhar outras atividades, continuar o aperfeiçoamento das técnicas e respeitar o tempo de execução de cada serviço, como também encantamento do cliente, serão realizadas 3 serviços por semana, considerando que a média de execução está entre 2 horas e 30 minutos e 3 horas.

6.3 Processos Operacionais

Figura 3 – Processo Operacional (Vendas)

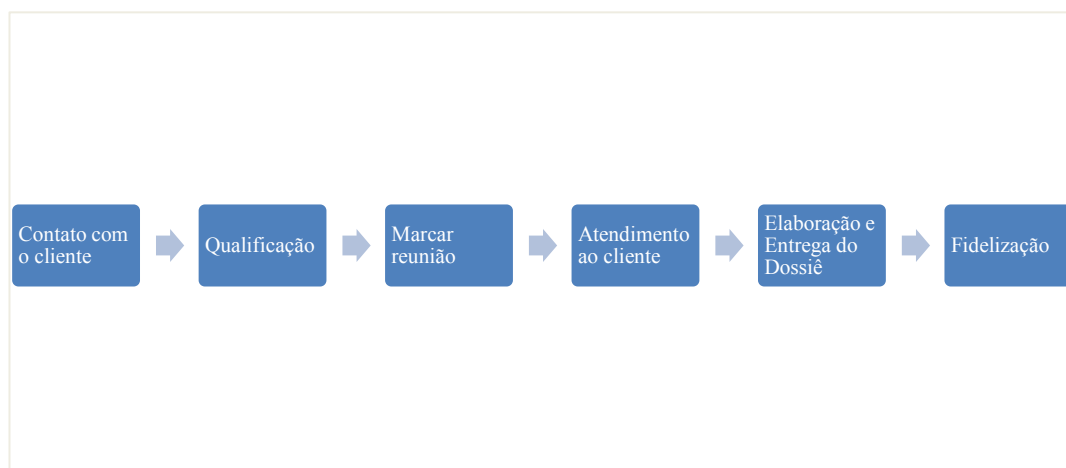
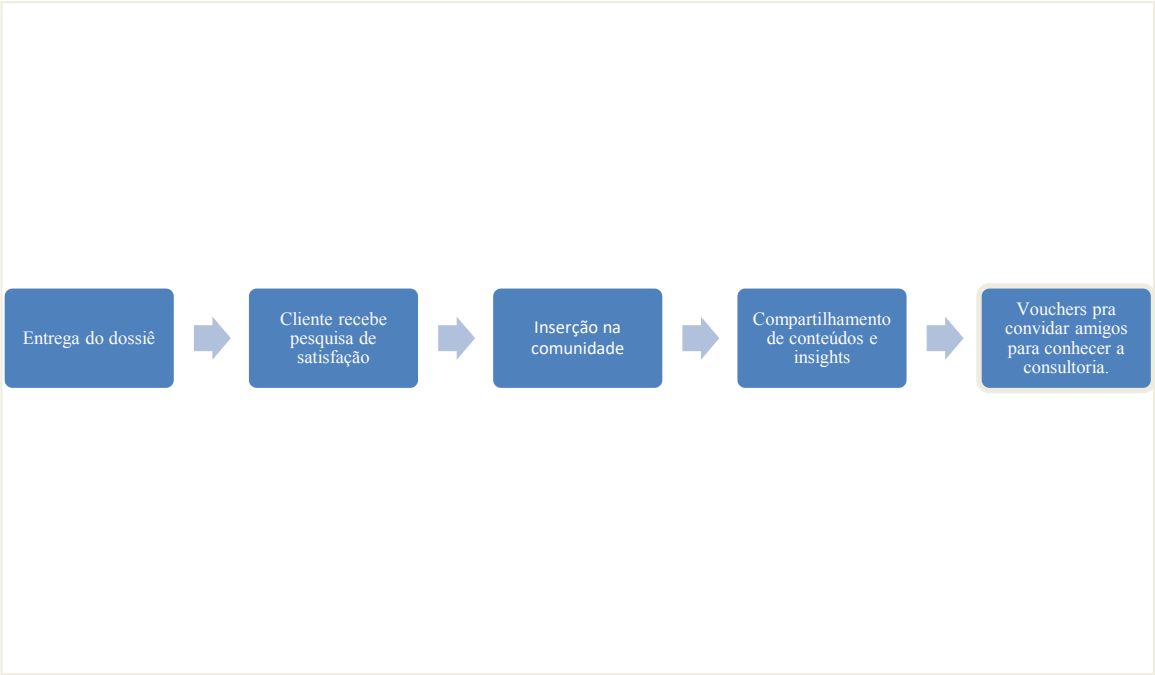


Figura 4 – Processo Operacional (Fidelização)



6.4 Necessidade Pessoal

Quadro 7 – Necessidade Pessoal

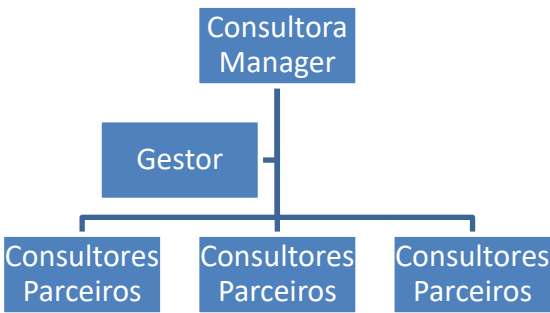
Cargo/Função	Qualificação Necessária
Consultora de Imagem	Curso de consultor de imagem, análise de cores.

Fonte: Elaboração própria (2021)

6.5 Estrutura Organizacional

Foi construída uma estrutura organizacional, visando possibilidades futuras de parcerias. Entretanto, optaremos pelo modelo informal mesmo.

Fígura 5 - Organograma



Fonte: Elaboração Própria (2021)

7 Plano Financeiro

7.1 Estimativa de Investimentos Fixos

A – Estimativa de capacitações e cursos

Quadro 8 – Investimento Inicial

Descrição	Valor (R\$)
Curso – Consultoria de Imagem SENAC	200,00
Curso – Análise Cromática SENAC	200,00
Curso – Consultoria Corporativa Masculina e Feminina – Alexandre Taleb	1200,00
Curso – Consultoria de Imagem Anita Rezende	540,00
Fotos Profissionais	300,00
Roupas	2.000,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

B – Itens Para Execução do Serviço

Quadro 9 – Investimento em Utensílios

Descrição	Valor (R\$)
Kit de Coloração Pessoal	1.000,00
Livros	100,00
Araras de roupas	160,00
Espelho para Coloração Pessoal	200,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Total de Investimentos Iniciais	R\$ 5.900,00
--	---------------------

7.2 Capital de Giro

A – Estimativa de Estoque Inicial

Quadro 10 – Investimento em mercadoria

Descrição	Qntd	Valor unitário (R\$)
Kit Mini Paletas de Cores	12	37,42
TOTAL		449,04

Fonte: Elaboração Própria (2021)

7.2.1 Caixa Mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de recebimento das vendas.

Quadro 11 – Prazo médio de recebimento de vendas

Prazo	(%)	Nº de dias	Média de dias
À vista	14%	0	0
PIX	9,2%	0	0
Débito	1,5%	1	0,015
Crédito (10x)	75,3%	2	1,51

Prazo médio total	1,526 (2 dias)
--------------------------	-----------------------

Fonte: Elaboração Própria (2021)

2º Passo: Fornecedores – Cálculo Prazo Médio de Compra

Quadro 12 – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo	(%)	Nº de dias	Média de dias
À vista	0%	0	0
A prazo (3x)	100%	90	90

Prazo médio total	300 dias
--------------------------	-----------------

Fonte: Elaboração Própria (2021)

3º passo: Estoques – Cálculo da necessidade média de estoques

Quadro 13 – Necessidade Média de Estoque

Descrição	Número de dias
Necessidade média de estoque	45 dias

Fonte: Elaboração Própria (2021)

4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a receber - prazo médio de vendas	2
2. Estoques - necessidade média de estoques	45
Subtotal 1 (item 1 + item 2)	47
Recursos de terceiros no caixa da empresa	Número de dias
3. Fornecedores - prazo médio de compras	90
Subtotal 2 (item 3)	90
Necessidade líquida de capital de giro (Subtotal 1 – Subtotal 2)	43

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Logo, a Consultoria de Imagem precisará de caixa suficiente para cobrir os gastos e financiar o funcionamento/prestação de serviços durante 43 dias.

O caixa mínimo representa o resguardo financeiro destinado para manter o financiamento dos custos operacionais nos meses iniciais de atividade da organização. Abaixo segue a projeção com base nos resultados obtidos anteriormente:

Quadro 14- Caixa Mínimo

Custo Fixo Mensal	1592,40
Custo Variável Mensal	1014,33
Custo Total da Empresa	2.606,73
Custo Total diário	86,89
Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)	43
Caixa Mínimo	3.736,27

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 15 – Capital de Giro (Resumo)

Descrição	Valor (R\$)
A – Estoque Inicial	449,04
B – Caixa Mínimo	3.736,27
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	4.185,31

Fonte: Elaboração Própria (2021)

7.3 Investimentos Pré-Operacionais

Estaremos listando os desembolsos necessários para que a consultoria esteja em condições de rodar e começar a atender clientes.

Quadro 16 – Investimentos Pré-operacionais

Descrição	Valor (R\$)
Certificado digital	200,00
Designer Gráfico	200,00
Gestor de Tráfego Pago	300,00
TOTAL	700,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

7.4 Investimento Total

O investimento total tem como origem a estimativa de valores necessários para os investimentos fixos, financeiros e pré-operacionais. O total representa o valor investido no negócio.

Quadro 17 – Investimento Total

Descrição	Valor	%
Estimativa dos investimentos fixos – Quadro (7+8)	5.900,00	57,08
Estimativa do capital de giro – Quadro 14	3.736,27	36,14
Estimativa dos investimentos pré-operacionais – Quadro 15	700,00	6,78
TOTAL	10.336,27	

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 18 – Fonte de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	(%)
Recursos próprios	6.600	100%
TOTAL		

Fonte: Elaboração Própria (2021)

7.5 Estimativa de Faturamento Mensal

Quadro 19 – Estimativa de Faturamento Mensal

Descrição	Preço (R\$)	Qntd Estimada	Faturamento
Análise Cromática	375,00	10	3.375,00
Personal Shopper	225,00	4	900,00
Análise Cromática + Personal Shopper	525,00	4	2.100,00
Consultoria de Imagem Essencial	945,00	1	945,00
Consultoria de Imagem Deslumbrante	1785,00	1	1.785,00
TOTAL		20	9.105,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

7.6 Custo de Comercialização

Esta despesa esta relacionada diretamente com as vendas e representa os gastos com impostos e demais custos que viabilizam a venda dos serviços e, futuramente, possíveis produtos.

Quadro 20 – Custos de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1. Impostos			
MEI - SIMPLES	0,65%	9.105,00	60,00
SUBTOTAL 1			60,00
2. Gastos com Vendas			
Marketing	5,49%	9.105,00	500,00
Taxas de Cartão de Crédito	4,75%	9.105,00	454,33
SUBTOTAL 2			954,33
TOTAL			1.014,33

Fonte: Elaboração Própria (2021)

7.7 Custos de Mão de Obra

Na elaboração do Quadro 19, consideramos que a própria empreendedora executará toda a operação, não existindo a necessidade de contratação de um funcionário.

Quadro 21 – Despesa com pessoal

Cargo/Função	Quantidade	Salário Mês	Encargos %	Valor Total
Gestora	1	1.192,40		1.192,40

Fonte: Elaboração Própria (2021)

7.8 Custos de Depreciação

Pelo motivo da Consultoria lidar diretamente com a aplicação do conhecimento alinhado ao modelo de negócio e também por motivo de já possuir os materiais eletrônicos de apoio para execução do serviço, não se aplica a análise de Custos de Depreciação.

7.9 Custos Fixos Operacionais Mensais

Quadro 22 – Despesas Operacionais Mensais

Item	Descrição	Valor
1	Salário	1192,40
2	Gasolina	200,00
3	Alimentação	200,00

TOTAL		1592,40
--------------	--	----------------

Fonte: Elaboração Própria (2021)

7.10 Custo de Mercadoria Vendida

Por se tratar de um serviço, neste caso a consultoria, e não possuir a comercialização de mercadoria, a análise deste custo não se aplica.

7.11 Demonstrativo de Resultados

Quadro 23 - DRE

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valor Anual (R\$)
1 Receita Total de Vendas (=)	9.105,00	109.260,00
Custo Variável Total (-)		
Custo de Mercadoria Vendida	0,00	0,00
Custo de Comercialização	1.014,33	12.171,96
2 Custo Variável Total (-)	1.014,33	12.171,96
3 Lucro Operacional (1 – 2) =	8.090,67	97.088,04
4 Custos Fixos Totais (-)	1.592,40	19.108,80
5 Lucro Líquido (3 – 4) =	6.498,27	77.979,24

Fonte: Elaboração Própria (2021)

8 Indicadores de Viabilidade

8.1 Ponto de Equilíbrio

Este indicador é quando a receita total da empresa é exatamente igual à soma de custos e despesas. Ele é calculado para saber quanto, em número de transações ou dinheiro, é preciso vender para bancar as operações sem ter prejuízo.

Figura 6 – Fórmula Ponto de Equilíbrio

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

(*) Observação

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

Fonte: Sebrae (2019)

$$PE = \frac{1.592,40}{0,88} = 1.809,54$$

$$IMC = \frac{(9.105 - 1.014,33)}{9.105,00} = 0,88$$

Chegamos a conclusão que, com o intuito que a Consultoria possa rodar sem prejuízo, possa ter uma receita mínima de R\$ 1.809,54.

8.2 Lucratividade

De acordo com o SEBRAE, “é um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade”.

Fígura 7 – Fórmula de Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100$$

Fonte: Sebrae (2019)

$$\text{Lucratividade} = \frac{6.498,27}{77.979,24} \times 100 = 8,33\%$$

Chegamos a conclusão de: após a empreendedora arcar com todos os deveres financeiros, “restam” R\$6.498,27 na forma de lucro, o que leva-se a enxergar uma lucratividade de 8,33% ao ano.

8.3 Rentabilidade

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (mês ou ano). É calculada através da divisão do lucro líquido pelo investimento total.

Figura 8 – Fórmula de Rentabilidade

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

Fonte: Sebrae (2019)

$$\text{Rentabilidade} = \frac{6.498,27}{10.336,27} \times 100 = 62,87\% \text{ a.a}$$

Constata-se que o negócio é rentável, pois, a cada ano, o empreendedor pode recuperar 98,45% do total investido.

8.4 Prazo de Retorno do Investimento

De acordo com o SEBRAE: “Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade. Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{10.336,27}{6.498,27} \cong 1,59 \text{ (2 meses)}$$

O resultado indica que, aproximadamente 2 meses do início da operação da Consultoria, é possível recuperar, na forma de lucro, tudo o que foi investido na construção do empreendimento.

9 Construção de Cenários

9.1 Cenário Otimista

Neste cenário otimista, busca-se o máximo possível de lucro líquido para que em situações adversas a Consultoria possa passar pelos cenários pessimistas, além de ter recursos a disposição para oportunidades.

No Quadro 23 está apresentada a projeção de receita dentro de um cenário otimista, quando, tendo como exemplo, a dissiminação da importância da consultoria de imagem acontecer com força total e, principalmente, estiver retornando os eventos corporativos. Com base neste cenário do representado no Quadro 23, os próximos quadros 24 e 25 irá apresentar projeções dos custos de comercialização e da DRE para este cenário

Quadro 24 – Projeção Receitas

Descrição	Preço (R\$)	Qntd Estimada	Faturamento
Análise Cromática	375,00	12	4.500,00
Personal Shopper	225,00	6	1.350,00
Análise Cromática + Personal Shopper	525,00	5	2.625,00
Consultoria de Imagem Essencial	945,00	1	945,00
Consultoria de Imagem Deslumbrante	1785,00	2	3.570,00
TOTAL		26	12.990,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 25 – Projeção de Custos de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1. Impostos			
MEI - SIMPLES	0,46%	12.990,00	60,00
SUBTOTAL 1			60,00
2. Gastos com Vendas			
Marketing	3,84%	12.990,00	500,00
Taxas de Cartão de Crédito	4,99%	12.990,00	648,20
SUBTOTAL 2			1.148,20
TOTAL			1.208,20

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 26 – Projeção da DRE

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valor Anual (R\$)
1 Receita Total de Vendas (=)	12.990,00	155.880,00
Custo Variável Total (-)		
Custo de Mercadoria Vendida	0,00	0,00
Custo de Comercialização	1.208,20	13.778,40
2 Custo Variável Total (-)	1.208,20	13.778,40
3 Lucro Operacional (1 – 2) =	11.781,80	141.381,60
4 Custos Fixos Totais (-)	1.592,40	19.108,80
5 Lucro Líquido (3 – 4) =	10.189,40	122.272,80

Fonte: Elaboração Própria (2021)

9.2 Cenário Pessimista

Considerando que o segmento de Consultoria de Imagem tem crescido e sido bem recebido entre os profissionais a nível Brasil, existe a possibilidade do alto nível de desemprego, instabilidade política e sócio-econômica prejudicar de início a operação da consultoria de imagem.

Por este motivo, sabido das incertezas do país e evitar o declínio da Consultoria de Imagem, serão realizado projetos de conscientização, como, por exemplo, Café & Negócios, degustações de nossos serviços com potenciais clientes, uso da ferramenta da Digital Influencers. Além disso, o combo Personal Shopper + Análise Cromática com 10% de desconto no PIX.

Diante de um cenário pessimista é impossível prosseguir com a operação, por motivo de não possuir um fundo de caixa à disposição, muito menos a receita cobrindo as despesas.

Quadro 27 – Projeção da receitas

Descrição	Preço (R\$)	Qntd Estimada	Faturamento
Análise Cromática	375,00	3	1.125,00
Personal Shopper	225,00	2	450,00
Análise Cromática + Personal Shopper	525,00	1	525,00
Consultoria de Imagem Essencial	945,00	0	0,00
Consultoria de Imagem Deslumbrante	1785,00	0	0,00
TOTAL		3	2.100,00

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 28 – Projeção de Custos de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1. Impostos			
MEI - SIMPLES	2,85%	2.100,00	60,00
SUBTOTAL 1			60,00
2. Gastos com Vendas			
Marketing	23,80%	2.100,00	500,00
Taxas de Cartão de Crédito	4,99%	2.100,00	104,79
SUBTOTAL 2			604,79
TOTAL			664,79

Fonte: Elaboração Própria (2021)

Quadro 29 - DRE

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valor Anual (R\$)
1 Receita Total de Vendas (=)	2.100,00	25.200,00
Custo Variável Total (-)		
Custo de Mercadoria Vendida	0,00	0,00
Custo de Comercialização	604,79	7.257,48
2 Custo Variável Total (-)	604,79	7.257,48
3 Lucro Operacional (1 – 2) =	1.495,21	17.942,52
4 Custos Fixos Totais (-)	1.592,40	19.108,80
5 Lucro Líquido (3 – 4) =	-97,19	-1.166,28

Fonte: Elaboração Própria (2021)

10 Decisão Gerencial

Considerando o crescimento de mercado que a Consultoria de Imagem e as temáticas relacionadas tem tido, a execução e implantação da empresa é viável de acordo com a apresentação inicial e também no Cenário Otimista. Sabido que, todo início de operação tem um baixo índice de lucratividade, e o valor de investimento mais o possível cenário pessimista, vale a pena executar alguma ações para mitigar os riscos. Como proposta, os ajustes sugeridos são:

- Reduzir a disposição de serviços prestados e dar foco no que mais sai, visando dar maior fluxo de demanda, com total atenção nos custos diretos da operação;
- Aumentar a quantidade de parcelas de 5 para 12 vezes, onde, consequentemente, o cliente que irá arcar com a taxa de juros, porém em compensação terá acesso ao menor valor das parcelas;
- Realizar promoção e ofertas de combos com descontos de até 30%;
- Manter as redes sociais sempre ativa, com conteúdo, fazendo chamadas Ao Vivo para explanar os benefícios da Consultoria de Imagem, apresentar Cases de Sucesso;
- Trabalhar fortemente a rede de benefícios e conexão para os clientes.

A Nathalia Késsia – Consultoria de Imagem chegará no mercado paraibano fortemente com a proposta de que os conhecimentos acerca desta área podem tornar-se uma competência que proporciona diferencial competitivo no mercado, com clientes e carreira. Deste modo, podemos concluir que esta solução possui viabilidade de implantação. Almoja-se após o 1º ano de atuação já possuir o espaço de referência e, consequentemente, aumento de 20% no faturamento.

Referências

O PAPEL DA CONSULTORIA DE IMAGEM NO CENÁRIO ATUAL. Disponível em: <<https://claudia.abril.com.br/blog/trabalho-carreira-rachel-jordan/o-papel-da-consultoria-de-imagem-no-cenario-atual/>>. Acesso em: 30 de novembro de 2021. 17h03 mm.

AICI BRASIL, REFERÊNCIA EM CONSULTORIA DE IMAGEM, REFLETE SOBRE COMPORTAMENTO PESSOAL E LEGADO PROFISSIONAL EM 2021. Disponível em: <<https://www.infiniteluxury.com.br/aici-brasil-referencia-em-consultoria-de-imagem-reflete-sobre-comportamento-pessoal-e-legado-profissional-em-2021/>>. Acesso em: 30 de novembro de 2021. 17h30 mm.

APÊNDICE A: Questionário da Pesquisa

Análise de Mercado - O Poder da Imagem Pessoal

Esta pesquisa tem como intuito entender a percepção de gestores(as), advogados(as), diretores(as) e empreendedores(as) de sua imagem pessoal. Analisando como o poder da imagem pode contribuir no dia a dia de suas atividades profissionais.

Os dados fornecidos não serão divulgados para terceiros nem utilizados para outros meios senão a análise acadêmica.

Qual a sua ocupação profissional?

- ☐ Gestor (a)
- ☐ Empreendedor (a)
- ☐ Advogado (a)
- ☐ Diretor (a)
- ☐ Não possuo no momento

Em qual bairro de João Pessoa você mora?

- ☐ Não resido em João Pessoa
- ☐ 13 de maio
- ☐ Aeroclube
- ☐ Água Fria
- ☐ Altiplano
- ☐ Alto do Mateus
- ☐ Anatólia
- ☐ Bancários
- ☐ Barra de Gramame
- ☐ Bessa
- ☐ Brisamar
- ☐ Cabo Branco
- ☐ Castelo Branco
- ☐ Centro
- ☐ Cidade dos Colibris
- ☐ Costa e Silva
- ☐ Cristo Redentor
- ☐ Cruz das Armas
- ☐ Cuiá
- ☐ Distrito Industrial
- ☐ Ernani Sátiro
- ☐ Ernesto Geisel

- () Estados
- () Expedicionários
- () Funcionários II
- () Gramame
- () Grotão
- () Ilha do Bispo
- () Industrias
- () Ipês
- () Jaguaribe
- () Jardim Cidade Universitária
- () Jardim Oceania
- () Jardim São Paulo
- () Jardim Veneza
- () João Agripino
- () João Paulo II
- () Manaíra
- () Mandacaru
- () Mangabeira
- () Miramar
- () Muçumagro
- () Oitizeiro
- () Padre Zé
- () Pedro Gondim
- () Penha
- () Planalto Boa Esperança
- () Ponta dos Seixas
- () Portal do Sol
- () Roger
- () São José
- () Tambauzinho
- () Tambaú
- () Tambiá
- () Torre
- () Trincheiras
- () Valentina de Figueiredo
- () Varadouro
- () Varjão

Seu modo atual de se vestir reflete a sua marca pessoal?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Na sua percepção o que é "marca pessoal"?

- ☐ Como as pessoas me veem.
- ☐ Como eu me apresento.
- ☐ O que minha imagem comunica.

O seu guarda-roupa auxilia ou atrapalha no seu dia a dia?

- ☐ Auxilia mais do que atrapalha.
- ☐ Me perco no momento de escolher uma roupa.
- ☐ Nunca parei para pensar sobre.

Antes de uma ocasião importante, você se preocupa com o que vai vestir? Como, por exemplo, combinação de cores.

- ☐ Sempre me preocupo.
- ☐ Vou com a que estiver mais acessível no momento.
- ☐ Nunca parei para pensar sobre.

O que você entende quando se fala "Consultoria de Imagem Pessoal"?

Quanto você estaria disposto(a) a investir em uma Consultoria de Imagem Pessoal para melhorar sua imagem profissional? Considerando que este será um investimento único.

- ☐ Não estaria disposto (a).
- ☐ Menos de R\$ 1.000,00.
- ☐ De R\$ 1.001,00 a R\$ 1.500,00.
- ☐ De R\$ 1.501,00 a R\$ 1.800,00.
- ☐ De R\$ 1.801,00 a R\$ 2.000,00.
- ☐ Acima de R\$ 2.000,00.

Qual a melhor forma de pagamento para você levando em consideração a resposta anterior?

- ☐ À vista.
- ☐ Parcelado no Cartão de Crédito.
- ☐ Cartão de Débito.
- ☐ PIX.
- ☐ Não estaria disposto.
- ☐ Outros.

Sabendo da importância de se ter uma imagem profissional ao se vestir, por qual motivo você não estaria disposto(a) a investir em sua imagem?

De 1 a 10, o quanto você acredita que o poder da sua imagem e a presença digital podem ser um diferencial competitivo no mercado?

De 1 a 10, o quanto acredita na importância da sua imagem profissional?

De 1 a 10, o quanto você acredita que montar uma estratégia de imagem auxilia na sua profissão?

Tratando-se da frase, "antes de comprar uma solução, o cliente compra a sua imagem", o quanto você concorda com ela em uma escala de 1 a 10?

Você acredita que a linguagem não verbal tem impacto nas redes sociais?

- ☐ Sim.
- ☐ Não.
- ☐ Um pouco.

Você utiliza mais as suas redes sociais para:

- ☐ Trabalho.
- ☐ Entretenimento.
- ☐ Vida Pessoal.
- ☐ Todas Opções Acima.

Qual é a imagem que você quer passar nas redes sociais?

Quando você vai postar uma foto nas redes sociais, você se preocupa com a vestimenta alinhada ao seu propósito?

- ☐ Sim.
- ☐ Não.
- ☐ Um pouco.

Qual o seu gênero?

- ☐ Feminino.
- ☐ Masculino.
- ☐ Prefiro não dizer.

Quanto é a sua renda mensal?

- ☐ Até R\$ 1.300,00.
- ☐ Entre R\$ 1.300,00 e R\$ 2.000,00.
- ☐ Entre R\$ 2.000,00 e R\$ 8.700,00.
- ☐ Entre R\$ 8.700,00 e R\$ 11.300,00.
- ☐ Acima de R\$ 11.300,00
- ☐ Não tenho renda mensal.