



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS SOCIAIS E AGRÁRIAS
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**PLANO DE NEGÓCIO: CONSULTORIA ONLINE VOLTADA A
MICROEMPREENDIMIENTOS**

GISELI FERREIRA NASCIMENTO

**BANANEIRAS/PB
Abril/2026**

GISELI FERREIRA NASCIMENTO

**PLANO DE NEGÓCIO: CONSULTORIA ONLINE VOLTADA A
MICROEMPREENDIMIENTOS**

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

Docente Orientador: Prof. Murilo Gabriel da Costa Silva

BANANEIRAS/PB
Abril/2026

GISELI FERREIRA NASCIMENTO

**PLANO DE NEGÓCIO: CRIAÇÃO DE UMA CONSULTORIA ONLINE VOLTADA A
MICROEMPREENDIMIENTOS**

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

Docente Orientador: Prof. Murilo Gabriel da Costa Silva

Trabalho aprovado em: ____/____/____.

Banca Examinadora:

Documento assinado digitalmente
 **MURILO GABRIEL DA COSTA SILVA**
Data: 14/04/2026 19:14:46-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Murilo Gabriel da Costa Silva
Orientador – DCSA/CCHSA/UFPB

Documento assinado digitalmente
 **FRANCIVALDO DOS SANTOS NASCIMENTO**
Data: 14/04/2026 15:23:25-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Francivaldo dos Santos Nascimento
Examinador Interno – DCSA/CCHSA/UFPB

Documento assinado digitalmente
 **BRUNA CORDEIRO DE SOUSA**
Data: 14/04/2026 10:54:19-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Bruna Cordeiro de Sousa
Examinadora Externa – CCEA/UEPB

Documento assinado digitalmente
 **LYNDA LEE BATISTA DOS SANTOS LIMA**
Data: 13/04/2026 20:10:13-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Lynda Lee Batista dos Santos Lima
Examinadora Externa – UNIPÊ

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

N244pp Nascimento, Giseli Ferreira.

PLANO DE NEGÓCIO: CONSULTORIA ONLINE VOLTADA A
MICROEMPREENHIMENTOS / Giseli Ferreira Nascimento. -
Bananeiras, 2026.

58 f. : il.

Orientação: Murilo Gabriel da Costa Silva.
TCC (Graduação) - UFPB/CCHSA.

1. Empreendedorismo. 2. Plano de Negócios. 3.
Consultoria. I. Silva, Murilo Gabriel da Costa. II.
Título.

UFPB/CCHSA-BANANEIRAS

CDU 658(042)

AGRADECIMENTOS

Este trabalho representa a conclusão de uma jornada que, um dia, foi apenas um sonho, e hoje simboliza a continuidade dele, transformando aprendizados acadêmicos em realidade prática.

Dedico esta conquista, primeiramente, à memória do meu avô, Martinho Ferreira, que, embora não esteja mais presente entre nós, foi o maior incentivador para que eu ingressasse na universidade. Expresso minha profunda gratidão a toda a minha família que, mesmo à distância, foi o alicerce e o suporte necessário para que eu pudesse estar aqui hoje.

Agradeço aos amigos conquistados ao longo desta caminhada que, direta ou indiretamente, contribuíram para o êxito desta conclusão, compartilhando momentos, aprendizados e alegrias.

Gostaria de manifestar meu sincero agradecimento ao meu orientador, Prof. Murilo Gabriel da Costa Silva, por sua orientação técnica e incentivo durante o desenvolvimento deste trabalho, conduzindo-o ao êxito.

Por fim, minha profunda gratidão aos membros da banca examinadora por aceitarem o convite para avaliar este Plano de Negócios. A presença e o olhar de cada um de vocês, antes mesmo da apreciação final deste estudo, serão fundamentais para garantir a avaliação e o rigores técnicos da Inove Consultoria, contribuindo diretamente para o meu amadurecimento como futura administradora.

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Inove Consultoria atuará no mercado digital como uma consultoria online na área da administração voltada aos microempreendedores, da qual irá oferecer serviços de gestão financeira, e marketing estratégico. A empresa atuará prioritariamente na região do Brejo Paraibano, como Solânea e Bananeiras, ela iniciará sua área de atuação buscando expandir para outras regiões de forma remota utilizando ferramentas práticas para a elaboração dos serviços prestados como planilhas de precificação, fluxo de caixa e diagnósticos situacionais baseados em metodologias como SWOT e SMART. Sua missão é otimizar processos e propor melhorias para pequenos empreendimentos de forma inclusiva e eficiente. A visão da empresa é conquistar a fidelidade do público-alvo, aumentar sua visibilidade no mercado por meio de seu diferencial competitivo e, futuramente, expandir para uma unidade física de consultoria. Por fim, os valores atribuídos pela Inove Consultoria são transparência, inovação, eficiência, praticidade e ética. O diferencial competitivo da Inove Consultoria está no foco em microempreendedores, público que frequentemente demonstra dificuldades em gerenciar seus negócios devido à falta de recursos e conhecimento prévio na gestão empresarial. Ao atender esse segmento, a empresa pretende se destacar no mercado, fortalecendo sua identidade e aumentando suas oportunidades de crescimento e consolidação junto ao público-alvo. A viabilidade econômica da Inove Consultoria é sustentada por indicadores financeiros robustos que ratificam a segurança do investimento. Dessa forma, seu capital inicial será de R\$ 1.000,00, e seu ponto de equilíbrio mensal está estabelecido em R\$ 228,99, indicando que a operação atinge sua segurança financeira com um volume reduzido de atendimentos. A empresa apresenta uma expressiva lucratividade média mensal de 61,45%, reflexo de uma estrutura de custos enxuta e eficiente. Quanto ao retorno sobre o capital, a rentabilidade anual projetada é de 438,01%, demonstrando que o negócio recupera o valor investido mais de quatro vezes ao ano. Por fim, o prazo de retorno do investimento (PRI) é de apenas 2,7 meses, o que comprova a rápida recuperação do capital inicial empregado na fase pré-operacional.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Plano de Negócios. Consultoria Online. MEI. Viabilidade Econômica.

LISTA DE SIGLAS

DAS-MEI – Documento de Arrecadação do Simples Nacional do Microempreendedor Individual.

LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

MEI – Microempreendedor Individual.

PB – *Payback*

PRI – Prazo de Retorno do Investimento.

SMART – *Specific, Measurable, Achievable, Relevant and Time-bound* (Específico, Mensurável, Atingível, Relevante e Temporal).

SWOT – *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Situação cadastral dos empreendedores entrevistados.....	18
Figura 2 – Segmentação dos negócios por ramo de atuação	18
Figura 3 – Regularidade no controle de fluxo de caixa.....	19
Figura 4 – Metodologia utilizada para definição de preços	20
Figura 5 – Nível de conhecimento sobre a lucratividade do negócio.....	20
Figura 6 – Interesse em ferramentas e planilhas de gestão financeira	21
Figura 7 – Capacidade de resposta estratégica frente à redução de vendas	21
Figura 8 – Nível de identificação do perfil do cliente ideal	22
Figura 9 – Principais prioridades de melhoria identificadas pelos empreendedores.....	22
Figura 10 – Potencial de demanda por consultoria financeira e estratégica.....	23
Figura 11 – Logotipo	32
Figura 12 – Identidade Visual.....	32
Figura 13 – Perfil da Inove Consultoria no Instagram	34
Figura 14 – Fluxograma	39
Figura 15 – <i>Layout</i> operacional digital e estrutura de pastas no <i>Google Drive</i>	41
Figura 16 – Organograma.....	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 2 – Indicadores de Viabilidade	16
Quadro 3 – Sugestões e expectativas do público-alvo quanto à atuação da consultoria.....	23
Quadro 4 – Matriz SWOT da Inove Consultoria	25
Quadro 5 – Precificação de Serviços.....	49
Quadro 6 – Demonstrativo de Resultados (DRE)	51
Quadro 7 – Indicadores de Viabilidade	52
Quadro 8 – Demonstração de Resultados (DRE) (Cenário otimista.....	54
Quadro 9 – Demonstração de Resultados (DRE) (Cenário Pessimista.....	55
Quadro 10 – Demonstração de Resultados (DRE) (Cenário realista.....	55

SUMÁRIO

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	13
1.1 Definição do negócio.....	13
1.2 Empreendedora.....	13
1.3 Síntese das responsabilidades da equipe dirigente	14
1.5 Conceitos estratégicos da organização (Missão, Visão, Valores)	14
1.6 Indicadores financeiros.....	15
1.7 Enquadramento tributário	16
1.8 Proposta de Valor.....	16
2 ANÁLISE DE MERCADO	17
2.1 Estudo dos clientes	17
2.1.1 Análise dos resultados	17
2.2 Análise SWOT.....	24
3 PLANO DE MARKETING.....	27
3.1 Estudo dos concorrentes	27
3.2 Estudo dos fornecedores.....	28
3.3 Público-alvo.....	29
3.4 Area de abrangência.....	30
3.5 Comportamento dos clientes	31
3.6 Segmentação de mercado	31
3.7 Marca.....	32
3.8 Estratégias do mix de marketing	32
3.8.1 Estratégias de produto	32
3.8.2 Estratégias de preço.....	33
3.8.3 Estratégias promocionais.....	34
3.8.4 Estrutura de comercialização	35
3.9 Localização do empreendimento	35
3.10 Políticas de aquisição e retenção de clientes	36
4 PLANO OPERACIONAL.....	37
4.1 Planejamento de capacidade comercial	37
4.2 Planejamento dos processos de produção.....	37

4.2.1 Administrativos	37
4.2.2 Estoque	38
4.2.3 Compra de produtos	38
4.2.4 Produção.....	39
4.2.5 Atendimento ao cliente.....	40
4.3 Planejamento e desenho do layout.....	41
5 PLANO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO	42
5.1 Gestão da Informação	42
6 PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS	43
6.1 Quantidade de pessoal e qualificações requeridas.....	43
6.2 Estrutura organizacional e organograma	43
6.3 Estratégias de recrutamento, seleção, orientação, treinamento e avaliação de desempenho	44
7 PLANO FINANCEIRO.....	46
7.1 Estimativa dos investimentos fixos	46
7.1.1 Máquinas e equipamentos	46
7.1.2 Móveis e utensílios.....	46
7.1.3 Depreciação.....	47
7.2 Capital de giro	47
7.2.1 Estimativa do estoque inicial.....	47
7.2.2 Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias	47
7.3 Investimentos pré-operacionais	48
7.4 Investimento total	48
7.5 Estimativa do faturamento mensal	48
7.6 Custo de comercialização	49
7.7 Custos com mão de obra.....	50
7.8 Custos fixos operacionais mensais	50
7.9 Custo da mercadoria vendida	51
7.10 Demonstrativo dos resultados.....	51
7.11 Indicadores de viabilidade (Ponto de equilíbrio, Lucratividade, Rentabilidade, Prazo de retorno do investimento).....	52
7.11.1 Ponto de Equilíbrio (PE)	52
7.11.2 Lucratividade.....	52

7.11.3 Rentabilidade.....	52
7.11.4 Payback	53
8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS	54
8.1 Cenário otimista.....	54
8.2 Cenário pessimista.....	54
8.3 Cenário realista.....	55
9 DECISÃO GERENCIAL	56
REFERÊNCIAS	57
APÊNDICES	58

PLANO DE NEGÓCIO: CONSULTORIA ONLINE VOLTADA A MICROEMPREENHIMENTOS

Gisele Ferreira Nascimento
Murilo Gabriel da Costa Silva

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENHIMENTO

1.1 Definição do negócio

A Inove Consultoria é uma empresa online voltada à prestação de serviços da área da administração para microempreendedores, oferecendo soluções em gestão financeira, marketing digital e elaboração de plano estratégico.

Sua razão social denomina-se de *Inove Consultoria – Inovação, Eficiência e Resultados*, e seu nome fantasia *Inove Consultoria*. A inovação está presente tanto na sua nomenclatura quanto em seus serviços presentes que incluirão a *gestão financeira* com serviços de fluxo de caixa e gestão de custos através do desenvolvimento de planilhas e fórmulas que analisem o investimento e lucratividade do negócio, como também o marketing digital com serviços de marketing estratégico.

Atualmente, a tecnologia tem sido uma grande aliada dos empreendedores com seus avanços tecnológicos, por exemplo, as redes sociais são ferramentas essenciais para visibilidade e atendimento. Apesar da Inove Consultoria não ter um espaço físico, ela possui ferramentas que a auxiliam a se destacar no mercado de forma digital, como a possibilidade de atender clientes em qualquer localidade, criar uma identidade visual de sua marca através das mídias digitais, e divulgar resultados de seus serviços. O meio digital também facilita o gerenciamento do negócio de forma mais prática e eficiente, uma característica essencial para sua fase inicial que, será administrada por sua proprietária, onde ela conduzirá as principais responsabilidades de diagnóstico, planejamento, execução e acompanhamento.

1.2 Empreendedora

A Inove Consultoria é idealizada por *Giseli Ferreira Nascimento*, graduanda em Administração, que demonstra interesse nas áreas de marketing estratégico e financeiro. Sua motivação para empreender surgiu da vontade de aplicar, na prática, os conhecimentos

adquiridos durante sua formação, contribuindo para o desenvolvimento de pequenas empresas por meio de soluções eficientes e acessíveis.

1.3 Síntese das responsabilidades da equipe dirigente

Os serviços prestados e a direção da empresa serão de total responsabilidade da proprietária, que se iniciará com apenas uma pessoa. A empresa também poderá incluir possíveis profissionais terceirizados com o auxílio em funções de apoio como fotografia, design, e assessoria técnica quando necessário.

Cada serviço terá um ciclo de vida individual, que pode ser modificado se necessário, porém, todos seguirão as etapas de *iniciação*, com o diagnóstico ou proposta, *execução*, onde será colocado em prática o serviço, *monitoramento e controle*, apesar de ter apenas uma pessoa na empresa essa etapa é essencial para o sucesso do serviço, por isso, durante a execução do serviço é importante analisar continuamente se o andamento está coerente com o objetivo proposto inicialmente, por fim, a *finalização*, onde será feita o relatório final com a análise dos dados e resultados obtidos, será apresentado ao cliente o resultado que a empresa obteve com aquele serviço prestado.

1.4 Capital social

O capital social inicial da Inove Consultoria será cerca de R\$1.000,00 (mil reais), valor destinado a possíveis despesas com documentação legal (cadastro no MEI) e à aquisição de ferramentas digitais (Pacote Office, Canva, Google Onde) necessárias para o desenvolvimento dos serviços prestados, e ações de divulgação (Tráfego Pago). Como a empresa atuará de forma online e a proprietária realizará a criação da identidade visual e demais materiais por conta própria, os custos iniciais são reduzidos, tornando o investimento inicial viável e proporcional ao porte do negócio.

1.5 Conceitos estratégicos da organização (Missão, Visão, Valores)

Sua missão é otimizar processos e propor melhorias para pequenos empreendimentos de forma inclusiva e eficiente, dessa forma, a empresa busca solucionar problemas e trazer aperfeiçoamento de acordo com a necessidade e individualidade de cada empresa, desse modo, será realizada a aplicação do serviço de acordo com a viabilidade de sua implantação, como também, é importante incluir o cliente em todo o planejamento prévio desde seu diagnóstico

teórico até a prática - se necessário, a empresa pode se disponibilizar para dar explicações mais detalhadas sobre conceitos presentes no serviço aplicado, sendo assim, o serviço será realizado de forma mais eficiente diante do entendimento das partes envolvidas sobre importância do sucesso da implantação e a análise de aplicação prática.

A visão da empresa é conquistar a fidelidade do público-alvo, aumentar sua visibilidade no mercado por meio de seu diferencial competitivo e, futuramente, expandir para uma unidade física de consultoria onde oferecerá um ambiente estruturado e acolhedor para os clientes e demais interessados que poderão consultar os serviços oferecidos, simular o serviço ideal para seu negócio, e visualizar resultados conquistados pela Inove Consultoria.

A empresa terá valores essenciais que irão contribuir para sua confiabilidade e visibilidade. O primeiro é a *transparência*, onde cada ação do serviço agregado será acessível pelo cliente, desde os dados recolhidos durante o diagnóstico, o andamento do serviço e os seus resultados obtidos – a empresa tem por objetivo apresentar o diagnóstico inicial, desenvolvimento e resultado obtidos por meio de relatórios finais que deverão conter elementos visuais para melhor compreensão do cliente, e explicações práticas de termos teóricos necessários ou identificados durante a consultoria. O segundo valor é a *inovação*, que se refere ao intuito de introduzir novas metodologias e ferramentas que resultem em melhorias significativas dentro dos microempreendimentos, outro valor é a *eficiência*, que destaca a importância de realizar um serviço competente com o mínimo de recursos possível sem comprometer a entrega da qualidade no serviço. Outro valor agregado é a *praticidade*, que se relaciona diretamente com a eficiência e a transparência, o serviço deve ter apresentado para o cliente de forma prática e objetiva – quando se refere-se a serviços de apenas entrega de um sistema, como por exemplo, precificação ou fluxo de caixa é importante que, o cliente compreenda o serviço proposto e implementado e a necessidade da sua continuidade por ele, por isso, quando abordado através de uma metodologia prática e eficiente torna-se mais acessível. Por fim, o último valor agregado é a *ética*, que irá reger a conduta dos profissionais da empresa com o seu público de forma honesta, transparente e respeitosa.

1.6 Indicadores financeiros

Os indicadores de viabilidade apresentados abaixo mostram que a Inove Consultoria é um negócio seguro e que traz bons resultados. Esses números comprovam que a empresa gasta muito pouco para funcionar e que o dinheiro investido volta rápido, garantindo que o empreendimento seja lucrativo.

Quadro 1 – Indicadores de Viabilidade

Indicadores	Resultados
Ponto de Equilíbrio (Mensal)	R\$ 228,99
Lucratividade (Média Mensal)	61,45%
Rentabilidade (Anual)	438,01%
Prazo de Retorno do Investimento (PRI)	2,7 meses

Fonte: Elaboração própria (2026)

1.7 Enquadramento tributário

A Inove Consultoria buscará regulamentação como empresa, cumprindo todas as suas obrigações legais como empresa e a sua proprietária como MEI (Microempreendedor Individual). As normas legais são essenciais para confirmar com mais clareza os valores da empresa, como por exemplo a relação entre o valor da *ética* e a *A Lei Geral de Proteção de Dados* (Lei nº 13.709/2018) que estabelece regras para coleta, armazenamento e tratamento de dados pessoais, garantindo a segurança e o consentimento do titular das informações (Brasil, 2018). O regimento da lei garante e ressalta que, informações dos clientes (como dados financeiros e empresariais) sejam armazenadas e usadas com segurança e consentimento.

1.8 Proposta de Valor

A Inove Consultoria oferece um atendimento acessível e personalizado em gestão financeira, marketing estratégico para microempreendedores que possuem ampla experiência prática, mas carecem de conhecimentos teóricos, que podem ser alinhados a uma consultoria adaptada ao seu ramo e à sua realidade. A empresa terá foco em resultados práticos e aplicáveis, utilizando metodologias práticas, e objetivas de fácil compreensão para o cliente.

Inicialmente, o ramo da administração engloba diversas áreas de uma empresa, por isso, uma consultoria administrativa pode ter forte impacto no setor sabendo que o mercado está cada dia mais competitivo e as empresas precisam se reinventar, especialmente os microempreendedores, que, por sua vez, são mais impactados por esse mercado em razão de ausência de recursos e oportunidades. É nesse contexto de vulnerabilidade e a necessidade de soluções acessíveis e práticas que a Inove Consultoria definiu o seu público-alvo, que busca alcançá-lo através de um empreendimento digital focado em oferecer serviços estratégicos. Este estudo busca analisar a viabilidade desse negócio, baseado em pesquisa e dados precisos.

2 ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado é essencial para a fundamentação deste estudo, pois permite o detalhamento das principais necessidades e "dores" do público-alvo que a Inove Consultoria pretende abranger. Este capítulo busca identificar oportunidades e desafios no setor de consultoria administrativa, garantindo maior coesão entre o planejamento estratégico e a realidade prática dos microempreendedores atendidos.

2.1 Estudo dos clientes

Inicialmente, foi realizada uma Pesquisa de Mercado aplicada ao público-alvo da consultoria conforme detalhado (*ver Apêndice A*). Esta pesquisa teve abordagem remota e presencial por meio de um formulário dividido em três etapas: *informações do negócio*, *gestão financeira* e *gestão marketing e estratégia*. Dessa forma, a abordagem resultou-se em 52 respostas.

A maioria dos participantes da pesquisa está localizada na região do Brejo Paraibano, correspondendo a aproximadamente 63% das respostas, incluindo os municípios de *Solânea*, *Bananeiras*, *Dona Inês*, *Belém*, *Guarabira*, *Remígio* e *Serraria*, os 37% restantes estão distribuídos entre outras regiões da Paraíba, como o Curimataú e o litoral, além de alguns respondentes do estado do Rio Grande do Norte. A pesquisa teve ênfase no Brejo Paraibano, pois é a região onde se localiza a proprietária da consultora, ainda a consultoria seja online, foi interessante realizar essa pesquisa com empreendedores das proximidades afim de facilitar a captação de clientes na fase inicial da empresa.

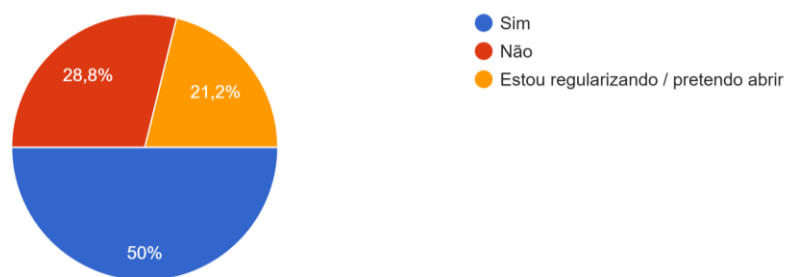
2.1.1 Análise dos resultados

O estudo foi realizado com possíveis clientes que possuem o negócio entre 1 a 10 anos, cerca de **59,6%** trabalham sozinhos e o restante possui 1 a 3 funcionários em suas respectivas equipes. A primeira questão trás o questionamento do cadastro no MEI (Microempreendedor Individual), que foi criado pelo Governo Federal para incentivar a formalização de pequenos empreendedores e trabalhadores autônomos, oferecendo um regime tributário simplificado e benefícios como cobertura previdenciária.

De acordo com os resultados obtidos, 50% dos entrevistados já possuem cadastro como MEI, 21,2% afirmaram que pretendem se formalizar, enquanto 28,8% declararam não possuir

interesse em realizar a formalização. Dessa forma, observa-se que 71,2% dos respondentes já estão formalizados ou demonstram intenção de se formalizar, indicando uma percepção positiva em relação aos benefícios da regularização empresarial. Ressalta-se que, esse resultado sugere que a maioria dos empreendedores reconhece a importância da formalização para o desenvolvimento do negócio, o que pode representar uma oportunidade para serviços de uma consultoria que busca aprimorar os processos de seu negócio.

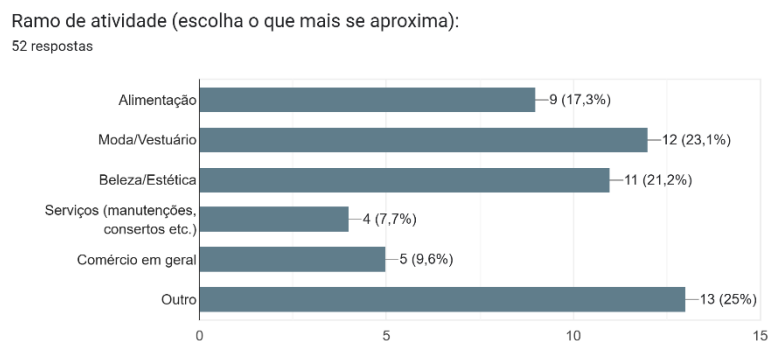
Figura 1 – Situação cadastral dos empreendedores entrevistados



Fonte: Elaboração própria (2026)

A segunda questão, evidencia o ramo do negócio que o entrevistado atua, cerca de 17,3% trabalham com alimentação, 23,1% com moda ou vestuário, 21,2% com beleza ou estética, 7,17% com prestação de serviços, 9,6% comércio em geral e 25% em outras áreas. Esses dados são importantes para que, a consultoria possa estruturar seus serviços já pensando em como aplicar nas respectivas áreas.

Figura 2 – Segmentação dos negócios por ramo de atuação

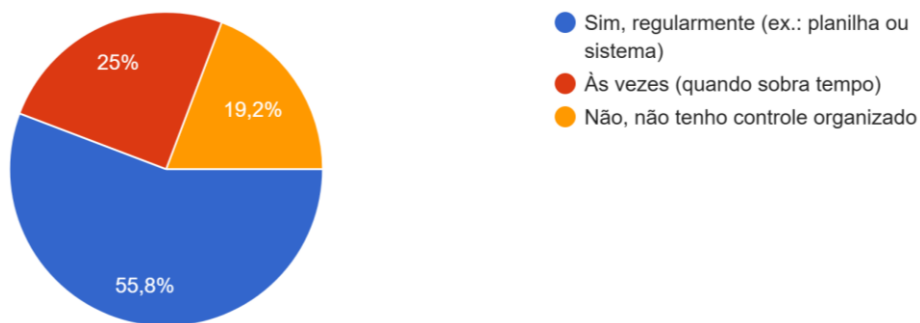


Fonte: Elaboração própria (2026)

Indo para etapa de Gestão Financeira da pesquisa foram alocadas quatro perguntas. A primeira questão se refere a como o entrevistado costuma anotar e controlar quanto entra e sai de seu caixa todo mês, cerca de 55,8% fazem o controle regularmente, e restante, 25% quando sobra tempo e 19,2% não possui controle organizado.

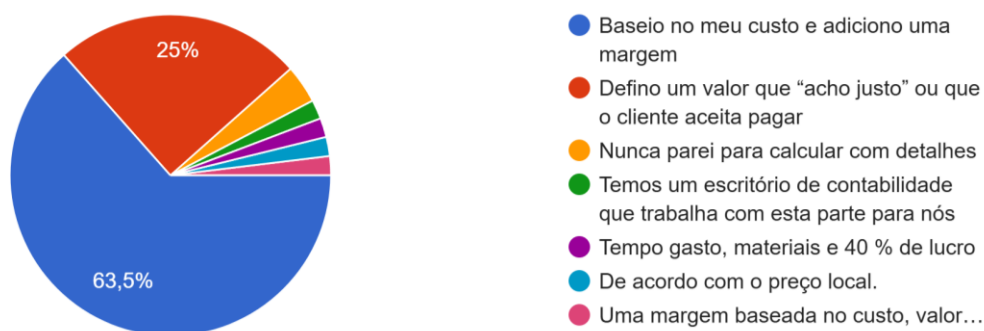
Esses dados são precisos para a análise de aplicação dos serviços financeiros, os que já possuem esse controle podem já ter empresas terceirizadas ou fazem por conta própria, logo, a consultoria pode traçar estratégias de diferenciação do seu serviço, no caso dos que não possuem tempo ou não fazem o acompanhamento é importante traçar estratégias de abordagem exemplificando a importância e necessidade para o negócio saber o controle de caixa de sua empresa.

Figura 3 – Regularidade no controle de fluxo de caixa



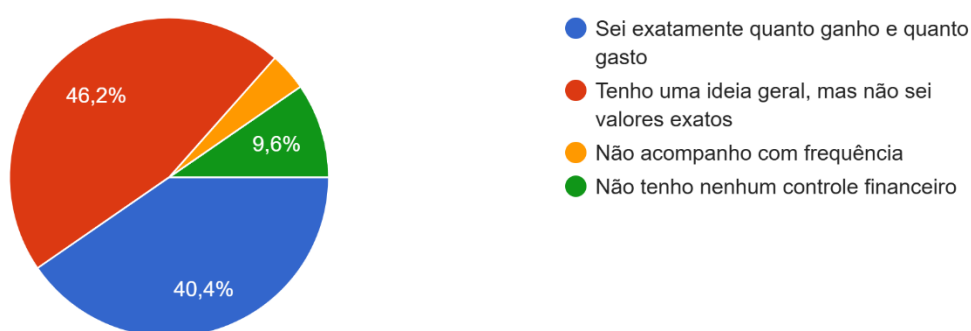
Fonte: Elaboração própria (2026)

A segunda questão da etapa financeira trata sobre como funciona a precificação do entrevistado, cerca de 63,5% têm noções de custo e margem de lucro, 25% definem o valor que acha justo pagar, o restante das respostas foi uma alternativa livre para os entrevistados escreverem, que variavam de respostas como “de acordo com o preço local” e “nunca parei para calcular com detalhes”, como também “tenho um escritório de contabilidade que trabalha essa parte”. São dados que a consultoria pode estar analisando suas estratégias de estruturação do serviço, conforme o mesmo seguimento da questão anterior.

Figura 4 – Metodologia utilizada para definição de preços

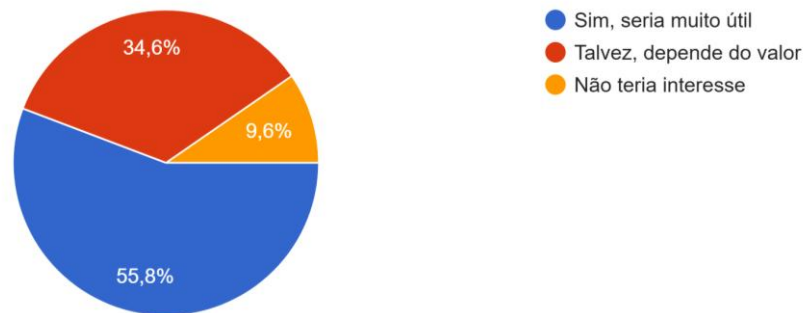
Fonte: Elaboração própria (2026)

Na terceira questão da Gestão Financeira, foi questionado sobre o dinheiro da empresa, ou seja, sua lucratividade, cerca de 46,2% têm uma ideia geral, mas não sabe valores exatos, 40% sabem exatamente quanto ganha e o restante não acompanha com frequência ou não possui controle financeiro. Nota-se que, ainda que a maioria realize a precificação pela margem de lucro, a maioria não sabe com exatidão quanto ganha a empresa, logo, é notável que o fluxo de caixa não é realizado ou não demonstra resultados precisos. Este dado é importante para um dos serviços financeiros, como a análise de resultados (DRE) junto ao pacote do fluxo de caixa.

Figura 5 – Nível de conhecimento sobre a lucratividade do negócio

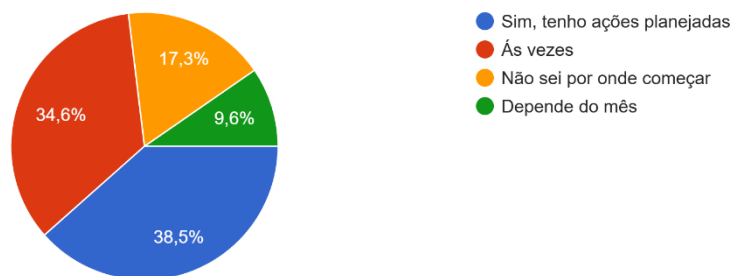
Fonte: Elaboração própria (2026)

Na última questão da etapa financeira, é feita a pergunta referente ao interesse em serviço financeiro que ajudasse na movimentação, custos e lucro da empresa, certa de 55,8% afirmaram que sim, e 36% dependeriam do valor, e cerca de 9,6% não teria interesse. Estes são dados essenciais para criar possíveis cenários de viabilidade do serviço, e precificação baseada em custos, e análise do mercado.

Figura 6 – Interesse em ferramentas e planilhas de gestão financeira

Fonte: Elaboração própria (2026)

Na etapa de *marketing* e estratégia, a primeira questão questiona o entrevistado quando percebe que as vendas caíram, se ele saberia o que fazer para mudar essa situação, cerca de 38,5% possuem ações planejadas, 34% as vezes, 17,3% não sabe por onde começar, e 9,5% dependem do mês do ano. Nota-se que, a maioria dos entrevistados dão ênfase ao planejamento estratégico, que antecipa riscos como a queda das vendas, dessa forma, é visto que os serviços de *marketing* sejam abordados e divulgados com ênfase na importância e resultados, a fim de despertar no possível cliente a identificação de gargalos presentes em seu negócio.

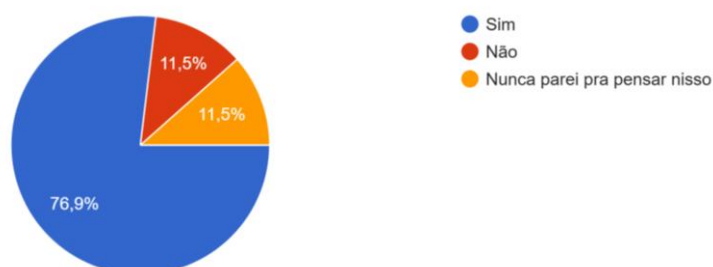
Figura 7 – Capacidade de resposta estratégica frente à redução de vendas

Fonte: Elaboração própria (2026)

Na segunda questão, o entrevistado é questionado sobre quem é seu cliente ideal, 78,9% sabem com precisão da resposta, e os outros 23% não sabem ou se quer pararam para pensar sobre isso. É visto que, a maioria sabe quem é o seu cliente ideal, ou seja, o perfil que mais consome seu serviço ou produto, este fator é importante durante a execução do serviço, mas, os

23% também são essenciais para a consultoria trabalhar e trazer a importância de conhecer e traçar estratégias para atrair o seu público-alvo.

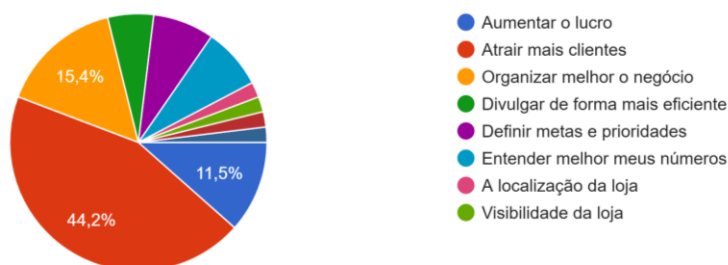
Figura 8 – Nível de identificação do perfil do cliente ideal



Fonte: Elaboração própria (2026)

Na penúltima questão, o entrevistado é questionado sobre o que ele melhoraria seu negócio, cerca de 44,2% gostariam de atrair mais clientes, 11,5% aumentar seu lucro, 15,4% organizar melhor seu negócio, o restante das respostas foi entre 1% e 7% que envolviam questões como divulgar de forma mais eficiente, definir metas e prioridades, entender melhor seus números, localização da loja, visibilidade da loja e entre outros. Esses pontos de melhoria estão dentro dos resultados esperados dos serviços oferecidos pela consultoria, como estratégia de divulgação dos resultados a consultoria pode enfatizar as frases que tinham mais repetições por parte dos entrevistados.

Figura 9 – Principais prioridades de melhoria identificadas pelos empreendedores

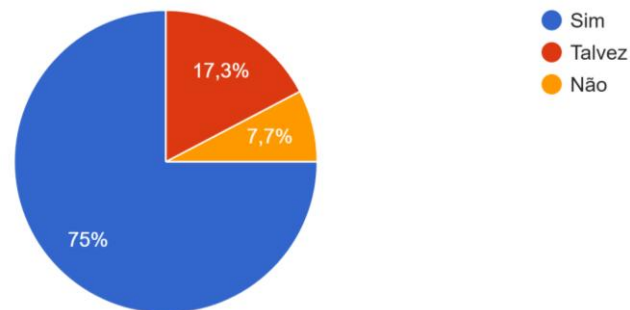


Fonte: Elaboração própria (2026)

Na última questão o entrevistado é perguntado se ele teria interesse por um serviço financeiro com planos estratégicos, cerca de 75% disseram que sim, 17,3% talvez e 7,7% não tiveram interesse. Analisamos que, 75% são potenciais clientes, e 17,3% são incertos que

podem ser conquistados a partir de estratégias comerciais e marketing para atrair mais interessados pelas mídias sociais.

Figura 10 – Potencial de demanda por consultoria financeira e estratégica



Fonte: Elaboração própria (2026)

Ao final da pesquisa, foi colocada uma pergunta de resposta opcional que questionava aos entrevistados “*O que você gostaria que uma consultoria online oferecesse para facilitar o crescimento do seu negócio? Se desejar, deixe sugestões sobre como uma consultoria voltada para pequenos empreendimentos poderia atuar no mercado.*” Dentre as respostas obtidas foi possível dividir em categorias específicas *Gestão Financeira, Marketing e estratégia, Capacitação e Acompanhamento.*

Quadro 2 – Sugestões e expectativas do público-alvo quanto à atuação da consultoria

Categoria	Respostas
Gestão Financeira	E1: Minha empresa é voltada para prestação de serviços, é mais difícil ter uma consultoria voltada para a gestão comercial. Minha maior necessidade é na gestão financeira.
Marketing e estratégia	E1: Pode ser em como divulgar melhor os serviços. E2: Questão de orientação sim, de atendimento, promoções. E3: Um método de consolidar clientes sem baixar valores
Capacitação	E1: Acredito que para uma consultoria atender realmente as necessidades de pequenos empreendimentos ela deve ofertar uma boa capacitação para esses empreendedores. Ensinar o básico de controle de gastos, separação de empresa e pessoa física, ajudar o empreendedor a conhecer o seu público e elaborar metas realistas de melhorias e crescimento, a curto, médio e longo prazo.

	E2: Um minicurso com valores acessível para que trabalha virtualmente e sozinho, ensinando como planejar seu negócio, a trabalhar na divulgação, ensinar sobre o "caixa" saída e entrada de lucro, para assim terem noção de crescimento, e não desistir quando ver que a situação não está boa, pois é uma grande balança e nem sempre estamos em cima.
Acompanhamento	E1: Orientações práticas, ajuda no marketing, suporte rápido e ferramentas simples. Deve atuar com preço acessível e foco em resultados rápidos. E2: Acompanhamento e análise de mercado mais direcionadas aos momentos de picos de vendas. E3: que me desse assistência, na naquilo que tenho dificuldades

Fonte: Elaboração própria (2026)

Conclui-se que a pesquisa permitiu identificar as principais necessidades dos microempreendedores, bem como as metodologias já utilizadas e problemas que esses empreendedores desejam solucionar em seus negócios. Esses dados são essenciais para o desenvolvimento deste estudo, uma vez que o projeto será estruturado com base em informações obtidas diretamente do público-alvo da consultoria.

Os resultados indicam que os microempreendedores valorizam serviços de consultoria que apresentem abordagem prática, linguagem acessível e foco nos desafios cotidianos da gestão, demonstrando a necessidade de soluções aplicáveis à realidade dos pequenos negócios.

2.2 Análise SWOT

A análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*) será utilizada como uma ferramenta fundamental para o diagnóstico estratégico da Inove Consultoria. O objetivo deste estudo é identificar as forças e fraquezas (ambiente interno), como também, as oportunidades e ameaças (ambiente externo). Dessa forma, a análise servirá de base para traçar estratégias assertivas voltadas à otimização de processos e ao aproveitamento de oportunidades de mercado, de acordo com o cenário inicial da empresa.

Quadro 3 – Matriz SWOT da Inove Consultoria

FORÇAS	OPORTUNIDADES
• <i>Foco em microempreendedores</i> • <i>Serviço personalizado</i> • <i>Recursos práticos</i> • <i>Conhecimento acadêmico (pós-graduação)</i>	• <i>Redes sociais</i> • <i>Softwares e ferramentas online</i> • <i>Especializações</i>
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
• <i>Ausência de ponto fixo</i> • <i>Equipe operacional reduzida</i> • <i>Empresa iniciante no mercado</i>	• <i>Concorrência com baixo valor (empresas juniores)</i> • <i>Conteúdos gratuitos na internet</i>

Fonte: Elaboração própria (2026)

Forças

- *Foco em microempreendedores:* a empresa possui como público-alvo microempreendedores, visando atender suas necessidades, torna-se um diferencial em relação as consultorias comuns.
- *Serviço personalizado:* os serviços serão desenvolvidos baseado nas principais necessidades dos microempreendedores e resultados almejados, como também, serão desenvolvidas metas estratégicas baseada na análise de dados financeiros e dados obtidos nas ferramentas de marketing.
- *Recursos práticos:* os recursos utilizados pela consultoria são de fácil acesso e baixa manutenção, serão usadas plataformas digitais como *Pacote Office*, *Canva*, *Gmail* e *Google Meet*.
- *Conhecimento acadêmico:* a proprietária dará início as atividades após sua conclusão da graduação em Administração na UFPB, com todo o referencial teórico colocará em prática metodologias e estudos acadêmicos.

Fraquezas

- *Ausência de ponto fixo:* por ser uma consultoria online não terá ponto fixo, tendo desvantagem em relação a concorrência que possui um atendimento presencial.
- *Equipe operacional reduzida:* de início, a proprietária atuará sozinha, o que pode reduzir a capacidade de serviços prestados simultaneamente.

- *Empresa iniciante no mercado:* pouca experiência prática, e a necessidade de captar clientes pode ser uma problemática enfrentada em sua adaptação ao mercado.

Oportunidades

- *Redes sociais:* as redes sociais como Whatsapp e Instagram possuem ferramentas de comunicação e impulsionamento, sabendo disso elas se tornam essenciais para a estruturação de uma consultoria online.
- *Softwares e ferramentas online:* a tecnologia se inova todos os dias, sabendo disso, é uma oportunidade para o negócio estar acompanhando novas ferramentas e metodologias aplicadas para aprimorar os processos operacionais de uma empresa.
- *Especializações:* especializações e capacitações são oportunidades, como por exemplo Desing, Gestão Pública, Gestão de Projetos e etc, para a proprietária, a fim de aprimorar a qualidade de seus serviços a longo prazo e amplias os seus nichos.

Ameaças

- *Concorrência com baixo valor (empresas juniores):* por ter valor abaixo do mercado, as empresas juniores podem ser uma ameaça para empreendedores que buscam um orçamento menor.
- *Conteúdos gratuitos na internet:* existem muitas plataformas, e conteúdos gratuitos disponíveis na internet, tornando-se um concorrente indireto para a consultoria.

3 PLANO DE MARKETING

O plano de marketing da Inove Consultoria fundamenta-se na análise do ambiente em que a organização está inserida, abrangendo consumidores, concorrentes e fornecedores, para então definir o mercado-alvo e o mix de estratégias operacionais. Conforme afirma Kotler (2012, p. 3), “marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Uma de suas definições mais curtas e boas é: suprir necessidades gerando lucro”.

3.1 Estudo dos concorrentes

Considerando a presença digital da empresa e a possibilidade de abranger diversas cidades de uma determinada região, a concorrência tende a ser mais ampla, tornando necessário o estabelecimento de estratégias a partir deste estudo. No entanto, é importante priorizar os concorrentes localizados em Solânea e Bananeiras, municípios onde a proprietária reside e pretende iniciar suas atividades.

A partir da análise dos concorrentes presentes nesses municípios, observa-se que o mercado de consultoria é menos explorado quando comparado a outras áreas, embora apresente características relevantes que devem ser estudadas como base para a construção de estratégias de diferenciação. Os principais concorrentes identificados são empresas juniores de consultoria, com atuação presencial e remota, que oferecem serviços diversificados na área da Administração, como finanças, *marketing*, recursos humanos e operações. Também foram identificadas consultorias voltadas exclusivamente para o marketing digital, atuando de forma remota, com serviços como tráfego pago, design e gestão de redes sociais.

Nota-se que a maioria dos concorrentes possui forte presença digital, fator de grande relevância diante do aumento da utilização das redes sociais como ferramenta de comunicação e divulgação atualmente. Além disso, muitas dessas empresas já possuem clientes consolidados, tempo de atuação no mercado e equipes estruturadas e especializadas. Destaca-se ainda a presença de empresas juniores que, por serem formadas por estudantes, costumam oferecer serviços com valores mais acessíveis em comparação ao mercado tradicional. Outro tipo de concorrência identificado é a concorrência indireta, representada por cursos e conteúdos gratuitos disponíveis na internet, que abordam temas relacionados à gestão financeira e ao marketing empresarial. Ainda que não ofereçam acompanhamento personalizado, esses materiais podem reduzir a procura por serviços de consultoria por parte de alguns empreendedores pelo interesse de reduzir gastos.

Observa-se que grande parte das consultorias analisadas possui foco predominante na área de marketing, o que evidencia uma oportunidade de diferenciação para a Inove Consultoria ao oferecer serviços voltados à organização financeira dos microempreendimentos. No caso das empresas juniores, o preço mais baixo representa um desafio competitivo, entretanto, esse fator pode ser considerado na definição da precificação da Inove Consultoria, destacando-se a proposta de um atendimento mais personalizado e direcionado às necessidades específicas de cada cliente. Além disso, a empresa pretende iniciar suas atividades após a conclusão da graduação de sua proprietária, o que permitirá associar a formação acadêmica à aplicação prática dos serviços, contribuindo para a credibilidade e qualidade das soluções oferecidas.

Apesar da forte presença digital dos concorrentes, o que representa um desafio para a inserção da empresa no mercado, a Inove Consultoria tem como proposta central a praticidade e a personalização voltadas aos pequenos negócios. Para isso, será fundamental desenvolver uma identidade visual coerente com esse posicionamento e produzir conteúdo que evidenciem os processos e os resultados obtidos com os serviços prestados, fortalecendo sua presença digital e atraindo potenciais clientes.

Diante desse cenário, observa-se que existe espaço para uma consultoria que atue de forma próxima à realidade dos microempreendedores, especialmente no que se refere à organização financeira aliada ao planejamento estratégico. Muitos concorrentes apresentam foco predominante em marketing digital ou em serviços amplos de gestão, o que pode reduzir o nível de personalização do atendimento. Assim, a Inove Consultoria busca se posicionar oferecendo suporte acessível, didático e adaptado à realidade de pequenos negócios, integrando gestão financeira e marketing de forma prática e aplicável.

3.2 Estudo dos fornecedores

Considerando que a Inove Consultoria atuará principalmente de forma online, sua operação depende majoritariamente de infraestrutura tecnológica. Dessa forma, os principais fornecedores da empresa são empresas de softwares, serviços digitais e essenciais que viabilizam a execução e entrega das atividades administrativas, financeiras e de marketing. Entre os principais fornecedores tecnológicos destacam-se plataformas como *Microsoft* (pacote *Office*, incluindo *Excel*, *Word* e *Power BI*), *Adobe* e *Canva*, utilizadas para desenvolvimento de relatórios, análise dos dados, produção de materiais visuais e elaboração de estratégias de marketing. Esses softwares operam por meio de licenças mensais ou anuais, configurando custos fixos recorrentes para a empresa a depender de suas demandas de serviço.

A dependência desses fornecedores é considerada alta, uma vez que a prestação do serviço está diretamente vinculada à utilização dessas ferramentas. Entretanto, observa-se que o mercado oferece diversas alternativas, o que reduz o risco de dependência exclusiva de um único fornecedor. Além dos softwares, a empresa depende de serviços essenciais como fornecimento de energia elétrica e provedores de internet, considerados insumos críticos para a continuidade das operações. A estabilidade da conexão, velocidade adequada e suporte técnico eficiente são critérios fundamentais para a escolha do provedor, visto que qualquer interrupção impacta diretamente na entrega dos serviços aos clientes, o que exige durante essa seleção mais cuidado e critério, assim, diminuindo possíveis riscos.

Ressalta-se que, existem fornecedores secundários, do quais serão acionados conforme necessário. Os recursos tecnológicos que podem ser adquiridos durante o desgaste com o tempo dos eletrônicos já alocados pela proprietária poderão ser cotados em *Empresas de Varejo*, logo, todos material já alocado ou adquirido pode correr o risco de apresentar falhas conforme o uso, por isso, se torna necessário a empresa possuir fornecedores de *Assistência Técnica*, que oferecem agilidade e eficiência. Como também, os relatórios finais dos serviços oferecidos poderão ser impressos, caso o cliente prefira, em *Gráficas*. Por isso, é interessante promover parcerias com estes fornecedores de mercados locais a fim de garantir menos custos para a execução dos serviços. Sabendo que, cada serviço exige uma personalização que se adeque a necessidade de cada cliente. É importante que, para suprir essas possíveis necessidades a empresa crie laços estratégicos com fornecedores não tradicionais a fim de oferecer acolhimento e agilidade ao seu público, profissionais que executam serviços de *Desing, Fotografia e Social Media* serão essenciais nessas parceiras, dessa forma, evitando possíveis ruídos durante a elaboração do projeto de serviço.

Conclui-se que a Inove Consultoria apresenta maior dependência de fornecedores tecnológicos e de serviços de internet, considerados insumos críticos para sua operação. Apesar dessa dependência, os riscos são mais bem gerenciados pela existência de alternativas no mercado, possibilitando substituições estratégicas quando for necessário.

3.3 Público-alvo

O público-alvo da Inove Consultoria são microempreendedores que estão iniciando e pretendem desenvolver a estrutura de seu negócio, ou, microempreendedores que já empreendem e desejam melhorar seus processos através de novas metodologias e ferramentas do ramo da administração. É interessante que, para este estudo, seja analisado de forma mais

aprofundada as principais dores e necessidades do público-alvo, e saber identificar essas pessoas no mercado. A identificação desse nicho é muito importante para a segmentação de mercado e divulgação, principalmente na fase inicial da consultoria, onde ela deverá mapear e fidelizar seus possíveis clientes. Desta forma, através dos dados levantados da Pesquisa de Mercado nesse estudo e o auxílio de ferramentas tecnológicas foi filtrado as principais variáveis, e características recorrentes durante as pesquisas, gerando a definição de personas.

A persona-chave é a mulher microempreendedora (MEI), residente em cidade do interior da Paraíba ou Rio Grande do Norte, com negócio nos segmentos de Moda/Vestuário, Beleza ou Alimentação, seu negócio possui entre menos de 1 ano e 3 anos de existência. Trabalha predominantemente sozinha, acumulando funções operacionais, financeiras e comerciais. Em sua *Gestão Financeira* ela realiza controle financeiro regularmente ou quando sobra tempo, sabendo que, organizar o controle financeiro quando sobra tempo é um problema para o empreendedor, pois, pode resultar em acúmulo e erros, gerando frustração. Em sua *Precificação* define valor com base no que considera “justo” ou no que o cliente aceita pagar, é uma prática comum que pode acarretar prejuízos, ou um valor que pague apenas o custo e não gere lucro para a empreendedora. No *Marketing*, ela sabe identificar com precisão quem é seu cliente ideal, porém, quando as vendas caem não sabe por onde começar para solucionar o problema. Não ter um planejamento estratégico adequado e o mapeamento de alternativas para alavancar as vendas é um risco, pois, quando ela não está preparada não sabe como agir e fica estagnada, gerando prejuízo para a empresa e frustração dentro do negócio.

Nota-se que, a persona da microempreendedora possui características do cliente ideal para a consultoria, logo, alguém que precisa de um direcionamento de mercado e melhor controle financeiro, de forma mais prática de custe menos o seu tempo do qual possui longas jornadas de trabalho durante o dia, evitando que ela só mantenha seu monitoramento quando “tem tempo”.

3.4 Area de abrangência

A empresa atuará prioritariamente junto a microempreendedores da região do Brejo Paraibano, local onde foi aplicada a pesquisa de mercado deste estudo. A escolha dessa região se justifica pela proximidade com o público-alvo e pela maior facilidade de estabelecer relacionamento e fidelização de clientes na fase inicial do negócio.

Durante a aplicação da pesquisa, foram identificados potenciais interessados nos serviços propostos, os quais poderão ser contatados de forma estratégica no início das atividades

da empresa. Além disso, a empresa também poderá atender clientes de outras regiões, considerando que os serviços poderão ser ofertados por meio de comunicação online e mídias digitais, possibilitando ampliar o alcance da marca e dos serviços oferecidos.

3.5 Comportamento dos clientes

O público-alvo da consultoria será composto por pessoas que desejam melhorar e compreender melhor o seu negócio através de praticidade e resultado. Através da pesquisa de mercado, foi analisado que, 75% das pessoas se interessariam por um serviço que aumentasse seu lucro e atraísse mais clientes, isso mostra que, o maior interesse dos empreendedores está em aprimorar seus resultados. Dessa forma, torna-se fundamental que os serviços oferecidos sejam apresentados de maneira estruturada e estratégica, demonstrando ao cliente que a obtenção de resultados está diretamente relacionada à aplicação de processos de gestão e planejamento adequados.

3.6 Segmentação de mercado

Inicialmente, o foco da empresa será atender clientes localizados na região do Brejo Paraibano, local onde foi realizada a pesquisa de mercado e onde a consultoria terá maior facilidade de acesso ao público-alvo. Após a fase inicial de atuação e consolidação dos serviços, a empresa pretende ampliar sua segmentação para todo o estado da Paraíba. Conforme a obtenção de resultados positivos e o crescimento da consultoria, existe a perspectiva de expansão futura para a região do Nordeste. O público-alvo da empresa será composto principalmente por microempreendedores que buscam melhorar a gestão de seus negócios, solucionar problemas administrativos e reduzir riscos operacionais. Entre as principais necessidades identificadas estão a ausência de controle financeiro, a necessidade de organização dos processos do negócio e a busca por estratégias para atrair novos clientes.

Essas demandas foram identificadas por meio da pesquisa de mercado realizada, na qual diversos empreendedores demonstraram interesse em serviços de consultoria voltados para a melhoria da gestão e do desempenho empresarial. Dessa forma, conclui-se que os serviços da consultoria foram estruturados para atender às necessidades identificadas do público-alvo, com base na análise dos dados coletados durante o estudo realizado principalmente na região do Brejo Paraibano.

3.7 Marca

A Inove Consultoria traz em seu próprio nome o princípio de inovação, a fim de transmitir para o mercado este conceito com segurança e confiabilidade. Seus elementos visuais para o desenvolvimento da identidade visual evidenciam a simplicidade e sofisticação, através do estilo.

Figura 11 – Logotipo



Fonte: Elaboração própria (2026)

Figura 12 – Identidade Visual



Fonte: Elaboração própria (2026)

3.8 Estratégias do mix de marketing

3.8.1 Estratégias de produto

A empresa Inove Consultoria oferecerá serviços voltados à gestão financeira, gestão de marketing e planejamento estratégico de microempreendedores, a gestão financeira será organizada em duas modalidades principais: (1) gestão de custos e precificação e (2) fluxo de caixa e análise de resultados. Na primeira modalidade, será realizado o levantamento e a organização dos custos fixos e variáveis do negócio do cliente. A partir dessas informações, será desenvolvida uma planilha estruturada que permitirá visualizar os gastos da empresa e calcular de forma mais precisa a margem de lucro, possibilitando a definição adequada da precificação de produtos ou serviços.

Na segunda modalidade, será realizado o acompanhamento do fluxo de caixa da empresa durante um período de um a dois meses, dependendo do volume de movimentações financeiras do negócio. Nesse processo, serão analisadas as entradas e saídas financeiras, permitindo identificar o saldo do período, bem como estabelecer metas de melhoria para os meses seguintes. O fluxo de caixa é uma ferramenta essencial para a gestão financeira, pois possibilita o acompanhamento das movimentações financeiras do negócio e contribui para uma tomada de decisão mais segura. Os resultados serão apresentados ao cliente por meio de

planilhas e gráficos, facilitando a compreensão das informações e o acompanhamento do saldo financeiro da empresa.

No serviço de gestão de *marketing*, a consultoria oferecerá o desenvolvimento do planejamento de marketing integrado ao planejamento estratégico da empresa. Inicialmente, será realizado um diagnóstico situacional do negócio por meio de ferramentas de análise estratégica, como a análise SWOT, que permite identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da organização.

Após essa etapa, serão estabelecidas metas utilizando o método SMART, que possibilita a definição de objetivos específicos, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e temporais, a partir do cenário atual da empresa. Esse processo será realizado em conjunto com o cliente, com o objetivo de analisar as variáveis do negócio e definir metas claras e estruturadas. Após essa etapa, será desenvolvido o planejamento estratégico, que incluirá um cronograma com atividades operacionais e estratégicas voltadas ao alcance das metas definidas dentro do período estabelecido.

3.8.2 Estratégias de preço

A estratégia de preço da consultoria será baseada em uma abordagem híbrida, considerando os custos operacionais, o valor praticado no mercado e o valor percebido pelos clientes, a partir da análise das necessidades e preferências do público-alvo. Para isso, serão utilizados os dados obtidos na pesquisa de mercado, a fim de garantir coerência com o perfil de microempreendedores, que demandam serviços acessíveis e de aplicação prática.

Os serviços serão estruturados em pacotes de consultoria, organizados de acordo com o nível de complexidade e acompanhamento oferecido, permitindo maior flexibilidade e praticidade na contratação e adequação às diferentes necessidades dos clientes. Além disso, serão adotadas estratégias de preço acessível como forma de inserção no mercado, buscando atrair os primeiros clientes e consolidar a presença da consultoria no ambiente digital. Poderão ser oferecidas condições promocionais, descontos iniciais e pacotes combinados de serviços, visando aumentar a adesão do público-alvo.

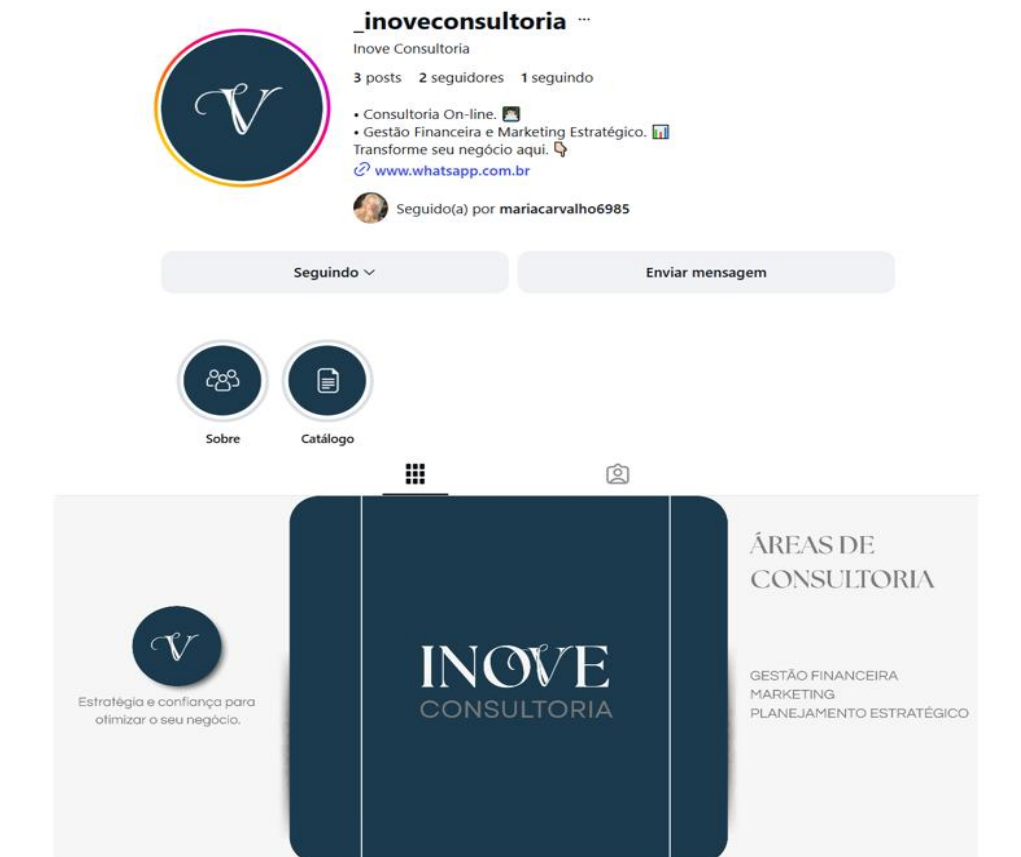
Ressalta-se que, mesmo com a proposta de preços acessíveis, os valores serão definidos de modo a garantir a cobertura dos custos operacionais e a geração de margem de lucro, assegurando a sustentabilidade financeira do negócio.

3.8.3 Estratégias promocionais

Inicialmente, as ações de divulgação da empresa ocorrerão de forma interna, utilizando os contatos obtidos por meio da pesquisa de mercado. Os respondentes que demonstraram interesse nos serviços da consultoria serão contatados e poderão receber uma oferta promocional inicial, com aproximadamente 20% de desconto, como forma de incentivar a contratação dos primeiros serviços.

Esses atendimentos iniciais também terão como objetivo viabilizar a implementação dos serviços da consultoria e validar a metodologia aplicada, como também, gerar materiais para divulgação, como registros da aplicação das consultorias, resultados obtidos e interações com os clientes. Essas informações e mídias serão utilizadas para a produção de conteúdos de divulgação nas redes sociais. A divulgação digital será realizada principalmente por meio do Instagram, utilizando publicações, *stories* e *reels* para apresentar os serviços oferecidos, informações sobre a empresa, formas de contato e o catálogo de serviços. Além disso, será utilizada a estratégia de impulsionamento de publicações, por meio de tráfego pago, com o objetivo de ampliar o alcance das publicações e atingir um público-alvo específico.

Figura 13 – Perfil da Inove Consultoria no Instagram



Fonte: Elaboração própria (2026)

Essa estratégia promocional tem como finalidade viabilizar os serviços da consultoria, fortalecer o relacionamento com os primeiros clientes e ampliar a visibilidade da empresa nas redes sociais, que representam um importante canal de comunicação para a captação de novos clientes.

3.8.4 Estrutura de comercialização

A comercialização da empresa será baseada principalmente em canais digitais. O atendimento e a comunicação com os clientes serão realizados diretamente pela proprietária por meio das plataformas *Instagram* e *WhatsApp*. Nessas plataformas serão disponibilizadas informações sobre os serviços oferecidos, formas de contato e detalhes da consultoria. Além disso, serão utilizadas mensagens automáticas para fornecer respostas iniciais aos clientes, incluindo informações sobre horário de atendimento, catálogo de serviços e orientações básicas sobre o funcionamento da consultoria.

A partir do contato inicial, será realizado um atendimento personalizado, permitindo a apresentação dos serviços, o esclarecimento de dúvidas e a identificação das necessidades específicas do negócio. Caso haja interesse por parte do cliente, será agendada uma reunião de alinhamento para compreender com maior profundidade a situação da empresa e apresentar as soluções da consultoria.

Caso o cliente não forneça um retorno imediato, será realizado um contato posterior, apresentando materiais de divulgação que evidenciem resultados obtidos em serviços semelhantes. Além disso, será sugerido que o cliente possa acompanhar as redes sociais da empresa para conhecer conteúdos informativos e ações promocionais.

3.9 Localização do empreendimento

A empresa Inove Consultoria não possuirá ponto físico, uma vez que seus serviços serão prestados exclusivamente *online*. O atendimento aos clientes será realizado por meio de canais digitais, permitindo maior flexibilidade e redução de custos operacionais. A empresa poderá ser localizada principalmente por meio das plataformas *Instagram* e *WhatsApp*, que funcionarão como canais de comunicação, divulgação dos serviços e atendimento aos clientes.

3.10 Políticas de aquisição e retenção de clientes

Os principais canais de aquisição de clientes serão as mídias digitais, especialmente o Instagram, por meio de suas ferramentas de divulgação de conteúdo, apresentação de resultados, interações com clientes e promoções eventuais dos serviços de consultoria. Além disso, a empresa utilizará o *WhatsApp* como canal de atendimento e comunicação direta com os clientes, e o *Gmail* para formalização de reuniões e envio de materiais relacionados aos serviços.

O caminho percorrido pelo cliente até a contratação do serviço pode ser compreendido por meio da metodologia do funil de vendas. Inicialmente ocorre a etapa de atração, que será construída pelas mídias digitais, por meio de publicações no Instagram, anúncios de tráfego pago, promoções e indicações. Em seguida, surge o interesse do cliente em entrar em contato com a empresa por meio do *WhatsApp*. Na etapa de conversão, quando o cliente decide contratar o serviço, serão realizadas reuniões de diagnóstico e alinhamento. Por fim, ocorre o fechamento da consultoria e a execução do serviço contratado.

Na etapa final da consultoria, serão entregues relatórios contendo os resultados obtidos, bem como a definição de possíveis metas de melhoria para o negócio. Além disso, poderão ser apresentados cenários simulados ao cliente, com projeções financeiras relacionadas à redução de custos, aumento de lucro e planejamento de marketing integrado às metas estabelecidas.

O quadro de experimentação será um processo contínuo e integrado às atividades da consultoria. A partir de cada serviço realizado, serão analisados pontos de melhoria na execução, bem como os resultados obtidos e os aspectos positivos do processo. Dessa forma, será possível promover o desenvolvimento contínuo da empresa, utilizando testes de estratégias como promoções, divulgação de casos de sucesso e campanhas promocionais.

4 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional descreve a estruturação da capacidade comercial, os processos de produção dos serviços de consultoria e a organização do ambiente virtual de trabalho, visando garantir eficiência e qualidade técnica em cada etapa da prestação de serviço.

4.1 Planejamento de capacidade comercial

Inicialmente, a capacidade comercial da consultoria será limitada, considerando que as atividades serão executadas exclusivamente por sua proprietária. Dessa forma, estabelece-se como estratégia inicial o atendimento simultâneo de até dois serviços, a fim de garantir a qualidade na execução das atividades e o acompanhamento adequado de cada cliente.

Os serviços serão organizados conforme as datas de início e término de cada projeto, permitindo melhor controle das demandas evitando a sobrecarga operacional e evitar possíveis riscos e atrasos. Além disso, será realizada a divisão do tempo por meio da definição de horários específicos para cada cliente, bem como a organização de dias da semana destinados a reuniões de alinhamento e execução dos serviços prestados. Esse planejamento visa assegurar maior eficiência na gestão do tempo e na prestação dos serviços, contribuindo para a satisfação dos clientes e a manutenção da qualidade da consultoria.

Como perspectiva de crescimento, a capacidade de atendimento poderá ser ampliada futuramente por meio da padronização dos processos. A partir dessa estrutura organizada, será possível a expansão da equipe, com a incorporação de novos colaboradores previamente treinados conforme os procedimentos já estabelecidos e aplicados pela proprietária, garantindo a manutenção da qualidade dos serviços e o aumento do número de clientes atendidos.

4.2 Planejamento dos processos de produção

4.2.1 Administrativos

Na área administrativa, serão desenvolvidas atividades relacionadas ao controle financeiro, planejamento dos serviços e gestão de clientes, considerados fatores essenciais para o funcionamento da consultoria. No que se refere ao controle financeiro, será possível contabilizar os custos, a mão de obra e os lucros obtidos a partir de cada serviço executado,

permitindo maior controle dos gastos e a realização de ajustes ao longo do período, especialmente aqueles que possam impactar na precificação previamente estabelecida.

O planejamento dos serviços estará diretamente relacionado à organização das atividades, envolvendo o acompanhamento das etapas previamente estruturadas, a gestão da agenda de cada cliente e a análise dos resultados obtidos, possibilitando a implementação de melhorias contínuas nos serviços prestados.

Quanto à gestão de clientes, será priorizado o contato direto e contínuo, com o objetivo de acompanhar o andamento dos serviços e fortalecer o relacionamento com o público. Além disso, serão utilizadas estratégias de comunicação e interação por meio das redes sociais, incluindo a divulgação de informativos, promoções e conteúdos relevantes.

4.2.2 Estoque

Inicialmente, por se tratar de uma consultoria online, não há a necessidade de estoque físico. Dessa forma, são considerados como recursos os materiais digitais utilizados na prestação dos serviços, tais como modelos de relatórios, planilhas, conteúdos de apoio e material de divulgação para mídias digitais.

Nesse contexto, esses materiais serão armazenados na plataforma *Google Drive*, organizados em pastas de acordo com cada categoria, a fim de facilitar o acesso e a gestão das informações. Além disso, será possível o compartilhamento desses materiais com os clientes, quando necessário, como no caso de planilhas de acompanhamento dos serviços executados.

4.2.3 Compra de produtos

Por se tratar de uma consultoria com metodologia totalmente online, a aquisição de recursos está relacionada principalmente à contratação de ferramentas digitais e plataformas necessárias para a execução dos serviços. Esses recursos incluem sistemas de armazenamento, elaboração de planilhas, produção de materiais visuais e padronização de documentos.

Nesse contexto, serão utilizadas ferramentas como *Microsoft Office (Word, Excel e PowerPoint)*, *Canva* para criação de materiais visuais, e *Google One* para armazenamento, organização e demais ferramentas disponibilizadas.

4.2.4 Produção

Adaptando ao processo operacional de uma consultoria, a produção está ligada ao seu fluxograma, que vai desde o atendimento ao cliente até a entrega do resultado do serviço selecionado. Inicialmente, existem as estratégias de marketing e comercial para atrair possíveis clientes. A partir disso, haverá o primeiro contato com informações e dúvidas. Após essa fase, ocorre a reunião de alinhamento para analisar as necessidades e preferências do empreendedor e trazer uma proposta.

Após a confirmação, o desenvolvimento do serviço é iniciado a partir de etapas já estruturadas na proposta de serviço. Durante esse período, o cliente pode acompanhar o processo através de um espaço virtual com planilhas de acompanhamento ou reuniões semanais via *Google Meet*. Ao final, serão realizados os relatórios finais com elementos visuais, a fim de garantir uma melhor compreensão. Por fim, haverá uma reunião reunindo todos os feitos e resultados a serem apresentados para o cliente e, após isso, será encaminhada uma cópia por e-mail ou manual impresso (se o cliente preferir).

Vale ressaltar que todos os arquivos correlacionados a cada serviço serão armazenados no *Google Drive*, a fim de garantir análises de melhoria para os serviços posteriores. Pode-se concluir que o fluxograma de produção seguirá a seguinte ordem:

Figura 14 – Fluxograma



Fonte: Elaboração própria (2026)

- *Imersão e Diagnóstico*: Coleta de dados e análise das necessidades do cliente, a fim de identificar qual é o serviço ideal para ele: financeiro ou marketing, e elaboração da proposta de serviço.
- *Desenvolvimento Técnico*: Criação das planilhas de fluxo de caixa ou gestão de custos, utilizando ferramentas como *Excel* e *Power BI* (financeiro), ou a elaboração de planejamento estratégico através de ferramentas como *Análise SWOT* e *SMART* (marketing).
- *Monitoramento*: Liberação do acesso ao espaço virtual (*Google Drive*) para que o cliente acompanhe a evolução e definição do cronograma de reuniões de alinhamento.
- *Finalização e Entrega*: Elaboração do relatório final com elementos visuais no *Canva* e realização da reunião de encerramento

4.2.5 Atendimento ao cliente

O padrão de atendimento ao cliente será estruturado conforme cada etapa, todavia, preservará uma comunicação clara e acolhedora, mantendo a formalidade e trazendo conforto para o cliente. No *WhatsApp*, haverá mensagens prontas para o início do contato, por exemplo: “*Bom dia! Tudo bem? Somos a Inove Consultoria, ficamos felizes pelo seu contato. Em que posso ajudar?*”. Através disso, o cliente encaminha suas dúvidas e a proprietária irá respondê-las seguindo o protocolo de comunicação, trazendo elementos, caso necessário, como catálogos de serviço, resultados de serviços anteriores e redes sociais para o acompanhamento.

Nas reuniões de alinhamento, é importante preservar o protocolo, como também criar um roteiro padrão para que o cliente compreenda de forma clara cada elemento discutido, por exemplo:

- Saudações e apresentação;
- Objetivo da reunião;
- Desenvolvimento do objetivo (proposta de serviço ou acompanhamento do que está sendo executado);
- Elementos visuais (apresentação de slides);
- Finalização com o objetivo proposto atingido e data para a próxima reunião.

No cotidiano, é importante mapear datas comemorativas e promoções, criando mensagens prontas para serem encaminhadas para cada cliente, a fim de manter o vínculo ativo e mostrar empenho em manter o cliente satisfeito e valorizado.

4.3 Planejamento e desenho do layout

Considerando que a Inove Consultoria irá operar de forma 100% online, o planejamento do seu layout não se aplica a um espaço físico convencional, mas sim à arquitetura organizacional do seu ambiente virtual. Para garantir a eficiência no atendimento e a segurança no tratamento dos dados, o ambiente de trabalho foi estruturado através do *Google Drive*, sendo dividido em cinco pastas principais que funcionam como as "seções" da empresa.

Assim, a organização do *layout* digital segue a seguinte estrutura:

- **Área de Finanças:** Destinada ao armazenamento de planilhas de controle interno, fluxo de caixa da consultoria e documentos fiscais.
- **Área de Marketing:** Contém os materiais de identidade visual, artes para redes sociais produzidas no *Canva* e cronogramas de postagens.
- **Área Comercial:** Local onde ficam os catálogos de serviços, modelos de propostas e o registro de contatos realizados via WhatsApp e Instagram.
- **Serviços em Andamento:** Pasta operacional para o desenvolvimento técnico dos projetos atuais, contendo o diagnóstico inicial e as ferramentas em construção para cada cliente, que poderá ser compartilhado ao cliente.
- **Serviços Finalizados:** Onde ficará o histórico onde ficam arquivados os relatórios finais entregues, servindo de base para análises de melhorias futuras e comprovação de resultados.

Essa disposição virtual substitui a necessidade de um estoque físico e permite que a proprietária gerencie o negócio com praticidade e agilidade, dessa forma, acessando qualquer "setor" da consultoria de forma remota.

Figura 15 – *Layout* operacional digital e estrutura de pastas no *Google Drive*

Nome	Proprietário	Data da modificação	Tamanho do	Classificado
Serviços Finalizados	eu	12:24 eu	—	⋮
Serviços em Andamento	eu	12:25 eu	—	⋮
Área do Marketing	eu	12:23 eu	—	⋮
Área de Finanças	eu	12:23 eu	—	⋮
Área Comercial	eu	12:24 eu	—	⋮

Fonte: Elaboração própria (2026)

5 PLANO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Este capítulo descreve os processos de tratamento de dados da Inove Consultoria, visando garantir que as informações estratégicas e dos clientes sejam transformadas em conhecimento útil para a tomada de decisão e para a entrega de resultados precisos.

5.1 Gestão da Informação

Inicialmente, as informações necessárias para o desenvolvimento da consultoria serão obtidas por meio da pesquisa de mercado realizada, a qual possibilitou identificar as principais necessidades do público-alvo e orientar a estruturação dos serviços oferecidos. Após a fase de iniciação da empresa, a coleta de dados de possíveis clientes ocorrerá principalmente por meio das mídias digitais, permitindo registrar informações como contato, localização e ramo de atividade dos empreendimentos interessados.

Para o armazenamento das informações, será utilizada a plataforma *Google Drive*, organizada em pastas específicas para cada serviço ou projeto desenvolvido. Nesse ambiente também serão armazenadas materiais institucionais, identidades visuais, planilhas de controle e relatórios de resultados das consultorias realizadas.

No que se refere à divulgação de informações institucionais, conteúdos relacionados às metodologias, serviços oferecidos, missão e valores da empresa serão disponibilizados em canais digitais como *Instagram* e *WhatsApp*, permitindo maior acesso do público às informações da consultoria e facilitando o contato com potenciais clientes.

6 PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS

O Plano de Gestão de Pessoas da Inove Consultoria detalha a estruturação do capital humano necessário para a operação, as competências exigidas e as estratégias para manter a qualidade técnica e ética dos serviços prestados.

6.1 Quantidade de pessoal e qualificações requeridas

Inicialmente, a empresa contará apenas com uma pessoa: sua proprietária. De acordo com este estudo, uma das fraquezas da empresa será a equipe reduzida, por isso, é importante traçar estratégias para minimizar esses riscos operacionais.

Dessa forma, caberão à proprietária qualificações comportamentais essenciais para o sucesso dessa estrutura pré-definida, tais como organização, disciplina e responsabilidade. Além disso, são necessárias qualificações técnicas para aprimorar e executar os serviços prestados, tendo como referencial teórico o ensino superior, principalmente nas áreas de marketing, finanças e projetos, que terão mais ênfase na consultoria. Ressalta-se que uma das forças da empresa é a formação de sua proprietária em Administração, que contemplará as áreas citadas, bem como gestão de pessoas, qualidade e operações, fundamentais para o gerenciamento de uma empresa.

Como estratégia a longo prazo, haverá um apoio interno previamente definido para auxiliar, caso necessário, trazendo a possibilidade de utilizar profissionais terceirizados em funções de apoio, como fotografia, design e auxílio técnico.

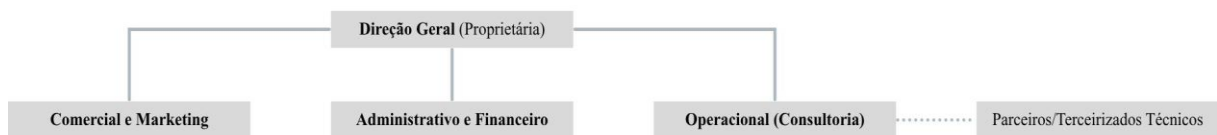
6.2 Estrutura organizacional e organograma

O organograma da Inove Consultoria reflete sua estrutura organizacional inicial, que é composta apenas pela proprietária, pode ser dividida de forma funcional para garantir a excelência em todos os processos. A proprietária conduzirá a Direção Geral, sendo responsável pelo gerenciamento estratégico, processos e tomada de decisão, abrangendo as seguintes áreas:

- *Administrativo e Financeiro*: Envolve a análise do fluxo de caixa e da lucratividade da empresa, como também a gestão dos processos internos e o planejamento estratégico do negócio.

- *Comercial e Marketing*: Responsável pela divulgação da marca, estruturação de catálogos de serviços, gerenciamento de redes sociais (*Instagram e WhatsApp*), relacionamento direto com o cliente e definição de protocolos de atendimento.
- *Operacional*: Focará na execução técnica dos serviços de consultoria, incluindo a elaboração de diagnósticos, planilhas financeiras, cálculos, aplicação da análise *SWOT* e metas *SMART*, além da produção de relatórios e ferramentas visuais.
- *Parceiros/Terceirizados Técnicos*: Atuam como uma estratégia de minimização de riscos para a equipe reduzida. Serão acionados sob demanda para oferecer suporte especializado, especialmente em atividades de design e fotografia, integrando-se principalmente a execução dos serviços de marketing.

Figura 16 – Organograma



Fonte: Elaboração própria (2026)

6.3 Estratégias de recrutamento, seleção, orientação, treinamento e avaliação de desempenho

As estratégias de recrutamento serão elaboradas conforme o desenvolvimento da consultoria, podendo apresentar aprimoramentos após sua fase inicial. Para garantir a qualidade, a proprietária mapeará todos os procedimentos e protocolos operacionais que se mostrarem eficientes, gerando material suficiente para o recrutamento de futuros colaboradores ou parceiros no futuro.

Através desse mapeamento, serão estudadas as habilidades necessárias para cada função. Dessa forma, a etapa de seleção focará nessas competências técnicas, como também nos valores individuais dos candidatos, garantindo que a ética e a transparência da empresa sejam preservadas conforme sua missão e valores já definidos.

Referente à orientação e ao treinamento, estes serão realizados de forma interna, servindo como uma etapa de monitoramento e controle antes da entrega final ao cliente. Essa fase basear-se-á na análise técnica da conformidade do serviço com os protocolos da consultoria e no histórico de entregas anteriores, assegurando que qualquer erro de clareza seja corrigido

internamente. Essa supervisão rigorosa visa minimizar riscos e garantir que o cliente receba apenas resultados assertivos e de alta qualidade.

A avaliação de desempenho consistirá no mapeamento de erros e acertos, como também na análise das habilidades postas em prática, resolução de problemas e disciplina. Estes fatores serão avaliados durante todo o processo de execução dos serviços durante o treinamento, a fim de garantir um resultado eficiente e alinhado aos objetivos estratégicos da Inove Consultoria.

7 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro detalha os recursos necessários para a abertura e operação da Inove Consultoria, projetando faturamentos, custos e indicadores que validam a sustentabilidade do empreendimento digital.

7.1 Estimativa dos investimentos fixos

Os investimentos fixos da Inove Consultoria compreendem todos os bens tangíveis necessários para a execução das atividades de consultoria online. Dado o modelo de negócio baseado em de forma remota a estrutura inicial foca na utilização de ativos já adquiridos pela proprietária, o que reduz drasticamente a necessidade de desembolso inicial de capital, preservando o Capital Social de R\$ 1.000,00 para despesas legais e marketing.

7.1.1 Máquinas e equipamentos

A proprietária já dispõe dos equipamentos tecnológicos necessários para dar início as atividades da empresa. Serão utilizados para o uso da consultoria:

- *Notebook e carregadores:* Utilizados para a elaboração de diagnósticos, planilhas e relatórios.
- *Celular:* Ferramenta principal de atendimento ao cliente via WhatsApp e gestão do Instagram.
- *Impressora:* Utilizada para a eventual entrega de relatórios físicos, caso o cliente prefira.

Conforme a empresa atinja metas de lucratividade e aumento de demanda, os lucros serão reinvestidos na atualização desses dispositivos para garantir maior eficiência e qualidade técnica.

7.1.2 Móveis e utensílios

O layout da empresa é estruturado de forma residencial, onde a proprietária irá atuar de forma remota. Os móveis e utensílios necessários já compõem o ambiente de trabalho da proprietária, incluindo:

- *Móveis:* Cadeira, bancada de trabalho e estantes para organização de documentos.
- *Utensílios:* Materiais de papelaria (papel, canetas, agenda), essenciais para anotações rápidas durante as reuniões de alinhamento com os clientes.

7.1.3 Depreciação

Embora os bens já pertençam à proprietária, será considerada a depreciação desses equipamentos para fins de planejamento financeiro futuro. Os equipamentos como *notebook* e celular duram em média 3 a 7 anos, baseado no tempo de uso anterior à empresa será feita a reversa para repor esses recursos, e cotação do material mediante o tempo previsto. Dessa forma, isso permitirá que a empresa reserve recursos para a substituição desses ativos ao final de sua vida útil, garantindo a continuidade operacional da consultoria.

7.2 Capital de giro

O capital de giro da Inove Consultoria é composto pela reserva de caixa necessária para suportar as operações mensais, garantindo o pagamento dos custos fixos (Internet, Energia, Assinaturas digitais e DAS-MEI), e investimentos em marketing antes do recebimento das primeiras receitas e lucros. O capital social inicial de R\$ 1.000,00 será integralmente destinado a essa reserva.

7.2.1 Estimativa do estoque inicial

Por se tratar de uma consultoria com metodologia totalmente online, não há necessidade de estoque físico de mercadorias. O “estoque” da empresa é composto por ferramentas digitais (modelos de planilhas, relatórios e materiais de apoio) armazenados no *Google Drive*, os quais não possuem custo de aquisição por serem produzidos pela própria proprietária. Assim, o valor destinado ao estoque inicial é zero.

7.2.2 Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

A estratégia financeira da empresa prevê uma reserva de segurança suficiente para cobrir os custos fixos operacionais de *softwares*, internet, energia, como também, ações promocionais por um período de 90 dias (3 meses) sem a necessidade de lucro imediato.

Como política de manutenção, após o período inicial, o capital de giro será recomposto mensalmente. A proprietária estabeleceu como a retenção de 50% do lucro líquido inicial da empresa para fortalecer o fundo de reserva.

Como os serviços de consultoria estratégica possuem prazos de execução já definidos (iniciação, execução e finalização), o capital de giro garantirá que a empresa mantenha sua

eficiência e praticidade mesmo em meses de baixa demanda ou atrasos nos ciclos de pagamento dos clientes, pois a o serviço só será iniciado após a confirmação do cliente mediante as condições de pagamento, caso seja apresentado problemas e atrasos será implementada a condição de 30% antes de iniciar o serviço.

7.3 Investimentos pré-operacionais

Inicialmente, a formalização da Inove Consultoria ocorrerá por meio do programa MEI (Microempreendedor Individual), é um programa gratuito, que pode trazer diversas oportunidades e opções para o empreendedor, portanto, será uma das iniciativas da proprietária. O tráfego pago é uma ferramenta importante para o impulsionamento das redes sociais, será separado R\$ 70,00 para esta modalidade durante o primeiro mês de divulgação, o tráfego é diário, investindo a partir de R\$ 6,00 por dia, o valor de R\$ 70,00 reais podem possibilitar o impulsionamento por mais dias e avaliação do empenho desta ferramenta para estratégias futuras da consultoria.

7.4 Investimento total

Nota-se que, o capital de giro estipulado cobre com folga os investimentos para a fase de iniciação, destacando que, os investimentos fixos foram zero por conta do que a proprietária já possui. Dessa forma, o investimento inicial do negócio se torna extremamente seguro, e pode ser utilizado para outros fins conforme os o desenvolvimento dos serviços ofertados pela consultoria. A distribuição do investimento total segue a composição abaixo:

- Investimento pré-operacional: R\$ 70,00
- Investimento Fixos: R\$ 00,00
- Capital de Giro (Reserva): R\$ 930,00
- Total: R\$ 1.000,00

7.5 Estimativa do faturamento mensal

Inicialmente há duas áreas de serviço, financeiro e *marketing* estratégico, dentro deles possuem pacotes que podem se unir a depender da necessidade do cliente. Dessa forma, foi realizada a precificação relativa os custos fixos da empresa e ao limite de 2 (dois) serviços simultâneos na empresa, esta limitação justifica o posicionamento de preço adotado, pois

garante que o tempo dedicado a cada projeto assegure a excelência, a personalização e o rigor técnico necessários para a entrega de resultados práticos ao microempreendedor.

- *Serviço Financeiro:* Gestão de Custos e Precificação e Fluxo de Caixa e Análise de Lucro
- *Serviço Marketing e Planejamento Estratégico:* Marketing (SWOT, SMART, análise situacional) Planejamento Estratégico (Metas SMART e Cronograma)

Quadro 4 – Precificação de Serviços

Gestão Financeira	Valor (R\$)
Gestão de Custos e Precificação (Pacote 1)	R\$ 100,00
Fluxo de Caixa e Análise de Lucro (Pacote 2)	R\$ 100,00
Gestão Financeira (Pacote 1 e 2)	R\$ 180,00
Gestão de Marketing	Valor (R\$)
Marketing e Planejamento Estratégico (Pacote 1)	R\$ 150,00
Pacote Unificado	Valor (R\$)
Fluxo de Caixa, Análise de Lucro + Planejamento estratégico	R\$ 150,00
Gestão de Custos e Precificação + Marketing Estratégico	R\$ 150,00
Gestão Financeira + Marketing e Planejamento Estratégico	R\$ 297,00 (10% ao adquirir dois serviços completos)

Fonte: Elaboração própria (2026)

7.6 Custo de comercialização

A Inove Consultoria adotará o regime tributário simplificado por meio do DAS-MEI, garantindo o pagamento mensal de um imposto fixo. Essa escolha estratégica proporciona previsibilidade financeira, uma vez que a tributação não incide de forma variável sobre cada serviço prestado, oferecendo maior segurança e praticidade para a gestão da proprietária.

Assim, como o empreendimento é operado individualmente, não haverá custos com comissões de vendas. Os gastos com a comercialização e aquisição de clientes estarão concentrados nas ferramentas de marketing digital, especificamente no tráfego pago, conforme planejado anteriormente.

7.7 Custos com mão de obra

Na fase inicial, a empresa não apresentará custos de mão de obra que causem grande impacto financeiro, visto que a estrutura operacional é composta exclusivamente por sua proprietária. Todavia, para fins de controle e viabilidade, será realizada uma estimativa do tempo dedicado a cada projeto de consultoria.

A política de remuneração estabelece que, após a recuperação do investimento inicial e a manutenção do capital de giro, uma porcentagem do lucro líquido será destinada à proprietária como sua remuneração técnica. Essa abordagem permite que a empresa cresça de forma sustentável, reinvestindo os ganhos necessários antes de aumentar as retiradas pessoais, garantindo a solidez da Inove Consultoria.

7.8 Custos fixos operacionais mensais

Os custos fixos da Inove Consultoria compreendem as despesas recorrentes necessárias para a manutenção da prestação de serviços online. O maior volume desses gastos concentra-se nas assinaturas de plataformas digitais essenciais e na infraestrutura de suporte (energia e internet), que já fazem parte da rotina da proprietária, mas terão sua parcela devida alocada ao negócio.

Os valores mensais estimados são:

- **Canva Pro:** R\$ 35,00
- **Pacote Office:** R\$ 51,00
- **Google One:** R\$ 24,99
- **Energia Elétrica:** R\$ 15,00 (30% do valor médio residencial).
- **Internet:** R\$ 18,00 (30% do valor médio residencial).
- **DAS-MEI (Imposto Fixo):** R\$ 85,00 (média aproximada para prestadores de serviços).
- **Reserva para Depreciação:** 30% do lucro obtido de cada serviço prestado.

Para as contas de energia e internet, foi aplicada uma taxa de proporcionalidade de 30% sobre os custos residenciais da proprietária, fundamentada no tempo médio de dedicação à consultoria. Essa divisão permite que a empresa suporte suas variações mensais de acordo com o cenário operacional, mantendo a viabilidade mesmo nos meses em que for executado apenas o mínimo planejado de serviços.

7.9 Custo da mercadoria vendida

A Inove Consultoria, por ser uma prestação de serviços baseada em capital intelectual e no uso de ferramentas digitais, não apresenta necessidade de estoque físico ou consumo de materiais por unidade vendida. Visto que, as plataformas e softwares necessários para a operação já estão devidamente contabilizados como custos fixos mensais, não há incidência de custos variáveis por cada serviço prestado.

Portanto, a CMV será nula (R\$ 0,00), o que demonstra uma viabilidade econômica e segurança financeira para o negócio, uma vez que a empresa não sofra com prejuízos diretos com insumos caso determinado serviço não seja comercializado em um período específico.

7.10 Demonstrativo dos resultados

O demonstrativo de resultados (DRE) permite visualizar o desempenho econômico da Inove Consultoria, evidenciando a relação entre o faturamento bruto e as obrigações financeiras do negócio durante sua fase inicial do primeiro mês, até um ano de atuação. A partir das estimativas realizadas nos tópicos anteriores, o quadro abaixo demonstra a viabilidade de operação da empresa, confirmando se o modelo de negócio resultará em lucro ou prejuízo dentro do cenário inicial já planejado com o cenário de 2 (dois) serviços completos contratados.

Quadro 5 – Demonstração de Resultados do Exercício (DRE)

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valor Anual (R\$)
RECEITA COM VENDAS TOTAL (=)	R\$ 594,00	R\$ 7.128,00
CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-)		
CUSTO MERCADORIA VENDIDA (+)	R\$ 00,00	R\$ 00,00
CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	R\$ 00,00	R\$ 00,00
CUSTOS VARIÁVEL TOTAL	R\$ 00,00	R\$ 00,00
LUCRO OPERACIONAL BRUTO	R\$ 594,00	R\$ 7.128,00
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)		
Assinaturas Digitais (Canva, Office, Google One)	R\$ 110,99	R\$ 1.331,88
Internet e Energia (Proporcional 30%)	R\$ 33,00	R\$ 396,00
DAS-MEI (Imposto Fixo)	R\$ 85,00	R\$ 1.020,00
TOTAL DE CUSTOS FIXOS (=)	R\$ 228,99	R\$ 2.747,88
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ 365,01	R\$ 4.380,12

Fonte: Elaboração própria (2026)

7.11 Indicadores de viabilidade (Ponto de equilíbrio, Lucratividade, Rentabilidade, Prazo de retorno do investimento)

Os indicadores de viabilidade são fundamentais para avaliar o desempenho estratégico da empresa e validar se o planejamento financeiro é interessante a curto e longo prazo. A Inove Consultoria apresenta indicadores extremamente positivos, reflexo de uma estrutura operacional enxuta e digital.

Quadro 6 – Indicadores de Viabilidade

Indicadores	Resultados
Ponto de Equilíbrio (Mensal)	R\$ 228,99
Lucratividade (Média Mensal)	61,45%
Rentabilidade (Anual)	438,01%
Prazo de Retorno do Investimento (PRI)	2,7 meses

Fonte: Elaboração própria (2026)

7.11.1 Ponto de Equilíbrio (PE)

O Ponto de Equilíbrio indica que a empresa precisa faturar mensalmente R\$ 228,99, a viabilidade é atingida com apenas três serviços básicos ou um serviço completo ao mês. Como os custos variáveis (CMV) são nulos (R\$ 0,00), o Ponto de Equilíbrio é exatamente igual ao valor dos seus Custos Fixos Totais.

7.11.2 Lucratividade

Este índice, aponta que a média mensal atingirá acima de 50% de lucratividade, fazendo com que a proprietária pague todos os seus custos mensais, e ainda sobrar para reserva. Uma lucratividade acima de 60% é positiva para uma consultoria de prestação de serviços.

- **Fórmula:** $(\text{Lucro Líquido} / \text{Receita Total}) \times 100$.
- **Cálculo:** $(R365,01 / R 594,00) \times 100 = 61,45\%$

7.11.3 Rentabilidade

A rentabilidade anual de **438,01%** demonstra que o negócio recupera o capital investido mais de quatro vezes ao ano, um índice que comprova a eficiência do modelo de consultoria online.

- **Fórmula:** $(\text{Lucro Líquido Anual} / \text{Investimento Total}) \times 100$.
- **Cálculo:** $(R4.380,12 / R 1.000,00) \times 100 = 438,01\%$

7.11.4 Payback

Nota-se que, todo o capital investido na fase pré-operacional (R\$ 1.000,00) será recuperado em aproximadamente **2,7 meses** de operação (menos de um trimestre), o que comprova toda a viabilidade econômica planejada da consultoria.

A Inove Consultoria é economicamente viável, apresentando riscos mínimos devido aos custos variáveis nulos e ao fato de a proprietária já possuir o material operacional necessário para a execução dos serviços.

- **Fórmula:** $\text{Investimento Total} / \text{Lucro Líquido Mensal}$.
- **Cálculo:** $R1.000,00 / R 365,01 = 2,7 \text{ meses}$

8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

A análise de cenários permite à Inove Consultoria antecipar variações de mercado e preparar planos de ação estratégicos para diferentes níveis de demanda. Foram estruturadas três hipóteses: uma focada na expansão da demanda (Otimista), uma considerando dificuldades na captação de clientes (Pessimista) e uma baseada na meta inicial planejada (Realista).

8.1 Cenário otimista

No cenário otimista, projeta-se o dobro da demanda planejada, com a execução de quatro combos completos mensais. Esse aumento pode ocorrer devido à eficiência do tráfego pago e à indicação de clientes satisfeitos. Com os custos fixos mantidos, a lucratividade aumenta significativamente.

Quadro 7 – Demonstração de Resultados do Exercício (DRE) (Cenário otimista)

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valor Anual (R\$)
RECEITA COM VENDAS TOTAL (=)	R\$ 1.188,00	R\$ 14.256,00
CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-)		
CUSTO MERCADORIA VENDIDA (+)	R\$ 00,00	R\$ 00,00
CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	R\$ 00,00	R\$ 00,00
CUSTOS VARIÁVEL TOTAL	R\$ 00,00	R\$ 00,00
LUCRO OPERACIONAL BRUTO	R\$ 1.188,00	R\$ 14.256,00
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)		
Assinaturas Digitais (Canva, Office, Google One)	R\$ 110,99	R\$ 1.331,88
Internet e Energia (Proporcional 30%)	R\$ 33,00	R\$ 396,00
DAS-MEI (Imposto Fixo)	R\$ 85,00	R\$ 1.020,00
TOTAL DE CUSTOS FIXOS (=)	R\$ 228,99	R\$ 2.747,88
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ 959,01	R\$ 11.509,88

Fonte: Elaboração própria (2026)

8.2 Cenário pessimista

O cenário pessimista considera a execução de apenas um serviço básico (R\$ 100,00) no mês. Esse cenário pode ocorrer na fase inicial de maturação da marca. Neste caso, a receita não é suficiente para cobrir os custos fixos operacionais.

Caso este cenário ocorra, a empresa utilizará o Capital de Giro reservado no investimento inicial (R\$ 930,00) para cobrir o déficit, enquanto intensifica as estratégias de

marketing orgânico e oferece descontos de lançamento para os interessados presentes na Pesquisa de Mercado.

Quadro 8 – Demonstração de Resultados do Exercício (DRE) (Cenário Pessimista)

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valor Anual (R\$)
RECEITA COM VENDAS TOTAL (=)	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-)		
CUSTO MERCADORIA VENDIDA (+)	R\$ 00,00	R\$ 00,00
CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	R\$ 00,00	R\$ 00,00
CUSTOS VARIÁVEL TOTAL	R\$ 00,00	R\$ 00,00
LUCRO OPERACIONAL BRUTO	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)		
Assinaturas Digitais (Canva, Office, Google One)	R\$ 110,99	R\$ 1.331,88
Internet e Energia (Proporcional 30%)	R\$ 33,00	R\$ 396,00
DAS-MEI (Imposto Fixo)	R\$ 85,00	R\$ 1.020,00
TOTAL DE CUSTOS FIXOS (=)	R\$ 228,99	R\$ 2.747,88
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ - 128,99 (Prejuízo)	R\$ - 1.547,00 (Prejuízo)

Fonte: Elaboração própria (2026)

8.3 Cenário realista

O cenário realista reflete o planejamento base deste estudo, com o atendimento de dois combos completos. Este cenário apresenta uma lucratividade equilibrada, permitindo o pagamento de todos os custos e a formação de reserva.

Quadro 9 – Demonstração de Resultados do Exercício (DRE) (Cenário realista)

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valor Anual (R\$)
RECEITA COM VENDAS TOTAL (=)	R\$ 594,00	R\$ 7.128,00
CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-)		
CUSTO MERCADORIA VENDIDA (+)	R\$ 00,00	R\$ 00,00
CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	R\$ 00,00	R\$ 00,00
CUSTOS VARIÁVEL TOTAL	R\$ 00,00	R\$ 00,00
LUCRO OPERACIONAL BRUTO	R\$ 594,00	R\$ 7.128,00
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)		
Assinaturas Digitais (Canva, Office, Google One)	R\$ 110,99	R\$ 1.331,88
Internet e Energia (Proporcional 30%)	R\$ 33,00	R\$ 396,00
DAS-MEI (Imposto Fixo)	R\$ 85,00	R\$ 1.020,00
TOTAL DE CUSTOS FIXOS (=)	R\$ 228,99	R\$ 2.747,88
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ 365,01	R\$ 4.380,12

Fonte: Elaboração própria (2026)

9 DECISÃO GERENCIAL

Com base no estudo de viabilidade realizado, conclui-se que a abertura da Inove Consultoria é viável, uma vez que o projeto apresenta indicadores financeiros sólidos e um modelo de negócio alinhado às necessidades do público-alvo. A empresa demonstra ser economicamente viável nos cenários realista e otimista, apresentando uma alta lucratividade e um retorno do capital investido em menos de três meses. Em 5 (cinco) anos, a empresa tem como meta ampliar seu lucro planejado (anual) acima de 40%, caso este cenário seja inferior será reavaliado suas estratégias e metodologias, a fim de ser reinventar e identificar possíveis gargalos.

Diante do cenário pessimista, a empresa possui estratégias de contingência já estipuladas para minimizar riscos, tais como:

- Utilização do capital de giro reservado no investimento inicial para cobrir custos operacionais fixos.
- Intensificação das ações de marketing digital e tráfego pago para acelerar a captação de clientes.
- Foco inicial na oferta de serviços com promoções que atraiam os interessados já identificados na pesquisa.

Dessa forma, a Inove Consultoria fundamenta sua decisão em dados precisos e em uma estrutura operacional enxuta, garantindo segurança financeira para a proprietária e resultados eficientes para os clientes. Projeta-se que, após a consolidação da marca na região do Brejo Paraibano, a empresa terá grandes chances de crescimento e expansão de sua área de abrangência, mantendo sua cultura organizacional focada na inovação e na ética profissional.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. Acesso em: 06 abr. 2026.

BRASIL. Governo Federal. Portal do Empreendedor: MEI. Brasília, DF, 2026. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>. Acesso em: 06 abr. 2026.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.

SEBRAE. PNBOX – Plano de Negócios. [S. l.], 2026. Disponível em: <http://sebraeplay.com.br/colecoes/pnbox-plano-de-negocios>. Acesso em: 06 abr. 2026.

SEBRAE. Guia essencial para empreendedores: modelagem (volume 3). [S. l.], 2026. Disponível em: <https://sebraeplay.com.br/content/guia-essencial-para-empreendedores-modelagem-volume-3>. Acesso em: 06 abr. 2026.

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE MERCADO

Este instrumento de coleta de dados, elaborado através da plataforma Google Forms, foi utilizado para realizar o diagnóstico inicial com 52 microempreendedores no estado da Paraíba. Os resultados obtidos serviram de base para a estruturação da Proposta de Valor e da Análise de Mercado (Tópico 2.1) da Inove Consultoria.

1. Perfil (Informações do Negócio)

- Você é MEI (Microempreendedor Individual)?
- Qual a sua cidade?
- Ramo de atividade (escolha o que mais se aproxima):
- Há quanto tempo o negócio existe?
- Você trabalha sozinho(a) ou tem equipe?

2. Gestão Financeira

- Você costuma anotar/controlar quando entra e sai do caixa todo mês?
- Como você costuma definir o preço dos seus produtos/serviços?
- Sobre o dinheiro do seu negócio, você diria que:
- Você se interessaria por um serviço financeiro que ajudasse você a visualizar sua movimentação, custos e lucro por meio de planilhas e ferramentas simples?
- Quando percebe que as vendas caíram, você sabe o que fazer para mudar essa situação?

3. Gestão de Marketing e Planejamento Estratégico

- Você sabe quem é exatamente seu cliente ideal (quem mais compra, por que e quando)?
- Se você pudesse melhorar apenas UMA coisa no seu negócio agora, qual seria?
- Você se interessaria por um serviço que analisa suas finanças e, a partir disso, cria um plano estratégico simples com ações para aumentar seu lucro e atrair mais clientes?
- O que você gostaria que uma consultoria online oferecesse para facilitar o crescimento do seu negócio? Se desejar, deixe sugestões sobre como uma consultoria voltada para pequenos empreendimentos poderia atuar no mercado (opcional).