

CENTRO PAULA SOUZA
Etec PROFESSORA MARIA CRISTINA MEDEIROS
Ensino Médio com Habilitação Profissional e Técnico em
Administração

Luiza Laura dos Santos Ferreira
Rebeca Martins da Silva
Samuel Henrique Germano Oliveira
Vinícius Landim Viera
Vitória Novaes Pimenta Nolli

EVEREST: Consultoria de marketing, gestão empresarial e finanças.

Ribeirão Pires
2025

Luiza Laura dos Santos Ferreira
Rebeca Martins da Silva
Samuel Henrique Germano Oliveira
Vinícius Landim Viera
Vitória Novaes Pimenta Noll

EVEREST: Consultoria de marketing, gestão empresarial e finanças.

Trabalho acadêmico Elaborado à Disciplina de Planejamento e Desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Administração em 2025 ao Curso Técnico em Administração da ETEC Prof.^a Maria Cristina Medeiros, orientado pela Professora Ana Lúcia Sartorelli como requisito para conclusão de curso.

Ribeirão Pires
2025

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

E93

Everest Consultorias / Luiza Laura dos Santos Ferreira; Rebeca Martins da Silva; Samuel Henrique Germano Oliveira; Vinicius Landim Vieira; Vitoria Novaes Pimenta Noll. – Ribeirão Pires (SP): ETEC MCM, 2025. Monografia. 249 fls.

Formato PDF/A. Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Paula Souza, ETEC Prof.^a Maria Cristina Medeiros, Ensino Médio Integrado ao Técnico em Administração, Ribeirão Pires (SP).

Orientador (a): Profa. Ma. em Tecnologia Ana Lucia Sartorelli

Depósito: Repositório Institucional do Conhecimento do Centro Paula Souza

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

1. Consultoria empresarial 2. Pequenas e médias 3. Planejamento Estratégico
4. Sustentabilidade Organizacional

I. Título II. Autores

CDD 658

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

Candidatos:
Luiza Laura dos Santos Ferreira
Rebeca Martins da Silva
Samuel Henrique Germano Oliveira
Vinícius Landim Viera
Vitória Novaes Pimenta Nolli

EVEREST

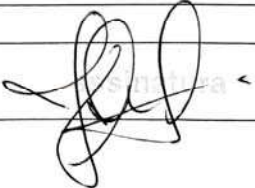
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Maria Cristina Medeiros – ETEC MCM - como requisito parcial para obtenção do grau de Técnico em Administração.

Orientadora Profª. Ma. Ana Lúcia Sartorelli.

Banca Examinadora:

Nome:	Ana Lúcia Sartorelli	
Titulação:	Mestre	

Nome:	Melise Pereira Lopes da Silva	
Titulação:	Especialista	

Nome:	Ingrid Magalhães da Silva	
Titulação:	Especialista	

A Banca Examinadora deste Trabalho de Conclusão de Curso, em sessão realizada na cidade de Ribeirão Pires em 25 de novembro de 2025, considerou os candidatos:

(X) APROVADOS

() REPROVADOS

RESUMO

Este projeto visa analisar e promover a expansão de pequenas e médias empresas por meio de assessorias, aconselhamento estratégico, análise de dados e desenvolvimento de planos de ação para otimizar processos, aumentar a lucratividade e atingir objetivos específicos. Busca-se uma análise dinâmica do cenário econômico atual e do mercado, tendo em vista as constantes mudanças e alta competitividade para o realização das atividades que ofereçam soluções ágeis, flexíveis e inovadoras, afim de estabilizar e impulsionar o crescimento de tais empresas. O referencial teórico é baseado nos autores; Peter Ferdinand Drucker, Phillip Keller, Kevin Lane Kotler, Henry Mintzberg, Michael Eugene Poter; que em seus artigos sobre empreendedorismo e gestão, exploram as análises de dados e otimização de processos no fortalecimento de pequenas e médias empresas para uma sociedade em crescente evolução e mais igualitária em termos econômicos. A metodologia utilizada para essa pesquisa envolve uma abordagem aplicada, de caráter qualitativo e exploratório, com foco na resolução de problemas reais enfrentados por pequenas e médias empresas. Foram utilizadas ferramentas de planejamento estratégico, como análise SWOT, PESTEL, Mapa da Empatia e Canvas, bem como entrevistas com perfis de personas reais extraídos do PNBOX do SEBRAE. A coleta e análise dos dados possibilitaram a construção de soluções práticas e alinhadas à realidade do público-alvo. Esta pesquisa pretende contribuir para a redução da taxa de falência das PMEs brasileiras por meio da profissionalização da gestão, da capacitação dos empreendedores e da implementação de estratégias personalizadas de marketing e finanças. Ao promover o desenvolvimento sustentável, o projeto também está alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, especialmente os ODS 8 e 17, reforçando o papel da consultoria como agente transformador no ecossistema empresarial. Com isso, espera-se gerar impacto positivo não apenas nos resultados econômicos das empresas atendidas, mas também na promoção de um ambiente de negócios mais inclusivo, inovador e resiliente.

Palavras-chave: Consultoria empresarial; Pequenas e médias empresas; Planejamento estratégico; Sustentabilidade organizacional; Desenvolvimento econômico.

ABSTRACT

This project aims to analyze and promote the expansion of small and medium-sized enterprises (SMEs) through consulting services, strategic advisory, data analysis, and the development of action plans to optimize processes, increase profitability, and achieve specific objectives. A dynamic analysis of the current economic and market landscape is sought, considering the constant changes and high competitiveness, in order to implement agile, flexible, and innovative solutions that stabilize and drive the growth of such companies. The theoretical framework is grounded in the works of Peter Ferdinand Drucker, Philip Keller, Kevin Lane Kotler, Henry Mintzberg, and Michael Eugene Porter, whose studies on entrepreneurship and management emphasize the importance of data analysis and process optimization in strengthening SMEs toward a progressively evolving and economically fairer society. The methodology adopted in this research involves an applied approach, with qualitative and exploratory characteristics, focusing on solving real challenges faced by SMEs. Strategic planning tools were employed, such as SWOT and PESTEL analyses, Empathy Map, and Canvas Model, in addition to interviews with real-life personas derived from SEBRAE's PNBOX platform. Data collection and analysis enabled the construction of practical solutions aligned with the target audience's reality. This research seeks to contribute to the reduction of SME failure rates in Brazil by fostering professional management, empowering entrepreneurs, and implementing customized marketing and financial strategies. By promoting sustainable development, the project aligns with the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goals 8 and 17, reinforcing the role of business consulting as a transformative agent within the entrepreneurial ecosystem. Consequently, it is expected to generate a positive impact not only on the economic performance of assisted companies but also on the promotion of a more inclusive, innovative, and on resilient business environment.

Keywords: Business consulting; Small and medium-sized enterprises; Strategic planning; Organizational sustainability; Economic development.

Sumário

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Problema.....	10
1.2 Hipótese	11
1.3 Justificativa.....	11
1.4 Objetivos	12
1.5 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	12
1.6 Resultados esperados	13
2 PLANO DE NEGÓCIOS.....	15
2.1 Resumo Executivo	15
2.2 Análise de mercado.....	15
2.3 Plano de marketing e vendas.....	16
2.4 Estrutura operacional e logística	16
2.5 Análise de riscos	17
2.6 Objetivos de longo prazo.....	17
3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	18
3.1. Mapa da Empatia	18
3.2 Canvas	19
3.3 Análise SWOT	20
3.4 Análise PESTEL.....	21
4 RECURSOS HUMANOS.....	23
4.1 Cultura Organizacional.....	23
4.1.1. Missão, Visão, Valores e Crenças.....	23
4.1.2 Missão.....	23
4.1.3 Visão	24
4.1.4 Valores	24
4.1.5 Crenças.....	24
4.1.6 História e Mitos	24

4.1.7 Layout e Decoração	25
4.1.8 Cores.....	26
4.1.9 Logotipo e Símbolo	27
4.1.10 Uniformes e o Código de Vestimenta	27
4.1.11 Linguagem e Comunicação.....	28
4.1.12 Rituais e Cerimônias	28
4.1.13 Normas e Regras	30
4.2 Organograma	31
5 MARKETING.....	32
5.1 Segmentação de mercado	32
5.1.1 Clientes buscam crescimento acelerado.....	32
5.1.2 Empresas que prezam pelo custo-benefício	33
5.1.3 Clientes que valorizam inovação.....	33
5.1.4 Clientes que buscam fortalecimento de marca	34
5.2 Personas	34
6 ESG	37
6.1 Ambiental (Meio Ambiente)	37
6.2 Social (Social).....	38
6.3 Governança (Governance).....	39
7 FINANCEIRO	41
7.1 Investimentos	41
7.1.1 Investimentos Fixos	42
7.1.2 Investimentos Pré-Operacionais	42
7.1.3 Capital de Giro	43
7.1.4 Investimentos Totais.....	43
7.2 Ganhos.....	45
7.2.1 Produtos e Serviços	45

7.2.2 Receita	46
7.3 Custos	48
7.3.1 Custos de Mercadoria Vendida (CMV)	49
7.4 DRE	51
7.5 Indicadores Financeiros	54
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
APÊNDICE A – Definição de cargos, atribuição de cargos, organograma, salários dispostos.....	61
1 Definição de Cargos.....	61
2 Atribuição de Cargos.....	61
3 Salários	62
APÊNDICE B – Descrição de cargos e salários.....	63
1 Cargo de CEO.....	63
2 Cargo de Diretor Administrativo	66
3 Cargo de Gerente de Projetos	69
4 Cargo de Diretor Financeiro	72
5 Cargo de Consultor Pleno	75
6 Cargo de Assistente Administrativo	79
7 Cargo de Estagiário de Administração	82
8 Cargo Analista de Marketing	85
9 Cargo de Analista de Recursos Humanos	88
APÊNDICE C – Processo seletivo, entrevista e dinâmica.	91
1 Entrevista	91
2 Dinâmica	91
APÊNDICE D – Código de Ética	93
1.1 Princípios Fundamentais.....	93
1.2 Compromisso com os Clientes.....	93
1.3 Relacionamento com Colaboradores	93

1.4 Integridade e Conduta Profissional	94
1.5 Responsabilidade Social e Ambiental	94
1.6 Uso de Tecnologia e Informação	94
1.7 Cumprimento e Fiscalização	94
1.8 Compromisso Contínuo	94
APÊNDICE E – PNBOX.....	96

1 INTRODUÇÃO

No cenário empresarial contemporâneo, caracterizado por uma economia globalizada e em constante transformação, a capacidade de adaptação e gestão estratégica tornou-se essencial para a sobrevivência e crescimento das organizações. Pequenas e médias empresas (PMEs), responsáveis por grande parte da geração de empregos e pelo dinamismo econômico de diversos países, enfrentam desafios significativos no que tange à administração eficiente de seus recursos, ao posicionamento de mercado e à solidez financeira. No Brasil, dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2023) indicam que cerca de 60% das empresas encerram suas atividades nos primeiros cinco anos de operação devido a falhas na gestão financeira e na formulação de estratégias mercadológicas adequadas. A literatura especializada corrobora a relevância da gestão eficiente para a perenidade das empresas. Segundo Drucker (1999), a administração eficaz consiste na capacidade de alocar recursos de maneira estratégica, antecipar tendências e tomar decisões informadas. Da mesma forma, Kotler e Keller (2018) destacam que a ausência de um plano de marketing estruturado impacta diretamente a competitividade das empresas, dificultando sua diferenciação no mercado e a retenção de clientes. Assim, é evidente que a falta de conhecimento técnico e planejamento estruturado contribui para os altos índices de falência das PMEs, sendo necessário o suporte especializado para garantir sua longevidade e crescimento sustentável.

Nesse contexto, surge a proposta de criação de uma empresa de consultoria especializada em gestão, marketing e finanças, com o objetivo de oferecer suporte estratégico e técnico para pequenas e médias empresas. A consultoria atuará na identificação de gargalos operacionais, na formulação de estratégias personalizadas e na capacitação dos gestores para otimizar a administração dos negócios. O projeto se justifica não apenas pelo impacto direto na sustentabilidade das empresas clientes, mas também pelo fortalecimento da economia local e pelo estímulo à inovação e ao empreendedorismo, contribuindo para um ecossistema empresarial mais robusto e resiliente.

A presente pesquisa tem como base teórica as contribuições de autores renomados na área de administração, marketing e finanças, como Mintzberg (2010), que enfatiza a importância do planejamento estratégico, e Porter (1996), que aborda a necessidade de diferenciação competitiva no mercado. Além disso, a proposta está alinhada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), especialmente no que diz respeito ao crescimento econômico sustentável e ao fomento ao empreendedorismo (ONU, 2015).

Diante desse cenário, este trabalho busca apresentar um estudo detalhado sobre a viabilidade da empresa de consultoria proposta, abordando os principais desafios enfrentados pelo público-alvo, as soluções estratégicas a serem implementadas e os impactos esperados na economia e no setor empresarial. Dessa forma, pretende-se contribuir para a redução dos índices de falência das PMEs, promovendo a profissionalização da gestão e impulsionando o crescimento sustentável dos negócios.

1.1 Problema

O mercado empresarial contemporâneo enfrenta desafios cada vez mais complexos na gestão de seus recursos, na formulação de estratégias de marketing eficientes e na manutenção da saúde financeira das organizações. Pequenas e médias empresas (PMEs) são as que mais sofrem com a falta de planejamento e conhecimento especializado nessas áreas, resultando em falhas na alocação de recursos, baixa competitividade e, conseqüentemente, elevado índice de mortalidade empresarial.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2023), aproximadamente 60% das empresas fecham nos primeiros cinco anos de atividade devido à má gestão. Esse dado evidencia que a ausência de suporte técnico adequado compromete a sustentabilidade dos negócios, levando ao desperdício de recursos e à fragilidade organizacional. Além disso, a competitividade no mercado atual exige um planejamento sólido e estratégias bem estruturadas para a sobrevivência empresarial, o que muitas vezes não está ao alcance dos pequenos empresários.

A falta de investimentos em capacitação e consultoria especializada faz com que esses empreendedores tomem decisões intuitivas, sem embasamento técnico, aumentando os riscos e reduzindo suas chances de sucesso. Diante desse cenário, torna-se fundamental a existência de uma empresa que ofereça serviços de consultoria em gestão, marketing e finanças, proporcionando suporte estratégico para otimizar processos, aumentara lucratividade e garantir a perenidade dos negócios.

Em relação a esse problema, temos a pergunta: “Como pequenas e médias empresas podem melhorar sua gestão empresarial, financeira e de marketing para garantir maior perenidade e crescimento no mercado?”

1.2 Hipótese

Como pequenas e médias empresas podem melhorar sua gestão empresarial, financeira e de marketing para garantir maior perenidade e crescimento no mercado? A resposta a essa questão está na criação de uma empresa de consultoria especializada em gestão, marketing e finanças, que ofereça serviços personalizados e acessíveis para PMEs. Através da elaboração de planos estratégicos, desenvolvimento de análises financeiras e formulação de estratégias de marketing, a empresa permitirá que pequenos empreendedores possam tomar decisões mais assertivas, reduzir riscos e aumentar a lucratividade de seus negócios.

A consultoria oferecerá suporte contínuo para que as empresas clientes possam implementar melhorias operacionais e estratégicas, utilizando ferramentas de análise de mercado e modelos de gestão modernos. Além disso, a capacitação de gestores permitirá que os conhecimentos adquiridos sejam aplicados a longo prazo, fortalecendo a sustentabilidade das empresas atendidas. Dessa forma, a atuação da consultoria será essencial para transformar pequenos negócios em empreendimentos competitivos e resilientes.

1.3 Justificativa

A criação de uma empresa de consultoria especializada em gestão, marketing e finanças fundamenta-se na necessidade crescente de suporte qualificado para pequenas e médias empresas no Brasil. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), aproximadamente 48% das PMEs encerram suas atividades devido a problemas financeiros e de gestão inadequada. Esse índice evidencia a carência de conhecimento técnico por parte dos empreendedores, tornando essencial o acesso a soluções estratégicas e acessíveis.

A consultoria empresarial surge como solução estratégica para mitigar essas dificuldades, oferecendo serviços especializados, acessíveis e adaptáveis às necessidades de cada empreendimento. No contexto econômico, a redução do índice de falências empresariais gera impactos positivos, como aumento da geração de empregos, fortalecimento da economia local e incentivo ao empreendedorismo.

Do ponto de vista mercadológico, a consultoria contribui para a melhoria da competitividade empresarial, tornando as organizações mais resilientes diante das oscilações econômicas e das mudanças de comportamento do consumidor. Além disso, a transformação digital e a globalização exigem cada vez mais conhecimento técnico e estratégico para a consolidação e expansão dos negócios. Empresas que investem em

consultoria conseguem adaptar-se mais rapidamente às exigências do mercado e aproveitar oportunidades de crescimento.

Por fim, a relevância social desse projeto está diretamente relacionada à criação de um ambiente empresarial mais sustentável, promovendo inclusão econômica e ampliando as chances de sucesso de pequenos empreendedores. O suporte estratégico oferecido contribuirá para o fortalecimento do setor produtivo e o desenvolvimento socioeconômico regional.

1.4 Objetivos

O objetivo geral deste trabalho é:

Desenvolver e implementar uma empresa de consultoria especializada em gestão, marketing e finanças, com foco em pequenas e médias empresas, a fim de oferecer soluções personalizadas que otimizem a gestão empresarial, aumentem a lucratividade e garantam maior sustentabilidade dos negócios.

São objetivos específicos desse trabalho:

- Diagnosticar os principais desafios enfrentados por pequenas e médias empresas na gestão empresarial, financeira e de marketing;
- Desenvolver planos estratégicos personalizados para cada cliente, com base em análises de mercado e indicadores financeiros;
- Criar e aplicar metodologias inovadoras para a melhoria da eficiência operacional das empresas atendidas;
- Capacitar empreendedores e gestores por meio de treinamentos e consultorias especializadas;
- Monitorar e avaliar periodicamente o desempenho das empresas clientes para garantir a efetividade das soluções propostas.

1.5 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

O projeto está alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, especialmente com:

ODS 8: Trabalho Decente e Crescimento Econômico

- Objetivo 8: Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos.
- Meta 8.3: Apoiar políticas orientadas para o desenvolvimento que favoreçam atividades produtivas, a criação de empregos decentes, o empreendedorismo, a criatividade e a inovação, e incentivem a formalização e o crescimento das

micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros.

- Meta 8.5: Até 2030, alcançar o emprego pleno e produtivo e o trabalho decente para todas as mulheres e homens, incluindo os jovens e as pessoas com deficiência, e remuneração igual para trabalho de igual valor.
- Meta 8.10: Fortalecer a capacidade das instituições financeiras nacionais para expandir o acesso aos serviços bancários, de seguros e financeiros para todos.

ODS 17: Parcerias e Meios de Implementação

- Objetivo 17: Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.
- Meta 17.3: Mobilizar recursos financeiros adicionais para os países em desenvolvimento a partir de múltiplas fontes.
- Meta 17.6: Melhorar a cooperação Norte-Sul, Sul-Sul e triangular em ciência, tecnologia e inovação e o acesso a essas tecnologias, bem como aumentar o compartilhamento de conhecimentos em condições mutuamente acordadas, inclusive por meio de uma melhor coordenação entre os mecanismos internacionais existentes.
- Meta 17.16: Reforçar a parceria global para o desenvolvimento sustentável, complementada por parcerias multissetoriais que mobilizem e compartilhem conhecimentos, especialização, tecnologia e recursos financeiros, para apoiar o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável em todos os países, particularmente nos países em desenvolvimento.

Esses objetivos e metas estão diretamente relacionados à proposta do presente trabalho, que busca apoiar pequenas e médias empresas na sua sustentabilidade, inovação e crescimento econômico, promovendo o fortalecimento da infraestrutura empresarial e a cooperação estratégica entre diferentes agentes do mercado.

1.6 Resultados esperados

Com a implantação da empresa de consultoria, espera-se que os clientes alcancem melhorias significativas em sua gestão administrativa, aumento de receita e consolidação no mercado. Os resultados esperados incluem a redução da taxa de falência entre os clientes atendidos, maior profissionalização da gestão empresarial e expansão dos negócios através de estratégias eficientes de marketing e planejamento financeiro. Além disso, o projeto visa promover a geração de empregos, o fortalecimento

da economia local e a ampliação do networking entre empresários e parceiros estratégicos.

2 PLANO DE NEGÓCIOS

Um plano de negócios é um documento estratégico que descreve de forma detalhada os objetivos de uma empresa, as ações necessárias para alcançá-los e os recursos envolvidos no processo, funcionando como um guia tanto para a gestão interna quanto para a captação de investidores e parceiros. Nele, são apresentados elementos fundamentais como o resumo executivo, a análise de mercado, o plano de marketing e vendas, a estrutura operacional, o planejamento financeiro, a análise de riscos e a definição de metas de curto, médio e longo prazo. Sua principal função é reduzir incertezas, orientar a tomada de decisões e aumentar as chances de sucesso e sustentabilidade do empreendimento em um ambiente competitivo e dinâmico. (KOTLER, 2018)

2.1 Resumo Executivo

A Everest Consultoria propõe-se como uma empresa especializada na oferta de serviços integrados nas áreas de gestão, marketing e finanças, voltada para micro, pequenas e médias empresas (PMEs), com o objetivo de promover a profissionalização da gestão, aumentar a rentabilidade e favorecer a sustentabilidade operativa a longo prazo. Almeja-se uma gestão ética, baseada em transparência, inovação, orientação para resultados e respeito às especificidades do cliente, com visão de tornar-se referência nacional em consultoria para PMEs em um horizonte de dez anos.

2.2 Análise de mercado

O ambiente empresarial brasileiro apresenta desafios elevados para PMEs. Dados da Pesquisa Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo (IBGE, 2022) indicam que, dentre as empresas empregadoras nascidas em 2017, apenas cerca de 37,3% sobreviveram até 2022, evidenciando alta taxa de mortalidade empresarial em cinco anos. Além disso, segundo o Índice Omie de Desempenho Econômico das PMEs (IODE-PMEs), o faturamento desse segmento cresceu 4,5% em 2024 em comparação anual, superando em algumas medidas o crescimento do PIB nacional, o que indica uma retomada econômica e maior atividade nessas empresas (MAC Consultoria, 2025).

O público-alvo da Everest inclui PMEs formais no Brasil que enfrentam dificuldades de gestão financeira, marketing ou operacionais, desejam profissionalizar processos, buscam crescimento sustentável e pertencem especialmente aos setores de serviços,

comércio ou suporte empresarial, segmentos que historicamente compõem grande parte das PMEs no país (IBGE, 2022).

Concorrentes diretos incluem consultorias estabelecidas de porte médio ou grande, atuantes em gestão estratégica, marketing digital ou finanças corporativas. Concorrentes indiretos são consultores independentes, bem como serviços públicos ou semipúblicos de apoio a PMEs, como o SEBRAE. A Everest diferencia-se pela combinação integrada das três áreas e pelo modelo de preços acessíveis, adaptado ao porte da empresa cliente, com apoio contínuo e acompanhamento dos resultados.

2.3 Plano de marketing e vendas

Canais de distribuição: consultorias presenciais para clientes localizados nas regiões próximas à sede; consultoria remota via plataformas digitais para alcançar clientes em outros estados; parcerias estratégicas com associações de empresas, redes empreendedoras, cooperativas e universidades.

Estratégias de preço: modelos de pacotes modulares conforme necessidade (diagnóstico, plano estratégico, implementação, acompanhamento); planos de assinatura mensal ou semestral para manutenção e consultorias contínuas; preços ajustados ao porte da empresa cliente, complexidade do serviço e grau de customização exigido.

Promoção e comunicação: marketing de conteúdo com estudos de caso, artigos técnicos, webinars e e-books; forte presença digital em site institucional, redes sociais e publicidade online segmentada; participação em eventos acadêmicos, feiras de empreendedorismo e workshops para PMEs.

2.4 Estrutura operacional e logística

A sede deverá localizar-se em região com boa infraestrutura de transporte e comunicação, proximidade de clientela potencial, com escritório equipado para reuniões presenciais. A infraestrutura tecnológica deve contemplar ferramentas de gestão de projetos, videoconferência, acesso seguro à internet e sistemas de CRM/ERP.

Fornecedores e parcerias incluem empresas de software de gestão financeira, CRM e automação de marketing, além de instituições de ensino para capacitação de gestores. Parcerias com entidades de fomento, como Sebrae e agências de desenvolvimento, são estratégicas para apoio institucional.

2.5 Análise de riscos

Análise de risco é um processo sistemático para identificar, avaliar e gerenciar ameaças e incertezas que podem impactar negativamente objetivos, seja em uma empresa, projeto ou operação. O processo envolve a avaliação da probabilidade de um evento ocorrer e a gravidade de seus potenciais efeitos, permitindo que se tomem ações preventivas e corretivas para mitigar os riscos e minimizar perdas. É uma ferramenta fundamental para a tomada de decisões estratégicas e para a segurança do trabalho (SEBRAE, 2025).

- Risco econômico: crises econômicas, inflação alta e instabilidade política. Estratégia: monitoramento de indicadores, reservas operacionais e diversificação da base de clientes.
- Risco operacional: falta de equipe qualificada ou falhas em processos. Estratégia: seleção rigorosa, treinamento permanente e documentação de processos.
- Risco concorrencial: entrada de players de baixo custo. Estratégia: diferenciação por valor agregado, especialização e fortalecimento da marca.
- Risco tecnológico: vulnerabilidades de sistemas ou obsolescência. Estratégia: políticas de segurança da informação, backups, atualização constante e compliance legal;
- Risco legal: mudanças na legislação tributária ou trabalhista. Estratégia: assessoria jurídica e contábil confiável e planejamento tributário.

2.6 Objetivos de longo prazo

Objetivos de longo prazo de uma empresa são metas ambiciosas, geralmente projetadas para serem alcançadas em cinco anos ou mais, que definem a direção estratégica do negócio e guiam as decisões. Eles servem como uma "estrela-guia" para o crescimento e desenvolvimento, como a expansão para novos mercados, o aumento da participação de mercado, a liderança em inovação ou a consolidação da marca (SEBRAE, 2025).

- Estabelecer a Everest Consultoria como referência nacional em consultoria para PMEs dentro de dez anos;
- Gerar impacto socioeconômico positivo, alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS 8 e ODS 17).
- Desenvolver plataforma digital própria para gestão integrada de clientes.
- Melhorar a taxa de sobrevivência das empresas clientes, superando as médias nacionais.

3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico de uma empresa é o processo de definir metas de longo prazo e as ações necessárias para alcançá-las, considerando o ambiente interno e externo. Ele ajuda a empresa a tomar decisões mais eficazes para crescer e se manter competitiva.

3.1. Mapa da Empatia

O Mapa de Empatia é uma ferramenta visual usada para compreender melhor os clientes ou usuários, ajudando a captar suas necessidades, desejos, sentimentos e comportamentos. Ele é amplamente utilizado em design thinking, marketing, desenvolvimento de produtos e serviços, e em áreas que focam na experiência do usuário. O objetivo do Mapa de Empatia é humanizar e dar uma face aos dados sobre os clientes, permitindo uma abordagem mais centrada no ser humano no desenvolvimento de soluções (ROHR, 2023).

Sobre: Anderson Martins é um pai de família de 43 anos, cujo sempre trabalhou no ramo de pintura. Anderson já trabalhou em muitas empresas, mas hoje conquistou a tão sonhada autonomia e abriu sua empresa de pintura “Filadelfia”.



Do Próprio Autor: 2025.

mapa da empatia

1 Quais suas dores?

Diffícil crescimento.
Falta de marketing.
Desconhecimento no mercado.

2 E suas necessidades?

Nome reconhecido.
Melhora na gestão de seu negócio.
Aumento da cliente com base no público alvo.



Do Próprio Autor: 2025.

3.2 Canvas

O Canvas de Projeto constitui-se em uma ferramenta visual e estratégica de planejamento e gestão de projetos, amplamente empregada para organizar, comunicar e monitorar o desenvolvimento de iniciativas de forma integrada e colaborativa. Tal instrumento reúne, em um único quadro, as principais informações e elementos estruturantes do projeto, funcionando como um “mapa” ou “painel de controle” que orienta o gerente e a equipe de execução durante todas as etapas do processo.

Sua estrutura é composta por blocos temáticos, que representam diferentes dimensões do projeto e são, em geral, preenchidos com anotações ou post-its coloridos, o que favorece a visualização rápida, o trabalho em equipe, o alinhamento de expectativas e a comunicação eficiente entre os participantes. Entre os principais componentes do Canvas de Projeto, destacam-se: a justificativa (motivo ou necessidade que originou o projeto), os objetivos gerais e específicos, os pré-requisitos e restrições, as principais entregas, os stakeholders (partes interessadas), os riscos potenciais, o prazo de execução, o custo estimado, os indicadores de sucesso e uma linha do tempo que apresenta os principais marcos do desenvolvimento.

Dessa forma, o Canvas configura-se como uma ferramenta essencial de gestão, pois proporciona uma visão sistêmica e simplificada de todas as dimensões do projeto, facilitando o acompanhamento do progresso, a identificação de riscos e a tomada de decisões estratégicas. Em síntese, pode-se afirmar que o Canvas de Projeto sintetiza a

essência do projeto, condensando, em um formato visual e acessível, as informações mais relevantes e norteando todo o ciclo de vida da iniciativa (CÂMARA, 2020).

canvas



Do Próprio Autor: 2025.

3.3 Análise SWOT

A análise SWOT (do inglês *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*), também conhecida como matriz FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), constitui-se em uma ferramenta de diagnóstico estratégico amplamente utilizada na área da administração e gestão organizacional. Originalmente desenvolvida para o contexto empresarial, essa metodologia visa analisar o ambiente em que a organização se encontra inserida, possibilitando uma compreensão abrangente de sua situação atual e de suas perspectivas futuras.

Trata-se de um instrumento que considera o planejamento da situação como um todo, articulando tanto os fatores internos — representados pelas forças e fraquezas — quanto os fatores externos, que correspondem às oportunidades e ameaças. Por meio dessa estrutura, a análise SWOT permite uma avaliação integrada das condições de funcionamento de uma organização, oferecendo insumos valiosos para o processo decisório e para a formulação de estratégias.

De acordo com Mintzberg et al. (2000), a aplicação dessa ferramenta visa promover a adequação entre as capacidades internas e as possibilidades externas, de modo que as empresas possam corrigir deficiências, potencializar vantagens competitivas e antecipar tendências do ambiente. Assim, a análise SWOT possibilita não apenas o

reconhecimento das condições presentes, mas também o planejamento de ações futuras, orientadas pela busca de equilíbrio estratégico e eficiência organizacional.

swot



Do Próprio Autor: 2025.

3.4 Análise PESTEL

A análise PESTEL é uma ferramenta de avaliação do ambiente externo que identifica fatores Políticos, Econômicos, Sociais, Tecnológicos, Ecológicos e Legais que podem impactar o desempenho de uma organização.

Segundo Mintzberg et al. (2000), compreender o ambiente externo é fundamental para o desenvolvimento de estratégias eficazes, pois “as organizações não operam no vazio, mas em contextos complexos e dinâmicos que moldam suas oportunidades e ameaças” (MINTZBERG et al., 2000, p. 84).

A análise PESTEL permite às empresas antecipar tendências, adaptar seus produtos e serviços e alinhar suas práticas às mudanças do mercado e da sociedade (JOHNSON; SCHOLE; WHITTINGTON, 2005). Esse mapeamento ambiental é crucial para tomadas de decisão estratégicas de médio e longo prazo, mitigando riscos e aproveitando novas oportunidades.



Do Próprio Autor: 2025.

Nota-se que as siglas “ESG” e “LGPD” se referem, respectivamente, a:

- ESG (Environmental, Social and Governance — Ambiental, Social e Governança): conjunto de práticas empresariais relacionadas à responsabilidade ambiental, ao impacto social positivo e à governança ética e transparente. Empresas que adotam critérios ESG buscam aliar desempenho financeiro à contribuição para a sustentabilidade do planeta e o bem-estar da sociedade (MATTOS; SILVA, 2020).
- LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais — Lei nº 13.709/2018): legislação brasileira que regulamenta o tratamento de dados pessoais, impondo diretrizes para coleta, armazenamento, processamento e compartilhamento dessas informações. Seu objetivo é proteger os direitos fundamentais de liberdade e privacidade dos cidadãos, garantindo maior segurança e transparência no uso de dados (BRASIL, 2018).

4 RECURSOS HUMANOS

O capítulo de Recursos Humanos tem como objetivo analisar as práticas, políticas e estratégias relacionadas à gestão de pessoas dentro de uma organização, abrangendo aspectos como recrutamento e seleção, desenvolvimento de competências, clima organizacional, gestão de desempenho e retenção de talentos. A abordagem deve considerar os princípios da administração de pessoal alinhados aos objetivos organizacionais, enfatizando a valorização do capital humano como diferencial competitivo (CHIAVENATO, 2014).

A discussão teórica e prática sobre gestão de pessoas deve seguir um padrão formal, técnico e claro, contribuindo para a coerência do trabalho e a aplicabilidade dos conceitos abordados no contexto organizacional estudado.

4.1 Cultura Organizacional

Cultura organizacional é o conjunto de valores, crenças, normas e comportamentos compartilhados que definem a identidade de uma empresa e moldam a forma como seus membros interagem e trabalham. Ela influencia o clima, a produtividade e a tomada de decisões, sendo um fator estratégico para o sucesso e a diferenciação no mercado. A cultura é o que dá identidade a uma organização e se manifesta através de elementos visíveis, como rituais e símbolos, e pressupostos mais profundos e inconscientes (SEBRAE, 2024).

4.1.1. Missão, Visão, Valores e Crenças

Missão, visão, valores e crenças são essenciais para definir a identidade e a direção de uma empresa. A missão descreve o propósito e o que a empresa busca alcançar no presente. A visão projeta o futuro desejado da empresa, normalmente a longo prazo. Os valores representam os princípios que orientam o comportamento e as decisões dentro da organização. Já as crenças são as convicções profundas sobre o mundo, os mercados e o comportamento humano, moldando a visão e as ações da empresa, muitas vezes de forma implícita. Juntos, esses elementos orientam estratégias, decisões e a cultura organizacional.

4.1.2 Missão

A missão da empresa é fornecer soluções estratégicas e inovadoras, adaptadas às necessidades específicas de cada cliente, com o objetivo de maximizar a eficiência operacional, promover o crescimento sustentável e garantir o sucesso competitivo das empresas no mercado. Acredita-se no poder da personalização para criar valor real e

duradouro, ajudando os parceiros a superar desafios complexos e a alcançar seus objetivos de negócios de forma responsável e eficaz. Com o compromisso e a excelência, busca-se sempre entregar resultados mensuráveis e soluções que impulsionam a transformação positiva nas organizações que atendidas

4.1.3 Visão

O objetivo da empresa é se tornar a principal referência nacional em consultoria de gestão empresarial, sendo reconhecida pela excelência e inovação em cada serviço, pela capacidade de transformar negócios e pelo impacto positivo e duradouro no sucesso dos clientes. Busca-se liderar a transformação do mercado, oferecendo soluções estratégicas que não apenas resolvem desafios atuais, mas antecipam as necessidades do futuro. O desejo é ser a escolha preferencial para empresas que buscam não apenas crescimento, mas evolução sustentável e transformação positiva, criando parcerias de longo prazo que gerem valor compartilhado e contribuem para o fortalecimento da competitividade e da sustentabilidade do setor empresarial no Brasil.

4.1.4 Valores

A CNG tem compromisso com resultados e é impulsionada pela busca constante de excelência em tudo o que faz, com trabalho incansável para entregar soluções eficazes e impactantes, que gerem resultados concretos e mensuráveis para os clientes. O negócio acredita que o sucesso é construído através de uma execução impecável e da entrega de valor real, não apenas em termos financeiros, mas também em termos de transformação e melhoria contínua.

4.1.5 Crenças

A empresa acredita que cada cliente é único, com necessidades e desafios distintos. Por isso, seu trabalho nunca é genérico. Ela desenvolve soluções personalizadas, criativas e inovadoras, que não apenas resolvem problemas, mas também criam novas oportunidades para seus clientes. Ao focar na individualidade de cada situação, a empresa garante que suas estratégias sejam relevantes e eficazes, proporcionando um impacto real e transformador para cada negócio que atende.

4.1.6 História e Mitos

A empresa foi fundada em 2025 por um grupo de estudantes de administração da Escola Técnica Maria Cristina Medeiros, inspirados pela necessidade de auxiliar pequenas e

médias empresas na sua expansão e otimização de processos. A ideia nasceu em um espaço de coworking, onde os fundadores perceberam a carência de assessoria estratégica acessível para novos negócios. O objetivo da empresa é transformar desafios em oportunidades por meio de estratégias baseadas em análise de dados e planejamento personalizado.

No início, houveram dificuldades para se estabelecer como empresa, conquistar a confiança do mercado, superar limitações financeiras e construir uma metodologia eficaz que entregasse resultados concretos para seus clientes. Porém cada colaborador trouxe uma perspectiva única, contribuindo para a identidade inovadora da empresa.

A empresa precisou se adaptar a um mercado competitivo, aperfeiçoando suas metodologias e expandindo sua equipe para atender à demanda crescente. Sua história é compartilhada em treinamentos, eventos corporativos e redes sociais, reforçando o compromisso com a inovação e o crescimento. Inspirada por grandes visionários, como Steve Jobs, cuja capacidade de transformar ideias em produtos revolucionários incentiva a busca por soluções criativas, e Elon Musk, cuja visão de futuro e abordagem arrojada estimulam a empresa a desafiar limites, a organização também se espelha em Reinhold Messner, o primeiro alpinista a escalar o Everest sem oxigênio, simbolizando a resiliência e determinação necessárias para superar desafios e atingir o topo. Como símbolo, a empresa adotou a silhueta do Monte Everest com um sol laranja crescente ao fundo, representando crescimento, resiliência e visão estratégica. Sua logo e identidade visual refletem esses valores.

4.1.7 Layout e Decoração

- **Recepção**

As paredes serão brancas, com detalhes em preto e laranja para destacar a identidade visual. A logo da empresa será iluminada com LED na parede principal, reforçando a marca.

O balcão de recepção preto com detalhes em laranja vibrante para chamar atenção. O piso será de porcelanato cinza ou preto polido. Colocar poltronas em preto e branco, com almofadas laranja para o conforto dos visitantes.

- **Salas de Reunião**

As salas de reunião devem ser elegantes. As paredes podem ter detalhes em preto fosco ou grafite com elementos decorativos em laranja, como uma montanha, faixas geométricas ou quadros com frases motivacionais sobre estratégia, inovação e sucesso.

A mesa pode ser branca com cadeiras pretas e detalhes em laranja nos encostos ou braços. Um quadro branco ou tela de projeção para apresentações, enquanto uma iluminação em trilho preto com luzes direcionadas dando um ar de ambiente sofisticado.

Escritório Operacional

Para estimular a produtividade, o espaço de trabalho deve ser bem iluminado e organizado. As salas podem ser brancas com cadeiras pretas e detalhes laranja. Estantes modulares pretas e laranja para ajudar a organização

Colocar sofás ou puffs em preto e laranja, além de plantas. As paredes podem contar com murais de ideias, gráficos e frases que reforcem os valores da empresa.

Banheiros

Os banheiros devem seguir um padrão moderno, com cubas brancas sobre bancadas pretas e iluminação indireta em LED laranja para um efeito elegante.

- **Corredores/Áreas Comuns**

Os corredores podem ter uma combinação de paredes brancas com faixas laranja e quadros de vidro com mapas estratégicos ou infográficos das áreas de atuação da empresa. E o piso pode ser de um tom neutro para equilibrar a paleta de cores.

4.1.8 Cores

A identidade visual da empresa foi elaborada a partir dos princípios da psicologia das cores, refletindo sua missão, valores e propósitos estratégicos. As cores predominantes Laranja, preto e cinza, foram inspiradas no pôr do sol visto do cume do Monte Everest, simbolizando desafios, superação e inovação.

- Laranja:** Associado à criatividade, entusiasmo e dinamismo, o laranja reflete a energia da empresa em transformar ideias em realidade, estimulando a inovação e a motivação.
- Preto:** Representa sofisticação, autoridade e elegância. No contexto empresarial, transmite credibilidade, excelência e solidez, fundamentais para o posicionamento da marca.
- Cinza:** Simboliza equilíbrio, inteligência e profissionalismo, proporcionando um contraste harmonioso entre a ousadia do laranja e a força do preto.

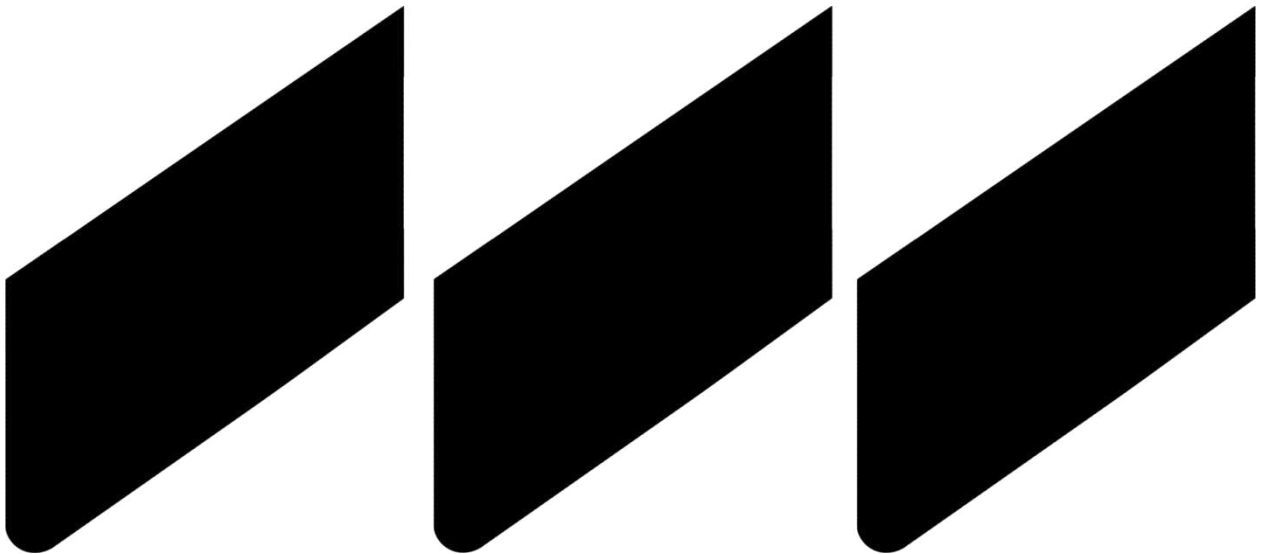
Uso dessas cores reflete a jornada de crescimento e resiliência que a empresa busca promover em seus clientes, assim como o pôr do sol no Everest representa o ápice de uma conquista árdua.

4.1.9 Logotipo e Símbolo

Um logotipo é a representação visual de uma empresa, produto ou marca, usando texto, símbolos ou uma combinação dos dois. Ele funciona como uma identidade gráfica que ajuda a diferenciar uma empresa no mercado, permitindo que os consumidores a reconheçam e se conectem com ela. Um bom logotipo deve comunicar os valores e a essência da marca de forma única, memorável e consistente (SEBRAE, 2025).

O logotipo da empresa combina elementos geométricos e formas fluidas, representando a fusão entre estrutura e adaptabilidade. O símbolo principal é uma silhueta abstrata do Monte Everest com um sol em laranja crescente ao fundo, remetendo ao progresso contínuo e à busca pela excelência.

Os elementos gráficos foram desenvolvidos para transmitir a ideia de ascensão, inovação e transformação, reforçando a identidade da empresa como referência no setor. Além disso, a tipografia utilizada no nome da marca é moderna e arrojada, conferindo personalidade e impacto visual.



Do próprio autor; 2025.

4.1.10 Uniformes e o Código de Vestimenta

O uniforme dos colaboradores da Everest Consultorias é padronizado e projetado para refletir a identidade e o profissionalismo da empresa.

Os funcionários utilizam uma camisa polo preta personalizada, com uma pequena logomarca laranja da empresa na parte frontal. Na parte traseira, há uma ilustração de um monte, simbolizando a "Everest" e seus valores, acompanhada do nome da empresa. Na parte inferior do uniforme, é permitido o uso de calça social ou jeans e tênis de preferência do colaborador, desde que mantenham uma aparência adequada ao

ambiente corporativo. O uso do crachá de identificação com o nome de cada funcionário é obrigatório durante todo o expediente.

Os diretores da empresa seguem um código de vestimenta mais formal, utilizando ternos, calças sociais e sapatos de sua preferência, sempre portando o crachá de identificação. De maneira geral, o código de vestimenta da Everest Consultorias é social e padronizado, transmitindo uma imagem de seriedade, profissionalismo e alinhamento com os valores da organização.

4.1.11 Linguagem e Comunicação

A comunicação na Everest Consultorias caracteriza-se pela formalidade, clareza e profissionalismo em todas as interações com os clientes. As informações são transmitidas de forma direta e transparente, garantindo que todas as demandas sejam compreendidas com precisão.

A empresa utiliza diversos canais oficiais para se comunicar com os clientes, incluindo o site institucional, WhatsApp, e-mail, Instagram e, especialmente, os feedbacks recebidos, que são valorizados e analisados para aprimorar continuamente os serviços prestados.

No âmbito interno, a comunicação é objetiva e eficiente, sendo realizada por meio de reuniões periódicas, quadros de avisos, pesquisas de opinião com os colaboradores e outras ferramentas estratégicas. Esse modelo de comunicação assegura que todos os membros da equipe estejam alinhados com os objetivos organizacionais, promovendo um ambiente colaborativo e integrado.

4.1.12 Rituais e Cerimônias

Os rituais e cerimônias em uma empresa desempenham um papel fundamental na criação e manutenção de uma cultura organizacional sólida, coesa e alinhada com os valores e objetivos da empresa. Eles são uma maneira de reforçar comportamentos desejáveis, estabelecer conexões emocionais com os colaboradores e proporcionar um sentido de pertencimento. Além de contribuir para criar uma cultura forte, alinhar as equipes com os valores da organização e promover a motivação e o engajamento, eles ajudam a criar um ambiente de trabalho mais positivo e colaborativo.

- **Café de Conexões**

Uma vez por quinzena, a empresa organiza um "Café de Conexões", onde os funcionários podem se reunir em um ambiente informal em uma área comum da empresa ou de forma virtual, com uma videoconferência onde todos os colaboradores, independentemente da localização, possam participar durante um horário flexível (no

meio da manhã ou à tarde), com duração de 30 minutos a 1 hora para conversar sobre temas não relacionados ao trabalho, conhecer melhor uns aos outros e fortalecer laços de amizade. Essa iniciativa cria um espaço para os colaboradores se apoiarem mutuamente, promovendo o espírito de comunidade e bem-estar no ambiente corporativo.

- **Celebração de Resultados**

A cada bimestre, a empresa realiza uma cerimônia para reconhecer e celebrar as conquistas individuais e de equipes, com foco em resultados que contribuem para o crescimento sustentável e a excelência. O evento inclui premiações para "Melhor Iniciativa Inovadora", "Melhor Colaboração" e "Impacto Positivo". Além de reconhecer os colaboradores que se destacam, a cerimônia serve como uma motivação para todos os funcionários, pois oferece uma referência clara do que a empresa valoriza e recompensa, buscando maior engajamento, produtividade e satisfação no trabalho. Esses eventos são uma oportunidade para dar feedback construtivo, não apenas para os premiados, mas também para toda a equipe, onde destaca-se o que foi feito corretamente e o impacto positivo de cada ação, criando uma transparência nas metas e nos resultados que são esperados.

- **Almoço em Família**

Uma vez a cada trimestre, a empresa organiza um "Almoço em Família", permitindo que os funcionários levem seus familiares (filhos, pais ou cônjuge) para o trabalho para um almoço especial, em um ambiente descontraído. A empresa oferece um almoço em grupo, onde as famílias podem desfrutar de uma refeição juntos, enquanto interagem com os colegas de trabalho de forma mais informal. Durante o almoço, é possível participar de atividades supervisionadas, como pintura, leitura ou jogos para as crianças e workshops para os adultos, permitindo que todos socializem de forma descontraída e segura.

- **Acolhimento Infantil e Intervalo Familiar**

A empresa disponibiliza um espaço onde as mães que precisam levar seus filhos ao trabalho têm a oportunidade de integrá-los de maneira organizada e confortável. A instalação conta com um espaço especialmente preparado para as crianças, com brinquedos, livros e atividades educativas. Esse espaço é supervisionado por monitores especializados.

Visando o bem-estar familiar a empresa oferece pausas mais flexíveis para funcionários que tenham crianças, permitindo que elas atendam às necessidades de seus pequenos, enquanto equilibram suas tarefas no trabalho, sem perder produtividade ou bem-estar. Toda vez que um colaborador precisar de um intervalo para cuidar de sua criança durante

o expediente, a empresa cria um ritual chamado "Intervalo Familiar". Nesse momento o responsável pode ficar com seu filho no espaço preestabelecido garantindo que ela tenha um momento de qualidade com a criança sem se preocupar com o ambiente de trabalho.

- **“Festa do Mês”**

A cada mês, a empresa organiza um ritual para celebrar os aniversariantes do mês, promovendo um ambiente de acolhimento, reconhecimento e união entre os colaboradores. O evento é descontraído e foca em celebrar as conquistas pessoais e profissionais dos aniversariantes, ao mesmo tempo que fortalece o espírito de equipe. Para este ritual a empresa organiza um mural especial (físico ou digital) com fotos e mensagens de parabéns personalizadas para cada aniversariante, onde os colegas podem compartilhar fotos, breves palavras de agradecimento ou histórias engraçadas e momentos marcantes que viveram com o aniversariante.

Na Festa do Mês, um bolo de aniversário é cortado, e todos os presentes podem se servir enquanto socializam. Durante o corte do bolo, há um momento de "parabéns" coletivo, com todos os colaboradores cantando para celebrar. Os aniversariantes recebem uma pequena lembrança personalizada da empresa e pode receber lembranças de seus colegas como um cartão de parabéns ou um presente simbólico.

4.1.13 Normas e Regras

Normas e Regras da Empresa:

- i. **Profissionalismo e Respeito:** É imperativo que todos os colaboradores tratem-se com urbanidade, cortesia e respeito mútuo, independentemente de hierarquia ou função. Comentários inapropriados, disseminação de boatos e qualquer conduta que comprometa a integridade do ambiente de trabalho não serão tolerados.
- ii. **Pontualidade e Comprometimento:** É dever de todos os colaboradores cumprir rigorosamente os horários estabelecidos para o início e término da jornada de trabalho, bem como comparecer pontualmente a reuniões e respeitar os prazos estipulados. A impontualidade recorrente será considerada falta grave, sujeitando-se a medidas disciplinares.
- iii. **Comunicação Clara e Objetiva:** Toda comunicação interna e externa deve ser conduzida com clareza, objetividade e formalidade. É vedado o uso de gírias, linguagem inadequada ou ambígua em qualquer meio de comunicação institucional, a fim de preservar a imagem e os valores da empresa.
- iv. **Apresentação Pessoal:** Os colaboradores devem observar rigorosamente o código de vestimenta (dress code) estabelecido pela empresa, assegurando uma

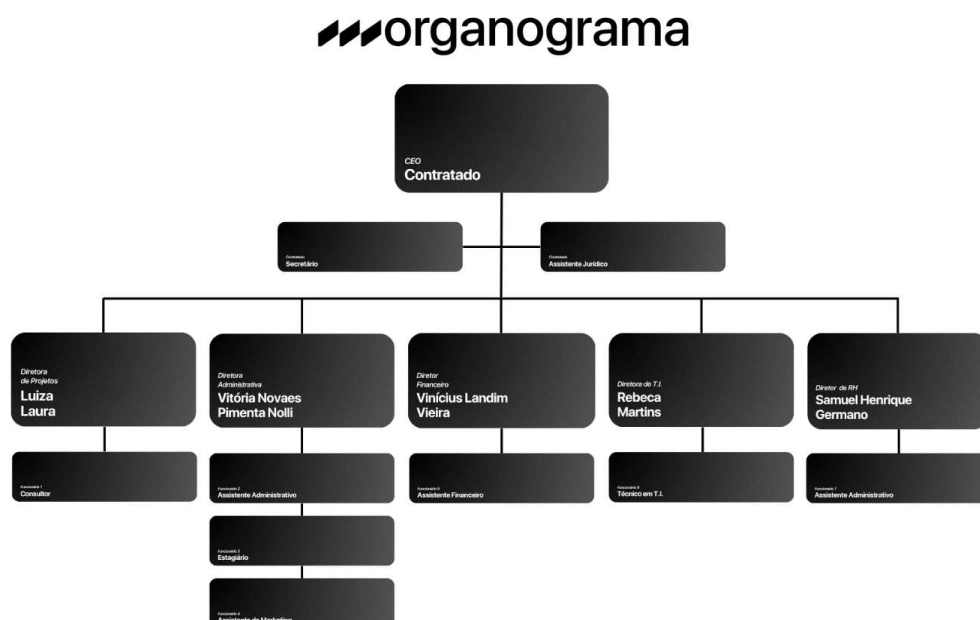
aparência compatível com o ambiente corporativo e em conformidade com os padrões de formalidade exigidos.

- v. **Uso Adequado da Tecnologia:** Os dispositivos tecnológicos de uso pessoal, como celulares e acesso a redes sociais, devem ser utilizados de forma responsável e restrita durante o expediente. É imprescindível manter a concentração nas atividades laborais, evitando quaisquer distrações que prejudiquem o desempenho profissional.
- vi. **Organização e Sigilo:** A manutenção da limpeza e da organização em ambientes individuais e coletivos é uma responsabilidade de todos. Informações confidenciais devem ser tratadas com absoluto sigilo e discrição, sendo vedada sua divulgação ou discussão em locais inadequados ou com pessoas não autorizadas.
- vii. **descumprimento de qualquer norma estabelecida** poderá ensejar a aplicação de medidas disciplinares, em conformidade com a legislação vigente e com o regimento interno da empresa.

4.2 Organograma

O organograma é a representação gráfica da estrutura organizacional de uma empresa, demonstrando os níveis hierárquicos, a divisão de setores, as relações de autoridade e responsabilidade entre os cargos. Sua elaboração é fundamental para a clareza dos fluxos de comunicação e para a definição de papéis dentro da organização, contribuindo para a eficiência administrativa e a coordenação das atividades (MARRAS, 2021).

Aqui está a disposição dos cargos e o organograma da Everest:



5 MARKETING

O marketing desempenha um papel estratégico na competitividade das empresas, sendo fundamental para a criação de valor e a manutenção da relação com o cliente. Segundo Kotler e Keller (2018), “marketing é o processo de planejar e executar a concepção, precificação, promoção e distribuição de ideias, bens e serviços para criar trocas que satisfaçam objetivos individuais e organizacionais”. Dessa forma, a elaboração de estratégias mercadológicas bem estruturadas torna-se essencial para pequenas e médias empresas (PMEs), permitindo seu posicionamento competitivo e a diferenciação no mercado.

A consultoria proposta neste projeto terá como foco o desenvolvimento de planos de marketing personalizados para PMEs, abordando aspectos como análise de mercado, identificação de público-alvo e formulação de estratégias promocionais. Além disso, serão aplicadas metodologias inovadoras para fortalecimento da presença digital das empresas clientes, incluindo marketing de conteúdo, gestão de redes sociais e campanhas publicitárias segmentadas.

A implementação eficaz dessas estratégias contribuirá para o aumento da visibilidade das PMEs, a fidelização de clientes e a ampliação das oportunidades de negócios, garantindo maior sustentabilidade e crescimento no mercado competitivo.

5.1 Segmentação de mercado

A segmentação de mercado é um processo estratégico essencial para a definição de públicos-alvo e para a elaboração de abordagens comerciais eficazes. A correta identificação dos segmentos permite a personalização das estratégias mercadológicas, tornando a comunicação e o posicionamento da empresa mais eficientes. Dessa forma, a consultoria proposta identificou os seguintes segmentos prioritários para atuação:

5.1.1 Clientes buscam crescimento acelerado

Este segmento é composto por empresas que priorizam resultados rápidos e soluções estratégicas para a expansão de mercado. Tais empresas necessitam de planejamento estruturado e metodologias que favoreçam o aumento do faturamento e a consolidação no setor. A implementação de estratégias ágeis de marketing e gestão financeira são fundamentais para atender essa demanda, garantindo retorno imediato sobre os investimentos realizados.

Além disso, os clientes desse segmento valorizam ferramentas que possibilitem a automação de processos, a fim de reduzir custos e otimizar operações. Dessa forma, a

consultoria oferecerá soluções inovadoras que alinhem eficiência operacional e escalabilidade. Por meio de análises detalhadas e métricas de desempenho, será possível acompanhar a evolução dos negócios e ajustar as estratégias conforme as mudanças do mercado.

A competitividade desse segmento exige diferenciação e presença digital forte. Assim, a aplicação de campanhas de marketing digital direcionadas, inbound marketing e branding estratégico serão diferenciais oferecidos pela consultoria. Essas medidas proporcionarão às empresas atendidas um posicionamento sólido e reconhecimento de marca, possibilitando o crescimento sustentável.

5.1.2 Empresas que prezam pelo custo-benefício

Empresas pertencentes a esse segmento priorizam serviços acessíveis, soluções eficientes e pacotes que contemplem diversas necessidades organizacionais. Essas empresas buscam consultorias que ofereçam um equilíbrio entre qualidade e investimento financeiro, evitando desperdícios e otimizando recursos.

A consultoria proposta atenderá esse público por meio do desenvolvimento de estratégias personalizadas, garantindo que cada solução seja compatível com a realidade e os desafios específicos de cada cliente. A oferta de pacotes modulares e escaláveis permitirá que as empresas escolham serviços adequados às suas capacidades financeiras, maximizando o retorno sobre investimento.

A abordagem metodológica incluirá a implementação de modelos financeiros sustentáveis, análise de custos e benchmarking, proporcionando aos clientes maior controle sobre suas operações. Dessa forma, a consultoria não apenas auxiliará na redução de gastos desnecessários, mas também contribuirá para o aumento da eficiência operacional, garantindo um crescimento contínuo e estruturado.

5.1.3 Clientes que valorizam inovação

O segmento de clientes que busca inovação é composto por empresas que desejam modernizar seus processos e fortalecer sua presença digital. A transformação digital é um fator-chave para a competitividade empresarial, exigindo adaptação a novas tecnologias e tendências de mercado.

A consultoria oferecerá serviços voltados à digitalização de processos, gestão estratégica de redes sociais e implementação de ferramentas tecnológicas para

otimização da produtividade. Além disso, o desenvolvimento de campanhas de marketing digital personalizadas será essencial para a diferenciação da marca e o alcance do público-alvo.

A inovação também se traduz na capacidade das empresas de antecipar tendências e desenvolver produtos ou serviços disruptivos. A consultoria atuará no desenvolvimento de estratégias de inovação que fortaleçam a identidade corporativa e ampliem a vantagem competitiva, garantindo que as empresas atendidas se destaquem em seus respectivos setores.

5.1.4 Clientes que buscam fortalecimento de marca

Empresas que compõem esse segmento priorizam a construção de uma identidade visual forte, o engajamento com o público-alvo e a consolidação da marca no mercado. A valorização da imagem empresarial é um diferencial competitivo que impacta diretamente na fidelização de clientes e na percepção do valor da empresa. A consultoria desenvolverá estratégias para posicionamento de marca, identidade visual, branding e gestão de reputação. O fortalecimento da marca será realizado por meio de campanhas institucionais, marketing de conteúdo e ações de relacionamento com clientes. Essas iniciativas permitirão que a empresa estabeleça conexões sólidas com seu público e aumente sua credibilidade no mercado.

A avaliação periódica da percepção da marca e o monitoramento da concorrência também serão oferecidos pela consultoria, garantindo que as empresas clientes possam ajustar suas estratégias de comunicação conforme as tendências e exigências do setor. Dessa forma, será possível criar um posicionamento duradouro e eficiente para cada negócio atendido.

5.2 Personas

Uma persona é uma representação semifictícia do cliente ideal, baseada em dados reais sobre comportamentos, necessidades e desafios do público-alvo. Essa ferramenta auxilia empresas e profissionais na construção de estratégias mais assertivas, permitindo a personalização de serviços e produtos para atender melhor às demandas do mercado. Para a criação das personas apresentadas, utilizou-se o PNBOX – Plano de Negócio do Sebrae, uma plataforma estruturada para auxiliar empreendedores na definição de perfis detalhados de seus clientes. A ferramenta permite a identificação de hábitos,

expectativas e desafios, proporcionando insights estratégicos para a otimização de negócios.

A seguir, os perfis gerados a partir dessa metodologia, destacando suas características essenciais e objetivos no mercado:

- Álvaro Almeida, 58 anos, Dono de Restaurante: Fundador da Estação Gourmet, restaurante de gastronomia gourmet em São Paulo. Possui mestrado e renda mensal de R\$ 25.000,00. Seu objetivo é modernizar e fortalecer sua presença digital para atrair um público-alvo mais assertivo. Mantém uma rotina intensa, equilibrando a gestão do restaurante, supervisão da equipe e inovação dos serviços. É focado, organizado e prudente. Suas influências incluem família, amigos e especialistas do setor. Busca expandir sua visibilidade nas redes sociais, consolidar-se no mercado tecnológico e manter a qualidade dos serviços, enfrentando desafios como a falta de experiência com tecnologia e a necessidade de inovação constante.
- Helena Bianchi Rossi, 47 anos, Arquiteta de Interiores: Fundadora do Studio BellaStruttura, atua no setor de arquitetura e design de interiores em São Caetano. Possui pós-graduação e renda mensal de R\$ 9.093,95. Busca consultoria para consolidar sua marca no mercado. Sua rotina envolve trabalho intenso, reuniões com clientes e visitas a projetos. É criativa, organizada e proativa. Influenciada por especialistas e clientes, deseja reconhecimento profissional e expansão da empresa, enfrentando desafios como a alta concorrência e a dificuldade em encontrar o público-alvo ideal. Tem como expectativa tornar sua marca mais visível e atrair novos investidores.
- Raul Sanches Gonzaga, 44 anos, Preparador Físico: Graduado em Fisiologia do Exercício, com especialização em fisioterapia, possui uma microempresa no setor esportivo. Sua renda mensal é de R\$ 3.000,00. Atua no treinamento de atletas e deseja fortalecer sua marca para ampliar sua clientela. Mantém uma rotina disciplinada, dividida entre treinos e momentos com a família. É extrovertido e organizado. Busca reconhecimento nacional e melhores oportunidades para sua família, enfrentando desafios como a exigência crescente por especialização no setor. Sua principal dúvida é sobre a efetividade da consultoria na expansão de sua marca.
- Anderson Martins, 43 anos, Pintor: Residente em São Paulo, possui ensino médio completo e renda mensal de R\$ 15.000,00. Desde cedo trabalhou para sustentar a família e, atualmente, busca otimizar seus processos e garantir maior segurança no trabalho. Tem uma rotina estruturada entre trabalho e família,

sendo racional e observador. Enfrenta desafios como resistência a mudanças e dependência de terceiros para processos tecnológicos. Busca uma consultoria de TI para aumentar a produtividade e a segurança de seus negócios, mas tem receios sobre os custos e impactos das mudanças.

- Angelina Cunha Lima, 40 anos, Empresária do Setor de Cafeterias: Dona de uma rede de cafeterias em São Paulo, possui ensino médio completo e renda mensal de R\$ 40.000,00. Iniciou seu negócio oferecendo cafés especiais e busca expandi-lo sem comprometer a qualidade e a experiência dos clientes. Tem uma rotina multifuncional, equilibrando gestão, atendimento e planejamento estratégico. É extrovertida e comunicativa. Influenciada por especialistas e clientes, deseja consolidar sua marca e melhorar a gestão financeira, enfrentando desafios como funcionários pouco eficientes e falta de padronização nos processos. Espera que a consultoria a auxilie na expansão sustentável do seu negócio.

6 ESG

ESG significa *Environmental, Social and Governance*, ou Ambiental, Social e Governança em português. É um conjunto de práticas que visa integrar a responsabilidade ambiental, o impacto social positivo e a governança ética e transparente nas operações empresariais. Empresas que adotam critérios ESG buscam equilibrar seu desempenho financeiro com a contribuição para a sustentabilidade do planeta e o bem-estar da sociedade. Isso envolve considerar fatores como:

- Ambiental: Reduzir o impacto ambiental das operações, como emissões de gases de efeito estufa, uso de recursos naturais e gestão de resíduos.
- Social: Promover práticas sociais responsáveis, como respeito aos direitos humanos, diversidade e inclusão, e contribuição para o desenvolvimento das comunidades locais.
- Governança: Garantir uma governança ética e transparente, com práticas de gestão responsáveis, compliance e accountability. (MATTOS; SILVA, 2020).

6.1 Environmental (Meio Ambiente)

Uma das principais medidas sustentáveis que uma consultoria pode adotar é a substituição de lâmpadas incandescentes e fluorescentes por modelos de LED, que consomem menos energia e possuem maior durabilidade. Além disso, a instalação de sensores de presença em ambientes como salas de reunião, banheiros e áreas comuns permite que as luzes sejam acionadas somente quando há movimentação, evitando desperdício. Essa prática resulta em uma expressiva economia de energia, podendo atingir até 80% de redução no consumo elétrico, além de contribuir para a diminuição das emissões de gases do efeito estufa associadas à geração de energia (SUNNE, 2023).

A coleta seletiva é uma ação essencial para o gerenciamento adequado de resíduos sólidos. Em uma consultoria empresarial, onde há grande geração de papel, plásticos e outros materiais recicláveis, a adoção de lixeiras específicas e a sensibilização da equipe para a correta separação dos resíduos são fundamentais. Essa medida reduz a quantidade de resíduos enviados a aterros sanitários e facilita o processo de reciclagem, promovendo a economia circular e o reaproveitamento de recursos naturais, o que se alinha às práticas recomendadas de ESG (SUNNE, 2023).

Incorporar princípios da economia circular significa adotar práticas que prolonguem o ciclo de vida dos materiais e produtos utilizados pela empresa. Isso pode envolver, por exemplo, a reutilização de papéis impressos como rascunhos, a aquisição de mobiliário reutilizado e a destinação correta de equipamentos eletrônicos obsoletos. A empresa

também pode estimular parceiros e clientes a fazerem o mesmo, criando uma rede de valor sustentável. Essa abordagem reduz o desperdício e o consumo de recursos, gerando benefícios ambientais e econômicos (SUNNE, 2023).

A adoção de fontes renováveis, como a energia solar, é uma estratégia eficaz para reduzir a pegada de carbono da empresa. A instalação de painéis fotovoltaicos no escritório da consultoria não apenas reduz os custos com energia elétrica a médio e longo prazo, como também representa um diferencial competitivo em um mercado cada vez mais preocupado com sustentabilidade. Além disso, essa ação contribui diretamente para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), especialmente o ODS 7 (energia acessível e limpa) (FOCO ESG, 2024).

Implementar sistemas de captação e reaproveitamento da água da chuva, especialmente para fins não potáveis como a limpeza de pisos, rega de jardins ou descarga sanitária, é uma prática recomendada. Também é possível instalar dispositivos economizadores em torneiras e descargas, além de promover campanhas de conscientização interna para o uso racional da água. A gestão eficiente da água contribui para a preservação de recursos hídricos e reduz o custo operacional da empresa, reforçando seu compromisso ambiental (SUNNE, 2023).

6.2 Social (Social)

Uma consultoria deve atuar de maneira ativa para garantir a inclusão de grupos historicamente marginalizados no mercado de trabalho, adotando políticas de recrutamento que valorizem a diversidade e assegurem igualdade de oportunidades. Isso inclui a criação de comitês internos de diversidade, capacitação de lideranças sobre o tema e ações afirmativas para contratação de pessoas com deficiência, negros, mulheres e LGBTQIA+. Promover um ambiente inclusivo fortalece a cultura organizacional e estimula a criatividade e a inovação (BENJAMIN CONSULTORIA, 2023).

Investir no desenvolvimento contínuo dos colaboradores é essencial para aumentar a produtividade e a retenção de talentos. A empresa pode oferecer cursos técnicos, formações complementares, mentorias internas e acesso a plataformas de ensino online. Esse tipo de capacitação eleva o capital intelectual da equipe e proporciona condições para que cada profissional cresça em sua trajetória, gerando um ambiente motivador e contribuindo para a qualidade dos serviços prestados (BENJAMIN CONSULTORIA, 2023).

Cuidar da saúde física e mental dos funcionários deve ser uma prioridade. A empresa pode implementar ações como ginástica laboral, pausas programadas, ambientes de

descompressão, convênios com academias e, sobretudo, acesso a acompanhamento psicológico, especialmente em momentos de maior estresse. Um ambiente de trabalho saudável favorece o desempenho dos colaboradores, reduz o absenteísmo e demonstra responsabilidade social para com os próprios membros da organização (BENJAMIN CONSULTORIA, 2023).

O envolvimento com a comunidade local fortalece a imagem da empresa e contribui para o desenvolvimento social do território onde está inserida. A consultoria pode, por exemplo, oferecer serviços gratuitos ou a preços acessíveis para microempreendedores em situação de vulnerabilidade, além de promover oficinas, palestras ou mentorias para estudantes e jovens empreendedores. Essas ações reforçam o papel social da empresa e contribuem para o bem coletivo (BENJAMIN CONSULTORIA, 2023).

Criar programas que incentivem a participação dos colaboradores em ações voluntárias, seja em projetos educacionais, ambientais ou sociais, estimula o senso de pertencimento e responsabilidade social. A empresa pode oferecer horas remuneradas para atividades voluntárias, firmar parcerias com ONGs e organizar mutirões corporativos. Essas iniciativas consolidam uma cultura organizacional mais engajada e humanizada (BENJAMIN CONSULTORIA, 2023).

6.3 Governança (Governance)

O código de ética é um documento fundamental para orientar as condutas internas e externas da organização. Ele deve ser elaborado de forma clara, com linguagem acessível, e contemplar temas como integridade, confidencialidade, conflitos de interesse, relacionamento com clientes, fornecedores e concorrentes. A adoção e divulgação desse código ajudam a prevenir práticas antiéticas e criam um ambiente mais justo e transparente (BENJAMIN CONSULTORIA, 2023).

A transparência deve ser um valor central em todas as decisões corporativas. Isso envolve desde a prestação de contas aos sócios até a divulgação de informações estratégicas para clientes e parceiros. A criação de relatórios de sustentabilidade, mesmo que simplificados, e a publicação de metas e resultados em canais institucionais fortalecem a credibilidade da empresa e aumentam a confiança do mercado (BENJAMIN CONSULTORIA, 2023).

O compliance refere-se à conformidade com leis, regulamentos e normas internas. Para isso, a empresa deve mapear seus processos, identificar riscos legais e criar procedimentos que evitem fraudes, corrupção e conflitos de interesse. A designação de responsáveis internos pelo cumprimento dessas normas, bem como treinamentos

regulares, é essencial para consolidar uma cultura ética e legalista dentro da organização (BENJAMIN CONSULTORIA, 2023).

Mesmo pequenas e médias empresas devem adotar práticas estruturadas de gestão de riscos. Isso inclui identificar ameaças operacionais, tecnológicas, financeiras e reputacionais que possam comprometer o negócio. A partir disso, a empresa pode desenvolver planos de contingência e resposta, adequados à sua realidade, para garantir a continuidade das atividades em situações adversas (BENJAMIN CONSULTORIA, 2023).

As auditorias são ferramentas essenciais para avaliar o cumprimento das políticas internas e a efetividade dos controles adotados. Mesmo em empresas de menor porte, é recomendável realizar auditorias periódicas, que podem ser conduzidas por consultores externos independentes. Esse processo identifica oportunidades de melhoria, corrige falhas e reforça a cultura da transparência e da responsabilidade (BENJAMIN CONSULTORIA, 2023).

7 FINANCEIRO

O planejamento financeiro constitui um dos pilares essenciais para o sucesso e a sustentabilidade de qualquer empreendimento, sendo responsável por organizar, controlar e projetar os recursos econômicos de forma a garantir o equilíbrio entre receitas, despesas e investimentos. Essa área desempenha papel estratégico na tomada de decisões gerenciais, oferecendo subsídios para a análise de resultados e para o alcance das metas organizacionais. Segundo Gitman (2010), a administração financeira envolve o processo de planejar, analisar e controlar o uso dos recursos financeiros, buscando maximizar o valor da organização e assegurar sua continuidade no longo prazo.

Neste capítulo, foi utilizada a plataforma PNBOX como principal suporte para o desenvolvimento das atividades financeiras. As ferramentas do PNBOX permitiram a elaboração de planilhas de controle orçamentário, projeções de fluxo de caixa, análises de custos e avaliações de rentabilidade, facilitando a compreensão prática dos conceitos teóricos aplicados. Essa integração entre teoria e prática possibilitou uma visão mais ampla da gestão financeira, destacando a importância da tecnologia como aliada no processo de planejamento e controle.

De acordo com Assaf Neto (2012), o planejamento financeiro é indispensável para avaliar riscos, estabelecer metas realistas e otimizar resultados, sendo fundamental para a sustentabilidade e expansão das organizações. Dessa forma, este capítulo apresenta os principais instrumentos, análises e resultados obtidos por meio da aplicação das ferramentas financeiras do PNBOX, com o objetivo de demonstrar sua relevância na gestão eficiente e estratégica dos recursos empresariais.

7.1 Investimentos

Os investimentos representam uma etapa fundamental do planejamento financeiro, pois envolvem a alocação de recursos disponíveis com o objetivo de gerar retornos futuros e promover o crescimento econômico da organização. Em termos administrativos, investir significa empregar capital de forma estratégica, visando maximizar lucros, ampliar a capacidade produtiva e garantir a sustentabilidade do negócio a longo prazo (SEBRAE, 2025).

7.1.1 Investimentos Fixos

Compreende os gastos realizados na aquisição de bens duráveis e permanentes, como máquinas, equipamentos, móveis, veículos, instalações e imóveis necessários ao funcionamento da empresa. Representa a base estrutural do empreendimento e tem caráter de longo prazo (SEBRAE, 2025).

Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Computadores e notebooks para a consultoria	5	3.000,00	15.000,00	73.53
Impressoras	2	600,00	1.200,00	5.88
Móveis	6	700,00	4.200,00	20.59
Total			20.400,00	100.00

PNBOX, do próprio autor; 2025.

7.1.2 Investimentos Pré-Operacionais

Refere-se às despesas iniciais necessárias antes do início efetivo das atividades, como registro da empresa, consultorias, treinamentos, campanhas de lançamento e licenças. Seu objetivo é preparar a operação para começar de forma eficiente e regular (SEBRAE, 2025).

Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Kits e Brindes para clientes	2.500,00	11.90
Marketing inicial (identidade visual, site, divulgação)	5.000,00	23.81
Materiais de escritório (papelaria, cartuchos, etc)	500,00	2.38
Pesquisa de mercado e estudos	3.000,00	14.29
Reforma	6.000,00	28.57
Registro e legalização da empresa	2.000,00	9.52
Treinamento inicial da equipe	2.000,00	9.52
Total	21.000,00	100.00

PNBOX, do próprio autor; 2025.

7.1.3 Capital de Giro

Representa os recursos financeiros utilizados para manter as operações cotidianas da empresa, como pagamento de fornecedores, salários e contas operacionais. É responsável por sustentar o ciclo financeiro entre a compra, a produção e a venda (SEBRAE, 2025).

Capital de Giro

Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	50.00
30 dias	15	50.00
Total	15	100.00

Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	50.00
30 dias	15	50.00
Total	15	100.00

Resultados

Ciclo Financeiro	30 dias
Prazo Médio de Estoque	30 dias
Prazo Médio de Recebimento	15 dias
Prazo Médio de Pagamento	15 dias

Giro de Caixa Anual	12.00 dias
----------------------------	-------------------

Necessidade de Capital de Giro	R\$ 246.515,79
Desembolso Anual	R\$ 2.718.189,53
Reserva Financeira	R\$ 20.000,00

PNBOX, do próprio autor; 2025.

7.1.4 Investimentos Totais

É a soma de todos os investimentos necessários para o início das atividades empresariais, incluindo o investimento fixo, o pré-operacional, o estoque inicial e o capital de giro. Indica o montante global aplicado para viabilizar o projeto (SEBRAE, 2025).

Investimento Total

Aplicação de Recursos

Fontes de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Vitória Novaes	1.000,00	20.00 %
Vinicius Landim Vieira	1.000,00	20.00 %
Samuel Henrique	1.000,00	20.00 %
Luiza Laura	1.000,00	20.00 %
Rebeca Martins	1.000,00	20.00 %
Total	5.000,00	100.00

Total dos investimentos

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	20.400,00	7.08
Investimentos pré-operacionais	21.000,00	7.29
Estoque inicial	0,00	0.00
Capital de giro	246.515,794	85.62
Total	287.915,794	100.00

PNBOX, do próprio autor; 2025.

Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	5.000,00	1.74
Fontes de recurso de terceiros	282.915,794	98.26
Total	287.915,794	100.00

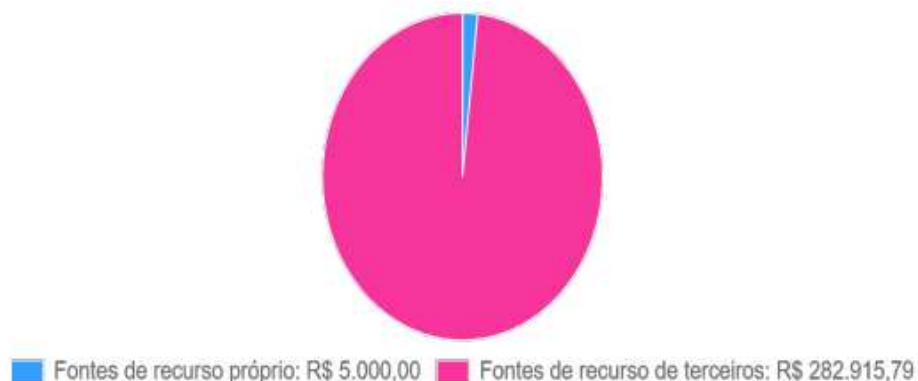
Gráficos

Aplicação de Recursos



PNBOX, do próprio autor; 2025.

Fontes de Recursos



PNBOX, do próprio autor; 2025.

7.2 Ganhos

Os ganhos correspondem aos resultados financeiros obtidos pela empresa após a dedução de custos, despesas e tributos sobre as receitas geradas. Em outras palavras, representam o lucro efetivo ou o retorno econômico das atividades operacionais e não operacionais. Sua análise é essencial para compreender a viabilidade e a rentabilidade do negócio, permitindo à gestão tomar decisões fundamentadas sobre reinvestimentos, expansão e distribuição de lucros (SEBRAE, 2025).

7.2.1 Produtos e Serviços

Refere-se ao conjunto de bens e/ou serviços oferecidos pela empresa ao mercado, constituindo sua principal fonte de valor e identidade comercial. Nesta seção, são descritas as características, diferenciais competitivos e benefícios do portfólio da organização, além da forma de produção, entrega e precificação. A definição clara dos produtos e serviços é essencial para o planejamento estratégico, o posicionamento de mercado e a projeção de receitas futuras (SEBRAE, 2025).

Produtos e Serviços

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Consultoria de Gestão Avançada (Presencial)	Serviço	400,00
Consultoria de Gestão Avançada (Remota)	Serviço	365,00
Consultoria de Gestão Padrão (Presencial)	Serviço	345,00
Consultoria de Gestão Padrão (Remota)	Serviço	300,00
Consultoria de Marketing Avançada (Presencial)	Serviço	460,00
Consultoria de Marketing Avançada (Remota)	Serviço	400,00
Consultoria de Marketing Padrão (Presencial)	Serviço	320,00
Consultoria de Marketing Padrão (Remota)	Serviço	290,00
Consultoria Financeira Avançada (Presencial)	Serviço	400,00
Consultoria Financeira Avançada (Remota)	Serviço	360,00
Consultoria Financeira Padrão (Presencial)	Serviço	360,00
Consultoria Financeira Padrão (Remota)	Serviço	300,00
Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Presencial	Serviço	1.000,00
Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Remota	Serviço	930,00
Plano Premium (3 consultorias)	Serviço	840,00

PNBOX, do próprio autor; 2025.

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Padrão - Presencial		
Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Remota	Serviço	780,00
Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Presencial	Serviço	710,00
Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Remota	Serviço	650,00
Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Presencial	Serviço	580,00
Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Remota	Serviço	500,00

PNBOX, do próprio autor; 2025.

7.2.2 Receita

A receita representa o montante total obtido a partir das vendas de produtos ou da prestação de serviços, sendo o principal indicador de desempenho financeiro de uma empresa. Ela permite avaliar o nível de lucratividade, sustentabilidade e crescimento do negócio (SEBRAE, 2025).

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Remota	Serviço	32	930,00	29.760,00	9.79
Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Presencial	Serviço	32	840,00	26.880,00	8.84
Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Remota	Serviço	32	780,00	24.960,00	8.21
Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Presencial	Serviço	30	700,00	21.300,00	7.00
Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Remota	Serviço	56	650,00	36.400,00	11.97
Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Presencial	Serviço	30	580,00	17.400,00	5.72
Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Remota	Serviço	28	500,00	14.000,00	4.60
Total			-	304.115,00	100.00

Projeção da Receita

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 2%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	304.115,00
Mês 2	310.197,30
Mês 3	316.401,246
Mês 4	322.729,271
Mês 5	329.183,856
Mês 6	335.767,533
Mês 7	342.482,884
Mês 8	349.332,542
Mês 9	356.319,193
Mês 10	363.445,577
Mês 11	370.714,488
Mês 12	378.128,778

PNBOX, do próprio autor; 2025.

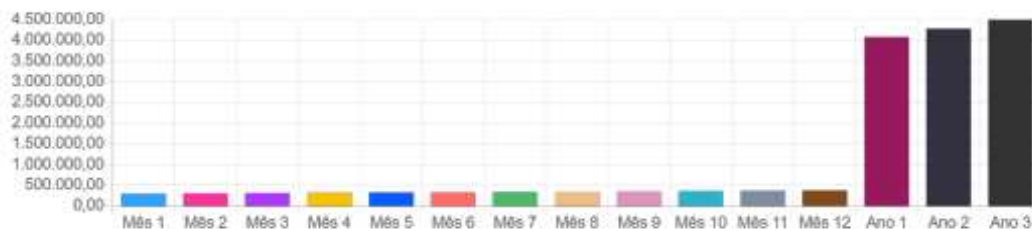
Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 5%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	4.078.817,667
Segundo Ano	4.282.758,551
Terceiro Ano	4.496.896,478

Gráficos

Evolução da receita



PNBOX, do próprio autor; 2025.

Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



- Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Remota: R\$ 36.400,00
- Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Presencial: R\$ 32.000,00
- Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Remota: R\$ 29.760,00
- Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Presencial: R\$ 26.880,00
- Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Remota: R\$ 24.960,00

PNBOX, do próprio autor; 2025.

7.3 Custos

Os custos representam todos os gastos necessários à produção de bens ou à prestação de serviços, estando diretamente relacionados à atividade-fim da empresa. A adequada gestão de custos é essencial para determinar o preço de venda, controlar a lucratividade e tomar decisões estratégicas sobre a eficiência produtiva (SEBRAE, 2025).

7.3.1 Custos de Mercadoria Vendida (CMV)

Os Custos de Mercadoria Vendida (CMV) referem-se ao valor gasto na aquisição ou produção das mercadorias efetivamente comercializadas durante determinado período. Esse indicador é fundamental para a apuração do lucro bruto, sendo calculado pela fórmula (SEBRAE, 2025):

$$CMV = \text{Estoque Inicial} + \text{Compras} - \text{Estoque Final}.$$

Finanças

Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos

Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
Consultoria de Gestão Avançada (Presencial)	20,00	12	240,00	0.48
Consultoria de Gestão Avançada (Remota)	60,00	39	2.340,00	4.66
Consultoria de Gestão Padrão (Presencial)	20,00	6	120,00	0.24
Consultoria de Gestão Padrão (Remota)	60,00	19.5	1.170,00	2.33
Consultoria de Marketing Avançada (Presencial)	40,00	18	720,00	1.43
Consultoria de Marketing Avançada (Remota)	60,00	58.5	3.510,00	6.99
Consultoria de Marketing Padrão (Presencial)	40,00	12	480,00	0.96
Consultoria de Marketing Padrão (Remota)	60,00	39	2.340,00	4.66
Consultoria Financeira Avançada (Presencial)	40,00	12	480,00	0.96
Consultoria Financeira Avançada (Remota)	60,00	39	2.340,00	4.66
Consultoria Financeira Padrão (Presencial)	40,00	6	240,00	0.48
Consultoria Financeira Padrão (Remota)	60,00	19.5	1.170,00	2.33
Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Presencial	60,00	32	1.920,00	3.83
Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Remota	240,00	32	7.680,00	15.30
Plano Premium (3 consultorias) Padrão	60,00	32	1.920,00	3.83

PNBOX, do próprio autor; 2025.

Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
- Presencial				
Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Remota	240,00	32	7.680,00	15,30
Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Presencial	40,00	30	1.200,00	2,39
Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Remota	160,00	56	8.960,00	17,85
Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Presencial	40,00	30	1.200,00	2,39
Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Remota	160,00	28	4.480,00	8,93
Total			50.190,00	100,00

Projeção do Custo de Mercadoria Vendida

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais:

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 2%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	50.190,00
Mês 2	51.193,80
Mês 3	52.217,676
Mês 4	53.262,03
Mês 5	54.327,27
Mês 6	55.413,816
Mês 7	56.522,092
Mês 8	57.652,534
Mês 9	58.805,584
Mês 10	59.981,696
Mês 11	61.181,33
Mês 12	62.404,957

Totais anuais

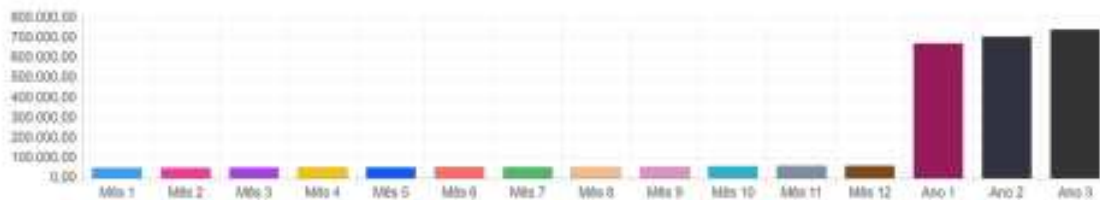
Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 5%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	673.152,783
Segundo Ano	706.810,422

Descrição	Valor (R\$)
Terceiro Ano	742150,944

Gráfico

Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



PNBOX, do próprio autor; 2025.

7.4 DRE

O DRE é uma ferramenta que permite calcular o desempenho financeiro da empresa em um determinado período, seja mensal ou anual, para determinar se houve lucro ou prejuízo.

Para fins de divulgação legal, ele engloba o período correspondente ao ano fiscal, geralmente de janeiro a dezembro (12 meses). No entanto, também pode ser elaborado mensalmente para fins administrativos ou trimestralmente para questões fiscais (SEBRAE, 2025).

DRE

1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	152.057,50	50,00
Vendas à Prazo	152.057,50	50,00
Total	304.115,00	100,00

PNBOX, do próprio autor; 2025.

2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos Vendidos	0,00	0,00
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	0,00	0,00
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	50.190,00	18,50
Impostos Federais	21.288,05	7,00
Comissões	2.584,978	0,85
Taxas de cartões	3.558,148	1,17
Propaganda	16.270,153	5,35
Previsão de inadimplência	6.082,30	2,00
Pessoal Terceirizado	23.418,955	7,70
Total	123.390,481	40,57

3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
Total	180.724,52	59,43

4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Pró-labore	12.000,00	3,95
Encargos sociais sobre pró-labore	2.500,00	0,82
Salários e Benefícios	36.050,00	11,85
Encargos sociais sobre salários	8.956,00	2,94
Aluguéis, condomínio e IPTU	211,48	0,07
Água	288,70	0,09
Luz	1932,47	0,64
Telefone e internet	1150,80	0,38
Seguros	589,76	0,19
Manutenção	1000,00	0,33
Depreciação	270,75	0,09
Honorários contábeis	2.000,00	0,66
Serviços de terceiros	3.000,00	0,99
Tarifas bancárias	543,90	0,18
Amortização de empréstimos	500,00	0,16
Juros	100,00	0,03
Tarifas de operadoras de cartão	200,00	0,07
Marketing e propaganda	5.000,00	1,64
Material de escritório	1.000,00	0,33
Materiais de limpeza	800,00	0,26
Total	78.091,85	25,68

5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
Total	102.832,689	33,75

Projeção da DRE

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

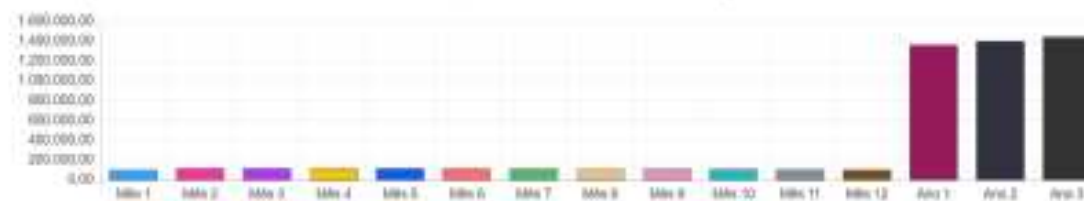
Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	102.832,689
Mês 2	117.403,693
Mês 3	117.457,54
Mês 4	117.257,989
Mês 5	118.780,477
Mês 6	115.998,481
Mês 7	114.883,377
Mês 8	113.404,272
Mês 9	111.527,841
Mês 10	109.218,332
Mês 11	106.436,375
Mês 12	103.140,782

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	1.380.628,138
Segundo Ano	1.401.616,298
Terceiro Ano	1.442.625,823

Gráficos

Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



7.5 Indicadores Financeiros

Os indicadores financeiros são capazes de dizer como está a saúde financeira da empresa, se ela está crescendo ou diminuindo, se a empresa está conseguindo atingir tudo o que foi planejado para ela ou se há uma necessidade de ajustar o planejamento. Podemos dividir os indicadores de desempenho econômico-financeiro em algumas categorias.

Os índices relativos à liquidez do negócio nos apontam a situação da empresa frente aos compromissos contraídos por ela. Esses índices podem ser gerados a partir do balanço da empresa (SEBRAE, 2025).

Indicadores Financeiros

Resumo Financeiro

Descrição	
Receita Anual	R\$ 4.078.817,67
Custos Variáveis	-R\$ 1.754.882,64
Margem de Contribuição	R\$ 2.323.935,03
Custos Fixos	-R\$ 963.306,89
Resultado	R\$ 1.360.628,00
Lucratividade Anual	33,36 %

Outros Indicadores

Descrição	
Payback Simples	3 meses
Rentabilidade Anual	472,58 %

Pontos de Equilíbrio

Lucro Desejado: R\$ 500.000,00

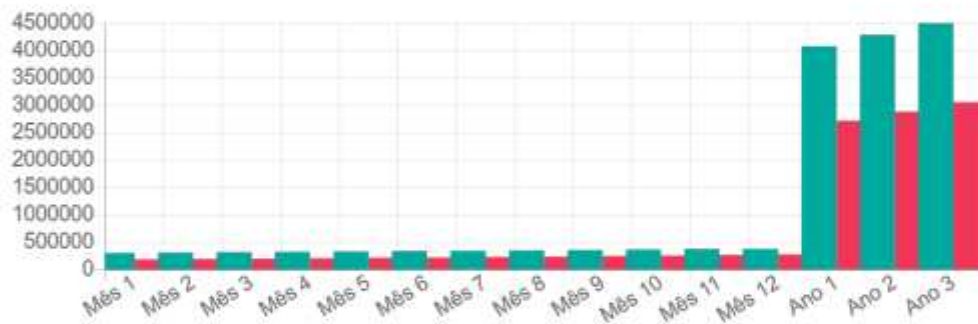
Descrição	
PE Contabil	R\$ 1.690.605,28
PE Financeiro	R\$ 1.684.903,28
PE Econômico	R\$ 2.568.106,16

Gráficos

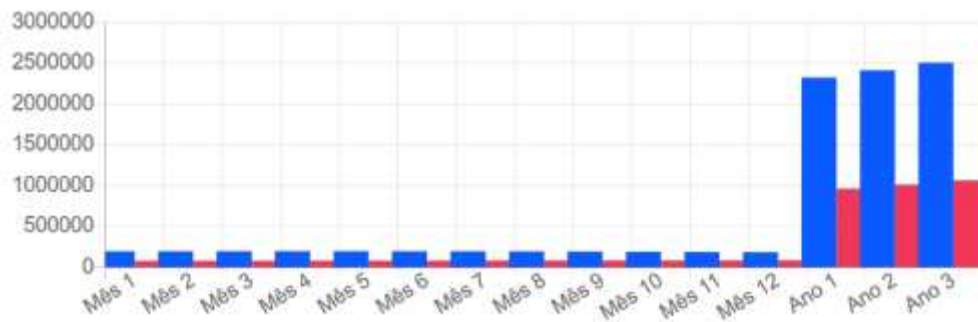
Indicador de Lucratividade



Receitas x Custos



Margem de Contribuição x Custos Fixos



PNBOX, do próprio autor; 2025.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou desenvolver um estudo aprofundado sobre a viabilidade da criação da Everest Consultoria, empresa especializada em gestão, marketing e finanças voltada para pequenas e médias empresas (PMEs), evidenciando a relevância do suporte técnico especializado para a sustentabilidade e o crescimento desses negócios. Ao longo do desenvolvimento, foi possível analisar os principais desafios enfrentados pelas PMEs no cenário empresarial brasileiro, como a elevada taxa de mortalidade nos primeiros anos de operação, a falta de planejamento estratégico, deficiências na gestão financeira e limitações em estratégias de marketing (SEBRAE, 2023; IBGE, 2022).

A pesquisa fundamentou-se em contribuições teóricas de autores renomados, como Drucker (1999), Kotler e Keller (2018), Mintzberg (2010) e Porter (1996), que reforçam a necessidade de alocação estratégica de recursos, diferenciação competitiva e desenvolvimento de capacidades gerenciais como fatores determinantes para a perenidade empresarial. Nesse contexto, a Everest Consultoria surge como solução prática, oferecendo diagnósticos personalizados, estratégias adaptadas às necessidades de cada cliente e capacitação contínua para empreendedores e gestores, promovendo a profissionalização da gestão e a melhoria do desempenho organizacional. O plano de negócios apresentado demonstrou a viabilidade operacional, financeira e mercadológica da empresa, contemplando aspectos como análise de mercado, concorrência, estrutura operacional, estratégias de marketing e gestão de riscos. Além disso, a utilização de ferramentas estratégicas, como Mapa de Empatia, Canvas de Projeto, SWOT e PESTEL, contribuiu para a elaboração de soluções integradas, capazes de atender às demandas específicas das PMEs e antecipar oportunidades e ameaças do ambiente externo.

No que tange aos recursos humanos, o trabalho destacou a importância de uma cultura organizacional sólida, com missão, visão, valores e crenças bem definidos, além de políticas de comunicação, rituais e normas que promovem engajamento, pertencimento e produtividade. A construção de um ambiente corporativo motivador e humanizado, aliado a uma identidade visual e simbólica consistente, reforça o posicionamento estratégico da empresa e sua capacidade de se diferenciar no mercado.

Por fim, os resultados esperados indicam que a implantação da Everest Consultoria poderá gerar impactos positivos significativos, incluindo a redução da taxa de falência entre os clientes atendidos, aumento da eficiência operacional, fortalecimento da competitividade e expansão sustentável das empresas clientes. O projeto também se alinha aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS 8 e ODS 17), ao incentivar

o crescimento econômico sustentável, a formalização de empreendimentos e o fortalecimento de parcerias estratégicas para o desenvolvimento regional e nacional. Em síntese, este trabalho evidencia que o apoio estratégico e técnico às PMEs é fundamental para o fortalecimento do ecossistema empresarial brasileiro, promovendo inovação, capacitação, geração de empregos e sustentabilidade. A criação da Everest Consultoria representa, portanto, uma contribuição prática e socialmente relevante, capaz de transformar desafios empresariais em oportunidades concretas de crescimento e sucesso.

REFERÊNCIAS

- BRASIL está no topo do ranking mundial de empreendedorismo.** Disponível em: <https://cei.ufg.br/n/85351-brasil-esta-no-topo-do-ranking-mundial-de-empreendedorismo>. Acesso em: 1 mar. 2025.
- BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera outras leis. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p. 1, 15 ago. 2018. Acesso em 18 de abr. de 2025.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.
- COSTA, Ana Paula. **Responsabilidade social e engajamento comunitário empresarial.** Belo Horizonte: Resposta Editora, 2021.
- DRUCKER, P. F. **Administração em Tempos Turbulentos.** 1. Ed. São Paulo: Pioneira, 1980. V. 1, p. 45-48.
- ESG.** Disponível em: <https://www.benjaminconsultoria.com.br/post/pequenas-em%C3%A9dias-empresas-pmes-como-aplicar-o-esg>. Acesso em: 20 maio 2025.
- FOCO ESG. Práticas de ESG para pequenas e médias empresas.** Disponível em: <https://www.foco-esg.com/2024/07/praticas-de-esg-para-pequenas-e-medias.html>. Acesso em: 20 maio 2025.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Estatísticas do Empreendedorismo no Brasil.** Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/empreendedorismo/9145-estatisticas-de-empreendedorismo.html>. Acesso em: 19 de fev. de 2025.
- JOHNSON, G.; SCHOLLES, K.; WHITTINGTON, R. **Explorando a Estratégia Corporativa.** 7. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005. Acesso em: 18 de mar. de 2025.
- KELLER, K. L.; KOTLER, P. **Administração de Marketing.** 15. Ed. São Paulo: Pearson, 2018. V. 1, p. 33-36.
- MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico.** 18. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.
- MATTOS, Fernanda. **Consultoria ética e responsabilidade social: práticas e impacto nas organizações.** Porto Alegre: Conexão ESG, 2020.
- MATTOS, P. L. C. L.; SILVA, F. Q. B. da. **ESG: fundamentos e práticas de sustentabilidade corporativa.** São Paulo: Atlas, 2020. Acesso em 26 de abr. de 2025.
- MINTZBERG, H. **Ascensão e quero do Planejamento Estratégico.** 2. Ed. Porto Alegre: Bookman. 2010. V. 1, p. 125-130.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

OLIVEIRA, João. **Bem-estar corporativo: estratégias para qualidade de vida no trabalho**. Rio de Janeiro: Editora Gente & Gestão, 2022.

PEREIRA, Lucas. **Capacitação profissional e desenvolvimento contínuo nas organizações**. Curitiba: Educorp, 2020.

PORTER, M. E. **Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. 1. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1996. V. 1, p. 20-25.

SEBRAE. **PNBOX – Plano de Negócio do Sebrae**. Disponível em: <https://pnbox.sebrae.com.br/planoNegocio/ZtQX9ALX4fpJsZsmv/geradorPersonas>.

Acesso em: 24 mar. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 18 de fev. de 2025.

SEBRAE. **PNBOX: seu novo plano de negócios é aqui**. Plataforma digital. Disponível em: <https://pnbox.sebrae.com.br/>. Acesso em: 01 nov. 2025.

SEBRAE. **PNBOX: bloco Cliente e Mercado**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/produtoseservicos/PNBOX/pnbox-seu-novo-plano-de-negocios-e-aqui%2Cc00b4b9d88b8a710VgnVCM100000d701210aRCRD>.

Acesso em: 01 nov. 2025.

SEBRAE. **PNBOX: ferramentas e funcionalidades**. Disponível em: <https://sebraemg.com.br/pnbox-novo-plano-negocio/>. Acesso em: 01 nov. 2025.

SEBRAE. **PNBOX: geração de relatórios e tomada de decisão**. Disponível em: <https://pi.agenciasebrae.com.br/cultura-empreededora/plataforma-virtual-do-sebrae-pnbox-auxilia-empreededores-a-montar-um-plano-de-negocios/>. Acesso em: 01 nov. 2025.

SEBRAE. **PNBOX: mobilidade e flexibilidade de uso**. Disponível em: <https://sebraemg.com.br/pnbox-novo-plano-negocio/>. Acesso em: 01 nov. 2025.

SILVA, Mariana. **Promoção da diversidade e inclusão nas empresas de consultoria**. São Paulo: Consultoria Humaniza, 2023.

BENJAMIN CONSULTORIA. **Pequenas e médias empresas (PMEs): como aplicar o SUNNE. Implementar ações ESG em pequenas empresas**. Disponível em:

<https://sunne.com.br/blog/implementar-acoes-esg-em-pequenas-empresas/>. Acesso em: 20 maio 2025.

APÊNDICE A – Definição de cargos, atribuição de cargos, organograma, salários dispostos.

1 Definição de Cargos

- A empresa Everest, focada em consultoria e assessoria empresarial, conta com
- uma estrutura ajustada à sua realidade, acumulando funções quando
- necessário. Os cargos definidos são:
- Diretor Executivo (CEO): responsável pela gestão geral, estratégia e tomada de decisões.
- Secretário do CEO: auxilia diretamente o CEO com agenda, comunicações e documentação estratégica.
- Assessor Jurídico do CEO: responsável por orientar juridicamente o CEO e garantir a conformidade legal das decisões.
- Diretor Administrativo: supervisiona a área administrativa e operacional da empresa.
- Analista de Recursos Humanos (Assistente ADM – RH): gerencia contratação, treinamento e bem-estar dos funcionários. vi. Assistente Administrativo (ADM): auxilia na gestão burocrática e atendimento ao cliente, subordinado ao Diretor Administrativo.
- Estagiário Administrativo (ADM): dá suporte ao Assistente Administrativo em atividades operacionais. viii. Analista de Marketing (Assistente Marketing ADM): cuida da imagem da empresa e estratégias de captação de clientes. ix. Analista Financeiro (Assistente Financeiro): responsável por planejamento financeiro e análise de custos.
- Especialista em T.I. (Técnico em T.I): gerencia a infraestrutura tecnológica e segurança de dados. xi. Gerente de Projetos (Consultor – Projetos): coordena os serviços de consultoria e a execução de projetos.
- Consultor Pleno: especialista em aconselhamento estratégico para os clientes.

2 Atribuição de Cargos

Os integrantes da empresa assumem os seguintes papéis:

- a) Vinícius L. Vieira: Diretor Financeiro
- b) Luíza Laura: Gerente de Projetos.

- c) Rebeca Martins: Diretora de Tecnologia (TI)
- d) Vitória N. P. Noll: Diretora Administrativa.
- e) Samuel H. Germano: Consultor de Recursos Humanos.

3 Salários

Tabela 1 – Salários da Everest por ordem decrescente de valor e hierarquia.

Cargo	Salário Mín.	Salário Máx.
Diretor Executivo (CEO)	R\$ 10.000,00	R\$ 25.000,00
Diretor Administrativo	R\$ 7.000,00	R\$ 15.000,00
Gerente de Projetos	R\$ 6.000,00	R\$ 12.000,00
Consultor Pleno	R\$ 4.500,00	R\$ 10.000,00
Diretor Financeiro	R\$ 5.000,00	R\$ 11.000,00
Assistente ADM.	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00
Analista de Marketing	R\$ 1.200,00	R\$ 2.000,00
Analista de RH	R\$ 3.800,00	R\$ 7.500,00

Do Próprio Autor:2025.

APÊNDICE B – Descrição de cargos e salários.

1 Cargo de CEO

Responsável pela elaboração: Vinícius Landim Vieira

CBO: 1421-05 – Diretor de empresa **Formação**

Exigida:

- Ensino Superior completo;
- Cursos sugeridos: Administração, Economia, Engenharia de Produção, ou áreas correlatas.

Certificações:

- MBA em Gestão Empresarial ou Estratégica (desejável); Certificação em Liderança ou Planejamento Estratégico;
- Certificação em Liderança, Planejamento Estratégico ou Empreendedorismo

(ex: Sebrae, FGV, Harvard Online, desejável);

- Especializações: Diferencial.

Exigências Específicas

- Não exige registro profissional obrigatório, mas CRA é diferencial;
- Inglês intermediário ou avançado;
- Conhecimento básico de legislação trabalhista e empresarial;
- Domínio de ferramentas de produtividade e gestão (ex: Google Workspace, Trello, Power BI, Excel avançado).

Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHA)

Técnicas:

- Planejamento estratégico empresarial;
- Análise de dados e indicadores de desempenho;
- Gestão de pessoas e liderança;
- Controle financeiro e orçamento;
- Noções de marketing e posicionamento de marca;
- Planejamento Estratégico e OKRs (Objectives and Key Results);
- Análise de Indicadores de Desempenho (KPIs);
- Gestão Financeira e Fluxo de Caixa;
- Negociação com fornecedores e parceiros;

- Tecnologia aplicada à gestão (ERP, CRM, Business Intelligence).

Comportamentais:

- Visão sistêmica – Capacidade de compreender todas as áreas da empresa como um sistema interligado;
- Liderança inspiradora – Saber influenciar positivamente e motivar a equipe;
- Alta capacidade analítica – Tomar decisões baseadas em dados e evidências;
- Gestão do tempo e priorização – Saber lidar com múltiplas demandas com eficácia;
- Inovação e criatividade – Buscar soluções originais diante de desafios do mercado;
- Inteligência emocional – Equilíbrio emocional frente a pressões e conflitos;
- Comunicação interpessoal e institucional – Clareza, empatia e articulação com diferentes públicos;
- Comprometimento com resultados e ética – Foco em metas sem comprometer os valores da empresa.

Responsabilidades e Atividades

- Definir e supervisionar missão, visão e metas;
- Representar a empresa frente a investidores e parceiros;
- Aprovar e revisar planos estratégicos;
- Gerir recursos financeiros, humanos e operacionais;
- Tomar decisões que influenciem o crescimento!
- Monitorar desempenho via KPIs!
- Buscar oportunidades de inovação e expansão.

Experiência

- Experiência mínima: 2 anos em funções de liderança ou cargos de coordenação;
- Setores recomendados: Startups, pequenas empresas, setores comerciais ou de serviços.

Tempo:

- CEO Júnior: a partir de 2 anos em liderança;

- CEO Pleno: mínimo de 3 anos;
- CEO Sênior: acima de 5 anos, preferencialmente com histórico em fundação ou reestruturação de empresas.

Regime de Trabalho

- Regime: CLT ou contrato de prestação de serviço (a definir)
- Horário: Flexível, com dedicação mínima de 40h semanais
- Modalidade: Presencial com possibilidade de home office parcial (híbrido), especialmente na fase de estruturação inicial da empresa

Tabela Comparativa – CEO Júnior / Pleno / Sênior

Requisitos	Júnior	Pleno	Sênior
Graduação em áreas correlatas	Sim	Sim	Sim
MBA ou Pós-graduação	Opcional	Desejável	Imperativo
Experiência em liderança	2 anos	3 a 4 anos	5 anos ou mais
Experiência em startups	Não obrigatória	Preferencial	Imperativa
Fluência em inglês	Básico a intermediário	Intermediário a avançado	Avançado
Capacidade de decisão sob pressão	Em desenvolvimento	Boa	Excelência
Gestão de equipe multidisciplinar	Pequenas equipes	Equipes médias	Grandes/multifuncionais
Participação em conselhos/comitês	Não	Ocasional	Frequente
Salário estimado (início)	R\$ 3.500,00	R\$ 5.500,00	R\$ 8.000,00

2 Cargo de Diretor Administrativo

Responsável pela elaboração: Vitória Novaes Pimenta Nolli

CBO – Diretor Administrativo: 1231-05

Formação Exigida:

- Ensino Superior completo, preferencialmente em Administração, Ciências Contábeis, Gestão Pública ou áreas correlatas.
- Desejável MBA ou especialização em Gestão Empresarial, Administração Estratégica, Controladoria ou áreas relacionadas.
- Cursos extracurriculares em liderança, compliance, análise de dados ou gestão de processos são diferenciais competitivos.

Certificações:

- Desejável certificação em Gestão de Negócios, Compliance, ou Governança Corporativa.
- Certificações como PMP (Project Management Professional), Lean Six Sigma ou similares são valorizadas.
- Certificados de instituições reconhecidas como FGV, Insper, Sebrae, Harvard Online representam diferencial importante.

Exigências Específicas:

- Não há exigência legal de registro profissional, mas o CRA (Conselho Regional de Administração) é um diferencial.
- Domínio avançado de ferramentas de gestão administrativa e financeira, como ERP (ex: SAP, TOTVS), Excel, Power BI.
- Conhecimento intermediário a avançado em legislação trabalhista, fiscal e administrativa.
- Experiência com gestão documental, compliance interno, e elaboração de políticas organizacionais.

Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHA):

○ Técnicos:

- Planejamento e execução orçamentária.
- Administração de recursos materiais, patrimoniais e humanos;
- Implantação de melhorias em processos administrativos;
- Gestão de contratos e fornecedores.

- Interpretação e análise de relatórios gerenciais e financeiros.
- Comportamentais:
- Organização e disciplina na execução das tarefas;
- Foco em resultados e entregas dentro de prazos;
- Comunicação clara e eficaz com equipes e diretoria;
- Ética profissional e senso de responsabilidade institucional;
- Proatividade, liderança colaborativa e capacidade de adaptação.

Responsabilidades e Atividades:

- Supervisionar as operações administrativas e assegurar conformidade com políticas e diretrizes internas;
- Gerir o orçamento operacional da empresa, com foco em eficiência e sustentabilidade financeira;
- Controlar processos de compras, almoxarifado, patrimônio, contratos e serviços gerais;
- Coordenar rotinas de apoio às áreas de Recursos Humanos, Financeiro, Jurídico e TI;
- Elaborar relatórios de desempenho administrativo para a alta gestão;
- Garantir cumprimento de normas regulatórias e auditorias internas;
- Apoiar a liderança na implementação de projetos estratégicos e reestruturações organizacionais.

Experiência:

- Mínimo de 3 anos em cargos de coordenação ou gerência administrativa, preferencialmente em empresas de médio ou grande porte.
- Experiência prévia em gestão de equipes administrativas, processos financeiros e relacionamento com fornecedores e prestadores de serviço.
- Vivência em ambientes corporativos com estrutura de governança é um diferencial.

Regime de Trabalho:

- Regime de contratação: CLT ou PJ (a depender do perfil e estrutura da empresa);

- Carga horária semanal: 40 horas;
- Modalidade de trabalho: Presencial com possibilidade de modelo híbrido (a ser definido com a diretoria).
- Disponibilidade para viagens pontuais ou representação institucional, se necessário.

Tabela Comparativa – Diretor Administrativo Júnior / Pleno / Sênior

Requisitos	Júnior	Pleno	Sênior
Graduação em áreas correlatas	Sim	Sim	Sim
MBA ou Pós-graduação	Opcional	Desejável	Altamente recomendável
Experiência administrativa	2 a 3 anos	4 a 5 anos	6 anos ou mais
Certificação profissional	Não obrigatória	Desejável	Valorizada
Domínio de ferramentas	Básico a intermediário	Intermediário	Avançado
Conhecimento legal e normativo	Básico	Intermediário	Avançado
Capacidade analítica e de gestão	Em desenvolvimento	Boa	Estratégica
Liderança e gestão de equipe	Pequenas equipes	Equipes médias	Equipes multifuncionais
Participação em projetos e compliance	Apoio	Execução e controle	Liderança
Salário estimado (início)	R\$ 5.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 14.000,00 – R\$ 18.000,00

3 Cargo de Gerente de Projetos

Responsável pela elaboração: Luiza Laura dos Santos Ferreira

CBO: 1420-10– Gerente de Projetos

Formação Exigida:

- Ensino Superior completo;
- Cursos sugeridos: Administração, Engenharia, Gestão de Projetos, Tecnologia da Informação ou áreas correlatas.

Certificações:

- Certificação em Gestão de Projetos (PMP, CAPM, PRINCE2, ou equivalente);
- Desejável: MBA em Gestão de Projetos, Gestão Empresarial ou áreas correlatas.

Exigências Específicas:

- Conhecimento de metodologias ágeis (Scrum, Kanban) e ferramentas de gestão (MS Project, Jira, Trello, Asana);
- Domínio de pacote Office (Excel avançado, PowerPoint);
- Capacidade de liderança, planejamento e resolução de problemas.

Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHA)

Técnicas:

- Planejamento, execução e controle de projetos;
- Análise de riscos e gestão de mudanças;
- Gestão de cronograma, escopo, tempo e custo;
- Elaboração e acompanhamento de KPIs de projeto;
- Gestão de pessoas e equipes multidisciplinares;
- Controle de qualidade em projetos;
- Gerenciamento de stakeholders;
- Gestão de contratos e fornecedores.

Comportamentais:

- Comunicação clara e objetiva;
- Visão sistêmica e foco em resultados;

- Inteligência emocional;
- Proatividade e tomada de decisão;
- Capacidade de negociação e resolução de conflitos;
- Organização, foco e senso de urgência;
- Liderança e trabalho em equipe.

Responsabilidades e Atividades:

- Definir e planejar cronogramas, metas e escopo de projetos;
- Gerenciar riscos, mudanças e recursos;
- Controlar custos e prazos;
- Garantir a entrega conforme qualidade esperada;
- Elaborar relatórios de acompanhamento e indicadores;
- Participar de reuniões com stakeholders;
- Buscar melhorias e inovações contínuas na execução de projetos.

Experiência:

- Experiência mínima: 2 anos atuando com projetos ou áreas de planejamento;
- Setores recomendados: tecnologia, engenharia, marketing, educação, entre outros.

Tempo:

- Júnior: a partir de 2 anos de experiência em projetos;
- Pleno: 3 a 4 anos com liderança ou coordenação de projetos;
- Sênior: acima de 5 anos, preferencialmente com certificações e atuação em grandes projetos.

Regime de Trabalho:

- Regime: CLT ou contrato de prestação de serviço (a definir);
- Horário: Flexível, com dedicação mínima de 40h semanais;
- Modalidade: Presencial com possibilidade de home office parcial.

Tabela Comparativa – Gerente de Projetos Júnior / Pleno / Sênior

Requisitos	Junior	Pleno	Sênior
Graduação em áreas correlatas	Sim	Sim	Sim
MBA ou pós graduação	Ideal	Desejável	Imprescindível
Experiência de liderança	2 anos	3 a 4 anos	5 anos
Experiência em projetos	Sim	Sim	Sim
Certificação PMP, CAPM, etc	Não obrigatório	Preferencial	Imprescindível
Fluência em inglês	Básico a intermediário	Intermediário	Avançado
Capacidade de decisão sob pressão	Em desenvolvimento	Boa	Em excelência
Gestão de equipe	Pequenas equipes	Equipes médias	Equipes grandes/ Multifuncionais
Participação em comitês	Não	Ocasional	Frequente
Salário estimado	R\$ 6,000	R\$ 9,000	R\$ 12,000

4 Cargo de Diretor Financeiro

Responsável pela elaboração: Rebeca Martins da Silva

CBO: 1230-05 – Diretor Financeiro

Formação Exigida

- Obrigatória: Ensino Superior completo em Administração, Economia ou Ciências Contábeis.
- Desejável: Pós-graduação ou MBA em Finanças, Controladoria ou Gestão Empresarial.

Certificações:

- CPA-20 ou CFP
- Excel Avançado
- Normas IFRS e práticas contábeis
- Planejamento financeiro e orçamentário
- Gestão de riscos e compliance

Exigências Específicas

- Sólida experiência em gestão financeira e estratégica
- Visão sistêmica de negócios
- Domínio de ferramentas financeiras e ERPs (SAP, Totvs, Oracle)
- Capacidade analítica e de tomada de decisão
- Alta capacidade de liderança e comunicação
- Conhecimento em legislação tributária e societária

Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHA)

Técnicas:

- Planejamento financeiro e orçamentário
- Gestão de fluxo de caixa e capital de giro
- Elaboração e análise de demonstrações financeiras
- Estratégias de captação de recursos e investimentos
- Análise de viabilidade econômica e financeira de projetos
- Controle de custos, auditoria e governança corporativa
- Relacionamento com bancos, investidores e órgãos reguladores.

Comportamentais:

- Liderança e visão estratégica
- Ética, responsabilidade e confidencialidade

- Habilidade em negociação e resolução de conflitos
- Capacidade de trabalhar sob pressão e com prazos
- Proatividade e orientação para resultados
- Excelência em comunicação e trabalho em equipe

Responsabilidades e Atividades

- Definir e executar o planejamento financeiro da empresa
- Supervisionar as áreas de contas a pagar, contas a receber, tesouraria, controladoria e contabilidade
- Garantir a saúde financeira da organização por meio de análises e relatórios estratégicos
- Elaborar o orçamento anual e acompanhar sua execução
- Apresentar relatórios financeiros para a diretoria e stakeholders
- Propor estratégias de crescimento e investimento
- Assegurar o cumprimento das obrigações fiscais, contábeis e legais
- Promover a eficiência financeira e a redução de custos
- Representar a empresa em reuniões com instituições financeiras e auditorias externas

Experiência:

- Diretor Financeiro Júnior: 5 a 7 anos de experiência em finanças corporativas
- Diretor Financeiro Pleno: 8 a 10 anos com histórico comprovado de liderança financeira
- Diretor Financeiro Sênior: Acima de 10 anos em cargos executivos de finanças, com ampla visão estratégica e de negócios

Regime de Trabalho:

- Tipo: CLT
- Carga Horária: 44h semanais com dedicação integral e disponibilidade para viagens Modalidade: Presencial ou híbrida, conforme política da organização

Tabela Comparativa – Diretor Financeiro Júnior / Pleno / Sênior

Requisitos	Júnior	Pleno	Sênior
Ensino Superior Completo	Sim	Sim	Sim
MBA ou Pós-graduação	Desejável	Desejável/Concluído	Concluído
Experiência	5 a 7 anos	8 a 10 anos	10 anos ou mais
Domínio de Ferramentas Financeiras	Intermediário	Avançado	Especialista
Planejamento Orçamentário	Apoio à elaboração	Elaboração e controle	Definição estratégica
Conhecimento legal e normativo	Intermediário	Avançado	Especialista
Comunicação com stakeholders	Relatórios internos	Relatórios e reuniões	Negociações estratégicas
Liderança e gestão de equipe	Pequenas equipes	Equipes médias	Equipes multifuncionais
Participação em projetos e compliance	Suporte	Atuação ativa	Tomada de decisão
Salário estimado (início)	R\$12.000	R\$18.000	R\$25.000+

5 Cargo de Consultor Pleno

Responsável pela elaboração: Samuel Henrique Germano Oliveira

CBO: 1425-05 – Consultor de Empresas

Formação Exigida:

- Ensino Superior completo;
- Cursos sugeridos: Administração, Contabilidade, Economia, Marketing, ou áreas correlatas.

Certificações:

- Certificação em Empreendedorismo, Planejamento Financeiro ou Gestão de Negócios (ex: Sebrae, FGV, Fundação Dom Cabral);
- Certificação em Ferramentas de Consultoria e Diagnóstico Empresarial (desejável).

Especializações:

- Diferencial.

Exigências Específicas:

- Não exige registro profissional obrigatório, mas CRA ou CRC são diferenciais;
- Boa comunicação verbal e escrita;
- Conhecimento prático de rotinas de pequenas empresas; Domínio de ferramentas como Excel, Google Workspace, Canva e sistemas de gestão simples (ERP ou CRM);
- Facilidade para atuar em ambientes híbridos e com múltiplos clientes.

Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHA)

Técnicas:

- Diagnóstico organizacional e mapeamento de processos;
- Planejamento estratégico simplificado;
- Análise de fluxo de caixa e viabilidade econômica;
- Criação de planos de ação e estruturação de áreas (financeira, comercial, administrativa);

- Consultoria em marketing digital e vendas;
- Gestão de relacionamento com clientes (CRM);
- Elaboração de relatórios e apresentações de resultado.

Comportamentais:

- Proatividade e autonomia – Capacidade de identificar oportunidades e propor soluções;
- Boa escuta e empatia – Compreender o cenário do cliente com sensibilidade e profissionalismo;
- Organização e disciplina – Cumprir prazos e manter controle sobre várias demandas simultâneas;
- Clareza na comunicação – Saber explicar conceitos técnicos de forma acessível;
- Foco em resultado – Alinhar soluções práticas com os objetivos do cliente;
- Ética e sigilo profissional – Manter confidencialidade e integridade nos projetos.

Responsabilidades e Atividades:

- Realizar atendimentos de diagnóstico e levantamento de informações com clientes;
- Desenvolver e aplicar planos de ação sob supervisão da coordenação sênior;
- Acompanhar a execução das soluções propostas com foco em resultado;
- Propor melhorias contínuas nos processos internos dos clientes;
- Apoiar na elaboração de relatórios gerenciais e apresentações de progresso;
- Participar de reuniões estratégicas e contribuir com ideias para evolução da consultoria.

Experiência:

- Experiência mínima: 2 anos em consultoria, assessoria ou cargos administrativos/analíticos em pequenas empresas.

- Setores recomendados: Consultorias, escritórios de contabilidade, MEIs, micro e pequenas empresas.

Tempo:

- Consultor Júnior: 1 ano de experiência com suporte ou atendimento;
- Consultor Pleno: a partir de 2 anos de experiência direta em consultoria ou atuação multifuncional;
- Consultor Sênior: 4 anos ou mais com liderança de projetos e clientes.

Regime de Trabalho:

- Regime: CLT ou PJ (a depender do contrato);
- Horário: Flexível, com dedicação mínima de 40h semanais;
- Modalidade: Presencial, remoto ou híbrido conforme a necessidade do cliente.

Tabela Comparativa – Consultor de Empresas Júnior / Pleno / Sênior

Requisitos	Junior	Pleno	Sênior
Graduação em áreas correlatas	Sim	Sim	Sim
Certificação em gestão/consultoria	Opcional	Desejável	Preferencial
Experiência com microempresas	Iniciando	Consolidada	Ampla
Domínio de ferramentas	Básico	Intermediário	Avançado
Capacidade de análise crítica	Em desenvolvimento	Boa	Excelente
Relacionamento com clientes	Operacional	Consultivo	Estratégico
Participação em projetos	Suporte	Execução	Liderança

Salário estimado (início)	R\$ 2.500,00	R\$ 3.800,00	R\$ 5.500,00
---------------------------	--------------	--------------	--------------

6 Cargo de Assistente Administrativo

Responsável pela elaboração: Luiza Laura dos Santos Ferreira

CBO: 4110-10 – Assistente Administrativo

Formação Exigida:

- Obrigatória: Ensino Médio completo
- Desejável: Curso Técnico em Administração, Gestão Empresarial ou áreas correlatas

Certificações recomendadas:

- Pacote Office Avançado (Word, Excel, PowerPoint)
- Atendimento ao cliente
- Técnicas de Arquivo e Organização de Documentos
- Gestão de tempo e produtividade

Exigências Específicas:

- Boa comunicação oral e escrita
- Conhecimento básico em rotinas administrativas e financeiras
- Domínio de ferramentas de escritório e sistemas de gestão (ERP, Excel, Google Workspace)
- Organização, agilidade e atenção aos detalhes
- Não exige registro profissional obrigatório

Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHA)

Técnicas:

- Organização de documentos e arquivos
- Atendimento a clientes e fornecedores
- Emissão de notas fiscais, boletos e controle de pagamentos
- Apoio em processos de compras, estoque e logística
- Agendamento de reuniões e apoio administrativo geral
- Elaboração de planilhas e relatórios gerenciais
- Conhecimento de rotinas de RH e departamento pessoal (apoio)

Comportamentais:

- Proatividade e senso de urgência
- Organização e foco em resultados

- Boa comunicação e relacionamento interpessoal
- Ética e discrição com informações sigilosas
- Capacidade de trabalhar em equipe
- Flexibilidade e disposição para aprender
- Comprometimento com prazos e qualidade

Responsabilidades e Atividades:

- Apoiar nas rotinas administrativas diárias da empresa
- Manter arquivos e documentos organizados e atualizados
- Auxiliar nas rotinas financeiras básicas (lançamentos, conferência de notas e pagamentos)
- Realizar atendimento telefônico e presencial
- Gerenciar agenda e compromissos da equipe
- Dar suporte a outros setores da empresa conforme necessidade
- Elaborar e atualizar relatórios e planilhas de controle
- Apoiar processos de compras, controle de estoque e pedidos de material

Experiência:

- Assistente Júnior: Sem experiência ou até 1 ano em funções administrativas
- Assistente Pleno: 2 a 3 anos na área administrativa
- Assistente Sênior: Acima de 4 anos de experiência com domínio das rotinas e autonomia em processos

Regime de Trabalho:

- Tipo: CLT
- Carga Horária: 40h semanais (segunda a sexta-feira)
- Modalidade: Presencial, com possibilidade de modelo híbrido conforme estrutura da empresa.

Tabela Comparativa – Assistente Administrativo Júnior / Pleno / Sênior

Requisitos	Junior	Pleno	Sênior
------------	--------	-------	--------

Ensino Médio completo	Não	Sim	Sim
Curso Técnico em Administração	Opcional	Desejável	Desejável/concluído
Experiência	Até 1 ano	2 a 3 anos	4 anos ou mais
Domínio do pacote Office	Básico	Intermediário	Avançado
Elaboração de relatórios	Simples	Estruturados	Detalhados e analíticos
Autonomia	Supervisionada	Parcial	Total
Participação em processos internos	Apoio eventual	Apoio contínuo	Referência técnica
Comunicação e atendimento	Em desenvolvimento	Boa	Excelente
Salário estimado	R\$2,500	R\$3,700	R\$5,000

7 Cargo de Estagiário de Administração

Responsável pela elaboração: Vinícius Landim Vieira

CBO: 4110-05 – Auxiliar de Escritório (relacionado a atividades administrativas de estágio)

Formação Exigida:

- Cursando Ensino Superior em Administração, Gestão Empresarial, Processos Gerenciais ou áreas correlatas (a partir do 2º semestre).

Cursos sugeridos:

- Administração de Empresas
- Gestão de Negócios
- Ciências Contábeis
- Economia

Certificações (Diferenciais):

- Pacote Office Intermediário ou Avançado (Excel, Word, PowerPoint)
- Cursos de introdução à administração (ex: Sebrae, Fundação Bradesco, Coursera)
- Exigências Específicas
- Boa comunicação oral e escrita;
- Organização e pontualidade;
- Noções básicas de rotinas administrativas;
- Facilidade para trabalho em equipe e com supervisão direta;
- Disponibilidade de 20 a 30 horas semanais.

Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHA)

Técnicos:

- Lançamentos e controles simples em planilhas;
- Apoio em atividades administrativas e financeiras;
- Organização de documentos físicos e digitais;
- Atendimento telefônico e suporte a clientes internos.

Comportamentais:

- Proatividade e disposição para aprender;

- Responsabilidade e sigilo profissional;
- Facilidade de adaptação a novas tarefas;
- Atenção aos detalhes;
- Ética no ambiente de trabalho.

Responsabilidades e Atividades:

- Apoiar no controle e organização de arquivos e documentos;
- Auxiliar no preenchimento e atualização de planilhas de controle interno;
- Apoiar a elaboração de relatórios administrativos;
- Colaborar com a equipe nas rotinas de atendimento e suporte;
- Auxiliar em processos internos como compras, RH e financeiro (sob supervisão).

Experiência:

- Não é exigida experiência prévia, mas estágios anteriores ou vivência acadêmica em projetos são diferenciais.

Regime de Trabalho:

- Regime: Estágio (de acordo com a Lei nº 11.788/2008)
- Bolsa-auxílio estimada: R\$ 900,00 a R\$ 1.200,00
- Horário: 4 a 6 horas diárias (a combinar)
- Modalidade: Presencial ou híbrido, conforme fase da empresa

Tabela Comparativa – Estágio Iniciante / Intermediário / Avançado

Requisitos	Iniciante	Intermediário	Avançado
Período da faculdade	2º ao 3º semestre	4º ao 5º semestre	6º em diante
Conhecimento em Excel	Básico	Intermediário	Avançado
Participação em projetos	Opcional	Desejável	Recomendável

Experiência prévia	Nenhuma	Estágio anterior	2 ou mais estágios
Autonomia nas tarefas	Baixa	Média	Alta
Bolsa-auxílio média	R\$ 900,00	R\$ 1.050,00	R\$ 1.200,00

8 Cargo Analista de Marketing

Responsável pela elaboração: Vitória Novaes Pimenta Nolli

CBO – Analista de Marketing: 2521-05

Formação Exigida:

- Ensino Superior completo em Comunicação Social, Marketing, Publicidade e Propaganda, Administração ou áreas correlatas.
- Desejável especialização ou MBA em Marketing Digital, Gestão de Marcas, Comunicação Estratégica ou áreas afins.
- Cursos extracurriculares em SEO, Google Ads, redes sociais, Inbound Marketing, UX Writing ou análise de métricas digitais são diferenciais competitivos.

Certificações:

- Desejável certificação em Marketing Digital, Mídias Sociais, Google Analytics, HubSpot, RD Station, entre outras.
- Certificações como Meta Blueprint, Google Ads Certification e Content Marketing (Rock Content, HubSpot) são valorizadas.
- Certificados emitidos por instituições como ESPM, Sebrae, FGV, Google ou Resultados Digitais representam diferencial.

Exigências Específicas:

- Não há exigência legal de registro profissional.
- Domínio de ferramentas de marketing digital, CRM e automação (ex: RD Station, Mailchimp, HubSpot).
- Conhecimento em análise de dados e métricas de campanhas (Google Analytics, SEMrush, Power BI).
- Capacidade de redação publicitária, visual storytelling e gestão de calendário editorial.

Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHA):

Técnicos:

- Planejamento e execução de campanhas online e offline;
- Gestão de mídias sociais, tráfego pago e orgânico;
- Produção e revisão de conteúdos institucionais e promocionais;
- Monitoramento de KPIs e análise de performance;

- Domínio de ferramentas de design e edição (Canva, Photoshop, Illustrator).

Comportamentais:

- Criatividade e senso estético apurado;
- Organização e atenção aos detalhes;
- Comunicação clara e empática com público interno e externo;
- Visão analítica e foco em resultado;
- Colaboração, curiosidade e proatividade.

Responsabilidades e Atividades:

- Desenvolver e executar planos de marketing e comunicação;
- Criar conteúdos para redes sociais, newsletters, sites e campanhas;
- Planejar e monitorar ações de tráfego pago e orgânico;
- Gerenciar a presença digital da marca, garantindo coerência e engajamento;
- Analisar dados de campanhas e propor melhorias contínuas;
- Apoiar o time comercial com materiais promocionais e estratégias de geração de leads;
- Participar do posicionamento da marca e ações institucionais;
- Manter relacionamento com fornecedores, designers, redatores e agências.

Experiência:

- Experiência mínima de 1 a 2 anos para nível Júnior, 3 a 5 anos para nível Pleno e acima de 6 anos para Sênior.
- Vivência com planejamento e execução de campanhas, mídias digitais, branding e análise de métricas.
- Atuação em empresas de comunicação, agências, startups ou áreas de marketing interno é valorizada.

Regime de Trabalho:

- Regime de contratação: CLT ou PJ (dependendo da estrutura da empresa);
- Carga horária semanal: 40 horas;

- Modalidade de trabalho: Presencial, híbrido ou remoto (conforme política da empresa);
- Eventual disponibilidade para eventos, coberturas e viagens pontuais.

Tabela Comparativa – Analista de Marketing Júnior / Pleno / Sênior

Requisitos	Júnior	Pleno	Sênior
Graduação em áreas correlatas	Não	Não	Sim
MBA ou Pós-graduação	Opcional	Desejável	Altamente recomendável
Experiência em marketing	1 a 2 anos	3 a 5 anos	6 anos ou mais
Certificação profissional	Opcional	Desejável	Valorizada
Domínio de ferramentas	Básico a intermediário	Intermediário	Avançado
Conhecimento em métricas e KPIs	Básico	Intermediário	Avançado e estratégico
Capacidade de criação e análise	Em desenvolvimento	Boa	Estratégica e orientada a resultados
Liderança e gestão de demandas	Individual	Projetos em equipe	Gestão de campanhas e equipes
Participação em campanhas	Apoio operacional	Execução e análise	Planejamento e liderança
Salário estimado (início)	R\$ 3.000,00	R\$5.000,00	R\$ 8.000,00 – R\$12.000,00

9 Cargo de Analista de Recursos Humanos

Responsável pela elaboração: Luiza Laura dos Santos Ferreira

CBO: 2524-05 – Analista de Recursos Humanos

Formação Exigida:

- Obrigatória: Ensino Superior completo
- Áreas sugeridas: Administração, Psicologia, Gestão de Recursos Humanos ou áreas correlatas

Certificações recomendadas:

- Departamento Pessoal e eSocial
- Avaliação de Desempenho
- Recrutamento e Seleção por Competências
- Treinamento e Desenvolvimento
- Excel avançado e Power BI (desejável)

Exigências Específicas:

- Conhecimento da legislação trabalhista e previdenciária
- Experiência com folha de pagamento, benefícios, ponto eletrônico e admissões/demissões
- Domínio de ferramentas de RH (ex: Gupy, TOTVS, SAP, Sólides, LG Informática, etc.)
- Comunicação clara, empatia e perfil analítico
- Inglês básico a intermediário (desejável)

Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHA)

Técnicas:

- Processos de recrutamento e seleção
- Administração de pessoal (controle de ponto, férias, benefícios, admissão/demissão)
- Apoio em programas de clima organizacional, cultura e engajamento
- Aplicação de treinamentos e capacitações
- Apoio em avaliação de desempenho e desenvolvimento de líderes
- Controle e análise de indicadores de RH (turnover, absenteísmo, tempo médio de contratação etc.)

Comportamentais:

- Organização, ética e sigilo profissional
- Inteligência emocional e empatia
- Boa comunicação e escuta ativa
- Foco em pessoas e resultados
- Capacidade de análise crítica e solução de conflitos
- Senso de responsabilidade e comprometimento

Responsabilidades e Atividades:

- Executar processos de recrutamento e seleção (divulgação, triagem, entrevistas)
- Administrar folha de ponto, férias, benefícios, admissões e desligamentos
- Elaborar e atualizar controles e relatórios de RH
- Apoiar na construção de programas de treinamento e desenvolvimento
- Organizar ações de integração, clima e engajamento de equipes
- Garantir conformidade com a legislação e políticas internas
- Realizar atendimento interno aos colaboradores e gestores

Experiência:

- Analista Júnior: até 2 anos de experiência em subsistemas de RH
- Analista Pleno: 3 a 4 anos de atuação generalista ou especialista
- Analista Sênior: mais de 5 anos, com forte conhecimento técnico e papel estratégico

Regime de Trabalho:

- Tipo: CLT
- Carga Horária: 40h semanais
- Modalidade: Presencial ou híbrido, conforme política da empresa

Faixa Salarial Estimada:

- Mínimo: R\$ 3.800,00
- Máximo: R\$ 7.500,00

Tabela Comparativa – Analista de RH Júnior / Pleno / Sênior

Requisitos	Júnior	Pleno	Sênior
Ensino Superior completo	Não	Não	Concluindo/Concluído
Curso de RH ou psicologia	Desejável	Necessário	Indispensável
Experiência	Até 2 anos	3 a 4 anos	5 anos ou mais
Domínio da legislação trabalhista	Básico	Intermediário	Avançado
Recrutamento e seleção	Com supervisão	Autônomo	Estratégico
Administração de pessoal	Apoio	Execução direta	Gestão de processos
Indicadores e relatórios de RH	Básico	Intermediário	Com análise crítica
Papel estratégico	Não	Parcial	Sim
Salário estimado	R\$ 3.800	R\$ 5.400	R\$ 7.500

APÊNDICE C – Processo seletivo, entrevista e dinâmica.

1 Entrevista

Perguntas principais:

- 1) Pode nos contar brevemente sobre sua formação e experiência na área financeira?
- 2) O que te motivou a se candidatar a esta vaga na nossa empresa de consultoria?
- 3) Quais ferramentas financeiras você já utilizou (planilhas, ERPs, softwares)?
- 4) Você já trabalhou com controle de fluxo de caixa, contas a pagar/receber e conciliação bancária? Como?
- 5) Como você organiza suas tarefas e prioridades quando há prazos apertados ou demandas simultâneas?
- 6) Já lidou com múltiplos clientes ou empresas ao mesmo tempo? Como foi essa experiência?
- 7) Pode contar sobre um desafio financeiro que enfrentou e como resolveu?
- 8) Como você lida com erros ou falhas em lançamentos ou relatórios?
- 9) Está disponível para modelo presencial ou híbrido e tem disponibilidade para início imediato?
- 10) Quais são suas expectativas de crescimento profissional e sua pretensão salarial?

2 Dinâmica

Dinâmica do Barco – “Quem será salvo?”

- Objetivo: Avaliar trabalho em equipe, argumentação, empatia, liderança e tomada de decisão;
- Duração: 30 a 40 minutos;
- Participantes: 6 por grupo.

Cenário: O grupo está em um barco à deriva com 6 pessoas a bordo, mas há apenas 3 coletes salva-vidas. Cada participante representa um dos personagens e o grupo deve decidir, por consenso (sem votação), quais 5 serão salvos.

Personagens:

- a. Médico de 60 anos com problema cardíaco;
- b. Mulher grávida, portadora de HIV;
- c. Criança de 8 anos, dentro do espectro autista;
- d. Policial com treinamento de sobrevivência, deficiente (sem uma das pernas);
- e. Empresária milionária, nazista;
- f. Presidiário em liberdade condicional;
- g. Fisiculturista, homossexual;
- h. Estudante, dentro do espectro de TDAH;
- i. Político, estelionatário.

O grupo deve:

- 1) Discutir em grupo (20 min)
- 2) Chegar a um consenso
- 3) Apresentar os escolhidos e justificar (5–10 min)

Avaliação:

- Liderança e influência
- Cooperação
- Argumentação ética vs. Lógica
- Como lidam com conflito e consenso

APÊNDICE D – Código de Ética

O presente Código de Ética estabelece os princípios, normas e diretrizes que orientam a conduta de todos os colaboradores, dirigentes, parceiros e prestadores de serviços da Everest Consultoria, visando assegurar a integridade, a transparência, a responsabilidade social e a excelência no desempenho das atividades profissionais da empresa.

1.1 Princípios Fundamentais

A Everest Consultoria fundamenta suas ações nos princípios de ética, integridade, profissionalismo, responsabilidade social e respeito às normas legais e regulamentares aplicáveis. Todas as atividades da empresa devem refletir o compromisso com a excelência e com a criação de valor sustentável para clientes, colaboradores, sociedade e meio ambiente.

1.2 Compromisso com os Clientes

A Everest Consultoria pauta sua atuação junto aos clientes pela transparência, confiabilidade e confidencialidade. Todas as informações estratégicas ou sensíveis fornecidas pelos clientes devem ser tratadas com absoluto sigilo, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018). A empresa compromete-se a oferecer soluções consistentes, realistas e personalizadas, evitando promessas que não possam ser cumpridas, e a buscar continuamente a melhoria da qualidade e eficiência dos serviços prestados.

1.3 Relacionamento com Colaboradores

O relacionamento com os colaboradores deve ser pautado pelo respeito, equidade, valorização profissional e promoção de um ambiente seguro e saudável. A Everest Consultoria reconhece a importância do desenvolvimento contínuo de seus colaboradores, oferecendo oportunidades de crescimento profissional, capacitação e treinamento. É expressamente proibida qualquer forma de discriminação, assédio moral, assédio sexual ou conduta antiética no ambiente de trabalho, devendo todas as situações dessa natureza ser reportadas e tratadas com rigor e confidencialidade.

1.4 Integridade e Conduta Profissional

Todos os colaboradores e representantes da Everest Consultoria devem conduzir suas atividades com honestidade, justiça, imparcialidade e respeito às normas legais. É vedado o envolvimento em situações de conflito de interesse, sendo obrigatório informar imediatamente à direção qualquer circunstância que possa comprometer a ética profissional. A empresa busca preservar sua imagem e reputação, e espera que todos os seus membros adotem postura ética e responsável em todas as interações internas e externas.

1.5 Responsabilidade Social e Ambiental

A Everest Consultoria reconhece a importância da responsabilidade social e ambiental como parte de sua missão. A empresa incentiva práticas sustentáveis em suas operações, como redução de desperdícios, eficiência energética, gestão adequada de resíduos e preservação ambiental. Além disso, promove a inclusão e diversidade em seu ambiente corporativo e apoia iniciativas sociais que contribuam para o desenvolvimento da comunidade.

1.6 Uso de Tecnologia e Informação

O uso de recursos tecnológicos da empresa deve ser realizado de maneira responsável, segura e eficiente, respeitando a legislação vigente, políticas internas e normas de segurança da informação. É obrigação de todos os colaboradores proteger dados pessoais, estratégicos ou confidenciais e evitar a disseminação de informações falsas, enganosas ou prejudiciais à empresa, clientes e colaboradores.

1.7 Cumprimento e Fiscalização

O presente Código de Ética é de cumprimento obrigatório para todos os colaboradores, dirigentes, parceiros e prestadores de serviços da Everest Consultoria. Qualquer violação ou conduta antiética deve ser reportada imediatamente aos canais de comunicação internos ou à direção da empresa. A Everest Consultoria compromete-se a apurar de forma rigorosa e imparcial todas as ocorrências de descumprimento do Código, adotando medidas corretivas e disciplinares adequadas, preservando a justiça e a confidencialidade.

1.8 Compromisso Contínuo

A Everest Consultoria reafirma, por meio deste Código, seu compromisso com a ética, integridade, responsabilidade social e excelência profissional. A empresa busca

constantemente o aprimoramento de suas práticas, garantindo que todas as suas ações estejam alinhadas aos princípios éticos e aos valores que norteiam sua missão e visão corporativa.

APÊNDICE E – PNBOX

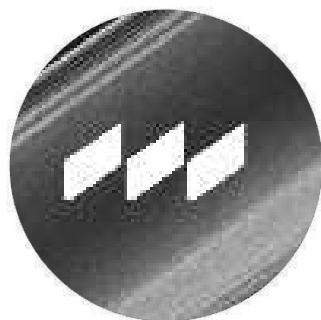
A PNBOX é uma plataforma digital gratuita, acessível online, desenvolvida pelo SEBRAE para a elaboração de planos de negócio de forma prática, modular e interativa (SEBRAE, 2023a). A ferramenta permite que o usuário utilize os módulos de maneira integrada, compondo um plano completo, ou de forma seletiva, aplicando apenas os blocos que atendam às necessidades do momento (SEBRAE, 2023b).

A estrutura da plataforma está organizada em quatro blocos temáticos — “Cliente e Mercado”, “Problema e Solução”, “Canais de Aquisição” e “Finanças” — compreendendo ao todo 14 ferramentas específicas, que incluem desde a segmentação de mercado, geração de personas e jornada do cliente, até projeção de resultados, custos, DRE e indicadores financeiros (SEBRAE, 2023c).

Por meio da PNBOX, o empreendedor pode mapear o público-alvo, entender a proposta de valor, estruturar canais de venda, simular cenários financeiros, analisar riscos e gerar relatórios que apoiem a tomada de decisão ou a captação de recursos (SEBRAE, 2023d).

Destaca-se ainda a mobilidade da ferramenta, acessível via navegador em diferentes dispositivos (computador, tablet ou smartphone), e a flexibilidade de utilização parcial conforme a maturidade ou necessidade do negócio (SEBRAE, 2023e).

Dessa forma, a PNBOX constitui-se como um instrumento eficiente para a formalização, estruturação e monitoramento de empreendimentos, fortalecendo a gestão estratégica de micro, pequenas e médias empresas (SEBRAE, 2023a).



Everest Consultorias

Trabalho escolar / estudo

Este projeto busca ajudar pequenas e médias empresas a crescerem de forma sustentável por meio de assessoria estratégica, análise de dados e desenvolvimento de planos de ação. O objetivo é melhorar processos, aumentar a lucratividade e adaptar os negócios às constantes mudanças do mercado.



Informações do Plano de Negócio

Nome do projeto

Everest Consultorias

Objetivo

Trabalho escolar / estudo

Enquadramento Tributário

Empresa optante pelo Simples

Período de planejamento

3 anos

Porte da empresa

Pequena Empresa

Setor de atuação

Serviço.

Segmento(s)

Consultoria.

Cidade

Ribeirão Pires

Sócios

Vitória Novaes

Função: Diretora Administrativa
Contato: (11) 9 9903-5772

Nascida em Ribeirão Pires em 2008, Vitória é uma jovem cheia de vida e determinação. Com uma energia radiante e um sorriso contagiante, ela está pronta para conquistar seus objetivos e fazer história. Ao lado de outros jovens talentos como Samuel e Luiza, Vitória tem tudo para alcançar grandes conquistas e realizar seus sonhos!



Vinícius Landim Vieira

Função: CEO
Contato: (11) 9 7837-2005

Vinícius, nascido em 2008, é um jovem profissional que iniciou sua jornada na Everest em 2025. Com grande entusiasmo e ambição, ele busca crescer e se desenvolver ao lado da empresa, contribuindo para o sucesso da consultoria. Vinícius tem como objetivo construir uma carreira sólida e duradoura na Everest, aproveitando o aprendizado e crescimento que a empresa pode proporcionar



Samuel Henrique

Função: Consultor Pleno
Contato: (11) 9 1324-4821

Com grande entusiasmo, Samuel se juntou à Everest em 2025, trazendo consigo uma energia contagiante e sede de conhecimento. Nascido em 2008, esse jovem talentoso busca se desenvolver profissionalmente no ramo de consultoria, contribuindo para o sucesso da empresa com sua dedicação e aprendizado contínuo.



Luiza Laura

Função: Gerente de Projetos e Consultora Plena
Contato: (11) 9 4243-9989

Com experiência prévia no ramo de consultoria, Luiza se juntou à Everest em 2025, trazendo consigo uma bagagem valiosa e visão inovadora. Com determinação e paixão, ela busca impulsionar o sucesso dos clientes, oferecendo soluções personalizadas e eficazes. Seu objetivo é consolidar sua posição como uma consultora de destaque na empresa.



Rebeca Martins

Função: Diretora Financeira
Contato: (11) 9 8943-9265

Rebeca, nascida em 2008, iniciou sua trajetória na Everest em 2025, atuando com dedicação na área financeira. Interessada em aprender e evoluir, ela contribui com organização e responsabilidade nas rotinas do setor, buscando se destacar e crescer profissionalmente.

Everest Consultorias

Trabalho escolar / estudo

Cliente - Mercado

Segmentação de Mercado

Segmentação de clientes 1 - Vinícius
Segmento 1
Buscam crescimento acelerado
Segmento 2
Valorizam inovação
Segmento 3
Prezam pelo custo-benefício
Segmento 4
Buscam fortalecimento de marca

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

Buscam crescimento acelerado

1º

Valorizam resultados rápidos e procuram soluções práticas e estratégicas para o aumento de vendas e expansão de seu mercado.

Prezam pelo custo-benefício

2º

Procuram consultorias acessíveis com soluções sob medida e valorizam pacotes completos que atendam múltiplas necessidades.

Valorizam inovação

3º

Procuram modernizar seus processos e operações e uscam presença digital sólida e marketing eficaz.

Buscam fortalecimento de marca

4º

Valorizam uma imagem forte e bem construída no mercado e procuram estratégias para engajamento com o público-alvo.

Buscam crescimento acelerado

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	10
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	4
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	8
Média Geral	8

Prezam pelo custo-benefício

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	9
Tem potencial para gerar lucro?	7
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	5
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	7
Média Geral	7

Valorizam inovação

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	8
Tem potencial para gerar lucro?	8
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	7
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	5
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	7
Média Geral	7

Buscam fortalecimento de marca

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	7
Tem potencial para gerar lucro?	6
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	5
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	6
Média Geral	6

Segmentação de Clientes 2 - Vitória

Segmento 1

Prezam por eficiência

Segmento 2

Desejam se diferenciar

Segmento 3

Esperam impactos positivos

Segmento 4

Buscam credibilidade

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

Prezam por eficiência

1º

Priorizam tarefas produtivas, aprimoradas e de qualidade, de forma que com uma boa gestão por parte dos responsáveis, os resultados que vierem sejam eficientes.

Esperam impactos positivos

2º

Imaginam ter bons comentários e serem bem-vistos no meio empresarial, tendo muitos clientes satisfeitos e comprometidos com eles.

Buscam credibilidade

3º

Pretendem ter reconhecimento e consolidar a empresa a longo prazo, além de um ótimo relacionamento com os funcionários e investidores.

Desejam se diferenciar

4º

Esperam ter um diferencial no mercado, de forma que se destaquem e sejam reconhecidos pela inovação e autenticidade.

Prezam por eficiência

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	9
Tem potencial para gerar lucro?	10
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	6
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	9
Média Geral	8

Esperam impactos positivos

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	9
Tem potencial para gerar lucro?	9
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	9
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	6
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	9
Média Geral	8

Buscam credibilidade

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	9
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	6
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	7
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	5
Média Geral	7

Desejam se diferenciar

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	8
Tem potencial para gerar lucro?	8
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	7
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	7
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	5
Média Geral	7

Segmentação de clientes 3 - Rebeca

Segmento 1

Querem melhorar em processos

Segmento 2

Necessitam de estratégias de crescimento

Segmento 3

Precisam de reestruturação

Segmento 4

Necessitam de novas tecnologias

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

1º

Necessitam de estratégias de crescimento

Negócios que já possuem estabilidade, mas querem expandir mercado. Suas dificuldades são encontrar novos clientes e falta de planejamento estratégico. Suas necessidades são estratégias de crescimento, inovação e desenvolvimento.

2º

Necessitam de novas tecnologias

Negócios que querem modernizar suas operações através da tecnologia. Essas empresas têm dificuldade em lidar com dados, resistência à inovação. E necessitam de automação, implementação de softwares de gestão, marketing digital e cultura de inovação.

3º

Querem melhorar em processos

Negócios que operam de forma desorganizada ou ineficiente e querem aumentar produtividade e reduzir desperdícios. Lidam com processos demorados, falta de padronização e baixa eficiência operacional. Os mesmos, almejam por uma implementação de metodologias rápidas e automação de processos.

4º

Precisam de reestruturação

Negócios que enfrentam problemas financeiros, como baixa lucratividade, fluxo de caixa desorganizado ou dívidas. Esses sofrem com gastos excessivos e dificuldade em pagar fornecedores ou funcionários. Eles precisam de reestruturação financeira, planejamento orçamentário e análise de custos.

Necessitam de estratégias de crescimento

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	9
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	5
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	9
Média Geral	8

Necessitam de novas tecnologias

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	9
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	9
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	4
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	8
Média Geral	8

Querem melhorar em processos

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	7
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	5
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	9
Média Geral	8

Precisam de reestruturação

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	7
Tem potencial para gerar lucro?	5
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	6
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	9
Média Geral	7

Segmentação de clientes 4 - Samuel

Segmento 1

Prezam pelo marketing e design da marca

Segmento 2

Prezam um trabalho rápido e eficaz

Segmento 3

Desejam um trabalho simples e fac. aplic

Segmento 4

Buscam destaque de suas empresas

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

Buscam destaque de suas empresas

1º

Desejam rapidez no planejamento porém que seja eficiente em sua empresa

Prezam um trabalho rápido e eficaz

2º

Desejam rapidez no trabalho porém que seja eficiente e aplicável.

Prezam pelo marketing e design da marca

3º

Querem tornar sua marca conhecida através através de seu gerenciamento de imagem

Desejam um trabalho simples e fac. aplic

4º

Querem um trabalho simples, mas que seja facilmente aplicável.

Buscam destaque de suas empresas

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	8
Tem potencial para gerar lucro?	7
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	7
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	6
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	7
Média Geral	7

Prezam um trabalho rápido e eficaz

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	7
Tem potencial para gerar lucro?	7
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	7
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	5
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	6
Média Geral	6

Prezam pelo marketing e design da marca

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	6
Tem potencial para gerar lucro?	7
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	9
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	2
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	7
Média Geral	6

Desejam um trabalho simples e fac. aplic

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	5
Tem potencial para gerar lucro?	6
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	6
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	6
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	7
Média Geral	6

Segmentação de cliente 5 - Luiza

Segmento 1

Buscam otimizar processos

Segmento 2

Querem inovar no mercado

Segmento 3

Esperam melhorias concretas

Segmento 4

Buscam ajuda na tomada de decisões

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

Buscam otimizar processos

1º

O público valoriza agilidade, praticidade e bom atendimento. O mercado busca processos mais rápidos e eficientes, desde o preparo dos produtos até o atendimento ao cliente.

Buscam ajuda na tomada de decisões

2º

O público busca melhorias reais em qualidade, atendimento e ambiente. Valorizam cafés bem preparados, cardápios atualizados e um espaço confortável.

Esperam melhorias concretas

3º

O público busca melhorias reais em qualidade, atendimento e ambiente. Valorizam cafés bem preparados, cardápios atualizados e um espaço confortável.

Querem inovar no mercado

4º

O público busca experiências novas e de qualidade, valorizando ambientes acolhedores e produtos diferenciados.

Buscam otimizar processos

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	10
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	3
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	8
Média Geral	8

Buscam ajuda na tomada de decisões

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	10
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	3
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	8
Média Geral	8

Esperam melhorias concretas

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	9
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	3
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	9
Média Geral	8

Querem inovar no mercado

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	10
Tem potencial para gerar lucro?	10
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	8
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	2
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	8
Média Geral	8

Persona



Àlvaro Almeida (Vinícius)

58 anos, Dono de Restaurante

Estado Civil: Casado

Renda Mensal (R\$): 25000,00

Escolaridade: Mestrado

Cidade: Sao Paulo

Àlvaro Almeida, 58 anos, é fundador da Estação Gourmet, recém pioneira em gastronomia gourmet em sua cidade. Após um sucesso inicial, busca uma consultoria de marketing para modernizar e maximizar a imagem do seu restaurante e fortalecer sua presença digital, atraindo um público-alvo mais certo.

"Sementem ut feceris, ita metes. (Colhes aquilo que semeias)"

Hábitos e comportamentos

Ele possui uma rotina intensa, equilibrando a gestão do negócio e a paixão pela gastronomia. Ele mantém o foco na qualidade dos pratos, supervisiona a equipe e ainda busca inovação em seu negócio. Apesar da carga de trabalho, valoriza momentos com a família, hobbies e cuida da saúde, lidando com o estresse de forma madura e estratégica.

#Focado
#Esforçado
#Objetivo
#Organizado
#Racional
#Prudente

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

Manhã

Àlvaro acorda cedo, por volta das 6h. Começa o dia revisando as reservas e o cardápio, além de checar o estoque e as entregas previstas. Ele costuma ter uma refeição leve e, se possível, dedica um tempo para um exercício físico ou uma caminhada, preparando-se mentalmente para o dia intenso.

Tarde

Ao chegar ao restaurante, supervisiona a cozinha, garantindo que tudo esteja no padrão de qualidade esperado. Interage com a equipe, oferecendo orientações e ajustando o cardápio, se necessário. Durante o almoço, faz uma pausa rápida para uma refeição, muitas vezes optando por algo leve. Em seguida, resolve questões administrativas e de marketing.

Noite

À noite, o foco está no atendimento aos clientes. Ele acompanha o serviço, interage com os clientes e ajusta o ambiente para garantir uma experiência única. Após o fechamento, revisa o desempenho do dia, faz ajustes e planeja o próximo. Antes de dormir, aproveita momentos de lazer com a família ou relaxa para descansar.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Atingir mais pessoas pelas redes
- Se consolidar em tecnologia
- Ter mais contato com o público-alvo

Desafios

- Pouca experiência em tecnologia
- Manter a qualidade impecável
- Necessidade de inovação constante

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Será que essa consultoria me fará tomar as decisões corretas para garantir o crescimento do negócio? Como eles vão aumentar a inovação sem perder a identidade do meu restaurante? Com a pressão diária da minha operação, será que eles vão realmente conseguir me ajudar?

Aborrecimentos que devem ser evitados

Negligenciar o feedback do nosso cliente e da equipe, pois isso impacta diretamente a qualidade e a experiência. Não comprometer a qualidade dos nossos serviços para reduzir custos ou priorizar apenas o lucro. Parar a dedicação ao treinamento contínuo da nossa equipe e o cuidado com o negócio do cliente.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Quero ver que o meu restaurante começou a crescer com as redes. Que com o serviço deles, meu restaurante tem mais controle de quem atinge. Quero saber constantemente do crescimento do meu restaurante. Desejo que ao ver as redes sociais do meu restaurante, tudo esteja conforme imagino e sirva para nosso crescimento. Almejo ver um trabalho comprometido e que seja valioso pra mim



Helena Bianchi Rossi (Vitória)

47 anos, Arquiteta de Interiores

Estado Civil: Divorciado

Renda Mensal (R\$): 9093.95

Escolaridade: Pós-Graduação

Cidade: São Paulo

Helena Rossi, 47 anos, nascida na Itália e criada em São Caetano, com bacharelado e pós-graduação em arquitetura e design de interiores. Fundadora do Studio BellaStruttura. Busca uma consultoria de posicionamento de marca para consolidar-se no mercado competitivo de São Caetano.

"Chi va piano, va sano e va lontano. (Quem vai devagar, vai saudável e vai longe.)"

Hábitos e comportamentos

Helena possui uma rotina baseada num trabalho intenso, equilibrada com sua vida agitada e movimentada. Ela gosta de surpreender seus clientes em todos os aspectos, mantendo sempre uma ótima relação com todos. Trabalha das 9h às 17h, e em todo tempo livre que tem gosta de sair, visitar novos lugares, ir ao seu restaurante favorito, adquirir conhecimento e conhecer novas pessoas.

#Criativa
#Extrovertida
#Animada
#Focada
#Organizada
#Proativa

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

Pela manhã, acorda e pratica seus exercícios matinais, faz seu desjejum, toma banho e organiza os afazeres que terá durante o resto do dia, tanto em casa quanto no trabalho. Dirige-se até seu Studio no centro da cidade e trabalha até seu almoço às 12h.

 Tarde

À tarde, ela participa em reuniões com seus clientes e planeja com cuidado os projetos que terá de realizar. Também visita aqueles que, durante o dia, precisarão de sua ajuda. No final da tarde ela se organiza e vai para casa.

 Noite

Durante a noite completa seu longo dia de trabalho, prepara o jantar (ou sai à restaurantes), lê algum livro e se deita para começar o dia seguinte.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Consolidará sua posição
- Avançará em seu sonho de ter uma marca
- Ganho de clientes
- Atração de investidores

Desafios

- Pouca experiência no mercado
- Encontrar um público-alvo correto
- Concorrência ativa e alta
-

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Será que esse serviço vai posicionar minha marca de forma relevante na cidade? Será que será mais fácil de encontrarem a minha empresa? Será que me ajudarão a encontrar novos investidores?

Aborrecimentos que devem ser evitados

Desapontá-la em relação ao que ela deseja e espera através da nossa empresa, não subestimar a capacidade de movimento do mercado, não procrastinar os resultados que ela necessita, não desconsiderar seu feedback.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Quero que a minha empresa seja reconhecida na cidade; desejo que a minha marca seja fácil de encontrar; que reconheçam meu trabalho duro; que eu cresça financeiramente e que minha empresa se expanda para novos lugares.



Raul Sanches Gonzaga (Samuel)

44 anos, Preparador Físico de Atletas

Estado Civil: Casado

Renda Mensal (R\$): 3000,00

Escolaridade: Ensino Superior

Cidade: Sao Paulo

Raul Sanchez, 44 anos. Nasceu em Santo André e desde sua infância já apresentava interesse em esportes e como seus jogadores preferidos de futebol se preparavam para jogar. Possui Graduação em Fisiologia do Exercício e um curso adicional de fisioterapia. Sua microempresa atua com 2 funcionários e reside no centro comercial de São Paulo.

""Mens sana in corpore sano" (Mente sã, corpo sã)""

Hábitos e comportamentos

Raul é uma pessoa simples, gosta de aproveitar o tempo quando não está trabalhando para passar tempo com sua esposa e andar de bicicleta com seu filho Júnior de 13 anos.

#Extrovertido
#Organizado

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

Manhã

Raul acorda às 5h, faz sua corrida matinal, toma seu banho, prepara seu café da manhã reforçado e se dirige até estúdio em SP onde o prepara seus alunos.

Tarde

Na hora do almoço vai até seu restaurante italiano preferido e o resto da tarde passa instruindo seus alunos.

Noite

Por volta das 20h ele encerra seu expediente e volta para casa e descansa com sua família após um longo dia cansativo.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Ter sua marca reconhecida nacionalmente
- Propor um futuro digno para seu filho
-

Desafios

- Medo de seus alunos não atingirem o que desejam
- Não proporcionar um futuro digno para sua família
- Atletas exigirem profissionais mais especializados

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Será que essa empresa conseguirá tornar minha marca conhecida e consequentemente me trazer mais alunos?

Aborrecimentos que devem ser evitados

Desconsiderar sua opinião sobre o design e branding de sua marca

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Entrar em suas redes sociais e perceber que nosso trabalho é eficaz



Anderson Martins (Rebeca)

43 anos, Pintor

Estado Civil: Casado

Renda Mensal (R\$): 15000,00

Escolaridade: Ensino Médio

Cidade: S Paulo

Anderson Martins nasceu em Ribeirão Pires numa família com 5 irmãos. Na infância ele passou muitas dificuldades e precisou largar a escola. Por não ouvir seu pai, vai ele não fez faculdade e começou a trabalhar aos 14 anos. Hoje, aos 43 Anderson tem 2 filhos e está no 2 casamento e faz de tudo para dar o melhor a sua família.

"Nosce te ipsum
(Conhece-te a ti mesmo.)"

Hábitos e comportamentos

Anderson costuma acordar cedo, tomar seu café e ir trabalhar. Quando chega em casa, come com a família e passam tempo juntos antes de irem descansar. Aos finais de semana ele aproveita o tempo com a família fazendo almoços ou jantares diferentes e vai à igreja.

#Racional
#Atencioso
#Observador
#Justo

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

Manhã

Acorda cerca de 6:30, toma café, se arruma para trabalhar, às vezes dá carona para sua filha até a escola e vai para o trabalho.

Tarde

Neste horário ele costuma dar uma pausa para almoçar e volta as atividades. No trabalho ele pinta peças, paredes, entre outras coisas.

Noite

Ao chegar do serviço, Anderson toma café da tarde, toma banho e passa um tempo com a esposa assistindo tv antes de ir dormir.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Otimização de processos
- Segurança
- Suporte especializado
- Inovação tecnológica

Desafios

- Resistente a mudança
- Dependência externa
- Integração de sistemas
-

Reflexões

Dúvidas ou objeções

- Consultoria de TI serve para minha empresa?
- A consultoria substitui uma equipe de TI?
- O investimento vale a pena?
- A consultoria de TI vai mudar todos os meus sistemas?

Aborrecimentos que devem ser evitados

- Nunca devemos oferecer soluções quaisquer
- Nunca devemos ignorar a cultura da empresa
- Nunca devemos prometer resultados que não conseguimos entregar
- Nunca devemos focar apenas na tecnologia e esquecer as pessoas
- Nunca devemos desaparecer após a realização da consultoria

Experiência ideal e como o negócio ajuda

O que eu espero é um atendimento próximo e transparente, com alguém que entenda minha rotina e as necessidades reais do meu trabalho. Quero soluções que me ajudem a organizar melhor meus serviços, como um site onde eu possa fazer orçamentos de forma rápida e simples, além de ferramentas que agilizem meus processos e facilitem o contato com os clientes. Também valorizo ter suporte



Angelina Cunha Lima (Luiza)

40 anos, Dona de cafeterias

Estado Civil: Casado

Renda Mensal (R\$): 40000,00

Escolaridade: Ensino Médio

Cidade: Sao Paulo

Abriu sua primeira cafeteria com a proposta de oferecer cafés especiais e um ambiente aconchegante para o cliente. Com o crescimento do seu negócio, expandiu mais uma unidade, mas agora enfrenta desafios na gestão, no controle financeiro e em padronizar o atendimento. Ela quer ajuda para controlar melhor essas situações e tornar a sua marca mais reconhecida no mercado.

"Quero expandir meu negócio mantendo a qualidade e a experiência que conquistaram meus clientes."

Hábitos e comportamentos

Rotina Agitada e Multifuncional
Foco na Experiência do Cliente
Alta Exigência com Padrões de Qualidade
Busca Constante por Aprendizado

#Extrovertida
#Alegre
#Inteligente
#Comunicativa

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

Angelina começa o dia tomando seu café e gosta de ler um pouco sobre negócios. Ela visita sua cafeteria principal para conferir o andamento, conversa com a equipe, acompanha o atendimento e realiza reuniões com fornecedores ou gestores.

 Tarde

Após ter almoçado, trabalha no planejamento estratégico, tenta acompanhar campanhas de marketing e visita sua outra unidade para garantir a padronização. Também revisa finanças e busca formas de otimizar custos e aumentar a renda.

 Noite

Ela interage com seus clientes e atualiza redes sociais. Depois, dedica um tempo para família, seu descanso e aprendizado, estudando novas tendências ou planejando o próximo dia.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Espera expandir novas unidades
- Ganhar confiança dos clientes
- Ser o diferencial no mercado
-

Desafios

- Problemas financeiros
- Funcionários pouco eficientes
- Clientes insatisfeitos
- Falta de planejamento com a gestão e finanças

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Como posso reduzir custos operacionais sem comprometer a qualidade?

A consultoria pode me ajudar a padronizar os processos sem perder a essência do negócio?

Aborrecimentos que devem ser evitados

Ignorar a importância do treinamento da equipe e da experiência do cliente.

Deixar de inovar e acompanhar as tendências do setor de cafeterias.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Garantir que todas as unidades ofereçam a mesma qualidade e experiência ao cliente.

Criar uma marca forte e reconhecida no mercado, fidelizando clientes e expandindo a rede com segurança.

Jornada do Cliente

Persona do Negócio



Àlvaro Almeida (Vinícius)

58 anos, Dono de Restaurante




Àlvaro Almeida, 58 anos, é fundador da Estação Gourmet, recém pioneira em gastronomia gourmet em sua cidade. Após um sucesso inicial, busca uma consultoria de marketing para modernizar e maximizar a imagem do seu restaurante e fortalecer sua presença digital, atraindo um público-alvo mais certo.




Ganhos

- Atingir mais pessoas pelas redes
- Se consolidar em tecnologia
- Ter mais contato com o público-alvo




Desafios

- Pouca experiência em tecnologia
- Manter a qualidade impecável
- Necessidade de inovação constante

Antes					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Identificar soluções para modernizar seu restaurante	Pesquisar sobre marketing digital para restaurantes, ler artigos, assistir vídeos e buscar recomendações de conhecidos do setor.	Redes sociais, blogs especializados, eventos do setor, indicações de parceiros.	 Neutro	Criar conteúdos educativos sobre marketing digital para restaurantes, fortalecer a pesquisa pela internet para facilitar a busca pela Everest e investir em parcerias estratégicas.
Consideração	Comparar empresas que oferecem soluções para marketing	Analisar cases de sucesso, conferir depoimentos, solicitar propostas e avaliar custo-benefício.	Site institucional, landing pages, redes sociais e materiais explicativos da Everest.	 Neutro	Disponibilizar materiais detalhados, oferecer um diagnóstico gratuito, apresentar estudos de caso e fornecer uma proposta personalizada.
Decisão	Escolher a empresa que oferecerá a melhor solução para ele	Agendar reunião, tirar dúvidas sobre serviços, negociar valores e alinhar expectativas.	Contato direto com especialistas da Everest (WhatsApp, e-mail, reuniões presenciais/online).	 Entusiasmado	Demonstrar expertise em marketing, apresentar um plano inicial de ação e oferecer suporte próximo na implementação dos serviços.

Durante					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Formalizar a contratação da Everest e realizar o pagamento	Assinar contrato, escolher a forma de pagamento e confirmar o investimento.	E-mail, WhatsApp, proposta comercial, plataforma de pagamento, suporte financeiro da Everest.	 Satisfeito	Oferecer um processo de contratação simples e transparente, disponibilizar opções de pagamento flexíveis e garantir um atendimento ágil para esclarecer dúvidas.
Entrega	Acompanhar a implementação dos serviços contratados	Receber cronograma de execução, alinhar expectativas com a equipe da Everest e acompanhar os primeiros passos da estratégia.	Reuniões de onboarding, painéis de acompanhamento, relatórios iniciais, contato direto com o gerente	 Entusiasmado	Garantir comunicação clara sobre prazos e entregas, oferecer um suporte próximo na fase inicial e demonstrar valor rapidamente com primeiros resultados tangíveis.
Uso	Avaliar os impactos da estratégia digital no restaurante	Monitorar resultados, acompanhar métricas de engajamento, fornecer feedback e ajustar estratégias conforme necessário.	Relatórios periódicos, reuniões estratégicas, dashboards de análise de desempenho, suporte contínuo	 Neutro	Oferecer acompanhamento contínuo, sugerir otimizações constantes, educar o cliente sobre análise de métricas e demonstrar impacto positivo através de cases de sucesso.

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Verificar a eficácia dos serviços, avaliar a experiência	Analisar relatórios de desempenho, comparar resultados com expectativas, entrar em contato para dúvidas ou ajustes.	Relatórios de performance, reuniões de acompanhamento, equipe de suporte, canais de atendimento	 Satisfeito	Oferecer suporte proativo, antecipar possíveis dúvidas, reforçar os impactos positivos e demonstrar melhorias contínuas para garantir a satisfação do cliente.
Suporte, troca e devolução	Ajustar estratégias ou solicitar revisão de serviços	Comunicar insatisfações, negociar mudanças na abordagem, revisar contrato se necessário.	Gerente de conta, suporte ao cliente, reuniões estratégicas, canais de atendimento.	 Neutro	Oferecer flexibilidade para ajustes, manter um canal aberto para negociações, garantir uma comunicação empática e ágil para reverter insatisfações e recuperar a confiança do cliente.
Lealdade e advocacia	Tornar-se um cliente fiel da Everest e recomenda os serviços	Continuar contratando os serviços, renovar contrato, indicar a Everest para sua rede de contatos.	Programas de fidelização, pesquisas de satisfação, cases de sucesso, eventos exclusivos, comunicação	 Satisfeito	Criar programas de fidelidade e descontos para clientes recorrentes, incentivar indicações, compartilhar cases de sucesso do cliente nas redes sociais e garantir um relacionamento próximo e duradouro.

Persona do Negócio



Anderson Martins (Rebeca)

43 anos, Pintor




Anderson Martins nasceu em Ribeirão Pires numa família com 5 irmãos. Na infância ele passou muitas dificuldades e precisou largar a escola. Por não ouvir seu pai, vai ele não fez faculdade e começou a trabalhar aos 14 anos. Hoje, aos 43 Anderson tem 2 filhos e está no 2 casamento e faz de tudo para dar o melhor a sua família.



Ganhos

Otimização de processos
Segurança
Suporte especializado
Inovação tecnológica




Desafios

Resistente a mudança
Dependência externa
Integração de sistemas

Antes					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Melhorar sua organização e agilizar o atendimento ao cliente	Conversa com colegas de profissão, pesquisa na internet e redes sociais por formas de melhorar sua gestão.	Posts em redes sociais, boca a boca com outros profissionais, site da empresa ou consultor.	 Insatisfeito	Mostrar conteúdo simples e direto sobre como a TI pode ajudar negócios como o dele. Criar posts com exemplos reais, mostrar como um site agiliza seus orçamentos. Oferecer diagnóstico gratuito ou conversa inicial sem compromisso.
Consideração	Avaliar se a consultoria de TI é adequada para o negócio.	Pesquisa por serviços de consultoria, assiste vídeos explicativos, compara opções e busca opiniões de outros empreendedores.	Site da consultoria, redes sociais, YouTube, depoimentos de clientes, atendimento via WhatsApp.	 Neutro	Mostrar depoimentos de clientes semelhantes, criar vídeos curtos mostrando antes e depois de processos com tecnologia. Oferecer um exemplo de solução já aplicada em outro negócio pequeno.
Decisão	Escolher e contratar a consultoria	Entra em contato com a consultoria, tira dúvidas, avalia a proposta e decide fechar o serviço.	WhatsApp, ligação, proposta comercial, reunião online ou presencial.	 Satisfeito	Apresentar uma proposta personalizada com visual simples, reforçar os benefícios práticos como um site de orçamentos, destacar o suporte oferecido e evitar termos técnicos.

Durante					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Finalizar a contratação com segurança	Analisa a proposta, tira dúvidas com o consultor e fecha o contrato pelo canal mais prático para ele.	WhatsApp, e-mail, reunião presencial ou online, proposta em PDF.	 Satisfeito	Simplificar a proposta, usar linguagem acessível, oferecer formas de pagamento facilitadas e deixar claros os próximos passos.
Entrega	Receber o serviço	Participa de reuniões rápidas, aprova etapas e acompanha a entrega das soluções.	WhatsApp, reuniões online ou presenciais, e-mails com atualizações, suporte técnico.	 Entusiasmado	Manter comunicação clara e frequente, apresentar entregas parciais para feedback e mostrar os avanços com linguagem visual simples.
Uso	Usar as soluções e perceber melhorias	Utiliza o site para criar orçamentos, responde clientes mais rápido, testa os novos processos de organização.	Manual rápido ou tutorial, suporte técnico, contato direto com a consultoria.	 Satisfeito	Oferecer suporte contínuo, vídeos tutoriais simples, canal direto para dúvidas e possíveis melhorias.

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Avaliar os serviços de T.I.	Analisa os resultados obtidos, compara com o que foi prometido, responde pesquisas de satisfação e dá feedbacks em reuniões pós-projeto.	Pesquisa de satisfação, e-mail com questionário, reunião de follow-up, WhatsApp.	 Satisfeito	Apresentar relatórios simples com indicadores de sucesso, pedir feedbacks de forma personalizada, mostrar comparativos de antes e depois.
Suporte, troca e devolução	Resolver dúvidas ou problemas técnicos	Relata problemas via WhatsApp ou e-mail, tenta resolver sozinho com materiais de apoio, busca explicações ou ajustes nos sistemas entregues.	Canal de suporte técnico via WhatsApp, e-mail, sistema de chamados, contato com a consultora.	 Satisfeito	Criar canal exclusivo de suporte, oferecer garantia de acompanhamento por 45 dias, manter comunicação clara.
Lealdade e advocacia	Transformar o cliente em um defensor da marca	Indica para outros empresários, volta a contratar para novos projetos, comenta positivamente em redes sociais ou grupos de networking.	WhatsApp, e-mail marketing, eventos, pós-venda ativo.	 Entusiasmado	Criar programa de indicações, enviar conteúdo relevante sobre tecnologia, fazer ações de pós-venda personalizadas.



Angelina Cunha Lima (Luiza)

40 anos, Dona de cafeterias




Abriu sua primeira cafeteria com a proposta de oferecer cafés especiais e um ambiente aconchegante para o cliente. Com o crescimento do seu negócio, expandiu mais uma unidade, mas agora enfrenta desafios na gestão, no controle financeiro e em padronizar o atendimento. Ela quer ajuda para controlar melhor essas situações e tornar a sua marca mais reconhecida no mercado.

Ganhos




- Espera expandir novas unidades
- Ganhar confiança dos clientes
- Ser o diferencial no mercado

Desafios




- Problemas financeiros
- Funcionários pouco eficientes
- Cientes insatisfeitos
- Falta de planejamento com a gestão e finanças

Antes					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Buscar soluções para expandir seu negócio com excelência	Busca informações online, compara soluções e lê conteúdos sobre planejamento estratégico e gestão.	Redes sociais, anúncios patrocinados e indicação de conhecidos.	 Neutro	Produzir posts, vídeos e materiais voltados para as dores e dúvidas iniciais da Angelina, com linguagem acessível e inspiradora.
Consideração	Avaliar e comparar as opções disponíveis no mercado	Analisa propostas, compara empresas, busca depoimentos, participa de eventos e avalia custo-benefício.	Sites, vídeos explicativos, redes sociais, atendimento por WhatsApp e-mails com propostas	 Neutro	Criar tabelas ou conteúdos que mostrem os diferenciais da Everest à concorrência (ex: qualidade, personalização, suporte).
Decisão	Escolher a empresa/parceira ideal que ofereça confiança	Avalia propostas finais, entra em contato com a empresa, tira dúvidas, analisa garantias e fecha o contrato.	WhatsApp ou telefone, reuniões online, proposta comercial, redes sociais, e-mail	 Entusiasmado	A Everest pode entregar um documento direto ao ponto, com soluções adaptadas à realidade da Angelina, com cronograma e resultados esperados.

Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Finalizar a contratação do serviço e efetuar o pagamento	Analisa formas de pagamento, tira dúvidas sobre o contrato, realiza o pagamento, aguarda confirmação da contratação.	WhatsApp, e-mail, site, plataformas de pagamento, atendimento direto.	 Satisfeito	Oferecer múltiplas formas de pagamento: Cartão de crédito, PIX, boleto e possibilidade de parcelamento, para atender diferentes perfis financeiros.
Entrega	Receber o serviço contratado com qualidade, dentro do prazo	Acompanha a entrega do serviço, participa de reuniões ou atividades, avalia a execução do que foi prometido.	Consultores da Everest, e-mails com atualizações, reuniões online, relatórios	 Satisfeito	Comunicação constante e proativa: Enviar atualizações frequentes sobre o andamento do serviço, evitando que Angelina precise pedir por informações.
Uso	Aplicar o que foi entregue pela empresa	Coloca em prática os planos, estratégias ou orientações, tira dúvidas, ajusta processos, mede resultados.	Consultor responsável, canais de suporte (e-mail, WhatsApp), materiais de apoio, reuniões	 Entusiasmado	Oferecer suporte ativo enquanto Angelina aplica as soluções, com orientações práticas e acompanhamento real.

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Refletir sobre os resultados obtidos e avaliar a qualidade	Analisa o impacto gerado, compara expectativas com resultados, responde pesquisas de satisfação, dá feedback.	E-mail, WhatsApp, formulários de pesquisa, reunião de encerramento, redes sociais.	 Satisfeito	Agradecer de forma personalizada pela confiança e parceria durante todo o processo.
Suporte, troca e devolução	Receber atendimento eficiente e acolhedor em caso de dúvidas	Entra em contato com a empresa, explica a situação, solicita suporte, reembolso, revisão ou troca do serviço contratado.	WhatsApp, e-mail, telefone, atendimento pelo site, consultor responsável.	 Satisfeito	Garantir que Angelina seja atendida por pessoas empáticas, bem preparadas e com foco em resolver o problema.
Lealdade e advocacia	Manter o relacionamento com a empresa, contratar serviços	Continua consumindo conteúdos da marca, compartilha a experiência, indica a empresa, participa de novos projetos, torna-se fã da marca.	E-mails de relacionamento, redes sociais, programas de indicação, eventos da marca, consultores.	 Entusiasmado	Enviar conteúdos personalizados, mensagens em datas importantes, convites para eventos e novidades.



Raul Sanches Gonzaga (Samuel)

44 anos, Preparador Físico de Atletas

Raul Sanchez, 44 anos. Nasceu em Santo André e desde sua infância já apresentava interesse em esportes e como seus jogadores preferidos de futebol se preparavam para jogar. Possui Graduação em Fisiologia do Exercício e um curso adicional de fisioterapia. Sua microempresa atua com 2 funcionários e reside no centro comercial de São Paulo.



Ganhos

Ter sua marca reconhecida nacionalmente
Propor um futuro digno para seu filho




Desafios

Medo de seus alunos não atingirem o que desejam
Não proporcionar um futuro digno para sua família
Atletas exigirem profissionais mais especializados




Antes

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Consideração	Comparação entre empresas	Após procurar outras empresas para resolver seu problemas, e sem sucesso, impulsionado por seus amigos e familiares a não desistir entra em contato com a Everest	Mídias sociais e sites de avaliação	 Neutro	Devemos demonstrar que trabalhamos com seriedade e que estamos preparados para ajudar.
Decisão	Agendar sua audiência com nossa empresa	Ele entra em contato com nossa empresa e agenda um dia para ir até nossa empresa e ter uma audiência com nossos colaboradores.	Whatsapp, e-mail e telefone	 Entusiasmado	Devemos demonstrar profissionalismo e que estamos comprometidos a resolver seu problema

Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Finalizar a contratação do serviço e realizar o pagamento	Após analisar qual proposta seria melhor para seu negócio é realizado um contrato.	Pessoalmente na sede da empresa	 Satisfeito	Devemos ter respeito, responsabilidade em nosso serviço
Entrega	Cumprimento das sugestões	Após decidir o que será realizado em sua empresa ele segue todas as recomendações da empresa a risca	Wathsapp, e-mail, telefone e reuniões física/online.	 Satisfeito	Oferecer ideias e sugestões eficazes e viáveis para ele
Uso	Utilização de nossos serviços	Após começar a utilizar nossa consultoria, ele observa que aos poucos seu negócio começa conseguir mais visibilidade.	Midias sociais e anúncios online	 Satisfeito	Devemos estar cientes de seus problemas e a todo instante procurando novas formas de resolve-los

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Avaliar os serviços recebidos	Após utilizar nossos serviços e notar resultados gratificantes ele avalia e elogia nossa empresa em sites avaliadores	Internet e sites	 Satisfeito	Devemos mostrar que estamos felizes e satisfeitos pelo seu sucesso
Suporte, troca e devolução	Realizar um feedback sobre a consultoria	Relatar o que não concordou, o que poderia ter sido melhor executado, e suas observações em relação aos nossos serviços	Reuniões e conferências online	 Neutro	Ouvir tudo o que o cliente tem para falar, para dessa forma melhorarmos nossos atendimentos futuros
Lealdade e advocacia	Fidelização do cliente	Indica nossos serviços para amigos e colegas de profissão e volta a contratar nossa empresa para outros futuros problemas que possa vir a ter.	Pessoalmente	 Entusiasmado	Oferecer o melhor serviço possível ao nosso cliente, com base em recomendações e outras consultorias.



Helena Bianchi Rossi (Vitória)

47 anos, Arquiteta de Interiores

Helena Rossi, 47 anos, nascida na Itália e crescida em São Caetano, com bacharelado e pós-graduação em arquitetura e design de interiores. Fundadora do Studio BellaStruttura. Busca uma consultoria de posicionamento de marca para consolidar-se no mercado competitivo de São Caetano.

Ganhos

Consolidará sua posição

Avançará em seu sonho de ter uma marca

Ganho de clientes

Atração de investidores

Desafios

Pouca experiência no mercado




Encontrar um público-alvo correto

Concorrência ativa e alta



Antes

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Entender como melhorar o posicionamento da sua marca.	Lê artigos relacionados, vê vídeos, procura sites de consultorias.	Sites, redes sociais e indicação de colegas.	 Entusiasmado	Presença ativa nas redes sociais.
Consideração	Analisa empresas que prestam serviços de consultoria.	Procura as considerações finais dadas por outros clientes, compara propostas e valore.	Site, e-mail, WhatsApp.	 Neutro	O site mostrar os feedbacks reais dados por clientes anteriores
Decisão	Contratar a empresa que melhor se adequa no que ela deseja.	Tira dúvidas com a empresa, marca reuniões decisivas e discute os preços.	Reunião on-line ou presencial, Whatsapp e e-mail.	 Entusiasmado	Proposta objetiva e serviço claro.

Durante

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Efetuar a compra e garantir o pagamento de forma segura.	Escolhe a consultoria que deseja na empresa e realiza o pagamento.	Site da empresa, Whatsapp, contrato.	 Satisfeito	Garantir uma experiência de compra rápida e segura, e mandar confirmação do pagamento logo após ele ser realizado.
Entrega	Receber as entregas conforme o combinado.	Fornecer feedbacks conforme o que foi entregue até o momento e participa de reuniões para ter certeza que tudo está correto.	Reuniões, e-mails, documentos.	 Entusiasmado	Ser flexível com ajustes conforme o feedback do cliente.
Uso	Aplicar as orientações e implementar as mudanças.	Implementa as ações sugeridas, coloca as recomendações em prática e monitora resultados.	Encontros de revisão, troca de mensagens com a consultoria, acesso a materiais de apoio.	 Entusiasmado	Suporte contínuo por parte da empresa, para qualquer problema ou dúvida que surja.

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Avaliação	Entender se o novo posicionamento trouxe resultados melhores	Rever o que foi entregue, avaliar se a empresa realmente melhorou o posicionamento de sua marca, tirar dúvidas e sugerir mudanças.	Apresentações finais, suporte da consultoria e canais de contato direto com a empresa.	 Satisfeito	Oferecer recomendações práticas para os próximos passos.
Suporte, troca e devolução	Receber apoio em caso de insatisfação.	Entrar em contato com a consultoria, solicitando ajustes e explicar o que não atendeu às expectativas.	Suporte direto com os funcionários da empresa e reuniões de ajuste.	 Neutro	Sempre responder rápido, com eficiência e clareza. E garantir que o cliente fique satisfeito com tudo.
Lealdade e advocacia	Manter um bom relacionamento com a consultoria e recomendar.	Indicar a consultoria para amigos, compartilhar a sua experiência e contratar serviços novamente no futuro.	Feedbacks, site, Whatsapp, e-mails e pesquisas de satisfação.	 Satisfeito	manter um relacionamento próximo e mesmo após o fim do projeto, incentivar feedbacks e valorizar os clientes fiéis.

Proposta de Valor

Persona do Negócio



Raul Sanchez Gonzaga (Samuel)

44 anos, Preparador Físico de Atletas

Raul Sanchez, 44 anos. Nasceu em Santo André e desde sua infância já apresentava interesse em esportes e como seus jogadores preferidos de futebol se preparavam para jogar. Possui Graduação em Fisiologia do Exercício e um curso adicional de fisioterapia. Sua microempresa atua com 2 funcionários e reside no centro comercial de São Paulo.

Ganhos

Ter sua marca reconhecida nacionalmente

Propor um futuro digno para seu filho

Desafios

Medo de seus alunos não atingirem o que desejam

Não proporcionar um futuro digno para sua família

Atletas exigirem profissionais mais especializados

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Design e Estética
- Durabilidade
- Digitalização
- Variedade

Benefícios Emocionais

Benefícios Sociais

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Design e Estética

Um serviço eficiente, moderno e que atraia clientes.

Durabilidade

Cores e modelos digitais que sejam atemporais.

Digitalização

Marketing digital, com maior possibilidade de alcance.

Variedade

Diversos modelos, dessa forma atrair diversos tipos de cliente

Entregas Essenciais

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Everest Consultorias

Ajuda

Buscam fortalecimento de marca, Buscam credibilidade, Buscam destaque de suas empresas

Que desejam

Design e Estética, Durabilidade, Digitalização, Variedade

Por meio de

Mídias sociais, Tecnologia e Internet

Diferentemente

Concorrência

Os nossos produtos ou serviços

São eficazes e atendem as expectativas de nossos clientes trazendo soluções modernas e inovadoras.



Angelina Cunha Lima (Luiza)

40 anos, Dona de cafeterias

Abriu sua primeira cafeteria com a proposta de oferecer cafés especiais e um ambiente aconchegante para o cliente. Com o crescimento do seu negócio, expandiu mais uma unidade, mas agora enfrenta desafios na gestão, no controle financeiro e em padronizar o atendimento. Ela quer ajuda para controlar melhor essas situações e tornar a sua marca mais reconhecida no mercado.

Ganhos

- Espera expandir novas unidades
- Ganhar confiança dos clientes
- Ser o diferencial no mercado

Desafios

- Problemas financeiros
- Funcionários pouco eficientes
- Clientes insatisfeitos
- Falta de planejamento com a gestão e finanças

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Aprendizado e autodesenvolvimento
- Variedade
- Simplicidade
- Segurança
- Rapidez
- Esforço reduzido
- Economia de dinheiro
- Durabilidade
- Conforto e conveniência
- Design e Estética
- Digitalização

Benefícios Emocionais

- Empoderamento
- Privacidade
- Realização Pessoal

Benefícios Sociais

- Exclusividade
- Personalização

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Aprendizado e autodesenvolvimento

acesso a conteúdos que fortalecem seu autodesenvolvimento

Variedade

personalizar tudo

Simplicidade

entregar conteúdos autoexplicativo

Segurança

conversar e deixar tudo "claro" para a Angelina sem duvidas

Rapidez

Entregar um bom trabalho no prazo e o quanto antes

Esforço reduzido

Deixar tudo especifico para Angelia não ter esforços

Economia de dinheiro

Prestar diversas formas de pagamento com valor acessível

Durabilidade

estratégias a longo prazo

Conforto e conveniência

Formas de Entrega dos Valores à Persona

serviço leve e amigavel

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Mostrar bom serviço esteticamente

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Deixar o conteúdo para acesso da Angelina

Formas de Entrega dos Valores à Pessoa

Personalizar de acordo com a necessidade da Angelina

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Escutar a necessidade de Angelina e fazer de acordo

Formas de Entrega dos Valores à Pessoa

Mostrar resultados

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Não divulgar e fazer conforme Angelina deseja

Realização Pessoal

Ter o resultado esperado entregue

Entregas Essenciais

- acesso a conteúdos que fortalecem seu autodesenvolvimento
 - personalizar tudo
 - entregar conteúdos autoexplicativo
 - conversar e deixar tudo "claro" para a Angelina sem duvidas
 - Entregar um bom trabalho no prazo e o quanto antes
 - Deixar tudo específico para Angelia não ter esforços
 - Prestar diversas formas de pagamento com valor acessível
 - estratégias a longo prazo
 - serviço leve e amigavel
 - Mostrar bom serviço esteticamente
 - Deixar o conteúdo para acesso da Angelina
 - Personalizar de acordo com a necessidade da Angelina
 - Escutar a necessidade de Angelina e fazer de acordo
 - Mostrar resultados
-
- Não divulgar e fazer conforme Angelina deseja
 - Ter o resultado esperado entregue

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Everest Consultorias

Ajuda

Buscam crescimento acelerado

Que desejam

Aprendizado e autodesenvolvimento, Variedade, Simplicidade, Segurança, Rapidez, Esforço reduzido, Economia de dinheiro, Durabilidade, Conforto e conveniência, Design e Estética, Digitalização, Exclusividade, Personalização, Empoderamento, Privacidade, Realização Pessoal

Por meio de

Por meio de análises detalhadas, planos de ação estratégicos e acompanhamento constante dos resultados.

Diferentemente

Os nossos produtos ou serviços incluem consultoria estratégica, planejamento de negócios, análise de mercado, desenvolvimento financeiro e soluções em gestão de pessoas.

Os nossos produtos ou serviços

Os nossos produtos ou serviços incluem consultoria estratégica, planejamento de negócios, análise de mercado, desenvolvimento financeiro e soluções em gestão de pessoas.



Anderson Martins (Rebeca)

43 anos, Pintor

Anderson Martins nasceu em Ribeirão Pires numa família com 5 irmãos. Na infância ele passou muitas dificuldades e precisou largar a escola. Por não ouvir seu pai, vai ele não fez faculdade e começou a trabalhar aos 14 anos. Hoje, aos 43 Anderson tem 2 filhos e está no 2 casamento e faz de tudo para dar o melhor a sua família.

Ganhos

Otimização de processos
Segurança
Suporte especializado
Inovação tecnológica

Desafios

Resistente a mudança
Dependência externa
Integração de sistemas

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Conforto e conveniência
- Digitalização
- Rapidez
- Esforço reduzido
- Segurança

Benefícios Emocionais

- Privacidade
- Empoderamento

Benefícios Sociais

- Exclusividade
- Personalização

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Conforto e conveniência

Controle online para orçamentos, serviços e pagamentos

Digitalização

Implementação de software de gestão

Rapidez

Plataforma que otimiza o planejamento de tarefas e o agendas

Esforço reduzido

Ferramentas de automação que simplificam tarefas e processos

Segurança

Sistemas seguros com criptografia e controle de acesso

Exclusividade

Projetos exclusivos de acordo com demanda dos clientes

Personalização

Atendimento personalizado

Privacidade

Políticas de proteção de dados com sistemas seguros

Empoderamento

Empoderamento

Controle em tempo real de processos e resultados

Entregas Essenciais

- Implementação de software de gestão
- Plataforma que otimiza o planejamento de tarefas e o agendas

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Everest Consultorias

Ajuda

Necessitam de novas tecnologias

Que desejam

Conforto e conveniência, Digitalização, Rapidez, Esforço reduzido, Segurança, Exclusividade, Personalização, Privacidade, Empoderamento

Por meio de

Com sistemas de gestão digital, automação de agendamentos e orçamentos, e ferramentas que aumentam a segurança dos dados, a Everest facilita o controle da operação, proporciona maior rapidez nos serviços e oferece conveniência aos clientes, como a possibilidade de solicitar orçamentos e realizar pagamentos online.

Diferentemente

Oferece planos personalizados, visualização de resultados para os clientes e capacitação para a equipe.

Os nossos produtos ou serviços

Consultoria Digital, Segurança, Suporte Técnico e Manutenção, Treinamento e Capacitação.



Helena Bianchi Rossi (Vitória)

47 anos, Arquiteta de Interiores

Helena Rossi, 47 anos, nascida na Itália e crescida em São Caetano, com bacharelado e pós-graduação em arquitetura e design de interiores. Fundadora do Studio BellaStruttura. Busca uma consultoria de posicionamento de marca para consolidar-se no mercado competitivo de São Caetano.

Ganhos

- Consolidará sua posição
- Avançará em seu sonho de ter uma marca
- Ganho de clientes
- Atração de investidores

Desafios

- Pouca experiência no mercado
- Encontrar um público-alvo correto
- Concorrência ativa e alta

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Design e Estética
- Durabilidade
- Rapidez
- Simplicidade

Benefícios Emocionais

- Realização Pessoal

Benefícios Sociais

- Exclusividade
- Status

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Design e Estética

Identidade visual alinhada com a marca.

Durabilidade

Posicionamento que dure por muito tempo.

Rapidez

Resultados claros e eficazes.

Simplicidade

Sem complicações, tudo sendo feito de forma prática.

Realização Pessoal

Confiança e segurança em relação a tudo que for entregue.

Exclusividade

Soluções e diferenciais pensados para cada cliente.

Status

Referência e destaque da marca no mercado.

Entregas Essenciais

- Identidade visual alinhada com a marca.
- Posicionamento que dure por muito tempo.
- Resultados claros e eficazes.
- Confiança e segurança em relação a tudo que for entregue.

Entregas Essenciais

- Referência e destaque da marca no mercado.

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Everest Consultorias

Ajuda

Buscam crescimento acelerado, Prezam por eficiência, Querem melhorar em processos, Necessitam de estratégias de crescimento, Desejam se diferenciar, Prezam pelo marketing e design da marca

Que desejam

Design e Estética, Durabilidade, Rapidez, Simplicidade, Realização Pessoal, Exclusividade, Status

Por meio de

Mentorias, análise da marca e do mercado e reposicionamento estratégico.

Diferentemente

Concorrência, se diferenciando de outras empresas que tenham um pensamento convencional, enquanto utilizamos da estratégia personalizada, visando sempre o melhor da identidade e valor da marca.

Os nossos produtos ou serviços

Consultoria personalizada para cada cliente, com um plano claro de posicionamento, um perfil do cliente ideal e dicas práticas para comunicar melhor a marca.

Persona do Negócio



Àlvaro Almeida (Vinícius)

58 anos, Dono de Restaurante

Àlvaro Almeida, 58 anos, é fundador da Estação Gourmet, recém pioneira em gastronomia gourmet em sua cidade. Após um sucesso inicial, busca uma consultoria de marketing para modernizar e maximizar a imagem do seu restaurante e fortalecer sua presença digital, atraindo um público-alvo mais certo.

Ganhos

- Atingir mais pessoas pelas redes
- Se consolidar em tecnologia
- Ter mais contato com o público-alvo

Desafios

- Pouca experiência em tecnologia
- Manter a qualidade impecável
- Necessidade de inovação constante

Benefícios Percebidos pela Persona

Benefícios Funcionais

- Design e Estética
- Digitalização
- Economia de dinheiro
- Simplicidade
- Variedade
- Esforço reduzido

Benefícios Emocionais

- Bem-estar
- Empoderamento
- Realização Pessoal

Benefícios Sociais

- Exclusividade
- Personalização
- Status

Outros Benefícios

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Design e Estética

Desenvolvimento de identidade visual refinada

Digitalização

Criação e otimização da sua presença digital.

Economia de dinheiro

Estratégia de marketing focada em canais orgânico

Simplicidade

Comunicação clara e objetiva no material promocional

Variedade

Sugestão de campanhas promocionais rotativas

Esforço reduzido

Implantação de automações de atendimento

Exclusividade

Programas de fidelidade VIP para clientes

Personalização

Estratégia de CRM para personalizar promoções

Status

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Posicionamento da marca como referência local

Formas de Entrega dos Valores à Persona

Divulgação dos valores nutricionais e ingredientes frescos

Formas de Entrega dos Valores à Pessoa

Envolvimento da comunidade em decisões (ex: enquetes)

Realização Pessoal

Campanhas que mostram a história de Álvaro como empreendedor

Entregas Essenciais

- Desenvolvimento de identidade visual refinada
- Criação e otimização da sua presença digital.

Declaração da Proposta de Valor

Nossa Empresa

Everest Consultorias

Ajuda

Buscam crescimento acelerado, Valorizam inovação, Desejam se diferenciar, Querem melhorar em processos

Que desejam

Design e Estética, Digitalização, Economia de dinheiro, Simplicidade, Variedade, Esforço reduzido, Exclusividade, Personalização, Status, Bem-estar, Empoderamento, Realização Pessoal

Por meio de

Consultoria estratégica em marketing digital, branding, posicionamento gourmet e ações de fidelização personalizadas

Diferentemente

Da concorrência, que adota abordagens genéricas e pouco alinhadas ao perfil gourmet e inovador de sua clientela.

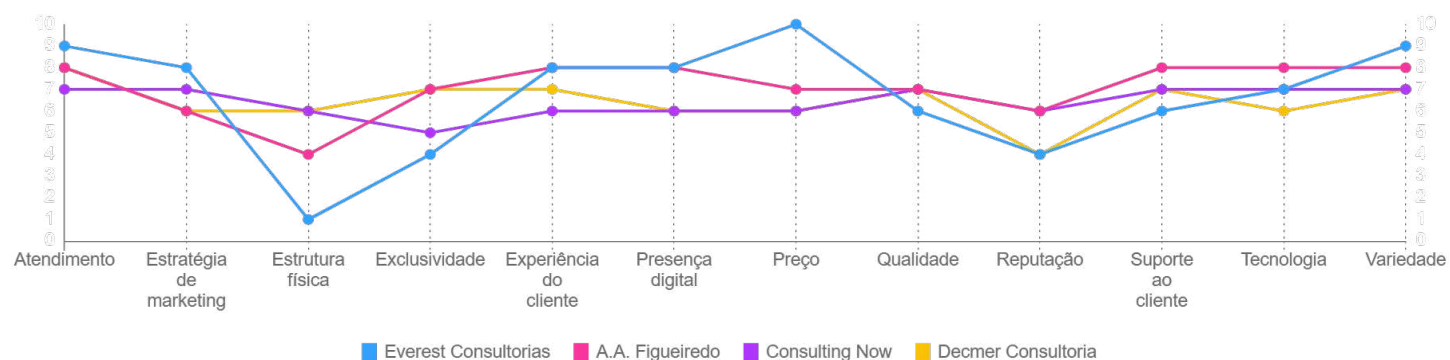
Os nossos produtos ou serviços

Serviços especializados em marketing para negócios gastronômicos de alto padrão, com foco em diferenciação e crescimento sustentável

Análise de Concorrência

Atributos Avaliados	Everest Consultorias	A.A. Figueiredo	Consulting Now	Decmer Consultoria
Atendimento	9	8	7	8
Estratégia de marketing	8	6	7	6
Estrutura física	1	4	6	6
Exclusividade	4	7	5	7
Experiência do cliente	8	8	6	7
Preço	10	7	6	6
Presença digital	8	8	6	6
Qualidade	6	7	7	7
Reputação	4	6	6	4
Suporte ao cliente	6	8	7	7
Tecnologia	7	8	7	6
Variedade	9	8	7	7
Média Geral	7	7	6	6

Avaliação das Pontuações



Altos e Baixos

Forças do negócio frente à concorrência

Atendimento, Estratégia de marketing, Experiência do cliente, Presença digital, Preço, Qualidade, Suporte ao cliente, Tecnologia e Variedade

Fraquezas do negócio frente à concorrência

Estrutura física, Exclusividade e Reputação

Destaque do Negócio

Atributo em que seu negócio mais se destaca

Preço

Forças e Fraquezas

Pessoas

Liderança visionária	
Capacidade de guiar o negócio em direção a uma visão clara e inspiradora.	
Classificação	
Força	Alto Impacto
sem justificativa	

Treinamento da equipe	
Oferta de capacitação para aprimorar as habilidades e conhecimentos do colaborador.	
Classificação	
Força	Alto Impacto
sem justificativa	

Clima de trabalho	
Ambiente psicológico, emocional e social onde há relações saudáveis, respeito mútuo e sensação de bem-estar.	
Classificação	
Força	Alto Impacto
sem justificativa	

Experiência empreendedora	
---------------------------	--

Conhecimentos e aprendizados que a pessoa traz para a gestão do negócio de vivências em outras empresas.

Classificação

Fraqueza

Alto Impacto

sem justificativa

Plano de carreira

Conjunto de metas e etapas de desenvolvimento oferecidas ao colaborador para que possa progredir na empresa.

Classificação

Fraqueza

Baixo Impacto

sem justificativa

Marketing

Preço competitivo

Valores definidos para produtos ou serviços alinhados com o mercado, atrativos para o cliente e que geram lucros.

Classificação

Força

Alto Impacto

sem justificativa

Linhas de produtos e serviços

Variedade de ofertas de itens disponibilizados por um negócio para atender às demandas do cliente.

Classificação

Força

Baixo Impacto

sem justificativa

Canais de venda

Meios pelos quais seus produtos ou serviços chegam aos clientes, por exemplo, lojas físicas, comércio eletrônico, revendedores.

Classificação

Força

Baixo Impacto

sem justificativa

Serviços ao cliente

Benefícios adicionais oferecidos para melhorar a experiência do cliente como garantias e suporte pós-venda.

Classificação

Força

Baixo Impacto

sem justificativa

Reputação e imagem

Percepção que clientes, parceiros e o público em geral têm do negócio.

Classificação

Fraqueza

Alto Impacto

sem justificativa

Participação de mercado

Parcela das vendas ou do volume de negócios que um negócio tem no seu setor ou segmento.

Classificação

Fraqueza

Alto Impacto

sem justificativa

Localização

Escolha estratégica do espaço físico onde o negócio está estabelecido.

Classificação

Fraqueza

Baixo Impacto

sem justificativa

Finanças

Estabilidade financeira

Capacidade de manter as finanças equilibradas ao longo do tempo.

Classificação

Força

Baixo Impacto

sem justificativa

Capital de giro disponível

Recursos financeiros para financiar as operações diárias, como pagamento de despesas, fornecedores e salários.

Classificação

Força

Baixo Impacto

sem justificativa

Controles financeiros

Ferramentas para analisar e gerenciar receitas, despesas, fluxo de caixa e outras métricas financeiras.

Classificação

Força

Baixo Impacto

sem justificativa

Capacidade de investimento

Disponibilidade de recursos financeiros para investir em expansão, melhorias e em novos produtos ou serviços.

Classificação

Fraqueza

Baixo Impacto

sem justificativa

Operação

Capacidade de atendimento

Habilidade em responder às demandas dos clientes de forma eficaz.

Classificação

Força

Baixo Impacto

sem justificativa

Controle de qualidade

Procedimentos para garantir que produtos ou serviços atendam aos padrões de qualidade estabelecidos.

Classificação

Força

Baixo Impacto

sem justificativa

Produtividade

Eficiência com que o negócio utiliza seus recursos para produzir ou vender bens ou serviços.

Classificação

Força

Alto Impacto

sem justificativa

Prazo de entrega

Período de tempo em que um negócio se compromete a entregar produtos ou serviços ao cliente.

Classificação

Força

Baixo Impacto

sem justificativa

Investimento em tecnologia

Alocação de recursos tecnológicos que melhoram a eficiência e a competitividade do negócio.

Classificação

Força

Baixo Impacto

sem justificativa

Instalações e equipamentos

Espaços físicos e aos recursos utilizados pelo negócio para executar suas atividades.

Classificação

Fraqueza

Baixo Impacto

sem justificativa

Nível de automação

Grau em que o negócio usa sistemas e tecnologia para automatizar seus processos.

Classificação

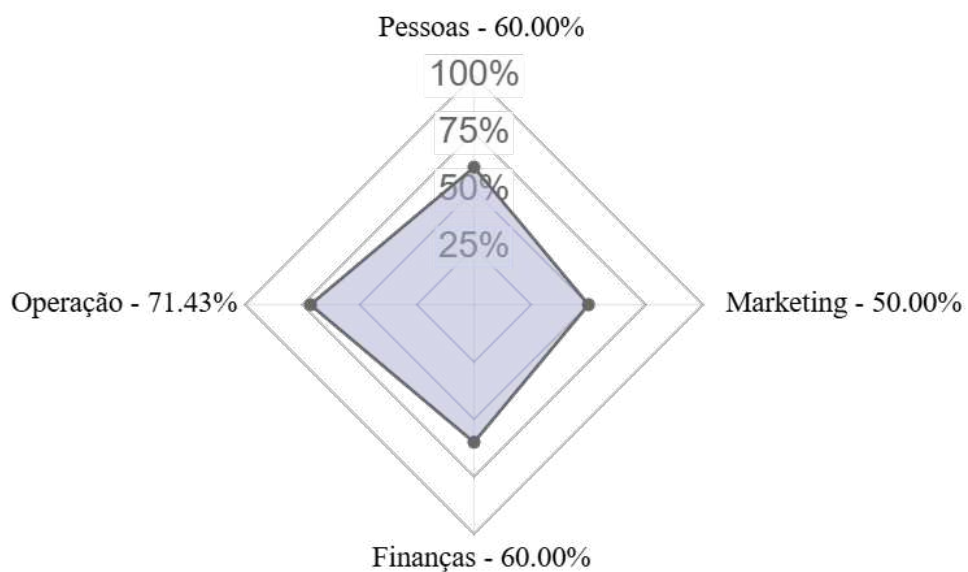
Fraqueza

Baixo Impacto

sem justificativa

Análise de Ambiente Interno

Dimensões



Matriz



Forças de alto impacto (5)

Liderança visionária

Treinamento da equipe

Clima de trabalho

Preço competitivo

Produtividade

Forças de baixo impacto (10)

Linhas de produtos e serviços

Canais de venda

Serviços ao cliente

Estabilidade financeira

Capital de giro disponível

Controles financeiros

Capacidade de atendimento

Controle de qualidade

Prazo de entrega

Investimento em tecnologia

Fraqueza de alto impacto (3)

Experiência empreendedora

Reputação e imagem

Participação de mercado

Fraquezas de baixo impacto (5)

Plano de carreira

Localização

Capacidade de investimento

Instalações e equipamentos

Nível de automação

Oportunidades e Ameaças

Político-Legal

Leis de proteção de dados	
Regulamentações que definem regras para coletar, armazenar e usar informações pessoais do cliente.	
Classificação	
Oportunidade	Alto Impacto
sem justificativa	

Leis ambientais	
Regulamentações que estabelecem diretrizes para proteger o meio ambiente e o uso sustentável dos recursos naturais.	
Classificação	
Oportunidade	Alto Impacto
sem justificativa	

Normas do setor	
Diretrizes e padrões estabelecidos para regulamentar a operação de um segmento de mercado.	
Classificação	
Oportunidade	Baixo Impacto
sem justificativa	

Leis de proteção do consumidor	
--------------------------------	--

Regulamentações que garantam os direitos e a segurança dos consumidores em transações comerciais.

Classificação

Oportunidade

Baixo Impacto

sem justificativa

Leis trabalhistas

Regulamentações que estabelecem os direitos e deveres de empregadores e empregados.

Classificação

Oportunidade

Baixo Impacto

sem justificativa

Econômico

Inflação

Aumento generalizado e contínuo dos preços de bens e serviços ao longo do tempo.

Classificação

Ameaça

Alto Impacto

sem justificativa

Crédito disponível

Capacidade de um pequeno negócio de acessar financiamento para investimentos, expansões ou outras necessidades financeiras.

Classificação

Ameaça

Alto Impacto

sem justificativa

Social

Pressões ambientais

Preocupações sobre questões ambientais, como mudanças climáticas, poluição e sustentabilidade.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

sem justificativa

Mudanças nas relações de trabalho

Transformações nas dinâmicas das interações entre empregadores e funcionários.

Classificação

Oportunidade

Baixo Impacto

sem justificativa

Diversidade e inclusão

Representatividade de diferentes grupos étnicos, culturais, de gênero, orientação sexual e habilidades.

Classificação

Oportunidade

Alto Impacto

sem justificativa

Tecnológico

Mudanças na internet

Evoluções e transformações nas tecnologias, plataformas e comportamentos online.

Classificação

Ameaça

Baixo Impacto

sem justificativa

Novos equipamentos

Tecnologias, máquinas ou ferramentas que melhoram a qualidade ou capacidade produtiva.

Classificação

Oportunidade

Baixo Impacto

sem justificativa

Investimento em pesquisa

Alocação de recursos para desenvolver novos conhecimentos, tecnologias ou soluções inovadoras.

Classificação

Oportunidade

Baixo Impacto

sem justificativa

Pessoas dispostas a adotar inovações

Indivíduos abertos a experimentar e adotar novas tecnologias e produtos.

Classificação

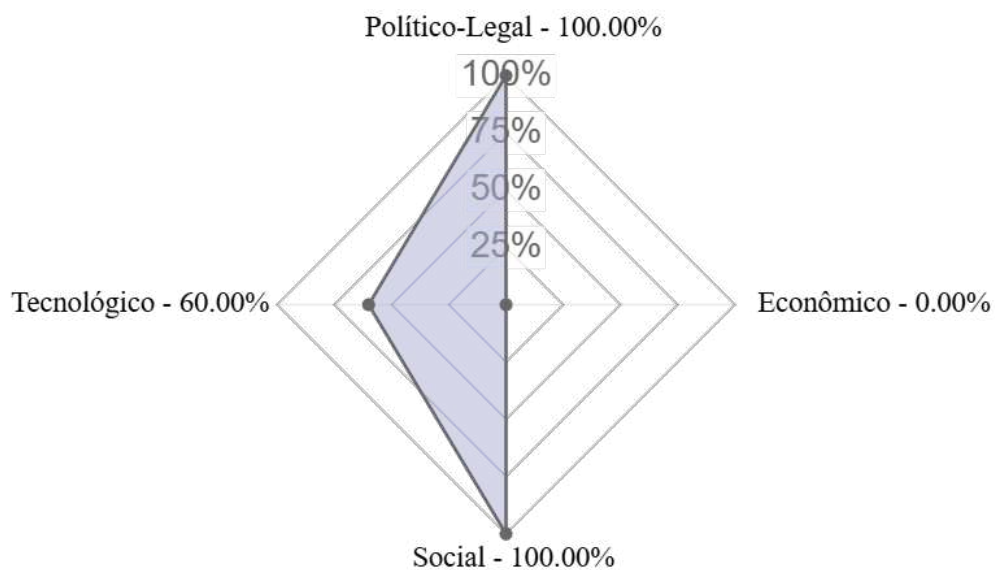
Oportunidade

Baixo Impacto

sem justificativa

Análise de Ambiente Interno

Dimensões



Matriz



Oportunidades de alto impacto (4)

Leis de proteção de dados

Leis ambientais

Pressões ambientais

Diversidade e inclusão

Oportunidades de baixo impacto (7)

Normas do setor

Leis de proteção do consumidor

Leis trabalhistas

Mudanças nas relações de trabalho

Novos equipamentos

Investimento em pesquisa

Pessoas dispostas a adotar inovações

Ameaças de alto impacto (2)

Inflação

Crédito disponível

Ameaças de baixo impacto (1)

Mudanças na internet

Análise Swot

Principais Fatores Positivos - Ajudam a alcançar os objetivos

Forças - Fatores Internos

Liderança visionária

Treinamento da equipe

Clima de trabalho

Preço competitivo

Produtividade

Oportunidades - Fatores Externos

Leis de proteção de dados

Leis ambientais

Pressões ambientais

Diversidade e inclusão

Principais Fatores Negativos - Atrapalham a alcançar os objetivos

Fraquezas - Fatores Internos

Experiência empreendedora

Reputação e imagem

Participação de mercado

Ameaças - Fatores Externos

Inflação

Crédito disponível

Tipos de Estratégia

Situação do negócio

Desenvolvimento



Estratégia de Desenvolvimento

Diagnóstico:

Há mais oportunidades e pontos fortes. Esse quadrante traz o cenário, mais positivo possível para uma estratégia de aprimoramento e expansão.

Medidas possíveis:

Nessa situação a empresa não deve “relaxar”, pelo contrário, deve planejar-se para aproveitar ao máximo as oportunidades e continuar desenvolvendo suas forças. Algumas alternativas são buscar novos mercados, clientes e tecnologias; diversificar as linhas de produtos e serviços e desenvolver parcerias para garantir a liderança do mercado.

Ações Estratégicas

Principais Fatores Positivos – Ajudam a alcançar os objetivos

Forças Priorizadas – Fatores Internos

Liderança visionária	
Capacidade de guiar o negócio em direção a uma visão clara e inspiradora.	
Classificação	
Força	Alto Impacto
sem justificativa	
Como potencializar o item	
Manter o ambiente de trabalho um espaço dinâmico, inspirador e livre para comunicação.	

Treinamento da equipe	
Oferta de capacitação para aprimorar as habilidades e conhecimentos do colaborador.	
Classificação	
Força	Alto Impacto
sem justificativa	
Como potencializar o item	
Disponibilizar datas e promover eventos de treinamento, capacitação e experiências aos funcionários.	

Preço competitivo	
Valores definidos para produtos ou serviços alinhados com o mercado, atrativos para o cliente e que geram lucros.	

Classificação	
Força	Alto Impacto
sem justificativa	
Como potencializar o item	
Manter o preço acessível para os clientes, garantindo uma margem em relação aos concorrentes.	

Oportunidades Priorizadas – Fatores Externos

Leis de proteção de dados	
Regulamentações que definem regras para coletar, armazenar e usar informações pessoais do cliente.	
Classificação	
Oportunidade	Alto Impacto
sem justificativa	
Como aproveitar o item	
Criptografar dados fornecidos pelos clientes por meio dos nossos canais de venda.	

Leis ambientais	
Regulamentações que estabelecem diretrizes para proteger o meio ambiente e o uso sustentável dos recursos naturais.	
Classificação	
Oportunidade	Alto Impacto
sem justificativa	
Como aproveitar o item	
Seguir conforme os ditames das leis sobre sustentabilidade e promover políticas de ESG e preservação ambiental.	

Diversidade e inclusão	
Representatividade de diferentes grupos étnicos, culturais, de gênero, orientação sexual e habilidades.	
Classificação	
Oportunidade	Alto Impacto

sem justificativa

Como aproveitar o item

Garantir a inclusão de minorias dentro da empresa por meio de processos seletivos equitativos.

Principais Fatores Negativos – Atrapalham a alcançar os objetivos

Fraquezas Priorizadas – Fatores Internos

Reputação e imagem	
Percepção que clientes, parceiros e o público em geral têm do negócio.	
Classificação	
Fraqueza	Alto Impacto
sem justificativa	
Como corrigir o item	
Nos estabelecermos como um parceiro chave dos nossos clientes e nos destacar no mercado regional.	

Experiência empreendedora	
Conhecimentos e aprendizados que a pessoa traz para a gestão do negócio de vivências em outras empresas.	
Classificação	
Fraqueza	Alto Impacto
sem justificativa	
Como corrigir o item	
Promover mentorias para todos os funcionários da empresa.	

Participação de mercado	
Parcela das vendas ou do volume de negócios que um negócio tem no seu setor ou segmento.	
Classificação	

Fraqueza

Alto Impacto

sem justificativa

Como corrigir o item

Fomentar estratégias de marketing para aumentar a gama de clientes.

Ameaças Priorizadas – Fatores Externos

Inflação	
Aumento generalizado e contínuo dos preços de bens e serviços ao longo do tempo.	
Classificação	
Ameaça	Alto Impacto
sem justificativa	
Como neutralizar o item	
Estabelecer um preço único e se adequar às mudanças econômicas sem prejudicar a clientela.	

Crédito disponível	
Capacidade de um pequeno negócio de acessar financiamento para investimentos, expansões ou outras necessidades financeiras.	
Classificação	
Ameaça	Alto Impacto
sem justificativa	
Como neutralizar o item	
Fazer parcerias com bancos ou fundos de investimentos, além de contar com investidores privados.	

Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Computadores e notebooks para a consultoria	5	3.000,00	15.000,00	73.53
Impressoras	2	600,00	1.200,00	5.88
Móveis	6	700,00	4.200,00	20.59
Total			20.400,00	100.00

Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Kits e Brindes para clientes	2.500,00	11.90
Marketing inicial (identidade visual, site, divulgação)	5.000,00	23.81
Materiais de escritório (papelaria, cartuchos, etc)	500,00	2.38
Pesquisa de mercado e estudos	3.000,00	14.29
Reforma	6.000,00	28.57
Registro e legalização da empresa	2.000,00	9.52
Treinamento inicial da equipe	2.000,00	9.52
Total	21.000,00	100.00

Estoque Inicial

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Total				0.00

Capital de Giro

Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	50.00
30 dias	15	50.00
Total	15	100.00

Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	50.00
30 dias	15	50.00
Total	15	100.00

Resultados

Ciclo Financeiro	30 dias
Prazo Médio de Estoque	30 dias
Prazo Médio de Recebimento	15 dias
Prazo Médio de Pagamento	15 dias

Giro de Caixa Anual	12.00 dias
---------------------	------------

Necessidade de Capital de Giro	R\$ 246.515,79
Desembolso Anual	R\$ 2.718.189,53
Reserva Financeira	R\$ 20.000,00

Investimento Total

Aplicação de Recursos

Fontes de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Vitória Novaes	1.000,00	20.00 %
Vinícius Landim Vieira	1.000,00	20.00 %
Samuel Henrique	1.000,00	20.00 %
Luiza Laura	1.000,00	20.00 %
Rebeca Martins	1.000,00	20.00 %
Total	5.000,00	100.00

Total dos investimentos

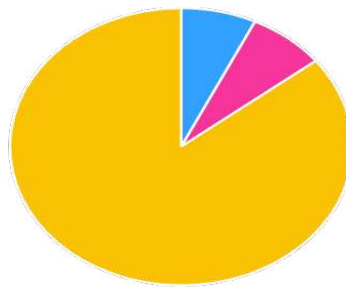
Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	20.400,00	7.08
Investimentos pré-operacionais	21.000,00	7.29
Estoque inicial	0,00	0.00
Capital de giro	246.515,794	85.62
Total	287.915,794	100.00

Total das fontes de recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	5.000,00	1.74
Fontes de recurso de terceiros	282.915,794	98.26
Total	287.915,794	100.00

Gráficos

Aplicação de Recursos

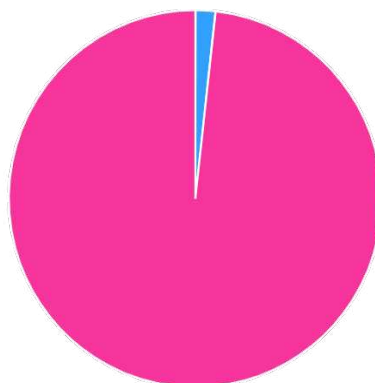


Investimentos Fixos: R\$ 20.400,00

Investimentos Pré-operacionais: R\$ 21.000,00 Estoque Inicial: R\$ 0,00

Capital de Giro: R\$ 246.515,79

Fontes de Recursos



Fontes de recurso próprio: R\$ 5.000,00 Fontes de recurso de terceiros: R\$ 282.915,79

Produtos e Serviços

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Consultoria de Gestão Avançada (Presencial)	Serviço	400,00
Consultoria de Gestão Avançada (Remota)	Serviço	365,00
Consultoria de Gestão Padrão (Presencial)	Serviço	345,00
Consultoria de Gestão Padrão (Remota)	Serviço	300,00
Consultoria de Marketing Avançada (Presencial)	Serviço	460,00
Consultoria de Marketing Avançada (Remota)	Serviço	400,00
Consultoria de Marketing Padrão (Presencial)	Serviço	320,00
Consultoria de Marketing Padrão (Remota)	Serviço	290,00
Consultoria Financeira Avançada (Presencial)	Serviço	400,00
Consultoria Financeira Avançada (Remota)	Serviço	380,00
Consultoria Financeira Padrão (Presencial)	Serviço	360,00
Consultoria Financeira Padrão (Remota)	Serviço	300,00
Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Presencial	Serviço	1.000,00
Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Remota	Serviço	930,00
Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Presencial	Serviço	840,00
Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Remota	Serviço	780,00
Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Presencial	Serviço	710,00
Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Remota	Serviço	650,00
Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Presencial	Serviço	580,00
Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Remota	Serviço	500,00

Receita

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Consultoria de Gestão Avançada (Presencial)	Serviço	12	400,00	4.800,00	1.58
Consultoria de Gestão Avançada (Remota)	Serviço	39	365,00	14.235,00	4.68
Consultoria de Gestão Padrão (Presencial)	Serviço	6	345,00	2.070,00	0.68
Consultoria de Gestão Padrão (Remota)	Serviço	19.5	300,00	5.850,00	1.92
Consultoria de Marketing Avançada (Presencial)	Serviço	18	460,00	8.280,00	2.72
Consultoria de Marketing Avançada (Remota)	Serviço	58.5	400,00	23.400,00	7.69
Consultoria de Marketing Padrão (Presencial)	Serviço	12	320,00	3.840,00	1.26
Consultoria de Marketing Padrão (Remota)	Serviço	39	290,00	11.310,00	3.72
Consultoria Financeira Avançada (Presencial)	Serviço	12	400,00	4.800,00	1.58
Consultoria Financeira Avançada (Remota)	Serviço	39	380,00	14.820,00	4.87
Consultoria Financeira Padrão (Presencial)	Serviço	6	360,00	2.160,00	0.71
Consultoria Financeira Padrão (Remota)	Serviço	19.5	300,00	5.850,00	1.92
Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Presencial	Serviço	32	1.000,00	32.000,00	10.52
Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Remota	Serviço	32	930,00	29.760,00	9.79
Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Presencial	Serviço	32	840,00	26.880,00	8.84
Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Remota	Serviço	32	780,00	24.960,00	8.21
Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Presencial	Serviço	30	710,00	21.300,00	7.00

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Remota	Serviço	56	650,00	36.400,00	11.97
Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Presencial	Serviço	30	580,00	17.400,00	5.72
Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Remota	Serviço	28	500,00	14.000,00	4.60
Total			-	304.115,00	100.00

Projeção da Receita

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 2%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	304.115,00
Mês 2	310.197,30
Mês 3	316.401,246
Mês 4	322.729,271
Mês 5	329.183,856
Mês 6	335.767,533
Mês 7	342.482,884
Mês 8	349.332,542
Mês 9	356.319,193
Mês 10	363.445,577
Mês 11	370.714,488
Mês 12	378.128,778

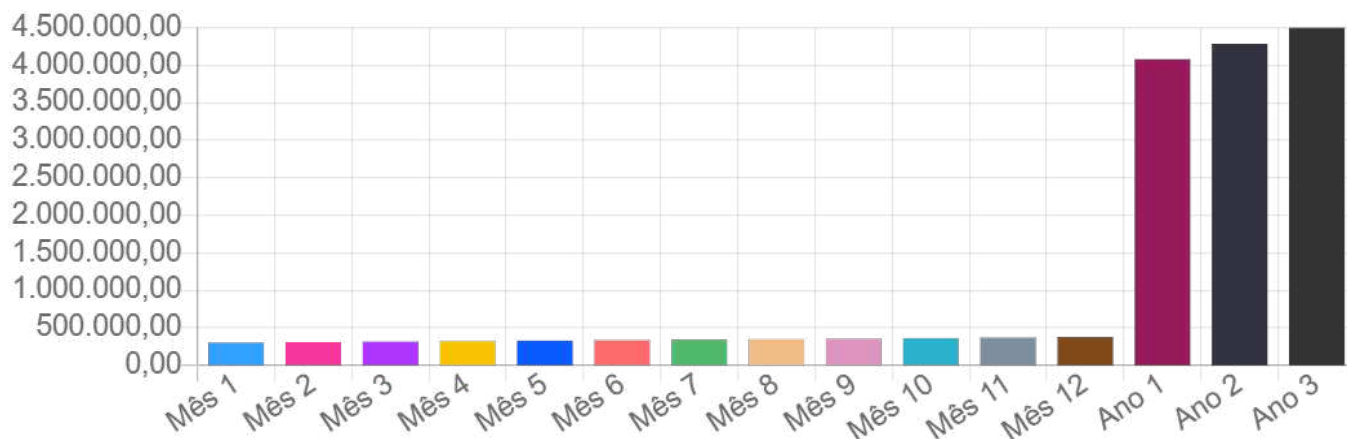
Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 5%

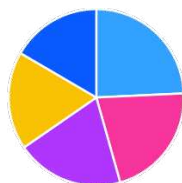
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	4.078.817,667
Segundo Ano	4.282.758,551
Terceiro Ano	4.496.896,478

Gráficos

Evolução da receita

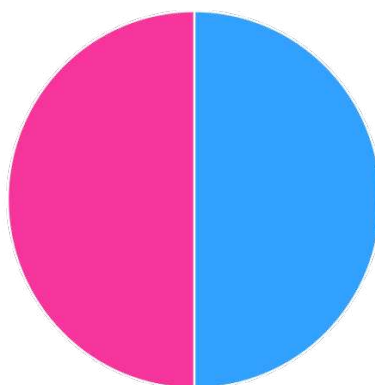


Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



- Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Remota: R\$ 36.400,00
- Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Presencial: R\$ 32.000,00
- Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Remota: R\$ 29.760,00
- Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Presencial: R\$ 26.880,00
- Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Remota: R\$ 24.960,00

Receita de acordo com parcelamento



- 30 dias: : R\$ 152.057,50
- À vista: R\$ 152.057,50

Custos dos Produtos e Serviços

Consultoria de Gestão Avançada (Presencial) Preço de venda: R\$ 400,00

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	1		20,00	100.00	R\$20.00
Total				100	20,00

Consultoria de Gestão Avançada (Remota) Preço de venda: R\$ 365,00

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Equipamento	2		30,00	100.00	R\$60.00
Total				100	60,00

Consultoria de Gestão Padrão (Presencial) Preço de venda: R\$ 345,00

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	1		20,00	100.00	R\$20.00
Total				100	20,00

Consultoria de Gestão Padrão (Remota) Preço de venda: R\$ 300,00

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Equipamento	2		30,00	100.00	R\$60.00
Total				100	60,00

Consultoria de Marketing Avançada (Presencial) Preço de venda: R\$ 460,00

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Transporte	2		20,00	100.00	R\$40.00
Total				100	40,00

Consultoria de Marketing Avançada (Remota) Preço de venda: R\$ 400,00

Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Equipamento	2		30,00	100.00	R\$60.00
Total				100	60,00

Consultoria de Marketing Padrão (Presencial)					Preço de venda: R\$ 320,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Transporte	2		20,00	100.00	R\$40.00	
Total				100	40,00	

Consultoria de Marketing Padrão (Remota)					Preço de venda: R\$ 290,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Equipamento	2		30,00	100.00	R\$60.00	
Total				100	60,00	

Consultoria Financeira Avançada (Presencial)					Preço de venda: R\$ 400,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Transporte	2		20,00	100.00	R\$40.00	
Total				100	40,00	

Consultoria Financeira Avançada (Remota)					Preço de venda: R\$ 380,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Equipamento	2		30,00	100.00	R\$60.00	
Total				100	60,00	

Consultoria Financeira Padrão (Presencial)					Preço de venda: R\$ 360,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Transporte	2		20,00	100.00	R\$40.00	
Total				100	40,00	

Consultoria Financeira Padrão (Remota)					Preço de venda: R\$ 300,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Equipamento	2		30,00	100.00	R\$60.00	
Total				100	60,00	

Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Presencial					Preço de venda: R\$ 1.000,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Transporte	3		20,00	100.00	R\$60.00	
Total				100	60,00	

Plano Premium (3 consultorias) Avançada - Remota					Preço de venda: R\$ 930,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Equipamento	3		80,00	100.00	R\$240.00	
Total				100	240,00	

Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Presencial					Preço de venda: R\$ 840,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Transporte	3		20,00	100.00	R\$60.00	
Total				100	60,00	

Plano Premium (3 consultorias) Padrão - Remota					Preço de venda: R\$ 780,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Equipamento	3		80,00	100.00	R\$240.00	
Total				100	240,00	

Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Presencial					Preço de venda: R\$ 710,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Transporte	2		20,00	100.00	R\$40.00	
Total				100	40,00	

Plano Profissional (2 consultorias) Avançada - Remota					Preço de venda: R\$ 650,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Equipamentos	2		80,00	100.00	R\$160.00	
Total				100	160,00	

Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Presencial					Preço de venda: R\$ 580,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Transporte	2		20,00	100.00	R\$40.00	
Total				100	40,00	

Plano Profissional (2 consultorias) Padrão - Remota					Preço de venda: R\$ 500,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)	
Equipamento	2		80,00	100.00	R\$160.00	
Total				100	160,00	

Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos

Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
-----------	-----------------	--------	-------------------	---

Projeção do Custo de Mercadoria Vendida

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 2%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	50.190,00
Mês 2	51.193,80
Mês 3	52.217,676
Mês 4	53.262,03
Mês 5	54.327,27
Mês 6	55.413,816
Mês 7	56.522,092
Mês 8	57.652,534
Mês 9	58.805,584
Mês 10	59.981,696
Mês 11	61.181,33
Mês 12	62.404,957

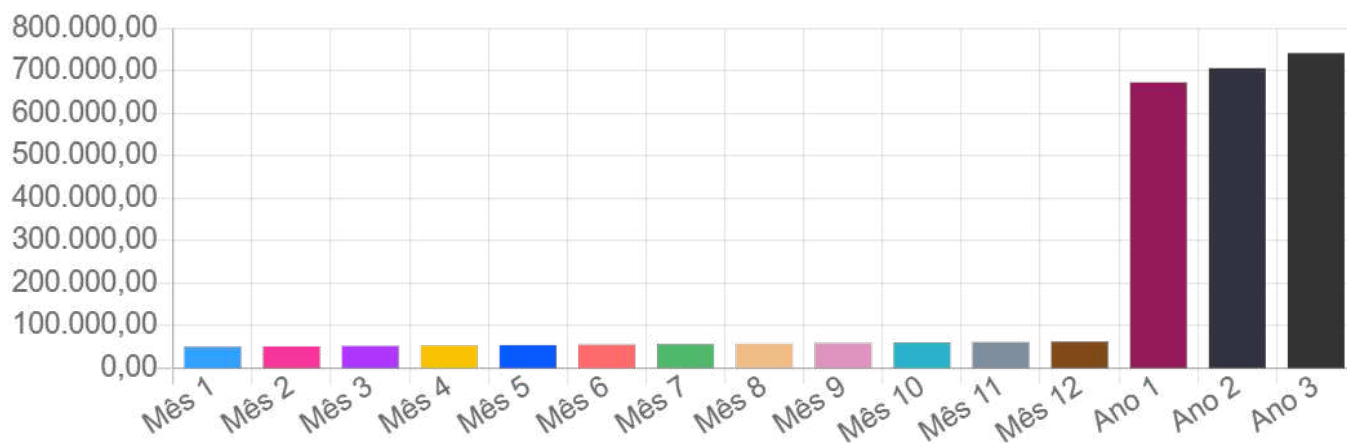
Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 5%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	673.152,783
Segundo Ano	706.810,422
Terceiro Ano	742.150,944

Gráfico

Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



Custos Variáveis

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Comissões	304.115,00	0.85	2.584,978
Pessoal Terceirizado	304.115,00	7.70	23.416,855
Previsão de inadimplência	304.115,00	2.00	6.082,30
Propaganda	304.115,00	5.35	16.270,153
Taxas de cartões	304.115,00	1.17	3.558,145
Total			51.912,431

Impostos

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Simplex	304.115,00	7.00	21.288,05
Total			21.288,05

Projeção dos Custos Variáveis

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 7.5%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	58.713,951
Mês 2	63.117,497
Mês 3	67.851,31
Mês 4	72.940,158
Mês 5	78.410,67
Mês 6	84.291,47
Mês 7	90.613,33
Mês 8	97.409,33
Mês 9	104.715,03
Mês 10	112.568,657
Mês 11	121.011,306
Mês 12	130.087,154

Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 7.5%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	1.081.729,861
Segundo Ano	1.162.859,601
Terceiro Ano	1.250.074,071

Depreciação

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Computadores e notebooks para a consultoria	5 anos	1.500,00	15.000,00	2.700,00	225,00
Impressoras	5 anos	240,00	1.200,00	192,00	16,00
Móveis	10 anos	630,00	4.200,00	357,00	29,75
Total				3.249,00	270,75

Custos com Pessoal

Cargo	Nº Emprega-dos	Salário Mensal (R\$)	Custo com Salários (R\$)	Encargo Social (%)	Custo com Encargos (R\$)	Benefícios (R\$)	Custo Total (R\$)
Assistente Financeiro	2	1.800,00	3.600,00	28.00	1.008,00	150,00	4.908,00
Assistente Administrativo	2	1.800,00	3.600,00	28.00	1.008,00	150,00	4.908,00
Assistente de Marketing	1	1.800,00	1.800,00	28.00	504,00	150,00	2.454,00
Assistente de RH	1	1.800,00	1.800,00	28.00	504,00	150,00	2.454,00
Coordenador Administrativo	1	3.500,00	3.500,00	28.00	980,00	200,00	4.680,00
Coordenadora de T.I. + CEO	1	4.500,00	4.500,00	28.00	1.260,00	250,00	6.010,00
Estagiário	2	1.200,00	2.400,00	8.00	192,00	100,00	2.792,00
Gerente de Projetos	1	4.500,00	4.500,00	28.00	1.260,00	300,00	6.060,00
Gerente Financeiro	1	4.500,00	4.500,00	28.00	1.260,00	300,00	6.060,00
Líder de RH	1	3.500,00	3.500,00	28.00	980,00	200,00	4.680,00
Total							45.006,00

Custos Fixos

Descrição	Valor total	Porcentagem
Água	286,70	0.37
Aluguéis, condomínio e IPTU	211,48	0.27
Amortização de empréstimos	500,00	0.64
Depreciação	270,75	0.35
Encargos sociais sobre pró-labore	2.500,00	3.20
Encargos sociais sobre salários	8.956,00	11.47
Honorários contábeis	2.000,00	2.56
Juros	100,00	0.13
Luz	1.932,47	2.48
Manutenção	1.000,00	1.28
Marketing e propaganda	5.000,00	6.40
Materiais de limpeza	800,00	1.02
Material de escritório	1.000,00	1.28
Pró-labore	12.000,00	15.37
Salários e Benefícios	36.050,00	46.16
Seguros	589,75	0.76
Serviços de terceiros	3.000,00	3.84
Tarifas bancárias	543,90	0.70
Tarifas de operadoras de cartão	200,00	0.26
Telefone e internet	1.150,80	1.47
Total	78.091,85	100.00

Projeção dos Custos Fixos

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 0.5%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	78.091,85
Mês 2	78.482,309
Mês 3	78.874,721

Descrição	Valor (R\$)
Mês 4	79.269,094
Mês 5	79.665,44
Mês 6	80.063,767
Mês 7	80.464,086
Mês 8	80.866,406
Mês 9	81.270,738
Mês 10	81.677,092
Mês 11	82.085,477
Mês 12	82.495,905

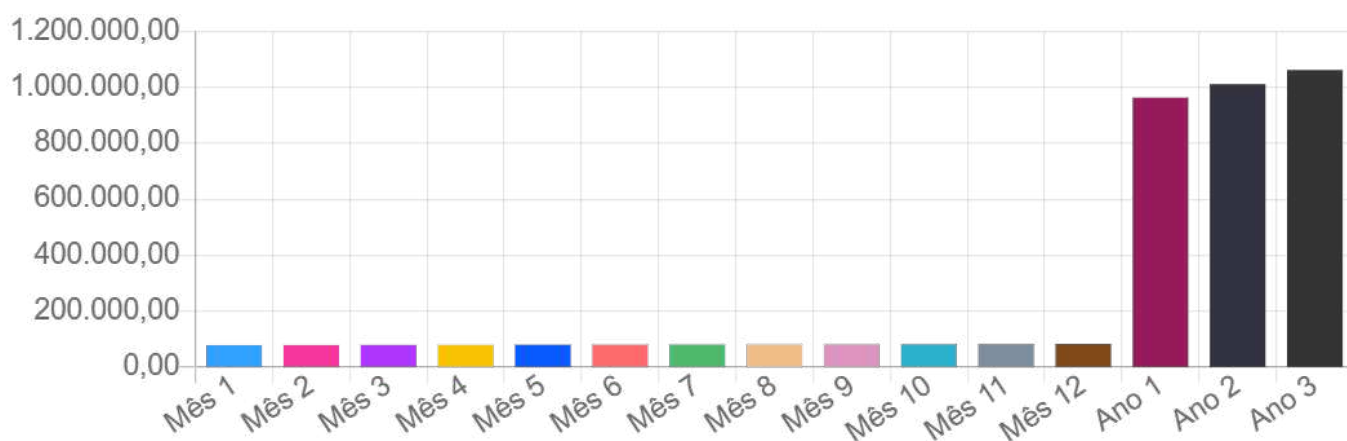
Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 5%

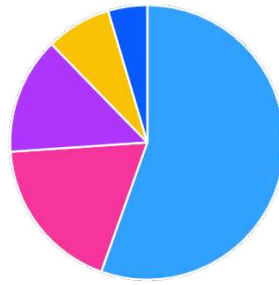
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	963.306,885
Segundo Ano	1.011.472,23
Terceiro Ano	1.062.045,841

Gráficos

Evolução dos Custos Fixos



Top 5 Custos Fixos



DRE

1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	152.057,50	50.00
Vendas à Prazo	152.057,50	50.00
Total	304.115,00	100.00

2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	0,00	0.00
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	0,00	0.00
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	50.190,00	16.50
Impostos Federais	21.288,05	7.00
Comissões	2.584,978	0.85
Taxas de cartões	3.558,146	1.17
Propaganda	16.270,153	5.35
Previsão de inadimplência	6.082,30	2.00
Pessoal Terceirizado	23.416,855	7.70
Total	123.390,481	40.57

3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
Total	180.724,52	59.43

4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Pró-labore	12.000,00	3.95
Encargos sociais sobre pró-labore	2.500,00	0.82
Salários e Benefícios	36.050,00	11.85
Encargos sociais sobre salários	8.956,00	2.94

Descrição	Valor (R\$)	%
Aluguéis, condomínio e IPTU	211,48	0.07
Água	286,70	0.09
Luz	1.932,47	0.64
Telefone e internet	1.150,80	0.38
Seguros	589,75	0.19
Manutenção	1.000,00	0.33
Depreciação	270,75	0.09
Honorários contábeis	2.000,00	0.66
Serviços de terceiros	3.000,00	0.99
Tarifas bancárias	543,90	0.18
Amortização de empréstimos	500,00	0.16
Juros	100,00	0.03
Tarifas de operadoras de cartão	200,00	0.07
Marketing e propaganda	5.000,00	1.64
Material de escritório	1.000,00	0.33
Materiais de limpeza	800,00	0.26
Total	78.091,85	25.68

5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
Total	102.632,669	33.75

Projeção da DRE

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	102.632,669
Mês 2	117.403,693
Mês 3	117.457,54
Mês 4	117.257,989
Mês 5	116.780,477
Mês 6	115.998,481

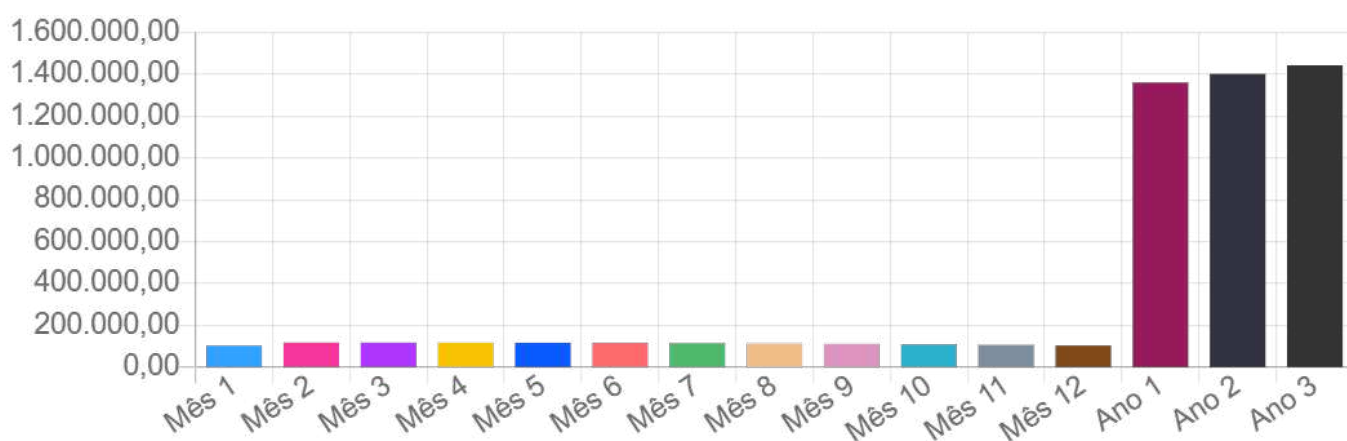
Descrição	Valor (R\$)
Mês 7	114.883,377
Mês 8	113.404,272
Mês 9	111.527,841
Mês 10	109.218,132
Mês 11	106.436,375
Mês 12	103.140,762

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	1.360.628,138
Segundo Ano	1.401.616,298
Terceiro Ano	1.442.625,623

Gráficos

Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



Indicadores Financeiros

Resumo Financeiro

Descrição	
Receita Anual	R\$ 4.078.817,67
Custos Variáveis	-R\$ 1.754.882,64
Margem de Contribuição	R\$ 2.323.935,03
Custos Fixos	-R\$ 963.306,89
Resultado	R\$ 1.360.628,00
Lucratividade Anual	33.36 %

Outros Indicadores

Descrição	
Payback Simples	3 meses
Rentabilidade Anual	472.58 %

Pontos de Equilíbrio

Lucro Desejado: R\$ 500.000,00

Descrição	
PE Contabil	R\$ 1.690.605,28
PE Financeiro	R\$ 1.684.903,28
PE Econômico	R\$ 2.568.106,16

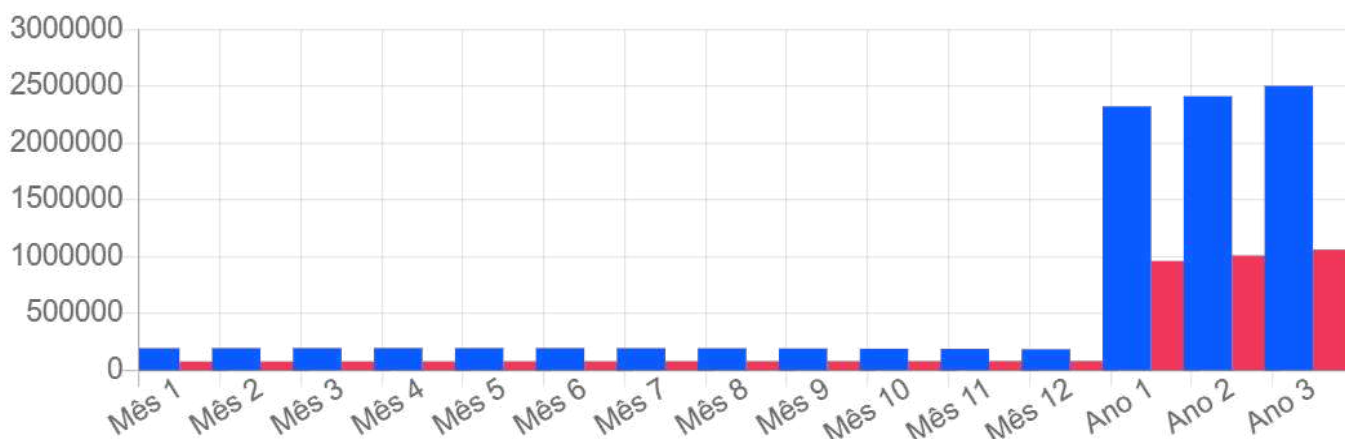
Indicador de Lucratividade



Receitas x Custos



Margem de Contribuição x Custos Fixos



Canais de Aquisição

Avaliação de Canais

Canal de Aquisição	Atratividade	Alcance Esperado	Cliente	Relacionamento	Viabilidade	Média Geral
SEM	9	9	9	8	8	9
Feiras	8	9	10	8	10	9
Publicidade em Redes Sociais	8	9	6	7	9	8
SEO	7	9	8	6	7	7
Programa de Afiliados	5	8	5	9	6	7
E-mail Marketing	5	6	4	8	5	6

Canais de Tração

SEM, Feiras, Publicidade em Redes Sociais

Experimentos

SEM Ticket Médio: R\$ 500,00 Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 333,33

Como testar?

Faremos anúncios online para promover o trabalho de nosso cliente

Com quem testar?



Raul Sanches Gonzaga (Samuel)

Período de teste

Início: 01/08/2025

Término: 01/08/2026

Investimento

R\$ 4.000,00

Clientes obtidos

12

Receita gerada

R\$ 6.000,00

Aprendizado

Nós entendemos que o SEM vai ser uma parte crucial de nosso trabalho, pois com ele buscaremos resultados rápidos e práticos.

Feiras

Ticket Médio: R\$ 100,00

Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 50,00

Como testar?

Feira degustativa de cafés, com diversas variedades para o público experimentar, tendo o objetivo de atrair mais cliente.

Com quem testar?



Angelina Cunha Lima (Luiza)

Período de teste

Início: 29/07/2025

Término: 29/07/2025

Investimento

R\$ 6.000,00

Clientes obtidos

120

Receita gerada

R\$ 12.000,00

Aprendizado

Nós aprendemos que poderíamos ter investido e diversificado ainda mais a feira.

Publicidade em Redes Sociais

Ticket Médio:
R\$ 30.000,00

Custo de Aquisição de Cliente (CAC):
R\$ 400,00

Como testar?

Definir o objetivo anual e metas mensais; Selecionar redes sociais e formatos de anúncio; definir públicos e segmentações iniciais; Produzir conteúdos mensais; Monitorar semanalmente o desempenho; Encerrar o ciclo anual com análise final.

Com quem testar?



Helena Bianchi Rossi (Vitória)

Periodo de teste
Início: 29/07/2025

Término: 29/07/2026

Investimento
R\$ 6.000,00

Clientes obtidos
15

Receita gerada
R\$ 450.000,00

Aprendizado

Nós aprendemos que a metodologia de publicidade em redes sociais funciona e que é útil em certos casos, como o da Helena B. Rossi.

Simulador de Resultados

Percentuais Aplicados

Cenário Otimista

Receita maior em: 10%

Custo menor em: 7%

Investimento menor em: 4%

Cenário Pessimista

Receita menor em: 4%

Custo maior em: 4%

Investimento maior em: 4%

Resumo

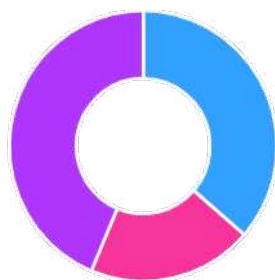
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Receita Anual	R\$ 4.078.817,67	R\$ 4.486.699,44	R\$ 3.915.664,96
Custos Variáveis	-R\$ 1.754.882,64	-R\$ 1.632.040,86	-R\$ 1.825.077,95
Margem de Contribuição	R\$ 2.323.935,03	R\$ 2.854.658,58	R\$ 2.090.587,02
Custos Fixos	-R\$ 963.306,89	-R\$ 895.875,41	-R\$ 1.001.839,17
Resultado	R\$ 1.360.628,00	R\$ 1.958.783,17	R\$ 1.088.747,85

Indicadores Financeiros

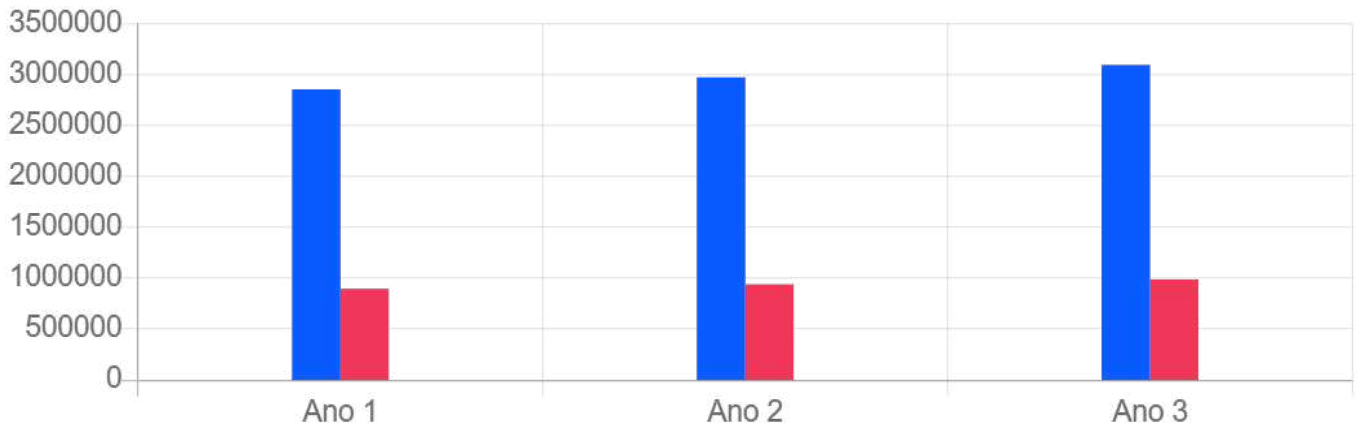
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Lucratividade Anual	33.36 %	43.66 %	27.80 %
Payback Simples	3 meses	3 meses	4 meses
Rentabilidade Anual	472.58 %	708.68 %	363.60 %
PE Contábil	R\$ 1.690.605,28	R\$ 1.408.055,65	R\$ 1.876.454,70
PE Financeiro	R\$ 1.684.903,28	R\$ 1.402.949,17	R\$ 1.870.369,29
PE Econômico	R\$ 2.568.106,16	R\$ 2.193.910,27	R\$ 2.812.959,67

Gráficos Cenário Otimista

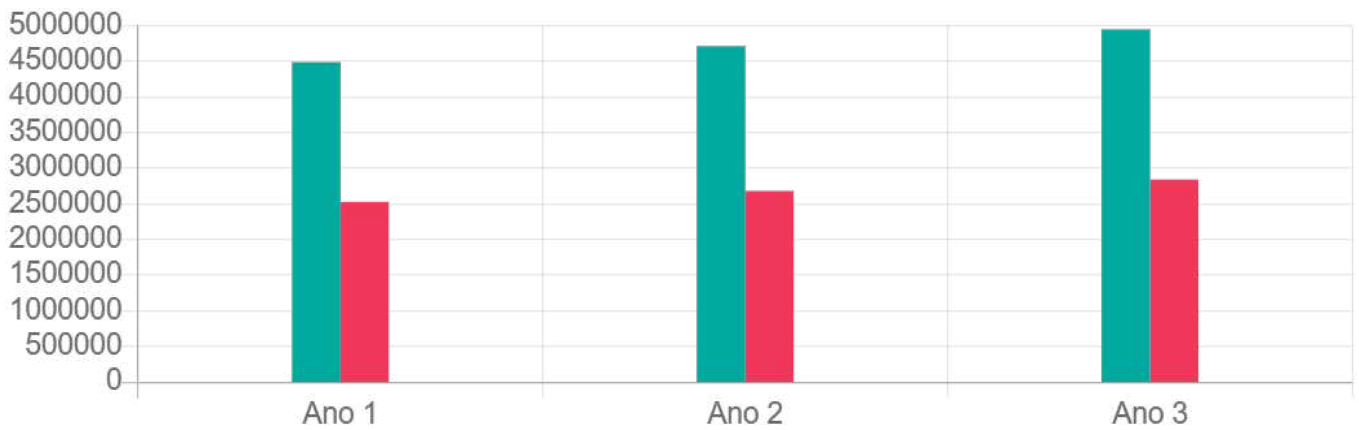
Avaliação das Pontuações



Margem de Contribuição x Custos Fixos

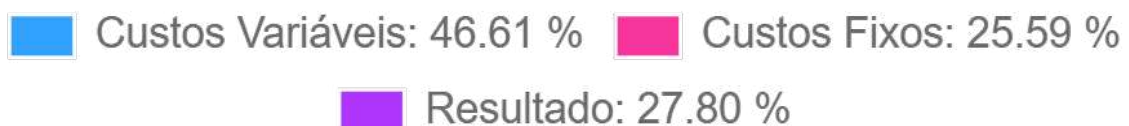
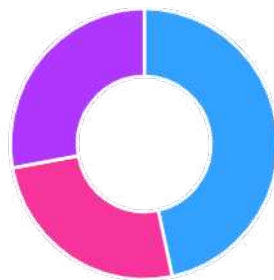


Receitas x Custos

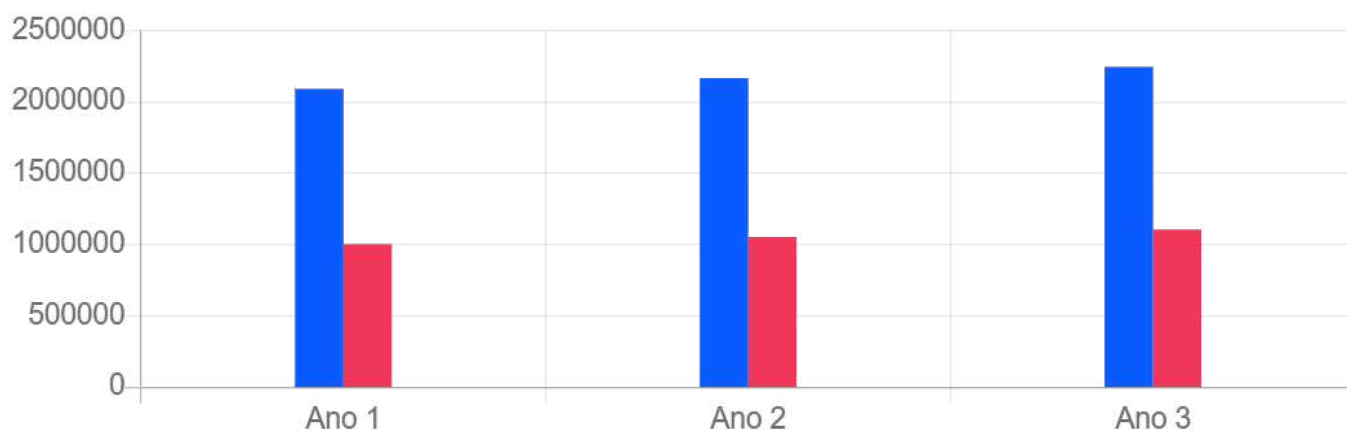


Gráficos Cenário Pessimista

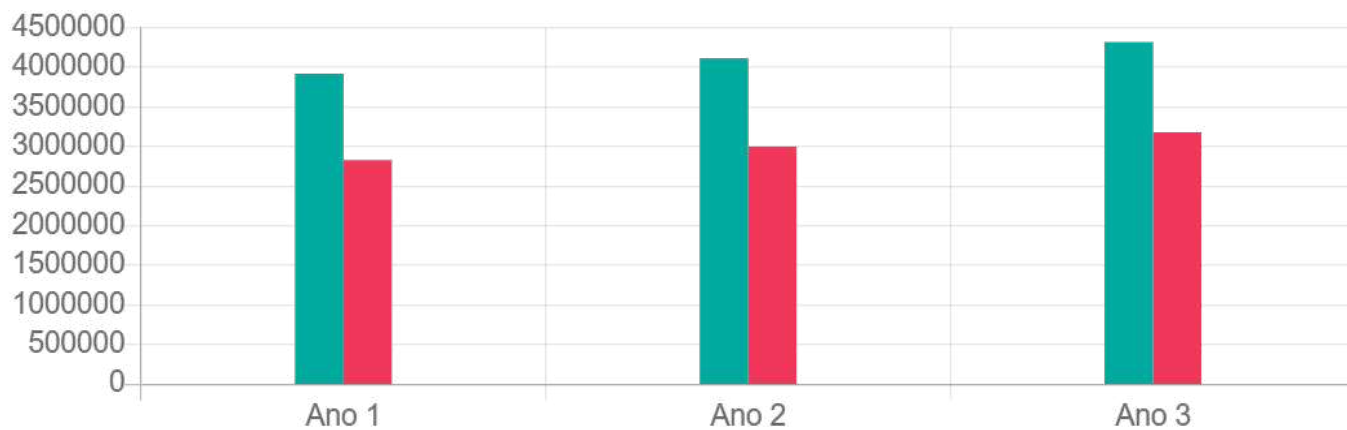
Avaliação das Pontuações



Margem de Contribuição x Custos Fixos



Receitas x Custos



Quadro de Experimentação



Nós acreditamos que os clientes pagarão R\$ 500,00 nos planos disponíveis de gestão, marketing, vendas e logística.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Inconclusivo	Baixo	Muito Alto	Custos

Experimento

Como testar?

Nosso teste é criar uma campanha de anúncios segmentados em redes sociais (Facebook e Instagram) voltada para pequenas e médias empresas, oferecendo um plano de gestão, marketing, vendas e logística por R\$ 500,00/mês.

Usaremos imagens e textos atrativos, com chamada para ação direcionando para uma l

Com quem testar?



Álvaro Almeida (Vinícius)

Critérios de Validação

Estaremos certos se obtivermos pelo menos 20 contatos qualificados (leads) e 5 vendas confirmadas durante o período do teste, com custo por lead inferior a R\$ 25,00.

Caso o custo por lead seja maior ou o número de vendas menor, revisaremos o público-alvo e as mensagens da campanha.

Aprendizado

Nós aprendemos que a estratégia de anúncios gerou interesse inicial, mas o número de conversões foi insuficiente para validar a hipótese.

Identificamos que o público-alvo pode precisar ser mais segmentado e que a mensagem deve destacar benefícios mais claros e urgentes.

Também percebemos que o tempo



Nós acreditamos que o site e o Instagram são os melhores canais de comunicação da empresa com o cliente.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Inconclusivo	Baixo	Muito Alto	Canais

Experimento

Como testar?

Criar uma campanha simultânea no site oficial e no Instagram da empresa, divulgando nossos produtos/serviços por meio de postagens, stories e banners chamativos, com link direto para formulário de contato ou compra. O objetivo é medir qual canal gera mais interações e conversões em um período de 7 d

Com quem testar?



Helena Bianchi Rossi (Vitória)

Critérios de Validação

O Instagram e/ou o site gerarem, juntos, pelo menos 50 interações (curtidas, comentários, cliques ou preenchimentos de formulário) e um mínimo de 5 conversões (vendas ou orçamentos solicitados) no período do teste, com custo por conversão inferior a R\$ 30,00.

Aprendizado

Nós aprendemos que o Instagram gerou mais interações e alcance, mas o site apresentou maior taxa de conversão em vendas.

Percebemos que a integração entre ambos os canais pode potencializar resultados, direcionando o tráfego do Instagram para o site.

Também notamos que postagens com imagens.

H3

Nós acreditamos que usando ferramentas de resultado rápidos e a curto prazos teremos uma maior demanda de clientes assim obtendo vantagem sobre outras empresas do mesmo segmento de mercado.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Inconclusivo	Baixo	Muito Alto	Vantagem Competitiva

Experimento

Como testar?

Nosso teste é a utilização de anúncios online com foco em atrair grandes quantidades e cliente em curto prazo.

Com quem testar?



Raul Sanches Gonzaga (Samuel)

Critérios de Validação

Estaremos certos se nossa demanda de clientes aumentar consideravelmente em um prazo de no máximo 1 ano.

Aprendizado

Ainda não foi realizada.



Nós acreditamos que automatizar processos críticos dos clientes gerará 40% mais projetos de grande valor no próximo semestre.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Inconclusivo	Alto	Muito Alto	Outros

Experimento

Como testar?

Implementar, por 7 dias, um sistema simples de automação para gerar e enviar orçamentos automaticamente para clientes de uma empresa de pintura, medindo tempo gasto e taxa de resposta.

Com quem testar?



Anderson Martins (Rebeca)

Critérios de Validação

O tempo para criar e enviar orçamentos reduzir em pelo menos 40% e houver aumento de 30% no número de orçamentos enviados no período do teste.

Aprendizado

O teste foi realizado com um número reduzido de orçamentos e por um período curto, o que impossibilitou avaliar com clareza o impacto da automação. Será necessário repetir o experimento com mais dados.

Funil de Vendas

Topo do Funil

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Campanha Instagram	1.200,00	12000	1800	0.67	0.15
Guia gratuito no site.	500,00	3000	1200	0.42	0.40
Consolidado	1.700,00	15000	3000	0.57	0.20

Gatilhos de passagem

Campanha Instagram

1. Cliques no anúncio ou tempo \geq 15s no vídeo.

Guia gratuito no site.

1. Download do guia

Meio do Funil

Chegaram da etapa anterior: 3000 pessoas

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Palestra Gratuita "Guia Everest"	1.000,00	1000	450	2.22	0.45
Consolidado	1.000,00	1000	450	2.22	0.45

Gatilhos de passagem

Palestra Gratuita "Guia Everest"
1. Inscrição no evento
2. Compartilhamento

Fundo do Funil

Chegaram da etapa anterior: 450 pessoas

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Plano starter Everest	500,00	300	80	6.25	0.27
Estudo de Caso	500,00	450	150	3.33	0.33
Consolidado	1.000,00	750	230	4.35	0.31

Gatilhos de passagem

Plano starter Everest

1. Clique no botão "Contratar Agora"

Estudo de Caso

1. Visualização de depoimentos

Análise

Efetivaram/realizaram a compra:

230 pessoas

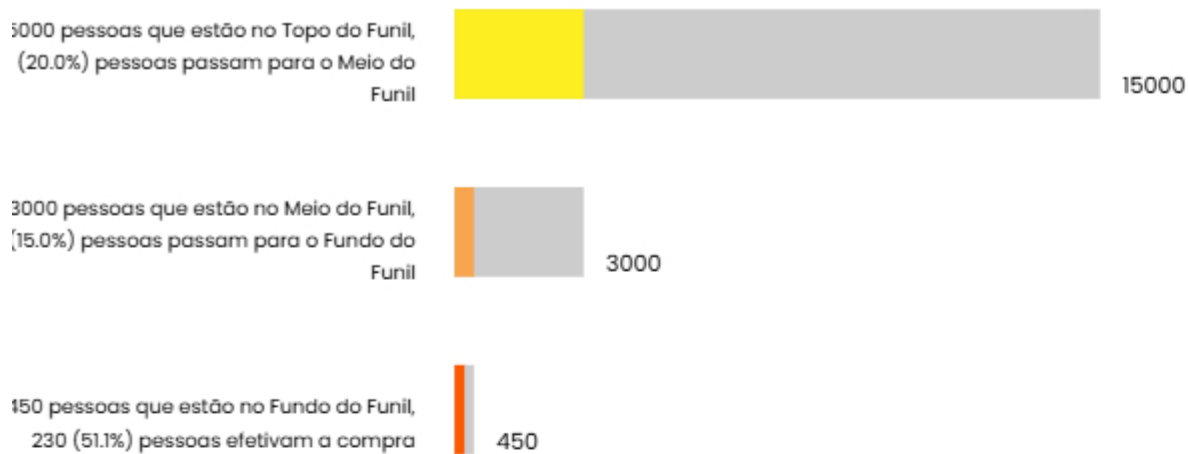
Custo Total de Aquisicao de Pessoas:

R\$ 16,09

Taxa Total de Conversão:

0.51 %

Percentual de Pessoas que fizeram a Conversão



Percentual de Pessoas que passaram pelas Etapas do Funil

