

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PROFESSORA MARIA CRISTINA MEDEIROS
Ensino Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio

Ana Julia da Cruz e Silva Moraes
Kelly Cristina de Jesus Silva
Lucas Adriano dos Santos Oliveira

M&S CONSULTORIA DE MODA

Ribeirão Pires
2024

Ana Julia da Cruz e Silva Moraes
Kelly Cristina de Jesus Silva
Lucas Adriano dos Santos Oliveira

M&S CONSULTORIA DE MODA

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao curso técnico em
administração da Etec Maria Cristina
Medeiros orientado pelo prof.
Ms Eduardo Gomes Camacho como
requisito parcial para obtenção do título
de técnico em administração.

Ribeirão Pires
2024

Ana Julia da Cruz e Silva Moraes
Kelly Cristina de Jesus Silva
Lucas Adriano dos Santos Oliveira

M&S CONSULTORIA DE MODA

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao curso técnico em
administração da Etec Maria Cristina
Medeiros orientado pelo prof. Ms
Eduardo Gomes Camacho como
requisito parcial para obtenção do
título de técnico em administração.

Orientador: Prof. Ms Eduardo Gomes
Camacho

Aprovado em __/__/__

BANCA EXAMINADORA

Prof Ms Eduardo Gomes Camacho

Prof Ms Simone Cunegundes

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho aos nossos pais que nos apoiaram. Aos nossos orientadores, sem o qual não teríamos conseguido concluir esta difícil tarefa. Com gratidão, dedicamos este trabalho a Deus, devemos a ele tudo o que somos.

AGRADECIMENTOS

Aos professores, pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional ao longo do curso. Às pessoas com quem convivi ao longo desses anos de curso, que me incentivaram e que certamente tiveram impacto na minha formação acadêmica.

EPÍGRAFE

“O ontem é história, o amanhã é um mistério, mas hoje é uma dádiva, por isso chama-se presente” (Kung Fu Panda, 2008).

RESUMO

O texto analisa a avalanche de informações sobre moda e como isso afeta os consumidores, que se veem pressionados a seguir tendências passageiras, intensificando o ciclo de consumo. A urgência de discutir uma abordagem mais sustentável é enfatizada, com foco no propósito da moda, que pode unir consumidores em torno de causas significativas. A M&S (Moda & Style Consultoria's) surge como uma proposta que combina consultoria pessoal e tecnologia, ajudando os clientes a descobrirem seu estilo autêntico de forma responsável. O impacto negativo do consumo excessivo é destacado, incluindo a insatisfação emocional e os problemas de saúde mental resultantes da busca incessante por novidades. A pandemia de Covid-19 também é mencionada, mostrando como afetou o consumo e a produção de roupas, exacerbando a degradação ambiental. A M&S não busca apenas o reconhecimento financeiro, mas também a promoção de uma moda sustentável que valorize a autoestima e a consciência ambiental, sugerindo que empresas devem adotar práticas que contribuam para um futuro mais sustentável.

Palavras-chaves: Moda; Consumidores; Sustentável; Estilo; Consciência ambiental.

ABSTRACT

The text analyzes the avalanche of information about fashion and how this affects consumers, who are pressured to follow passing trends, intensifying the cycle of consumption. The urgency of discussing a more sustainable approach is emphasized, with a focus on the purpose of fashion, which can unite consumers around meaningful causes. M&S (Moda & Style Consultoria's) emerges as a proposal that combines personal consulting and technology, helping clients to discover their authentic style in a responsible way. The negative impact of excessive consumption is highlighted, including emotional dissatisfaction and mental health problems resulting from the incessant search for novelty. The Covid-19 pandemic is also mentioned, showing how it has affected clothing consumption and production, exacerbating environmental degradation. M&S is not only seeking financial recognition, but also the promotion of sustainable fashion that values self-esteem and environmental awareness, suggesting that companies should adopt practices that contribute to a more sustainable future.

Keywords: Fashion; Consumers; Sustainable; Style; Environmental consciousness.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Distribuição de Cargos	22
Figura 2- Missão Visão e Valores	27
Figura 3- Ciclo PDCA	31
Figura 4- Pesquisa da Empresa	40
Figura 5- Alvará de Funcionamento	44
Figura 6- Corpo de Bombeiros	46
Figura 7- Análise SWOT	49
Figura 8- Cores da M&S	54
Figura 9- Mapa de Empatia M&S	57
Figura 10- Layout Página Inicial do APP	60
Figura 11- Layout Cadastro e Inspirações	61
Figura 12- Fluxograma M&S	70
Figura 13- Diagrama de Ishikawa	71
Figura 14- Logística da M&S	72
Figura 15- Nota Fiscal	76

LISTA DE TABELAS

Tabela 1-Dados dos Empreendedores	21
Tabela 2- Cotas e Valores M&S	25
Tabela 3- Organograma Funcional M&S	63
Tabela 4- Materiais de Consumo	73
Tabela 5- Investimento Pré-Operacional da M&S	78
Tabela 6- Capital de Giro	79
Tabela 7- Investimento Total	80
Tabela 8- Previsão de Vendas	80
Tabela 9- Custos Operacionais Mensais M&S	81
Tabela 10- Balanço Patrimonial	82
Tabela 11- Lucratividade	82
Tabela 12- Rentabilidade	83
Tabela 13- Prazo de Investimento de Retorno	83

GRÁFICOS

Gráfico 1- Faixa Etária dos Clientes M&S	56
Gráfico 2- Análise do conhecimento das pessoas sobre consultorias moda ...	56

LISTA DE ABREVIações

Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB)

Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE)

Cable News Network (CNN)

International Organization for Standardization (ISO)

Imposto sobre Serviços (ISS)

Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS)

Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ)

Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS)

Código de Processo Penal (CPP)

Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI)

Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL)

Sociedade Limitada (LTDA)

Nota Fiscal Eletrônica ao Consumidor (NFC-e)

Nota Fiscal Eletrônica de Produtos ou Mercadorias (NF-e)

Nota Fiscal Eletrônica de Serviços (NFS-e)

Plan-Do-Check-Act (PDCA)

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	17
1.1 Justificativa.....	17
1.2 Pergunta da Pesquisa	18
1.3 Objetivos gerais e específicos	19
1.4 Hipóteses	19
2. SUMÁRIO EXECUTIVO	20
2.1 Dados dos empreendedores	20
2.2 Atribuição de cargos.....	21
2.3 Dados do empreendimento	22
2.4 Forma jurídica.....	23
2.5 Capital social	24
2.6 Fontes de recursos	24
3. ASPECTOS ESTRATÉGICOS.....	25
3.1 Negócios	25
3.2 Missão, visão e valores.....	25
3.3 Fatores críticos de sucesso	26
3.4 Riscos identificados.....	27
3.5 Ferramentas de controle de qualidade	28
3.6 5 S's.....	28
4. CICLO PDCA	29
5. ANÁLISE MACRO AMBIENTAL	31
6. TIPO DE SOCIEDADE DA EMPRESA	33
7. FORMA DE TRIBUTAÇÃO.....	33

8. ABERTURA DA EMPRESA.....	35
8.1 Contrato Social.....	35
8.2 Junta Comercial.....	38
8.3 Registro da Empresa na Junta Comercial	39
8.4 Solicitação do CNPJ.....	39
8.5 Alvará de funcionamento.....	43
8.6 INSS.....	43
8.7 Corpos de Bombeiros	44
9. AMBIENTE COMPETITIVO	45
9.1 Análise SWOT.....	46
9.1.1 Produtos Substitutos	48
9.1.2 Concorrentes	48
9.1.3. Fornecedores.....	48
9.1.4. Clientes	48
9.1.5. Inovação aplicada.....	49
10. PLANO DE MARKETING	50
10.1.2. P's do marketing.....	50
10.1.3. Nome da marca.....	52
10.1.4. Cores da marca.....	52
10.1.5. Serviços de apoio	53
10.1.6. Público-alvo	53
10.2 Pesquisa de campo	54
10.3 Comportamento do Consumidor.....	55
10.4 Mapa de Empatia	55
10.5 Segmentação Demográfica e Psicográfica.....	56

10.6 Determinação do nível de demanda.....	57
10.7 Site (APLICATIVO).....	57
11. PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS.....	59
12. OBJETIVO DA ÁREA	60
13. ORGANOGRAMA FUNCIONAL	60
14. ATRAÇÃO	61
15. PLANO DE CARGOS E SALÁRIOS.....	62
15.1 Comunicação na Organização.....	62
15.1.2 Motivação na Empresa.....	63
16. NORMAS INTERNAS DA ORGANIZAÇÃO	64
17. CLIMA ORGANIZACIONAL	65
18. GESTÃO DE CONFLITOS.....	65
19. DESCRIÇÃO DO SERVIÇO.....	66
20. CONTROLE DE QUALIDADE	66
21. FLUXOGRAMA.....	67
21.1 Normas ISO.....	67
21.1.2 ISSO 9001	68
22. ISHIKAWA	68
23. LOGÍSTICA.....	69
23.1 Materiais de Consumo	69
23.2 Cotação	70
23.3 Procedimentos.....	71
23.4 Nota Fiscal	72
23.5 Fatura	73
24. PLANO FINANCEIRO.....	73

24.1 Investimento fixo	74
24.2 Investimentos Pré-Operacionais.....	75
24.3 CAPITAL DE GIRO.....	75
24.4 Investimento total.....	76
24.5 Previsão de venda	77
24.6 Custos	77
24.6.2 Custos fixos operacionais mensais	78
24.7 BALANÇO PATRIMONIAL.....	79
24.8 Lucratividade	79
24.9 Rentabilidade.....	80
24.10 Prazo de Retorno e Investimento	80
25. GESTÃO AMBIENTAL	81
25.1 Benefícios da Gestão Ambiental	81
25.2 Princípios da Gestão Ambiental.....	82
25.3 Posicionamento da Empresa.....	82
26. CONCLUSÃO	83
27. REFERÊNCIAS.....	84

1. INTRODUÇÃO

A avalanche de informações rápidas sobre moda tem inundado os consumidores com tendências momentâneas, intensificando o ciclo de consumo.

Conscientizar-se sobre o impacto econômico e social da indústria da moda torna urgente discutir uma abordagem mais sustentável, que atribui um propósito significativo à moda, redefinindo e reconstruindo padrões, teorias e conceitos estabelecidos.

O propósito é o catalisador que quebra as barreiras entre produto e consumidor, unindo-os em torno de uma causa comum. Usar uma peça de roupa sem um propósito é como preencher um vazio, algo que carece de significado. É nesse contexto que os novos modelos de negócio aspiram operar, desafiando o paradigma dominante de consumo e produção. (Univates, 2019)

Bem-vindo ao futuro sucesso da moda sustentável, onde estilo e consciência ambiental se encontram. Combinamos a conveniência de um aplicativo inovador, junto às consultorias pessoais, garantindo que cada cliente descubra sua paleta de cores ideal e estilo autêntico, sempre com um olhar voltado para a sustentabilidade. A empresa oferece uma experiência única que não apenas transforma o guarda-roupa dos clientes conforme seus estilos e preferências de cor, mas também promove práticas responsáveis. Este projeto visa não apenas satisfazer desejos estéticos, mas também inspirar uma mudança positiva no setor da moda, orientando-se para um futuro mais sustentável e consciente.

1.1 Justificativa

As tendências de moda não se criaram sozinhas, mas sim de acordo com a necessidade e tecnologia da época, mudanças históricas como revoluções, guerras, movimentos feministas entre outros.

Certamente ao longo do tempo a relatividade da moda aumentou e a pressão para aderir constantemente as tendências, porém isso afeta a sociedade de algumas maneiras. Analisando os fatores que impulsionam o consumo excessivo e seus impactos negativos na sociedade, é notável a incessante procura por novidades, isto pode resultar em um sentimento crônico de insatisfação, desencadeando um ciclo perigoso de compras para tentar preencher um vazio

emocional. A indústria da moda exerce uma influência significativa na autoestima e na percepção corporal, ao promover ideais de beleza inalcançáveis, o que pode levar a questões de saúde mental, como a obsessão por manter-se constantemente atualizado com as tendências, afirma (Pinheiros, 2023).

Como diz Maria Alice Vasconcelos Rocha, professora da Universidade Federal do Paraná “A moda é muito rápida e leva para casa aquilo que mais gostou numa fração de segundos e adota as peças como favoritas por um determinado período. O fato de o mercado oferecer uma infinidade de opções e do consumidor ser estimulado a comprá-las, contribuem para o consumo irresponsável.”

Os anos 2020 e 2021 foram anos de pandemia devido a Covid-19, durante esse tempo ocorreu a quarentena onde ficamos em casa por meses. Com isso em 2020 o vestuário do Brasil caiu 90% (Prado, 2021). Quando este período acabou, a procura por roupas novas cresceu, e com isso a produção de peças de vestimenta aumentou relativamente, e isso afetou negativamente o meio ambiente pois a indústria de moda é responsável por 10% da emissão de carbono da humanidade, além destas questões ela é responsável por outros problemas no meio ambiente como poluição e escassez da água de acordo com *eCycle*. Com base nestas informações foi desenvolvido a M&S (Moda & Style Consultoria's) que está dedicada a fornecer soluções acessíveis e adaptadas para atender às diversas necessidades financeiras dos clientes. Além disso, é garantida a moda sustentável, que é repleta de benefícios, os quais podem diminuir o comportamento consumista, podendo levar autoconhecimento e autoestima.

1.2 Pergunta da Pesquisa

Uma consultoria de moda tem como objetivo compreender profundamente seus clientes, assegurando que eles se sintam confortáveis e respeitando seus gostos e particularidades individuais. Além disso, a consultoria valoriza a sustentabilidade, um aspecto essencial que ainda é subestimado no setor. Conforme destacado pela CNN (Cable News Network, 2023), as grandes quantidades de resíduos têxteis representam um dos principais desafios da indústria da moda. A produção excessiva de roupas e a rápida obsolescência

das tendências resultaram em um aumento significativo na quantidade de resíduos gerados globalmente.

Quais são as oportunidades e os desafios que uma consultoria que preza pela sustentabilidade no setor da moda pode enfrentar?

1.3 Objetivos gerais e específicos

A M&S Consultoria's tem o sonho e dever de chegar em seu maior nível de reconhecimento e visibilidade, não só pensando em questões financeiras, mas sim para conscientizar e trabalhar junto com seus clientes a sustentabilidade e a autoestima, dois temas necessários e muito importantes para a convivência do ser humano atualmente.

A solução ou minimização dos problemas ambientais exige uma nova atitude dos administradores, que deve valorizar o meio ambiente em suas decisões e adotar princípios administrativos e tecnológicas que contribuam para ampliar a capacidade de sustento do mundo, em outras palavras, espera-se que as empresas deixem de ser problemas e façam parte das soluções, afirma Barbieri (2011). A empresa M&S distribui este conceito diante das consultorias e da forma de abordagem em seu cotidiano. Pode parecer que não, porém, usufruir de roupas já existentes, consumir métodos sustentáveis, como *upcycling*, reciclagem, ou até jogar papeis de embalagens no seu devido lugar, ajuda e contribui o planeta.

1.4 Hipóteses

Mercado e Tendências de Consumo

Aumento de demanda na procura por consultorias online

A pandemia do COVID-19 impactou a saúde, a economia e as relações sociais de várias maneiras. Esta doença modificou nossas estratégias de venda e fabricação, causando problemas em vários setores, o que finalmente atingiu o setor eletrônico, causando uma escassez significativa de componentes no mercado (ELETROJUN, 2021). Com isto, a aceitação das empresas com as novas tecnologias passou a ser mais decorrentes. A empresa M&S assegura o uso dos serviços digitais, seja para um melhor atendimento ou para solução de problemas. A tecnologia é uma das principais ferramentas, e no caso de aumento da demanda, usara-se tais ferramentas favoravelmente.

Preferência por moda sustentável

Com uma ênfase crescente na consciência ambiental, as tendências para roupas sustentáveis estão evoluindo rapidamente. As escolhas dos consumidores, a inovação tecnológica e a transparência das marcas desempenharão papéis fundamentais nesse movimento em direção a um futuro mais sustentável. A M&S sente prazer em ver nossos consumidores preocupados com a sustentabilidade que podem carregar consigo mesmo. Garantimos sustentabilidade do começo ao fim de nossos serviços, inclusive quando há o descarte de roupas, que é feita de maneira consciente.

Influência das redes sociais

As redes sociais e influenciadores digitais terão um papel crescente na orientação das escolhas de moda dos consumidores, levando a uma maior demanda por consultoria de moda que saiba utilizar essas plataformas eficazmente.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

Segue abaixo informações sobre o sumário executivo do projeto.

2.1 Dados dos empreendedores

Na tabela 1 constam os dados dos empreendedores fundadores da M&S que irão dar prosseguimento ao desenvolvimento do projeto de consultoria.

Tabela 1-Dados dos Empreendedores

Nome	Data De Nascimento	Idade	Status
Lucas Adriano Dos Santos Oliveira	18/12/2006	17	Ativo
Ana Julia da Cruz e Silva Moraes	08/12/2006	17	Ativo
Kelly Cristina de Jesus Silva	19/07/2006	18	Ativo

Fonte: autoria própria, 2024

2.2 Atribuição de cargos

A atribuição de cargos da M&S será dividida em 6 principais cargos; Diretor Geral, Diretoria de Recursos Humanos, Diretoria de Marketing, Diretoria de Logística, Diretoria Financeira e a Diretoria de Designer Gráfico. O Diretor geral será representado por Lucas Adriano que também representará a Diretoria de designer gráfico, o mesmo que foi a principal chave para que este projeto fosse iniciado, e que desde o início se prontificou a prosseguir com as ideias sugeridas por todos os sócios. Ana Julia que durante todo processo de criação demonstrou habilidades para questões interpessoais, e para questões econômicas, ficará responsável pela Diretoria de RH juntamente a Diretoria financeira. A Diretoria de marketing e Diretoria de logística será administrada por Kelly Cristina que por toda sua trajetória administrativa demonstrou interesse e capacidade para os demais cargos.

Figura 1- Distribuição de Cargos



Fonte: Autoria própria, 2024

2.3 Dados do empreendimento

Segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2024), Dados do empreendimento, se refere a um conjunto abrangente de informações que descrevem as características essenciais e operacionais de um negócio ou projeto. Esses dados incluem uma visão geral sobre a natureza do empreendimento, destacando o que a empresa faz e quais são seus produtos ou serviços principais. Também fornecem detalhes sobre a forma jurídica da empresa, como seu registro, tipo de sociedade e qualquer licenciamento necessário para operar legalmente.

Essas informações fornecem uma visão completa e detalhada do empreendimento, sendo fundamentais para investidores, parceiros e para o planejamento estratégico da própria empresa. Elas ajudam a avaliar a viabilidade e o potencial de sucesso do negócio e fornecem uma base sólida para decisões e ajustes futuros.

O empreendimento da M&S está ligado às consultorias, onde o cliente é direcionado para reconhecer onde melhor se aloca sua personalidade dentro da moda e estilo de vida.

A consultoria pessoal funcionará de uma forma presencial ou virtual, onde haverá reuniões seja na residência do cliente ou por vídeo chamadas, buscando inspirações, ressignificando looks já existentes em seu armário, utilizando customizações, combinações, garimpos, e o mais importante, mostrar que é possível se vestir bem de uma forma sustentável, seja por meio de brechós, bazares ou trocas.

Separando o que será feito com mais importância, podendo ser filtrado ou mudado ao decorrer das consultorias, do consultor e conhecimento do cliente.

Já o aplicativo entrará em ação de uma forma mais simples e expansiva, trazendo a simplicidade do dia a dia, com inspirações, modelos reais, brechós online, idealizados e feitos especialmente para o cliente, diante de perguntas pessoais para seu cadastro dentro do aplicativo. Tendo como maior patrocínio brechós online bastante conhecidos, como exemplo a Enjoei.

A M&S se encaixa em uma Sociedade Limitada (LTDA), caracterizada pela separação dos bens pessoais dos sócios com os valores investidos na empresa, garantindo que apenas o capital da empresa seja utilizado em transações financeiras e judiciais. A empresa com três sócios, adota uma abordagem integrada na gestão, combinando operações eficientes com um forte compromisso com práticas sustentáveis e responsabilidade social. Cada sócio desempenha um papel específico, mas todos colaboram para alcançar os objetivos de sustentabilidade e sucesso no mercado.

2.4 Forma jurídica

Forma jurídica é o tipo de estrutura legal que uma organização ou empresa adota para operar, definindo como ela será regulamentada e como suas responsabilidades serão tratadas perante a lei. Essa escolha determina aspectos como a responsabilidade dos sócios, a forma de administração, e as obrigações fiscais e legais. Por exemplo, uma empresa pode ser uma sociedade limitada, onde a responsabilidade dos sócios é limitada ao valor das suas quotas, ou uma sociedade anônima, onde o capital é dividido em ações e a responsabilidade dos acionistas é limitada ao valor das ações que possuem. Cada forma jurídica tem suas próprias regras e requisitos, impactando diretamente a forma como a empresa é gerida e como ela interage com o sistema legal e fiscal.

De acordo com JUSBASIL (2024) conforme estabelecido pelo artigo 1.052 do Código Civil Brasileiro, a Moda e Style Consultoria foi constituída como uma Sociedade Limitada (LTDA). Este tipo de empresa limita a responsabilidade dos sócios ao valor de suas ações no capital social, o que significa que todos são responsáveis solidariamente pela integralização dessas ações. empresa está sujeita a uma variedade de obrigações legais como sociedade limitada, incluindo obrigações tributárias e fiscais, obrigações trabalhistas e obrigações com fornecedores. Estas obrigações incluem as obrigações legais que a empresa deve cumprir para funcionar regularmente e de acordo com a legislação em vigor. Como resultado, a Moda e Style Consultoria é organizada como LTDA, o que representa um modelo empresarial onde os sócios são responsáveis apenas pelo capital social integralizado, fornecendo um formato jurídico seguro.

2.5 Capital social

Capital social é o montante de recursos financeiros que os sócios ou acionistas aportam para a empresa ao fundá-la ou ao aumentar seu capital. Esse valor é usado para financiar as operações e investimentos da empresa, e pode incluir dinheiro, bens ou direitos. O capital social também pode influenciar a capacidade da empresa de obter crédito e sua credibilidade no mercado.

Nesta empresa de início será investido R\$20.000 que corresponde a 400 cotas que tem o valor de R\$50 um sócio e dos outros será R\$15.000 que seria 300 cotas com valor de R\$50. Tendo como investimento inicial R\$ 50.000

Tabela 2- Cotas e Valores M&S

Sócios	Cotas	Valor
Lucas Adriano dos Santos Oliveira	400	20.000
Ana Julia da Cruz e Silva Moraes	300	15.000
Kelly Cristina de Jesus Silva	300	15.000

Autoria própria,2024

2.6 Fontes de recursos

Recursos financeiros são os ativos que tem um grau de liquidez. Incluem crédito disponível, dinheiro em espécie, depósitos bancários, moedas estrangeiras e investimentos em ações e títulos. Esses recursos são essenciais para garantir a liquidez e a capacidade de uma empresa ou indivíduo em cumprir obrigações financeiras e realizar transações rapidamente.

A M&S utiliza o capital social próprio de cada sócio como uma fonte de recursos. Os sócios iram investir um valor, tendo suas responsabilidades e comprometimento a parte e combinado entre eles. Com um olhar futuro, é possível prever que daqui a alguns anos, será necessário buscar outras fontes bancárias para promover o crescimento da empresa, obtendo crédito mais substancial e explorando novas oportunidades de investimento.

3. ASPECTOS ESTRATÉGICOS

Segue abaixo informações sobre os Aspectos Estratégicos do negócio

3.1 Negócios

A M&S tem o intuito de se destacar futuramente como uma pioneira na interseção entre moda personalizada e sustentabilidade. Através de consultorias presenciais detalhadas e auxílio de aplicativo aos consumidores, a equipe especializada não apenas ajuda os clientes a descobrirem seu estilo único, mas também identifica a paleta de cores que mais os favorece. Este serviço vai além de simples recomendações de moda; ele visa proporcionar qualidade de vida ao cliente, garantindo conforto e confiança em suas escolhas de vestuário.

Além disso, a abordagem feita inclui um compromisso com práticas sustentáveis. A empresa prioriza materiais e métodos de produção responsáveis, não só cuidando do bem-estar dos clientes, mas também do meio ambiente. Este modelo de negócio não se limita a seguir tendências passageiras, mas sim a promover um consumo consciente e duradouro, que impacta positivamente tanto os indivíduos quanto a comunidade global.

Portanto, o objetivo principal da M&S é não apenas transformar guarda-roupas, mas também elevar a qualidade de vida dos clientes, proporcionando uma experiência que é ao mesmo tempo sustentável, confortável e esteticamente satisfatória.

3.2 Missão, visão e valores

Como cita Drucker, (2024) missão, visão e valores são três conceitos fundamentais que orientam a identidade, a cultura e as estratégias de uma empresa. Eles servem como diretrizes para a tomada de decisões e o desenvolvimento de estratégias, além de ajudar a comunicar a essência da organização tanto internamente (aos funcionários) quanto externamente (aos clientes e parceiros).

- **Missão:** Oferecer consultoria de moda que vai além das tendências, priorizando escolhas éticas e sustentáveis. Capacitar os clientes a fazerem escolhas informadas e responsáveis em relação às suas roupas.

- **Visão:** O objetivo é ser uma referência na indústria da moda, promovendo um estilo de vida sustentável e consciente, sem comprometer a elegância e o estilo.
- **Valores:** Sustentabilidade é fundamental em tudo o que a M&S faz. Valorizar a ética, a inovação, a educação, a diversidade e a inclusão no trabalho executado.

Figura 2- Missão Visão e Valores



Autoria própria, 2024

3.3 Fatores críticos de sucesso

Fatores Críticos de Sucesso, são elementos essenciais que uma empresa deve gerenciar eficazmente para alcançar seus objetivos e garantir a sustentabilidade e o crescimento no mercado. Esses fatores variam conforme o setor, o modelo de negócios e as metas específicas da empresa, mas alguns fatores são geralmente relevantes para a maioria das empresas.

Oferecer produtos ou serviços de alta qualidade que atendam ou superem as expectativas dos clientes. Inovações constantes podem diferenciar a empresa da concorrência. Para que haja ótimas entregas do serviço é necessário estudar e ter conhecimento do que é vendido para o cliente. Educação, respeito e

inclusão é o mínimo em que todos devem doar, mas partindo da atualidade, pode se dizer que sim, é uma boa forma de se destacar diante da concorrência.

Atualmente investir na sustentabilidade vem sendo algo muito estratégico para crescer num ramo empresarial. Num mundo onde as empresas são chamadas não apenas a prosperar, mas a liderar em responsabilidade social e ambiental, a sustentabilidade empresarial emerge como um catalisador de mudanças positivas.

- **Estratégias de Marketing Eficazes:** Desenvolver e implementar estratégias de marketing que alcancem o público-alvo e gerem demanda.
- **Parcerias Estratégicas:** Formar alianças e parcerias que ofereçam vantagens competitivas e novas oportunidades de crescimento.
- **Conformidade Legal:** Manter-se atualizado e cumprir todas as regulamentações e leis aplicáveis ao setor e às operações da empresa.
- **Gestão de Riscos:** Identificar e mitigar riscos legais e regulatórios para evitar penalidades e interrupções nos negócios.

Gerenciar esses fatores críticos de sucesso é fundamental para que uma empresa não apenas sobreviva, mas prospere em um ambiente competitivo e em constante mudança.

3.4 Riscos identificados

A identificação de riscos é o processo de compreender o que, onde, quando, por que e como um evento indesejado poderia e pode acontecer.

Em uma empresa no ramo de consultoria de moda sustentável, diversos problemas podem ser identificados. Esses riscos podem impactar a operação, a reputação e o sucesso financeiro da empresa. Alguns riscos são de fácil captação, como;

- **Concorrência:** Ao entrar no mercado de trabalho em um período onde já existe uma concentração de empresas e negócios já estabilizados, é difícil se destacar em meio a todas elas, não só como concorrência, mas também em colaboração
- **Questões de Propriedade Intelectual:** A consultoria pode envolver o desenvolvimento de práticas e soluções proprietárias, que precisam ser protegidas contra violação de direitos autorais ou patentes. Sendo uma empresa totalmente independente, todos os processos e dinamismo vem da própria

autoria. Por isso é preciso buscar de forma ágil soluções, como patentear o nome, mostrar personalidade em cada trabalho e se destacar em marketings e inovação da empresa.

- **Comunicação e Marketing:** A forma como a empresa comunica sua missão e valores pode influenciar sua imagem. Estratégias de marketing mal executadas podem levar a percepções negativas.

- **Resistência à Mudança:** Empresas clientes podem enfrentar resistência interna à adoção de práticas sustentáveis, o que pode dificultar a implementação das recomendações.

Identificar e gerenciar esses riscos de forma proativa é essencial para o sucesso e a sustentabilidade a longo prazo de uma empresa. Implementar estratégias de mitigação e ter um plano de contingência pode ajudar a minimizar os impactos negativos desses riscos.

3.5 Ferramentas de controle de qualidade

Ferramentas de qualidade são técnicas e métodos usados por empresas para melhorar seus produtos e processos. Elas ajudam a identificar problemas, garantir que as operações sejam eficientes e atender às expectativas dos clientes. Essas ferramentas podem incluir desde técnicas estatísticas para monitorar e controlar processos até métodos de análise para entender e resolver problemas. O objetivo é garantir que os produtos ou serviços atendam a padrões elevados e sejam entregues consistentemente, promovendo a satisfação dos clientes e a eficiência operacional.

3.6 5 S's

5S's é uma metodologia de gestão japonesa utilizada para organizar, limpar e manter o ambiente de trabalho de forma eficiente. O nome "5S" vem de cinco palavras japonesas que começam com a letra "S" e representam cinco passos fundamentais

- **Seiri (senso de utilização)**

O local de trabalho da M&S é destinado somente para atividades da empresa, portanto não há a presença de materiais desnecessários e que não contribuem com o propósito da empresa.

Quando a consultoria é realizada em home care é feita uma organização para que sejam separadas roupas que podem ser revendidas nas plataformas de todas as parcerias. Isto determina que o serviço seja eficaz e sustentável, um dos pontos fortes dentre os valores desta empresa.

- **Seiso (senso de limpeza)**

As rotinas de limpeza na empresa vão a depender do tipo de atendimento, seguindo da seguinte forma; se a consultoria é realizada em home care, a limpeza e organização de todo o trabalho, ficará por conta dos próprios sócios. Já no escritório, onde os clientes irão comparecer, o serviço de limpeza é feito por colaboradores contratados somente para o serviço.

- **Seiketsu (senso de padronização)**

Os processos de consultorias seguem um único padrão, para garantir consistência e qualidade em todas as interações com os clientes. Portanto as listas de verificações das diretrizes e autorizações estão para garantir um atendimento amplo e sustentável.

- **Shitsuke (senso de autodisciplina)**

A M&S promove uma cultura de responsabilidade com os membros da equipe e com os clientes. No entanto, a constância de análises para controle de qualidade dos atendimentos segue sendo importante para entregar o melhor de toda consultorias.

4. CICLO PDCA

Descrito pelo site da SEBRAE, (2024) O ciclo PDCA (Plan-Do-Check-Act) é uma metodologia de gestão que visa a melhoria contínua de processos e produtos. É amplamente utilizado em várias áreas, como gerenciamento de projetos, qualidade e operações, para garantir que os processos sejam constantemente otimizados.

- **Plan (Planejar)**

Definir as funcionalidades do aplicativo com base nas necessidades principais e conjunta dos clientes. Planejar como cada consultor irá desenvolver o trabalho, como sugestões de estilo, análise de guarda-roupas etc.

- **Do (Executar)**

Lançar o aplicativo como planejado, incluindo a interface e suas funcionalidades corretamente.

Começar as postagens para atrair clientela e mostrar o potencial em cada trabalho.

- **Check (Verificar)**

Analisar o desempenho do aplicativo, como número de downloads, feedback, funcionalidade etc.

Conversar entre os consultores se está sendo seguido um padrão e se á melhorias a serem feitas.

- **Act (Agir)**

Analisar o desempenho do aplicativo, como número de downloads, feedback, funcionalidade etc.

Conversar entre os consultores se está sendo seguido um padrão e se á melhorias a serem feitas.

Figura 3- Ciclo PDCA



Fonte: Autoria própria, 2024

5. ANÁLISE MACRO AMBIENTAL

Como cita o site PORTAL DA EDUCAÇÃO (2024), a Análise Macro Ambiental é uma ferramenta estratégica utilizada para identificar e avaliar os fatores externos que podem influenciar uma organização. Esses fatores são amplos e abrangem desde tendências econômicas e sociais até aspectos políticos e tecnológicos. Em outras palavras, é um raio-x do ambiente externo que a empresa está inserida.

Fatores Econômicos:

- **Tendências Econômicas Globais:** A situação econômica mundial pode afetar a disposição dos consumidores em investir em produtos ou serviços de moda sustentável.

Entra e sai estação e, a cada mudança, lojas de departamento que geralmente são franquias, produzem coleções gigantes para atender a demanda mundial de “estar dentro da moda”. Porém, o fast fashion se baseia no uso quase descartável das roupas que estão sempre seguindo tendências voláteis (Ecoassist, 2021).

A M&S tende a mudar o pensamento excessivo de descartes de roupas, e mostra a forma sustentável de reutilizar o ressignificar o uso delas.

- **Políticas Monetárias:** Mudanças nas taxas de juros e na política monetária podem influenciar os custos de financiamento e, consequentemente, os investimentos em sustentabilidade.

O respaldo do governo pode ajudar empresas a crescerem diante da sociedade, atribuindo valor e importância à sustentabilidade no Brasil.

- **Custos de Matérias-Primas:** Flutuações nos preços das matérias-primas, como algodão orgânico ou tecidos sustentáveis, podem impactar os custos de produção.

A aplicação da M&S sobre a sociedade, é utilizar maneiras de consumir sem precisar de novas produções. A produção massiva de novas peças tendenciais, faz com que tenha má qualidade sobre o produto e fácil descarte.

Fatores Sociais:

- **Consciência do Consumidor:** O aumento da conscientização sobre questões ambientais e sociais pode criar uma demanda crescente por moda sustentável.

A conscientização sobre o uso sustentável na moda, não só tem de ser visto pelas marcas e empresas responsáveis. As mudanças feitas por cada pessoa que vem utilizando estilos sustentáveis, agilizarão o progresso de terem um estilo de vida melhor.

- **Tendências de Consumo:** Mudanças nos padrões de consumo, como a preferência por marcas éticas e ecológicas, podem beneficiar empresas de moda sustentável.

- **Normas Culturais:** Normas culturais e valores relacionados à sustentabilidade variam em diferentes regiões e podem influenciar a aceitação de produtos e serviços sustentáveis.

A viabilidade mútua dos serviços M&S, atrai diversas culturas, trazendo mudanças no trabalho para o melhor encaixe na sociedade.

Fatores Tecnológicos

- **Inovação em Materiais:** Avanços tecnológicos na produção de tecidos e materiais sustentáveis podem oferecer oportunidades para diferenciação e melhoria de produtos.

- **E-Commerce:** A expansão do comércio eletrônico permite que as empresas alcancem consumidores globais interessados em moda sustentável.

O aplicativo é a principal obra para o processo de crescimento não só da empresa, mas também, da mensagem que a empresa quer passar ao público.

Fatores Ambientais

- **Mudanças Climáticas:** O impacto das mudanças climáticas na indústria da moda, como escassez de recursos hídricos e aumento da conscientização sobre pegada de carbono, destaca a importância da moda sustentável.

O impacto na moda sobre as mudanças climáticas se torna um gás para a produção excessiva de peças de roupas e o descarte também.

Fatores Demográficos

- **Demografia de Consumidores:** A demografia dos consumidores, como faixa etária e nível de renda, pode influenciar a demanda por moda sustentável em diferentes mercados.

Por isso a empresa abrange todos os tipos de idades e culturas, atingindo todo público, independentemente de sua região ou estilo de vida.

6. TIPO DE SOCIEDADE DA EMPRESA

A M&S se encaixa em uma Sociedade Limitada (LTDA), o que refere a uma empresa aberta por mais de um sócio, com uma divisão de responsabilidades discriminada no Contrato Social, contando ainda, com a identidade jurídica própria: o capital que está investido na empresa é o único a ser utilizado nas tramitações financeiras e judiciais. A principal característica, é a separação dos bens pessoais dos valores investidos na empresa.

A prática de uma empresa de moda sustentável Ltda com três sócios, como a M&S envolve uma abordagem integrada que combina a gestão eficaz das operações diárias com um forte compromisso com práticas sustentáveis e responsabilidade social. Cada sócio tem um papel específico, mas todos colaboram para garantir que a empresa alcance seus objetivos de sustentabilidade e sucesso no mercado.

7. FORMA DE TRIBUTAÇÃO

De acordo com CONTABILIZEI.BLOG (2024) A Sociedade Limitada exige, por lei, no mínimo dois sócios para sua constituição. Para formalizar uma LTDA, os empreendedores devem elaborar um contrato social e registrá-lo na junta comercial estadual. Não há isenção fiscal para esse tipo de empresa, portanto, uma Sociedade Limitada deve pagar tributos de acordo com seu setor de atividade, incluindo ISS, ICMS, IRPJ, COFINS, CPP, IPI e CSLL

• Imposto sobre serviços (ISS)

O imposto municipal conhecido como ISS é cobrado pelas empresas que prestam serviços e é administrado pelas prefeituras dos municípios onde os serviços são prestados. Essa ação é realizada em todas as cidades do Brasil. A taxa é determinada pela cidade onde a empresa está registrada.

• Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços (ICMS)

O Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) é um imposto que está sob a jurisdição dos estados. Além da movimentação de mercadorias, ele é usado para comunicação, transporte interestadual e intermunicipal e fornecimento de energia elétrica.

- **Imposto de Renda (IRPJ)**

Todas as empresas registradas com CNPJ ativo devem pagar o Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ), um imposto federal. Essa regra tem algumas exceções, como pessoas físicas com CNPJ e certas entidades que não pagam impostos. Profissionais autônomos, templos religiosos, instituições educacionais e organizações sem fins lucrativos estão entre essas exceções.

- **Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS)**

A COFINS é um imposto federal pago pelas empresas para financiar a segurança social dos funcionários da iniciativa privada.

- **Contribuição Patronal Previdenciária (CPP)**

Todas as empresas que optam pelo Simples Nacional devem ter a CPP (Contribuição Patronal Previdenciária). O valor da contribuição depende da atividade econômica, bem como dos salários dos empregados, pró-labore dos sócios e remuneração dos autônomos.

- **Impostos sobre produtos industrializados (IPI)**

Trata-se de um imposto federal que incide sobre os produtos produzidos na indústria nacional ou sobre os que são importados no desembaraço aduaneiro.

- **Contribuição social sobre o lucro líquido (CSLL)**

A Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), como toda contribuição social, é destinada a financiar a Seguridade Social, que inclui Assistência Social, Previdência Social (aposentadorias) e saúde.

A M&S sendo uma empresa limitada (LTDA) de acordo com JUSBRASIL, (2024) cumpre com todas as obrigações em sua tributação conforme a lei Nº 9.430 de 27 de dezembro de 1996. De acordo com esta lei a M&S tem obrigações em pagar todos os impostos citados acima, exceto impostos sobre produtos industrializados (IPI). De acordo com a legislação tributária, uma consultoria de moda está isenta desta obrigação, pois de acordo com Ministério da Fazenda

apenas empresas que exportam e importam produtos industrializados tem obrigatoriedade de cumprir com estes impostos.

8. ABERTURA DA EMPRESA

Segue abaixo os dados para a abertura da empresa M&S.

8.1 Contrato Social

CONTRATO SOCIAL DA EMPRESA LIMITADA: K.L.J Consultoria L.T.D.A

Pelo presente instrumento particular os sócios;

- **Sócio 1-** Lucas Adriano Dos Santos Oliveira, brasileiro, solteiro, Consultor de moda, RG: 12.345.677-8, CPF: 481.329.968-79, residência na Rua Das Flores n 239, Mauá, SP,
- **Sócio 2-** Kelly Cristina De Jesus Silva, brasileira, Consultora De Moda, RG: 13.675.980-5, CPF: 566.919.568.00, residência na Rua Anastácio Florentino n198, Ribeirão Pires, SP,
- **Sócio 3-** Ana Julia Da Cruz e Silva Moraes, brasileira, solteira, Consultora De Moda, RG:54.636.505-9, CPF: 470.466.338.8-6, residência na Rua Das Rosas n234 têm entre si justo e contratado a constituição de uma sociedade empresarial, que regerá pelos termos e, cláusulas seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA DENOMINAÇÃO SOCIAL

A sociedade girará sob a denominação social de K.L.J Consultoria L.T.D.A, doravante denominada simplesmente "Sociedade".

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO SOCIAL

A Sociedade terá como objeto social Consultoria De Moda que tem o intuito de trabalhar com o cliente sobre si mesmo dentro da moda, e assim encontrar de uma forma fácil e sustentável seu estilo. Seja por meio de consultorias pessoais ou por meio de aplicativo.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA SEDE

A sede da Sociedade será estabelecida na Av. Central n 265 Ribeirão Pires- SP

CLÁUSULA QUARTA – DO CAPITAL SOCIAL

O Capital Social da M&S Consultoria será composto por cotas, cada uma delas valendo inicialmente R\$50,00, sendo disponibilizadas 1.000. Os valores e quantidades das cotas se encontrarão na próxima página, com as cotas da empresa sendo majoritariamente adquiridas Lucas Adriano dos Santos Oliveira, o fundador original da M&S.

SOCIO 1: Lucas Adriano dos Santos Oliveira 400 cotas, no valor total de 20.000

SOCIO 2: Kelly Cristina De Jesus Silva 300 cotas, no valor total de 15.000

SOCIO 3: Ana Julia Da Cruz e Silva Moraes 300 cotas, no valor total de 15.000

CLÁUSULA QUINTA – DA ADMINISTRAÇÃO

A administração da Sociedade será exercida de forma mista cabendo aos sócios investirem capital, participar das decisões importantes, gerir o negócio diretamente ou designar gestores, além de compartilhar dos lucros e perdas de acordo com suas cotas, assumir riscos limitados e garantir conformidade legal.

CLÁUSULA SEXTA – DA DISSOLUÇÃO E LIQUIDAÇÃO

Em caso de dissolução da empresa, os sócios concordam em seguir os seguintes procedimentos de liquidação;

Nomeação de um liquidante responsável (Lucas Adriano dos Santos Oliveira) por conduzir o processo de liquidação da empresa, incluindo a venda de ativos, quitação de dívidas e distribuição de ativos remanescentes.

Os ativos da empresa serão avaliados e vendidos para pagar as dívidas pendentes e as despesas de liquidação.

Após o pagamento de todas as dívidas e despesas, quaisquer ativos remanescentes serão distribuídos entre os sócios proporcionalmente ao número de cotas que possuem.

O Diretor Geral, detentor de 400 cotas no valor de R\$ 20.000,00, terá direito a uma parcela proporcional dos ativos remanescentes de acordo com sua participação. O Segundo Sócio, com 300 cotas no valor de R\$ 15.000,00, e o Terceiro Sócio, também com 300 cotas, terão direito a parcelas equivalentes

dos ativos remanescentes, de acordo com suas respectivas participações no capital social.

A liquidação será concluída dentro de 3 (três meses) após o qual a empresa será formalmente encerrada e removida dos registros públicos.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO FÓRUM

Fica eleito o foro da cidade de Ribeirão Pires- SP para dirimir quaisquer controvérsias oriundas deste contrato, renunciando-se a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem assim justos e contratados, assinam o presente contrato social em 02 (duas) vias de igual teor, na presença das testemunhas abaixo assinadas.

Ribeirão Pires 05/04/24

[NOME DO SÓCIO 1]

[NOME DO SÓCIO 2]

[NOME DO SÓCIO 1]

Testemunha:

8.2 Junta Comercial

A Junta Comercial é um órgão responsável pelo registro, controle e fiscalização das empresas e sociedades comerciais em um estado específico do Brasil. Ela atua como um cartório empresarial, onde são realizados diversos procedimentos necessários para a formalização e manutenção das empresas.

Os passos para abrir uma empresa LTDA envolvem: contratar um contador, definir o CNAE (Classificação Nacional das Atividades Econômicas), definir a configuração da empresa e localidade, elaborar o contrato social, registrar na junta comercial, emitir o CNPJ e conseguir os Alvarás e outras Liberações. Quem está começando seu próprio negócio pode estar cheio de dúvidas — e com razão: são várias questões legais que precisam ser consideradas antes de conseguir o CNPJ, como decidir o enquadramento da empresa e a sua natureza jurídica incluindo a escolha de ser ou não uma sociedade limitada.

Para a abertura da presente empresa M&S, que se caracteriza como uma sociedade limitada são necessários os seguintes documentos;

Documentos Pessoais: RG, CPF, comprovante de endereço dos sócios e administradores.

Contrato Social: Documento redigido e assinado definindo a estrutura e funcionamento da empresa.

Certidão de Disponibilidade do Nome Empresarial: Comprovante de que o nome escolhido está disponível.

Comprovante de Endereço da Sede: Documento que prova a localização da empresa (contrato de locação ou comprovante de propriedade).

Formulários da Junta Comercial: Formulários preenchidos e entregues conforme exigências da Junta Comercial.

Pagamento das Taxas de Registro: Comprovante de pagamento das taxas de registro na Junta Comercial.

Documentos Complementares (se aplicáveis): Certidão de regularidade do nome (se exigido). Licenças e alvarás específicos, dependendo da atividade. Após o registro, deve-se fazer a inscrição no CNPJ e obter o alvará de funcionamento.

8.3 Registro da Empresa na Junta Comercial

Eu Lucas Adriano dos Santos Oliveira na qualidade de representante legal da K.L.J Consultoria LTDA. Declaro por meio deste documento que realizei uma pesquisa abrangente nos registros comerciais, bancos de dados governamentais e fontes online relevantes para verificar a existência de outras empresas com o mesmo nome social da nossa empresa.

Após uma investigação minuciosa, confirmo que não foi encontrado nenhuma outra entidade legalmente registrada que utilize o mesmo nome social da K.L.J Consultoria LTDA. Todos os registros consultados, incluindo os da Junta Comercial, bases de dados online e consultas jurídicas, demonstraram que o nome social da nossa empresa é exclusivo e não está em conflito com nenhuma outra entidade comercial.

Figura 4- Pesquisa da Empresa

The image is a screenshot of the JUCESP (Junta Comercial do Estado de São Paulo) website. At the top, there is a navigation bar with the JUCESP logo and links for INICIO, INSTITUCIONAL, SERVIÇOS ONLINE, CIDADÃO, EMPRESAS, TRADUTORES E LEILOEIROS, FALE CONOSCO, and TRANSPARÊNCIA. Below the navigation bar, there is a search bar with the text 'Digite seu CPF' and a 'Cadastrar-se' button. The main content area is titled 'SERVIÇOS ONLINE' and contains a sidebar with links: 'Pesquisar empresas', 'Emitir DARE', 'Utilizar DARE', 'Entenda nossos serviços online', and 'Consultar autenticidade de documentos'. The main content area is titled 'Pesquisar Empresas' and contains a search bar with the text 'K.L.J consultoria L.T.D.A.' and a 'Buscar' button. Below the search bar, it shows the results: 'Resultados 0 - 0 de 0 para o termo 'K.L.J consultoria L.T.D.A.' (0.171 segundos)'. There is also a link to 'Pesquisa avançada' and a note about PDF documents.

Fonte: www.jucesponline.sp.gov.br, 2024

8.4 Solicitação do CNPJ

Toda empresa necessita de um CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), pois é fundamental para uma empresa no Brasil, porque ele a formaliza como uma entidade legalmente reconhecida.

Com o CNPJ, a empresa pode abrir contas bancárias, emitir notas fiscais, contratar funcionários e participar de licitações públicas. Além disso, ele é necessário para que a empresa cumpra suas obrigações fiscais, como o

pagamento de impostos e contribuições previdenciárias, e para que tenha acesso a benefícios e incentivos fiscais oferecidos pelo governo. Ter um CNPJ também confere credibilidade e confiança, tanto para clientes quanto para fornecedores e parceiros, o que é crucial para operar de maneira competitiva no mercado. Sem o CNPJ, a empresa não pode realizar essas atividades de forma legal, limitando sua capacidade de crescer e se desenvolver.

O Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica é a identidade única de uma empresa perante a legislação e o estado. O CNPJ tem a configuração XX. XXX. XXX/XXXX-XX, onde os primeiros oito dígitos são o número-base, os quatro seguintes o número de ordem das filiais da empresa, o penúltimo é o DV (Dígito de Verificação) módulo 11 (v. abaixo) dos doze dígitos anteriores e o último é o DV módulo 11 dos treze dígitos anteriores.

Passos para a solicitação do CNPJ

De acordo com GULART (2024), esses são os passos para a solicitação do CNPJ

• Contratação de um contador

Um contador é necessário para abrir um CNPJ porque ele possui o conhecimento técnico e a experiência para lidar com a complexidade dos processos burocráticos e legais envolvidos na formalização de uma empresa. Ele garante que todos esses passos sejam seguidos corretamente, evitando erros que poderiam levar a complicações legais ou fiscais no futuro. Além disso, ele pode orientar sobre as melhores práticas de gestão financeira e tributária desde o início, ajudando a empresa a se manter em conformidade com a legislação e a otimizar sua carga tributária. A assistência de um contador também é essencial para assegurar que todos os prazos sejam cumpridos e que a empresa comece a operar de forma legal e eficiente.

• Escolha o tipo de empresa

A M&S se encaixa em uma Sociedade Limitada (LTDA), caracterizada pela separação dos bens pessoais dos sócios com os valores investidos na empresa,

garantindo que apenas o capital da empresa seja utilizado em transações financeiras e judiciais. A empresa com três sócios, adota uma abordagem integrada na gestão, combinando operações eficientes com um forte compromisso com práticas sustentáveis e responsabilidade social. Cada sócio desempenha um papel específico, mas todos colaboram para alcançar os objetivos de sustentabilidade e sucesso no mercado.

• **Natureza jurídica**

A natureza jurídica é a forma legal pela qual uma entidade, como uma empresa, organização ou pessoa, é reconhecida pela legislação de um país. Ela define a estrutura, as responsabilidades, os direitos e as obrigações legais dessa entidade. No contexto de empresas, a natureza jurídica determina como a empresa é constituída, como ela deve operar, como são distribuídas as responsabilidades entre os sócios ou proprietários, e quais são as regras que ela deve seguir em termos de tributação, governança e outras obrigações legais.

Uma empresa LTDA é formada por dois ou mais sócios que possuem responsabilidade limitada ao valor das suas cotas de capital social. Isso significa que, em caso de dívidas ou obrigações, os sócios não têm seu patrimônio pessoal comprometido além do que investiram na empresa. A natureza jurídica LTDA também estabelece que as decisões da empresa devem ser tomadas de acordo com o percentual de participação de cada sócio no capital social, garantindo uma gestão proporcional ao investimento de cada um. Isso significa que a empresa M&S se encaixa nesta natureza jurídica, pois ela se contempla diretamente em uma sociedade LTDA.

• **Identificação do código CNAE das atividades**

Como diz o site CONTABILIZEI.COM, (2024) o código CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) é um número utilizado no Brasil para identificar e categorizar as atividades econômicas realizadas por empresas e outras entidades. Cada atividade econômica tem um código específico no CNAE, que é necessário para definir a natureza das operações da empresa e determinar o regime tributário aplicável. Para identificar o código CNAE de uma atividade, é preciso descrever claramente o que a empresa faz ou pretende fazer, consultar a tabela CNAE, disponível no site do IBGE, e escolher o código que melhor se

encaixa nas atividades descritas. Esse código deve ser registrado junto à Receita Federal e outros órgãos competentes durante o processo de formalização da empresa. Ele é fundamental não apenas para regularizar a empresa, mas também para determinar suas obrigações fiscais e tributárias.

• **Separação dos documentos necessários**

Com tudo definido, basta separar a documentação para abrir o CNPJ. Para isso, é preciso dos seguintes documentos:

- RG e CPF;
- Comprovante de endereço;
- Certidão de casamento (se for o caso);
- Cópia do IPTU ou documento que indique a inscrição municipal do imóvel em que será a sede da empresa.

Toda empresa necessita de um CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), pois é fundamental para uma empresa no Brasil, porque ele a formaliza como uma entidade legalmente reconhecida.

Com o CNPJ, a empresa pode abrir contas bancárias, emitir notas fiscais, contratar funcionários e participar de licitações públicas. Além disso, ele é necessário para que a empresa cumpra suas obrigações fiscais, como o pagamento de impostos e contribuições previdenciárias, e para que tenha acesso a benefícios e incentivos fiscais oferecidos pelo governo. Ter um CNPJ também confere credibilidade e confiança, tanto para clientes quanto para fornecedores e parceiros, o que é crucial para operar de maneira competitiva no mercado. Sem o CNPJ, a empresa não pode realizar essas atividades de forma legal, limitando sua capacidade de crescer e se desenvolver.

O Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica é a identidade única de uma empresa perante a legislação e o estado. O CNPJ tem a configuração XX. XXX. XXX/XXXX-XX, onde os primeiros oito dígitos são o número-base, os quatro seguintes o número de ordem das filiais da empresa, o penúltimo é o DV (Dígito de Verificação) módulo 11 (v. abaixo) dos doze dígitos anteriores e o último é o DV módulo 11 dos treze dígitos anteriores.

8.5 Alvará de funcionamento

Segundo Torres (2024), o alvará de funcionamento é um documento que autoriza a empresa exercer as suas atividades em determinados locais de acordo com as normas estabelecidas.

Figura 5- Alvará de Funcionamento



CNPJ.: 46.415.998/0001-96
Prefeitura Municipal de Ribeirão Pires
Rua Miguel Prisco, 288 - Centro Ribeirão Pires/SP
fone (11) 4828-9800 e-mail sema@ribeiraopiressp.gov.br
site: www.ribeirao.sp.gov.br

ALVARÁ
LICENÇA DE FUNCIONAMENTO

Nº Alvará	Inscrição Municipal	CPF/CNPJ	LEST/RG	Exercício	Data Abertura
23001/2017	12589/2017	68.485.326/0001-00		2032	02/02/2024
Tip.Cadastro	Nº Cadastro	Processo			
2	8453	71677			
Nome/Razão Social K.L.J Consultoria E.P.P					
Nome Fantasia M&S Moda e Style Consultoria's					
Endereço Av. Central 265					
Cidade/UF Ribeirão Pires/SP					
Regime Tributário: OUTROS					
Atividade ASSESSORIA E CONSULTORIA EM MODA E IMAGEM PESSOAL 7490-1/99 ASSESSORIA E CONSULTORIA EM MODA E IMAGEM PESSOAL					
				Bairro Parque Aliança	
				CEP 09784-356	Complemento

Fonte: Site prefeitura de São Pedro, modificado, 2024

8.6 INSS

O site GOV.BR informa que o INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) é o órgão do governo brasileiro responsável pela administração do sistema de previdência social. Ele cuida do pagamento de benefícios aos trabalhadores que contribuem para o sistema, como aposentadorias, pensões, auxílios-doença, e outros benefícios previdenciários.

Os trabalhadores e empregadores fazem contribuições ao INSS, que são calculadas com base em uma porcentagem do salário ou da remuneração do trabalhador. Essas contribuições garantem que o trabalhador tenha direito a benefícios em caso de aposentadoria, invalidez, doença, acidente de trabalho, maternidade, entre outros.

O INSS é fundamental para a proteção social no Brasil, oferecendo uma rede de segurança para os trabalhadores e suas famílias. Ele garante que, ao cumprir certos requisitos, como tempo de contribuição ou idade mínima, o trabalhador terá acesso a uma renda durante a aposentadoria ou em situações em que não possa trabalhar.

Além disso, o INSS também é responsável pela concessão de benefícios assistenciais, como o Benefício de Prestação Continuada (BPC), que é voltado para pessoas com deficiência e idosos de baixa renda que não têm condições de prover o próprio sustento.

Com base nessa relação a M&S tem obrigação de garantir a segurança de seus sócios, facilitando também para futuros funcionários. Incluindo o recolhimento do INSS Patronal, uma contribuição da empresa para o governo, destinada a garantir a seguridade social da população e promover o auxílio para custear necessidades básicas como saúde, previdência e assistência social.

8.7 Corpos de Bombeiros

• O que é AVCB

Para que um estabelecimento (empresa, indústrias ou multifamiliar) possa funcionar de forma regular e dentro da legislação, com alvará de funcionamento AVCB e "habite-se" - exigidos pela Prefeitura e Corpo de Bombeiros, é obrigatório que se obtenha o Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros.

O AVCB é um documento que certifica que uma edificação cumpre todas as regras de combate a incêndio, estando habilitada para a circulação e permanência de pessoas. Esse documento é emitido pelo Corpo de Bombeiros, e, sem ele, o estabelecimento funciona de forma irregular, não garantindo a segurança aos seus usuários.

A empresa presente situada como M&S cumpre e segue com todas as regularidades solicitadas pelo documento AVCB. Segundo a lei **Artigo 1º** - Fica instituído, nos termos deste decreto, o Regulamento de Segurança Contra Incêndios das edificações e áreas de risco no Estado de São Paulo, nos termos da Lei Complementar nº 1.257, de 6 de janeiro de 2015.

Figura 6- Corpo de Bombeiros

 POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO CORPO DE BOMBEIROS	
AUTO DE VISTORIA DO CORPO DE BOMBEIROS	
O CORPO DE BOMBEIROS CIENTIFICA QUE A EDIFICAÇÃO OU ÁREA DE RISCO, CITADA ABAIXO, POSSUI AS MEDIDAS DE SEGURANÇA CONTRA INCENDIO PREVISTAS NO DECRETO ESTADUAL Nº 47.541/01	
Nº PROCESSO 0185/8545/2024	Nº VISTORIA: 0289/4587/2024
Endereço: Av. Central Bairro: Parque Aliança Ocupação: --- Proprietário: Lucas Adriano dos Santos Oliveira Rep. Pelo uso: Lucas Adriano dos Santos Oliveira Resp. Técnico: --- CREA: --- Área Total: --- Vistoriante: --- Validade: 15/08/2030 Observação: ---	
Município: Ribeirão Pires	
PARA RENOVAÇÃO DO AVCB DEVE SER SOLICITADA NOVA VISTORIA AO CORPO DE BOMBEIROS	
15 de agosto de 2024	
EMITENTE:	A SSINATURA:
OBS: CONSTATADAS IRREGULARIDADES NAS MEDIDAS DE SEGURANÇA CONTRA INCÊNDIO, PREVISTAS NO DECRETO ESTADUAL Nº 46.076/01. CORPO DE BOMBEIROS DA POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO CASSARÁ AVCB.	

Fonte: Site Platina Engenharia, modificado, 2024

9. AMBIENTE COMPETITIVO

O ambiente competitivo como diz o site SEBRAE, (2024) refere-se ao cenário em que uma empresa ou organização opera em relação aos seus concorrentes. Isso envolve a análise de fatores como a presença de competidores diretos e indiretos, suas estratégias, forças, fraquezas, e a dinâmica de mercado que influencia a competição.

Em um ambiente competitivo é preciso ter mais estratégias e estudos para se envolver na sociedade.

Por um lado, a demanda por moda sustentável está em alta, com consumidores e marcas cada vez mais preocupados com o impacto ambiental de suas escolhas. Isso cria oportunidades para a empresa de consultoria, que pode ajudar outras marcas a adotarem práticas mais sustentáveis, como o uso de

materiais ecológicos, redução de desperdício e transparência na cadeia de suprimentos.

Por outro lado, a empresa enfrenta concorrência de outras consultorias de moda, tanto as especializadas em sustentabilidade quanto as mais tradicionais que também estão começando a oferecer serviços nesse campo. Além disso, startups e empresas de tecnologia focadas em soluções sustentáveis representam uma competição adicional, especialmente em termos de inovação e eficiência.

A M&S usa várias técnicas para identificar como se inserir em um ambiente competitivo dentro do mercado de trabalho. Utilizando técnicas e ferramentas de estratégias.

9.1 Análise SWOT

Como cita o site SEBRAE, (2024) A análise SWOT é uma ferramenta estratégica utilizada para avaliar os pontos fortes (Strengths), pontos fracos (Weaknesses), oportunidades (Opportunities) e ameaças (Threats) de uma empresa ou projeto. Os pontos fortes são as vantagens internas que a empresa possui, como recursos, competências ou reputação no mercado, que podem ser alavancados para alcançar seus objetivos. Os pontos fracos são as limitações internas que podem dificultar o desempenho, como falta de recursos, competências insuficientes ou problemas operacionais. As oportunidades referem-se a fatores externos que a empresa pode explorar para seu benefício, como novas tendências de mercado, mudanças tecnológicas ou regulamentações favoráveis. As ameaças, por sua vez, são os fatores externos que podem prejudicar a empresa, como concorrência, mudanças econômicas ou regulamentações desfavoráveis. A análise SWOT ajuda a empresa a entender melhor seu posicionamento no mercado, permitindo a formulação de estratégias que maximizem os pontos fortes e as oportunidades, enquanto mitigam os pontos fracos e as ameaças.

Forças

- Exclusividade ao cliente;
- Inovação no mercado de trabalho;
- Consciência em pró a sustentabilidade.

Fraquezas

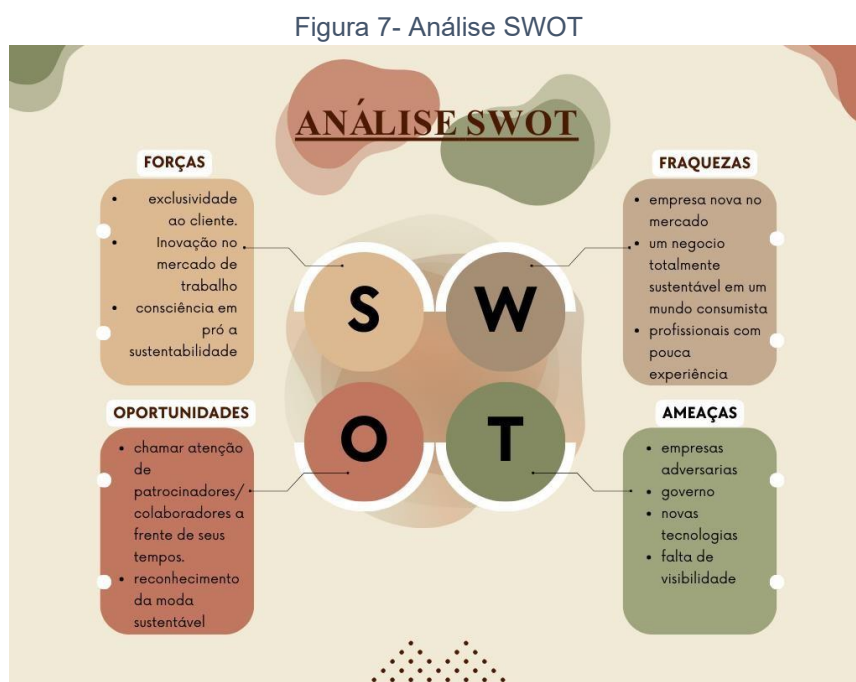
- Empresa nova no mercado;
- Um negócio totalmente sustentável em um mundo consumista;
- Profissionais com pouca experiência.

Oportunidades

- Chamar atenção de patrocinadores/ colaboradores a frente de seus tempos;
- Reconhecimento da moda sustentável.

Ameaças

- Empresas adversárias;
- Governo;
- Novas tecnologias.



Fonte: Autoria própria, 2024

9.1.1 Produtos Substitutos

Qualquer e todo tipo de negócio necessita de estar apto para mudanças e soluções de supostos problemas futuros, que podem ocasionar a modificação de serviços, a gestão da empresa ou até mesmo a alteração do tipo de organização. Embora a M&S ofereça o serviço de consultoria, a instituição não descarta a possibilidade de disponibilizar produtos de brechó através do aplicativo, dessa forma mudanças no perfil da empresa deveriam ser realizadas, isso também aplicaria reenquadramento na condição tributária.

9.1.2 Concorrentes

Segundo ADOLPHO (2024), a diferenciação entre empresas que concorrem diretamente é mais desafiadora. Para vender o mesmo produto e da mesma forma é preciso fazer uso de diversas estratégias para despertar mais a atenção dos consumidores, atraí-los e fechar a venda com a sua empresa.

Concorrentes no mercado de moda sustentável oferecem soluções interessantes, mas o que diferencia a M&S é o foco em dar uma nova vida às peças através de brechós selecionados e um aplicativo exclusivo que inspira os clientes a explorar o seu estilo de forma sustentável. Enquanto muitos focam apenas na compra e venda de peças de segunda mão, esta consultoria vai além, oferecendo uma experiência personalizada que une moda consciente com estilo único.

9.1.3. Fornecedores

A M&S presta serviços de consultoria de moda sustentável, com isso a empresa não necessita de fornecedores. Nesse modelo de consultoria é focado em fornecer serviços aos clientes, dessa forma não lidamos com gestão de materiais e fornecedores diretamente.

9.1.4. Clientes

A identidade visual é capaz de destacar pontos fortes e importantes para uma pessoa, seja em suas atividades diárias ou no contexto profissional. A imagem traduz sua personalidade, estilo de vida, valores e propósitos. Mais do que uma simples questão de vaidade, projetar uma imagem e um estilo que conte a sua

história, dentro ou fora do ambiente de trabalho, lhe proporciona mais segurança, autoconfiança e com a M&S um mundo sustentável.

A M&S tem um público abrangente que envolve clientes que buscam traduzir sua alma através do estilo, sendo moderno, clássico, despojado ou até mesmo sofisticado de modo que a busca por uma imagem melhor não influencie de maneira ruim ao meio ambiente. Ambientes corporativos também procuram se destacar positivamente, através do uso de uniformes é possível transmitir organização, higiene, padronização e segurança.

Segundo VAZ (2024), seja você um executivo ou um empresário, iniciando ou consolidando sua carreira, a imagem ideal lhe ajuda a evidenciar suas qualidades, valores, habilidades e potencial. Saber como projetar essa imagem vencedora, mais do que uma necessidade, é uma vantagem competitiva.

9.1.5. Inovação aplicada

De acordo com Peter Drucker (2024) inovar é essencial, um processo contínuo que é necessário para as empresas. Ele enfatiza que a inovação não é apenas a criação de novas ideias, mas sim ser capaz de transformar essas ideias em ações concretas que agreguem valor tanto para a empresa quanto para os clientes.

A M&S Consultoria's é uma empresa inovadora que prioriza a sustentabilidade em suas consultorias. Seu compromisso com a redução de desperdícios é sua principal distinção. Para aumentar sua eficiência, a consultoria trabalha com brechós para facilitar o acesso a produtos reutilizáveis e incentivar um consumo mais responsável. Como resultado, a empresa contribui significativamente para a redução do volume de resíduos que são descartados nos aterros sanitários. Outra inovação aplicada é o aplicativo, pois permite a personalização de conteúdos de acordo com cada cliente, isso faz o usuário ter sua individualidade de acordo com seu gosto e estilo.

10. PLANO DE MARKETING

Um plano de marketing é um documento estratégico que define as ações e estratégias de marketing de uma empresa ou produto para um determinado período. Ele é essencial para orientar as atividades de marketing, alinhar os esforços da equipe e alcançar os objetivos de negócios.

Kotler (2000) argumenta que um dos motivos primordiais para se estudar marketing é que ele é responsável por grande parte do crescimento e do desenvolvimento econômico da empresa e da sociedade.

A M&S explora bastante a área do marketing, pois a atualidade permite que as empresas desenvolvam bastante seu negócio. Um plano muito eficaz utilizado pela M&S é os quatro P's do Marketing, o que facilita a empresa a saber onde, quando e como desenvolver seu projeto.

10.1.2. P's do marketing

Como cita a RD Station (2024), os 4 P's do marketing, também conhecidos como o Mix de Marketing, são os principais elementos que uma empresa deve considerar para promover seus produtos ou serviços.

• Produto

A M&S oferece serviços de consultoria de moda personalizada, onde ajuda os clientes a descobrirem seu estilo único e adequado às suas preferências, necessidades e personalidade. Utiliza-se uma abordagem completa para entender os desejos e objetivos de moda de cada cliente, proporcionando uma experiência exclusiva e sob medida.

Além disso, foi desenvolvido um aplicativo inovador que serve como uma fonte constante de inspiração para todos os clientes. O aplicativo oferece uma ampla opção de estilos, tendências, dicas de moda e looks personalizados, permitindo que os usuários explorem e descubram novas ideias para expressar sua individualidade através da moda.

• Preço

O serviço de consultoria de moda tem um preço fixo de 200 reais por cada sessão podendo ser acrescentada uma taxa de transporte, a qual é determinada de acordo com a distância entre o cliente e o local da consulta. Não inclui serviços adicionais, contanto que o cliente queira contratar os serviços de pacotes, que incluem mais serviços. Este preço é estabelecido como um ponto de partida acessível para os clientes interessados em receber assistência profissional em questões relacionadas à moda, tornando os serviços de consultoria de moda da empresa mais acessíveis e atraentes para uma variedade de públicos.

Como toda empresa do mercado de vendas e trabalho, a M&S pode ser facilmente comparada a empresas do mesmo ramo, como exemplo por agências ou consultorias de moda, Stylists Profissionais, empresas de Personal Shopper, consultorias de imagem, e empresas de consultoria de marketing de moda.

Uma das principais missões desta consultoria é atender a inclusão de valores, ou seja, dar opções de pacotes ou serviços individuais que compactuam com o valor que o cliente pode ou está disposto a pagar. Isto desperta ao cliente mais interesse em adquirir nossos serviços.

• Praça

Os serviços permitem que o cliente seja atendido no conforto de sua casa, seja online ou presencialmente, mas também podem optar por comparecerem no escritório da M&S Consultoria's. Atuando em um mapa regional para facilitar o processo e valores das viagens.

Através das redes sociais os clientes poderão entrar em contato e conhecer ainda mais do trabalho, demonstrando como funciona despertando o interesse pela empresa.

• Promoção

Utiliza-se uma variedade de estratégias de promoção para aumentar a conscientização sobre as consultorias de moda. Isso inclui marketing digital, como redes sociais, anúncios online e campanhas de anúncio em apps de

marketing, para alcançar o público-alvo de forma eficaz. Também conta com patrocinadores para promover todos os serviços e aumentar nossa visibilidade. Com colaborações e parcerias haverá mais facilidade para se implantar eventos locais, lançamentos de coleções etc.

10.1.3. Nome da marca

O nome da M&S (Moda e Style) Consultoria's foi dado de uma forma simples e objetiva, na qual se apresenta a empresa no próprio nome. Moda, a própria palavra já diz e Style traduzindo para o português (Estilo), se incluem em uma forma de modificar e estilizar o nome da marca.

10.1.4. Cores da marca

A escolha das cores trouxe à marca sua identidade. Cores que transmitem equilíbrio, sossego e naturalidade. A natureza tem um papel fundamental no bem-estar e suas cores também: o marrom da terra, o verde das árvores e o amarelo do sol. Tudo que remete a ela traz conforto.

Uma paleta de cores foi escolhida para a identificação e padronização da marca, remetendo também à sustentabilidade, o que é um dos pontos chaves da empresa sendo o principal objetivo.

Figura 8- Cores da M&S



Fonte: Autoria própria, 2024

10.1.5. Serviços de apoio

Em uma empresa, os serviços de apoio são todas as atividades que não estão diretamente ligadas à produção do bem ou serviço principal, mas que são essenciais para o bom funcionamento de todas as áreas. São como os bastidores de um espetáculo, garantindo que tudo ocorra de forma organizada e eficiente. Como afirma o site Sensisaude (2024), os serviços de apoio são essenciais para garantir o bom funcionamento de uma empresa. Eles fornecem suporte e assistência em áreas críticas, permitindo que as empresas se concentrem em suas principais atividades e objetivos.

Produtividade, eficiência e competitividade, seria um desses apoios que fortalecem e ajudam a empresa a crescer, pois são indiretamente serviços que não são diretamente ligados ao que a M&S fornece para seus clientes, mas como por exemplo servem como apoio para uma boa consultoria.

Contudo, quando se fala sobre apoio, é necessário também uma equipe que cuide disso, sendo ela os próprios funcionários ou até mesmo outras empresas.

Três tópicos que podem ser considerados como exemplo são:

- **Recursos Humanos:** Recrutamento, seleção, treinamento, desenvolvimento, folha de pagamento, benefícios etc.
- **Finanças:** Contabilidade, gestão financeira, tesouraria, controle de custos etc.
- **Tecnologia da Informação (TI):** Infraestrutura de TI, desenvolvimento de sistemas, suporte técnico, segurança da informação etc.

10.1.6. Público-alvo

Diversas pessoas atualmente não sabem ou não se identificam com seus estilos, seja sobre cor, tecidos, silhuetas, entre outros motivos que justificam a falta de personalidade ou autoconfiança. A M&S tem o intuito de trabalhar com o cliente sobre si mesmo dentro da moda e assim encontrar de uma forma fácil e sustentável seu estilo.

Para ter uma visão ampla sobre, foram feitas pesquisas e estudos sobre qual público seriam mais atingidos pelo projeto inicial da empresa.

10.2 Pesquisa de campo

A pesquisa de campo é uma metodologia de coleta de dados que permite às empresas obterem informações diretamente da fonte: seus clientes, funcionários, fornecedores ou qualquer outro público de interesse. A seguir alguns gráficos gerados na pesquisa de campo da M&S.

Gráfico 1- Faixa Etária dos Clientes M&S

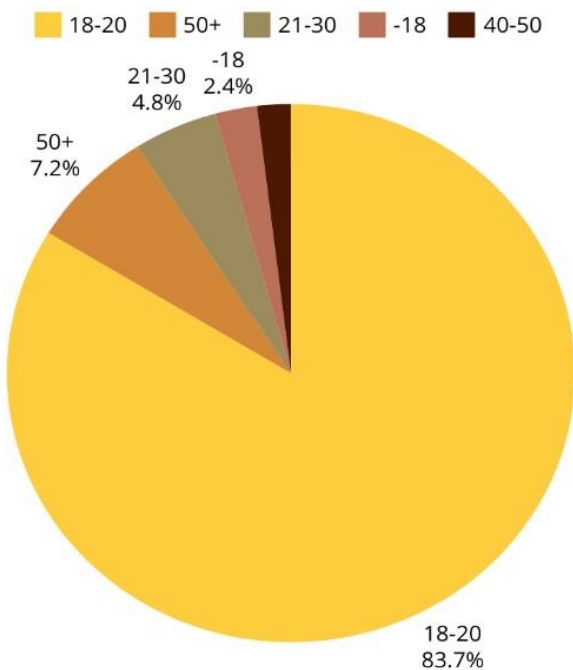


Gráfico 32- Análise de conhecimento da consultoria



Fonte: Autoria própria, 2024

10.3 Comportamento do Consumidor

Como diz SANTOS (2024), o comportamento do consumidor é o estudo de como as pessoas, grupos e organizações selecionam, compram, usam e descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos. Em outras palavras, é entender o "porquê" e o "como" as pessoas tomam decisões de compra. Contudo, a M&S procura entender o cliente para então saber e ter certeza que está seguindo um roteiro que vá instigar e suprir a necessidade dele.

Uma ferramenta muito útil que é essencial para o conhecimento do cliente é o Mapa de Empatia.

10.4 Mapa de Empatia

O mapa de empatia é uma ferramenta visual poderosa que permite a empresa mergulhar no universo do cliente, compreendendo suas necessidades, desejos, dores e medos. É como criar um avatar do cliente ideal, permitindo que o consultor se coloque no lugar dele e veja o mundo sob a sua perspectiva.

Figura 9- Mapa de Empatia M&S



Fonte: Autoria própria, 2024

A segmentação de mercado é crucial para que a M&S direcione seus esforços de forma eficiente e alcance seu público-alvo de maneira mais precisa. Ao segmentar o mercado, a consultoria pode identificar nichos específicos com necessidades e interesses particulares, permitindo a criação de estratégias de marketing e serviços personalizados. Segundo MULLER (2024), ela permite a criação de subconjuntos de um mercado, com base em dados demográficos, necessidades, prioridades, interesses comuns e outros critérios psicográficos ou comportamentais, usados para entender melhor o público-alvo.

10.5 Segmentação Demográfica e Psicográfica

A segmentação de mercado é uma ferramenta essencial para que as empresas possam direcionar seus esforços de marketing e vendas para um público específico, aumentando assim a eficácia de suas ações. Existem diversos critérios para segmentar um mercado, sendo os mais comuns a segmentação demográfica e a segmentação psicográfica. Segundo o site SURVEY MONKEY (2024), os profissionais de marketing usam as pesquisas de perfil demográfico e psicográfica em suas pesquisas de mercado para montar suas estratégias de marketing.

Segmentação Demográfica

A segmentação demográfica divide o mercado com base em características observáveis e mensuráveis da população, como:

- **Idade:** Crianças, adolescentes, adultos jovens, adultos, idosos.
- **Gênero:** Masculino, feminino, não binário.
- **Renda:** Baixa, média, alta.
- **Nível de escolaridade:** Fundamental, médio, superior, pós-graduação.
- **Ocupação:** Estudante, profissional liberal, empregado, aposentado.
- **Tamanho da família:** Solteiro, casado, com filhos, sem filhos.
- **Localização geográfica:** País, estado, cidade, bairro.

Como exemplo, se a M&S tem como maior público pessoas entre dezoito a vinte e um anos, é ótimo pensar em uma campanha descolada e interativa, para assim engajar e chamar atenção do principal público.

Segmentação Psicográfica

A segmentação psicográfica, por sua vez, divide o mercado com base em características psicológicas, como:

- **Personalidade:** Extrovertido, introvertido, conservador, inovador.
- **Estilo de vida:** Ativo, sedentário, saudável, hedonista.
- **Valores:** Ética, sustentabilidade, status social, família.
- **Interesses:** Esportes, música, leitura, viagens.
- **Atitudes:** Otimista, pessimista, idealista, realista.

Como exemplo, a M&S pode compreender que seus clientes por não se identificarem com seus estilos, possa haver uma opressão ou trauma de reconhecimento com a sociedade, por isso é importante conhecer o cliente e como abordá-lo nas consultorias.

10.6 Determinação do nível de demanda

O nível de demanda representa a quantidade de um produto ou serviço que os consumidores desejam e estão dispostos a adquirir em um determinado período. É um indicador crucial para as empresas, pois influencia diretamente as decisões de produção, estoque, marketing e vendas. Isso significa que a M&S deve estudar quantas consultorias e quantos acessos no aplicativo está tendo num determinado período, para então repensar ou manter o investimento, seja em marketing, atualizações, materiais etc. Diminuindo ou aumentando gastos.

10.7 Site (APLICATIVO)

O aplicativo da M&S tem como objetivo oferecer uma experiência personalizada e abrangente para seus usuários. Ao iniciar o uso, o usuário será guiado por um processo de cadastro detalhado, no qual poderá fornecer informações sobre sua personalidade, preferências e estilo pessoal. Com esses dados, o aplicativo oferece uma experiência única, sugerindo opções e conteúdos totalmente alinhados aos gostos do usuário.

Após o cadastro, o usuário é direcionado para o layout principal, onde encontrará uma seleção diversificada de inspirações, incluindo sugestões de looks, paletas

de cores, referências de moda e tendências atuais. Além disso, o aplicativo conta com diversas abas, uma delas dedicada a brechós e bazares parceiros, oferecendo opções sustentáveis e exclusivas para quem busca moda consciente e acessível.

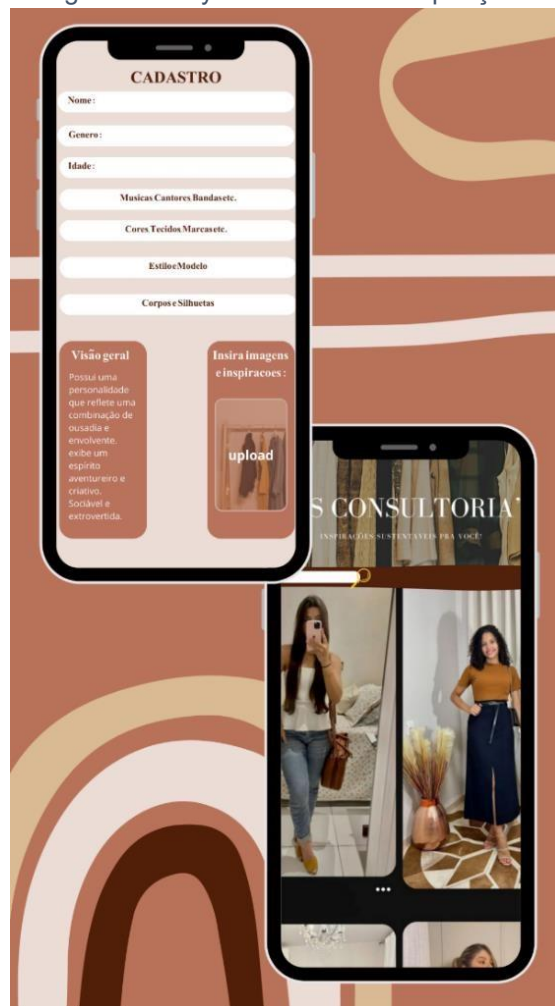
Para garantir que o usuário tenha todo o suporte necessário, o aplicativo também dispõe um ícone de ajuda. Através desse recurso, é possível entrar em contato diretamente com os sócios da M&S para esclarecer dúvidas, obter recomendações ou solucionar quaisquer problemas, garantindo uma experiência fluida e satisfatória.

Figura 10- Layout Página Inicial do APP



Fonte: Autoria própria, 2024

Figura 11- Layout Cadastro e Inspirações



Fonte: Autoria própria, 2024

11. PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS

Como cita NEVES (2024), o planejamento de gestão de pessoas representa um grupo de diretrizes que a área de Recursos Humanos, juntamente com os respectivos gestores, estabelece para capacitar e desenvolver os colaboradores, de modo a conquistar os objetivos propostos pela empresa.

A M&S trabalha no desenvolvimento de uma gestão eficaz, que faça com que todos da equipe se sintam seguros e confortáveis com o ambiente corporativo. Além disso, a participação da equipe em decisões os torna autênticos e capacitados, o foco desse tipo de gestão humanizada também está em desenvolver as habilidades dos colaboradores de maneira que não somente o negócio ganhe, mas eles também.

O ambiente de trabalho é outro fator crucial para um bom desenvolvimento. Segundo SÈRGIO (2024), na prática, o espaço saudável é viabilizado por ações voltadas ao conforto físico e psicológico de cada membro da equipe, levando em consideração necessidades específicas. Investir em um ambiente de trabalho saudável favorece a qualidade de vida dos empregados e é uma medida vantajosa para as empresas. Afinal, funcionários saudáveis e satisfeitos são muito mais produtivos.

12. OBJETIVO DA ÁREA

Enquanto consultoria de moda, a M&S quer ajudar cada cliente a desenvolver sua autoestima, confiança e individualidade. Permitimos que nossos clientes se expressem de forma autêntica e segura. Além deste objetivo, a M&S trabalha para atingir outros objetivos específicos, que estão listados abaixo:

- **Sustentabilidade na moda**

Ao fornecer soluções inovadoras e acessíveis, a M&S contribui para a sustentabilidade do setor da moda. Incentivamos a reutilização de peças em brechós e reaproveitamento de roupas que seriam descartadas. Assim, buscamos reduzir os efeitos prejudiciais no meio ambiente, combinando estilo e responsabilidade ambiental.

- **Aplicativo**

O objetivo do aplicativo M&S é fornecer aos nossos clientes uma experiência personalizada e autêntica. Após um cadastro inicial, o app fornece sugestões de moda alinhadas com as preferências individuais dos usuários. Além disso, o aplicativo integra informações sobre nossos brechós parceiros, incentiva o consumo consciente e o interesse dos consumidores por opções sustentáveis.

13. ORGANOGRAMA FUNCIONAL

O organograma funcional é uma representação gráfica da composição estrutural de uma organização. Na prática, essa representação exhibe a divisão e conexão entre os departamentos, funções e especialidades profissionais internas. Uma das principais finalidades do organograma funcional é disponibilizar um recurso

visual que facilite a rápida identificação de um setor e de seu responsável. Dessa forma, é possível o interessado se reportar ao lugar certo dentro da empresa.

A M&S mantém o padrão de divisão de setores definido da seguinte forma:

Tabela 3- Organograma Funcional M&S

Nome	Cargo	Tempo de Trabalho
Lucas A.	CEO e DP. Designer	3 anos
Ana J.	DP. RH e DP financeiro	3 anos
Kelly C.	DP. Logística e DP. Marketing	3 anos

Fonte: Autoria própria, 2024

14. ATRAÇÃO

A atração de uma empresa é como um ímã para profissionais com interesse em ingressar em novos ambientes corporativos. No entanto, a atração refere-se à capacidade de uma organização de despertar o interesse e o desejo de profissionais qualificados em se candidatar a uma vaga e fazer parte do seu time.

Segundo Pontote (2024), é evidente que se o seu quadro de colaboradores tem fit cultural com a sua empresa, as chances de estarem mais satisfeitos com o trabalho são maiores. Por isso, ao investir em ações de atração e seleção de talentos, o clima organizacional será positivamente impactado. Novos talentos trazem novas ideias e perspectivas, o que pode levar a soluções inovadoras e à diferenciação da empresa no mercado.

A M&S claro, segue o padrão de qualidade não apenas de seus serviços de consultoria, mas para com os sócios também, isto proporcionando uma cultura forte e positiva que valoriza os parceiros desta empresa, o que torna a ser um grande incentivo. Esta organização é uma oportunidade de crescimento junto a possibilidade de desenvolvimento profissional e de carreira. Neste time a um líder

que inspira e valoriza os colaboradores, isto condiz com uma empresa com propósito claro e que faz a diferença na sociedade.

15. PLANO DE CARGOS E SALÁRIOS

A M&S, por ser uma entidade composta exclusivamente por sócios, não requer a implementação de planos de cargos e salários. O valor mensal com título de pró-labore destinado a cada sócio será dividido de acordo com as quotas de participação e o lucro mensal da empresa.

De acordo com SERASA EXPERIAN, (2024) pró-labore serve como remuneração dos sócios que efetivamente atuam na empresa, ele deve ser calculado para chegar ao valor justo para cada sócio e seu papel exercido dentro da empresa. O pró-labore de maneira simplificada, seria o "salário" do empresário. É diferente da distribuição de lucros e serve como uma compensação justa pelo trabalho feito.

Por se tratar de uma empresa constituída exclusivamente por sócios, não há benefícios comuns como plano de saúde, plano odontológico, vale alimentação/refeição entre outros, todos os benefícios e gastos estão inclusos nesse valor destinado como pró-labore.

15.1 Comunicação na Organização

De acordo com RGPRAVOCÊ (2024) a Comunicação Organizacional é crucial para o desempenho eficaz de qualquer empresa, independentemente de seu tamanho ou setor. Ela possibilita a troca de informações, garantindo rapidez e precisão na comunicação entre todos os membros da organização.

Para uma consultoria como a M&S a comunicação é um dos pilares fundamentais para seu funcionamento eficaz. A comunicação desempenha um papel fundamental em todas as etapas do processo de uma consultoria, desde a capacitação dos funcionários até os resultados. Para garantir que os clientes estejam satisfeitos com os resultados, é essencial que a empresa cumpra alguns requisitos, como os que estão listados abaixo:

- Entender as necessidades do cliente

- Personalização de projetos de acordo com o cliente
- Comunicação visual
- Feedback Regular

Com todos esses pontos citados a M&S trabalha com mais clareza e eficiência com os clientes.

15.1.2 Motivação na Empresa

Uma pesquisa feita pela consultoria Robert Half para entender como empresas e trabalhadores se sentem em relação ao trabalho mostra que 89% das companhias reconhecem que bons resultados estão diretamente ligados à motivação e à felicidade dos colaboradores (G1, GLOBO 2023). A falta de motivação pode levar a uma diminuição no envolvimento e a uma alta taxa de funcionários deixando a empresa. Por isso, é crucial compreender como promover e sustentar a motivação no ambiente de trabalho para garantir o sucesso e a competitividade empresarial. Valorizando o capital humano podemos adotar práticas de reconhecimento dos funcionários. Ao definir metas podemos montar um plano de premiações e remunerações compatíveis aos que atingirem as metas estabelecidas pela empresa. Implementando estas práticas podemos ter o alto engajamento dos funcionários.

A M&S segue alguns passos para que a companhia tenha todos do negócio motivados. A empresa reconhece cada sócio, quando o mesmo se sente realmente visto pela organização, o reconhecimento é materializado. Isso significa que irão se sentir aptos para as principais habilidades e potencialidades. A escuta ativa é outro forte na organização da empresa, todos os sócios têm uma ótima comunicação e âmbito de adentrar nas ideias e sugestões propostas por todos da organização.

A M&S se empenha para aplicar as estratégias de motivações, esta empresa almeja resultados cada vez mais satisfatórios e os sócios são a base principal da empresa. Deixando estes colaboradores motivados, a empresa garante boas relações, e além do mais, garante excelência na empresa.

16. NORMAS INTERNAS DA ORGANIZAÇÃO

• Objetivo

O objetivo deste regulamento interno é estabelecer diretrizes e normas para o bom funcionamento da empresa e garantir um ambiente de trabalho seguro e produtivo para todos os sócios.

• Horário de trabalho

O horário de trabalho padrão é de segunda a sexta-feira, das 8h00 às 17h00, com uma hora de intervalo para o almoço.

• Política de Uso de Recursos

Os recursos da empresa, incluindo computadores, telefones e materiais de escritório, devem ser utilizados exclusivamente para fins relacionados ao trabalho.

• Procedimentos de Segurança

Todos os colaboradores devem participar dos treinamentos de segurança e seguir as diretrizes estabelecidas para a utilização de equipamentos de proteção. Em caso de emergência, seguir as instruções dos responsáveis e evacuadores designados.

• Normas de Conduta

É esperado que todos os colaboradores mantenham um comportamento respeitoso e profissional. Qualquer forma de assédio, discriminação ou violência não será tolerada e será tratada de acordo com as políticas da empresa.

• Política de Comunicação

A comunicação interna deve ser feita principalmente através dos canais oficiais da empresa, como WhatsApp business e reuniões agendadas. Qualquer mensagem ou documento importante deve ser registrado e compartilhado adequadamente.

17. CLIMA ORGANIZACIONAL

O conceito de clima organizacional é bastante simples: se define como a combinação de atitudes praticadas por uma empresa, que influencia a percepção dos colaboradores a respeito do empregador. Ou seja, todas as decisões tomadas pela empresa afetam a forma como os profissionais percebem seu local de trabalho. Esse reflexo pode ser positivo ou negativo.

Para a M&S a capacidade e coerência dos sócios tem forte influência na relação entre empresa e colaborador. Por esta razão a organização entende que todas estas questões impactam diretamente o negócio, e reforça os parâmetros que devem ser seguidos para um bom clima organizacional. Como por exemplo, os colaboradores devem manter cuidado para não relacionarem a vida pessoal com a profissional. Em todos os espaços de convivência humana existem conflitos e não seria diferente no ambiente de trabalho. Dentro desta empresa, reúnem-se pessoas diferentes: histórias, crenças, estilos de vidas e opiniões divergentes se encontram dia após dia, seja em assuntos relacionados ao trabalho, ou assuntos por fora da instituição. Para que a M&S tenha o equilíbrio, e conforte todos que fazem parte do negócio, de forma com que todos se sintam em casa, porém motivados, algumas questões são colocadas em prática como, a comunicação e transparente, empatia e imparcialidade, política de feedback e regimento interno bem-construído, com regras claras.

18. GESTÃO DE CONFLITOS

De acordo com RDSTATION (2024) a gestão de conflitos é o processo que resolve divergências dentro da empresa de forma justa e eficiente, aumentando os aspectos positivos e diminuindo os negativos, uma boa gestão permite reduzir complicações, ganhar mais produtividade e oferecer um atendimento mais eficiente para os clientes. Para que a gestão de conflitos seja bem-sucedida requer o uso de táticas diferentes, como criatividade e capacidade para negociar.

A M&S como toda empresa tem debates e conflitos de ideias, por ser uma empresa apenas constituídas por sócios têm mais facilidade para resolver conflitos, mas caso não entrem em acordo e os envolvidos não estejam satisfeitos será utilizado outra forma para resolver a dificuldade, como cada sócio

apresentar sua proposta e como ela vai acrescentar nos valores e no objetivo da empresa.

19. DESCRIÇÃO DO SERVIÇO

Muitas pessoas hoje enfrentam dificuldades para identificar ou se conectar com seus estilos pessoais, seja em relação a cores, tecidos, silhuetas, ou outros aspectos da moda. A M&S busca ajudar os clientes a descobrirem e aprimorar seu estilo de maneira simples e sustentável. Oferecendo consultorias pessoais e um aplicativo que facilita esse processo.

A consultoria pessoal pode ser feita presencialmente no escritório da loja ou no conforto da casa do cliente. Trabalhando com o cliente para compreender e definir estilos através de várias abordagens, como a análise de paleta de cores (Colorimetria), inspiração de novos looks, reaproveitamento e customização de roupas já existentes, combinações criativas, garimpos, e mostrar como é possível se vestir bem sem gastar muito, utilizando opções sustentáveis como brechós e bazares.

O aplicativo oferece uma solução prática e acessível, com inspirações diárias, exemplos reais, e links para brechós online, personalizados com base nas preferências do cliente diante das respostas durante o cadastro.

A fabricação de vestuário consome muitos recursos naturais e gera resíduos poluentes. Como cita o site CICLO VIVO, 2024 apenas 20% do lixo têxtil é reciclado ou reutilizado; o restante vai para aterros sanitários ou é incinerado. Optar por um consumo mais consciente e sustentável, através da reutilização de roupas já existentes, ajuda a preservar o meio ambiente e a melhorar nossa qualidade de vida. Sentir-se bem-vestido e confiante pode transformar a autoimagem e o bem-estar das pessoas.

20. CONTROLE DE QUALIDADE

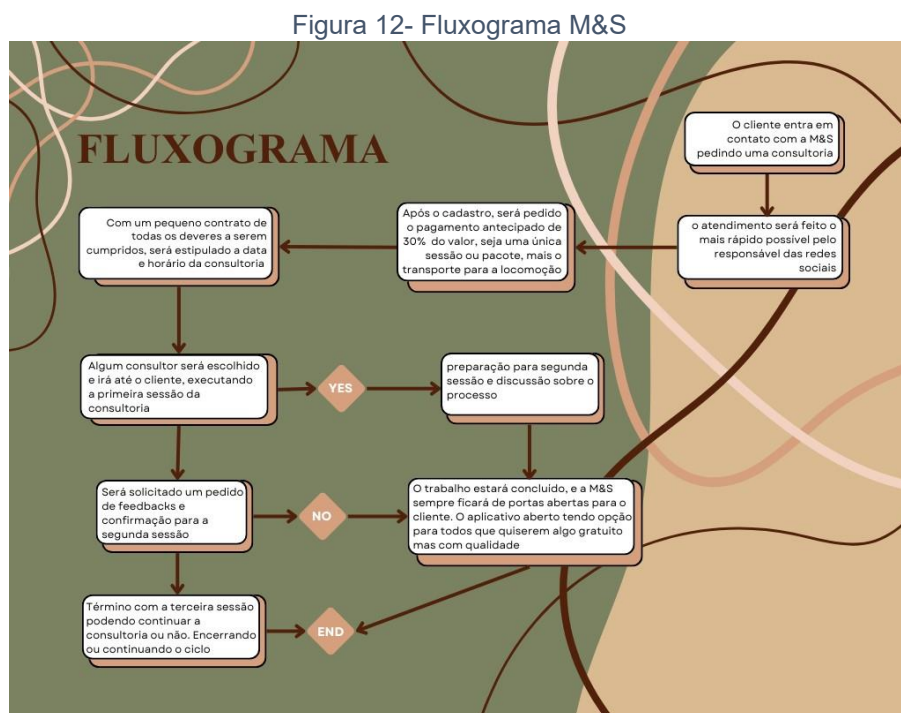
Como diz o site AUDACES, (2024) o controle de qualidade é um pilar fundamental para qualquer organização que busca excelência em seus produtos e serviços. Ao implementar um sistema eficaz de controle de qualidade, as

empresas podem aumentar a satisfação do cliente, reduzir custos, melhorar a reputação e alcançar maior competitividade no mercado.

21. FLUXOGRAMA

Como cita o site EDRAW, (2024) um fluxograma é uma representação gráfica de um processo, mostrando as etapas sequenciais envolvidas e as decisões a serem tomadas em cada ponto. É uma ferramenta visual poderosa que facilita a compreensão, análise e otimização de processos, sendo amplamente utilizada no controle de qualidade.

Com isso a M&S pode analisar todo processo de seus serviços, para poder ter um equilíbrio funcional, onde saberá como agir diante de seus serviços, tendo estabilidade para fazer e explicar.



Fonte: Autoria própria, 2024

21.1 Normas ISO

O site ISO, (2024) informa que as normas ISO (International Organization for Standardization) são diretrizes internacionais que estabelecem padrões para

produtos, serviços e sistemas de gestão. Elas visam garantir a qualidade, segurança e compatibilidade em diversos setores.

21.1.2 ISSO 9001

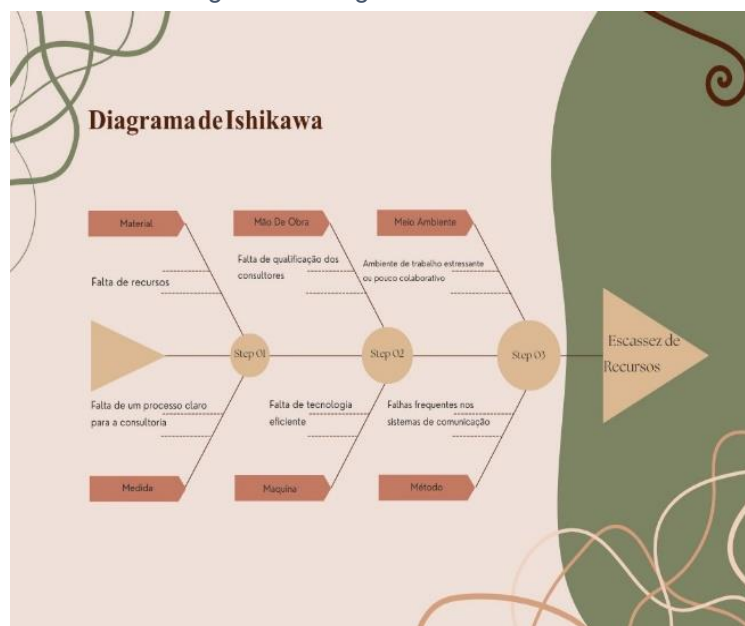
Como explica o site NOMUS, (2024) ISO 9001 é o nome da norma internacional que certifica a excelência do Sistema de Gestão de Qualidade (SGQ) de uma empresa

A ISO 9001 é um selo internacional que atesta a qualidade excepcional de uma empresa. Obtê-lo é uma forma poderosa de garantir parcerias benéficas e duradouras com outras instituições, como fornecedores e outras empresas parceiras.

22. ISHIKAWA

Segundo o site EDTI (2024), o Diagrama de Ishikawa, também conhecido como Diagrama de Espinha de Peixe ou Diagrama de Causa e Efeito, é uma ferramenta visual utilizada para identificar as causas raiz de um problema. Ele é amplamente utilizado em diversas áreas, incluindo a gestão da qualidade, a resolução de problemas e a tomada de decisões. O que ajuda a M&S em observar e procurar soluções em supostos problemas que estão ou irão acontecer.

Figura 13- Diagrama de Ishikawa



Fonte: Autoria própria, 2024.

23. LOGÍSTICA

A logística é a gestão eficiente do fluxo de produtos, serviços e informações, desde a origem até o destino. Como a M&S não trabalha com produto e sim com serviço, foi feito uma representação do processo de criação da empresa, contendo desde o início da ideia até a entrega do serviço.

Figura 14- Logística da M&S



Fonte: Autoria própria, 2024

23.1 Materiais de Consumo

ROSA, (2024) diz que o material de consumo se refere a itens e suprimentos que são utilizados no dia a dia de uma empresa ou instituição e que, devido à sua natureza, são consumidos rapidamente ou têm uma vida útil curta. Esses materiais não são considerados bens duráveis, pois se desgastam com o uso regular e precisam ser substituídos com frequência. E Como diferenciar se o bem é de consumo ou permanente? Material de Consumo: aquele que, em razão de seu uso corrente e da definição da Lei nº 4.320/1964, perde normalmente sua identidade física e/ou tem sua utilização limitada a dois anos; Material Permanente: aquele que, em razão de seu uso corrente, não perde a sua identidade física e/ou tem uma durabilidade superior a dois anos.

Abaixo uma demonstração dos materiais que a M&S irá utilizar no dia a dia no escritório.

Tabela 4- Materiais de Consumo

Escritório M&S	Qtd	Valor
Materiais		
Carimbo	1cx	R\$ 14,99
Clipes	1 cx30un	R\$ 15,99
Envelope	1pct	R\$ 39,99
Folha de Papel Sulfite	1pct	R\$ 19,00
Grampeador	3un	R\$ 19,99
Kit de canetas	3pct	R\$ 9,99
Pastas	10un	R\$ 25,50
Post-it	2un	R\$ 6,00
Régua	3un	R\$ 9,90
Tesoura	3un	R\$ 11,99
TOTAL:		R\$ 173,34

Fonte: Autoria própria, 2024.

23.2 Cotação

De acordo com a PREFEITURA.SP, a cotação é o procedimento pelo qual se realiza pesquisa de preços praticados no mercado para bens, materiais ou serviços mediante solicitação formal à fornecedores, para fins de estimativa de valor da contratação pretendida. A cotação de preços permite que a Administração Pública realize a comparação de preços ofertados no mercado para aquisição de bens e contratação de serviços em geral obtendo um preço estimado daquele objeto a ser contratado. De forma mais específica, o procedimento de “cotação eletrônica” é a forma de divulgação pública e obtenção de propostas via sistema informatizado de compras e licitações (como por exemplo o Compras.gov.br) para aquisições de pequeno valor, por critério de julgamento por menor preço, cujas despesas enquadrem-se na regra de dispensa de licitação, de acordo com a Lei Federal nº 14.133/2021.

No caso da M&S é fornecido o serviço de consultoria, e é mais comum do que se pensa, que o público que procura por este tipo de empresa queira fazer comparações com relação aos preços de outras instituições que oferecem a mesma atividade que a M&S. Em conformidade com CAMPINI B (2024), o custo de uma Consultoria de Imagem completa com etapas como autoconhecimento, colocação pessoal, visagismo e outros fica entre R\$1.500,00 (mil cento e cinquenta) e R\$6.000,00 (seis mil) reais. O preço varia por região e expertise do profissional, presencial ou online e principalmente na quantidade de horas gastas para a execução. Algumas etapas podem ser oferecidas separadamente com outros custos como a Coloração Pessoal que fica entre R\$450,00 (quatrocentos e cinquenta) e R\$750,00. (setecentos e cinquenta) reais.

No ABC Paulista, que inclui cidades como Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul, os preços geralmente ficam na faixa de R\$500 (quinhentos) a R\$2.000 (dois mil) reais por sessão ou pacote. A M&S se localiza em Ribeirão Pires, cidade que pertence a 115.559 (cento e quinze, quinhentos e cinquenta e nove) mil habitantes (IBGE 2022). Cidade esta que o salário médio mensal dos trabalhadores formais é de 2,6 salários-mínimos (IBGE 2024). Deste modo a M&S além de garantir sustentabilidade em seus serviços proporciona valores acessíveis, que conforme o tempo ou até mesmo demanda há risco de sofrer alteração.

23.3 Procedimentos

De acordo com Felix Camila (2024) o procedimento operacional padrão (POP) serve como uma ferramenta de orientação para cada atividade que é realizada dentro de uma empresa.

Seu principal objetivo é garantir que o padrão de qualidade seja mantido, o que garante que os resultados esperados sejam alcançados, independentemente de quem está fazendo o trabalho. A seguir, estão descritos os procedimentos da M&S Consultoria:

- Representações e informações detalhadas e objetiva sobre as consultorias;
- Revisões operacionais;
- Resultados com eficiência; • Linguagem clara;

Processo de atendimento.

23.4 Nota Fiscal

De acordo com SEBRAE, (2024) todas as empresas que operam e aquelas que estão registradas no Simples Nacional devem emitir nota fiscal. O empreendedor deve escolher o tipo de nota fiscal eletrônica apropriado para sua empresa: Nota Fiscal Eletrônica de Produtos ou Mercadorias (NF-e), Nota Fiscal Eletrônica de Serviços (NFS-e) ou Nota Fiscal Eletrônica ao Consumidor (NFC-e).

Emitir a nota fiscal é uma prática fundamental que demonstra o compromisso da empresa com a transparência e a legalidade. Ao emitir a nota fiscal, a empresa não apenas cumpre suas obrigações fiscais e contribui para o desenvolvimento do país através do pagamento de impostos, como também reforça sua imagem de seriedade e profissionalismo no mercado.

Para os clientes, a nota fiscal é uma garantia de segurança. Ela oferece a certeza de que a transação foi registrada oficialmente, o que facilita o acesso a direitos como troca, devolução, ou reembolso, em caso de problemas com o produto ou serviço adquirido. Além disso, a nota fiscal serve como comprovante de compra, o que é essencial para reivindicar garantias de produtos e serviços.

Por outro lado, a emissão regular de notas fiscais ajuda a empresa a manter um controle financeiro mais preciso, facilitando a gestão do fluxo de caixa e a organização das finanças. Isso também é importante para a empresa durante auditorias ou para apresentar documentação em processos de licitação ou outras parcerias comerciais.

Figura 15- Nota Fiscal

		NOTA FISCAL DE SERVIÇOS ELETRÔNICA - NFS-e Prefeitura Municipal da Estância turística de Ribeirão Pires SECRETARIA MUNICIPAL DE FAZENDA E FINANÇAS Código de Verificação para Autenticação: 8fa019c78b07f5018e61ca69cd9e54fd			 Gerado em: 08/12/2021 13:21:19	
Data de Emissão 26/08/2022	Exigibilidade de ISS Tributação no Município	Regime Tributário Tributação Normal	Número RPS	Série PADRAO	Nº da Nota Fiscal 19	
Tipo de Recolhimento Não Retido	Simple Nacional Não Optante	Local de Prestação No Município				
PRESTADOR						
Razão Social: K.L.J Consultoria LTDA Nome Fantasia: M&S Moda e Style Consultoria's Endereço: Av. Central 265 - Bairro: Parque Aliança Ribeirão Pires - SP - CEP 09784-356 E-mail: ms.consultorias13@gmail.com Tel: (11) 97625-2347 Inscrição Estadual: - Inscrição Municipal: 0000020021 - CPF/CNPJ: 68.485.326/0001-00						
TOMADOR						
Razão Social: TOMADOR NÃO INFORMADO Endereço: - CEP: E-mail: - Fone: - Celular: Inscrição Estadual: CPF/CNPJ: 000.000.000-00						
SERVIÇO						
7490-1/99 ASSESSORIA E CONSULTORIA EM MODA E IMAGEM PESSOAL						
DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS						
DIGITE AQUI A DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS DA NOTA FISCAL CONSULTORIA DE MODA SUSTENTAVEL E CUIDADO COM A IMAGEM PESSOAL						

Fonte: Autoria própria, 2024

23.5 Fatura

De acordo com PONTONEL (2024) a fatura, por sua vez, é um documento que descreve o produto ou serviço vendido, os valores cobrados não estão relacionados ao pagamento de tributos ou impostos.

O detalhamento de uma transação comercial é feito na fatura, especificando as características do produto ou serviço e o valor da compra.

A M&S, por se tratar de uma consultoria que oferece serviços exclusivamente para pessoas físicas, portanto o recebimento pelos serviços é por meio de pagamento instantâneo brasileiro (PIX), cartão de débito ou crédito, entre outros métodos.

24. PLANO FINANCEIRO

Como diz o site FIA, (2023) o planejamento financeiro empresarial é um dos pilares fundamentais para garantir a saúde e a sustentabilidade de uma empresa em um mercado cada vez mais competitivo. Ele envolve a criação de estratégias financeiras que visam não apenas a sobrevivência, mas também o crescimento

contínuo e o sucesso a longo prazo da organização. Ao elaborar um planejamento financeiro eficaz, a empresa pode prever desafios futuros, preparar-se para adversidades econômicas e aproveitar oportunidades de expansão.

Um planejamento financeiro bem estruturado permite que a empresa aloque seus recursos de maneira eficiente, otimizando o uso do capital e minimizando desperdícios. Isso inclui a gestão cuidadosa do fluxo de caixa, que é crucial para garantir que a empresa tenha liquidez suficiente para operar no dia a dia, bem como para fazer investimentos estratégicos que possam impulsionar o crescimento.

Além disso, o planejamento financeiro ajuda a empresa a estabelecer metas financeiras claras e mensuráveis, criando um roteiro para o desenvolvimento a curto, médio e longo prazo. Com objetivos financeiros bem definidos, a empresa pode monitorar seu desempenho regularmente, ajustando suas estratégias conforme necessário para manter-se no caminho certo.

24.1 Investimento fixo

Esta é a base de cálculo para os investimentos para que a M&S possa funcionar. Normalmente, são investimentos em estrutura física exemplos; móveis, decoração, maquinário, veículos e tudo mais que envolva bens para que a empresa possa sair do papel.

Tabela 3 – Investimentos fixos da M&S

INVESTIMENTOS FIXOS			
Descrição		Total	
1	Móveis	R\$ 1.731,43	
2	Equipamentos	R\$ 11.632,90	
Subtotal		R\$ 13.364,33	

Descrição		Qtd	Total
1	Gaveteiro	3	R\$ 499,14
1	Cadeira giratória	3	R\$ 464,97
1	Balcão requinte	1	R\$ 114,90
1	Armário escritório	2	R\$ 580,72
1	Organizadores de Mesa	3	R\$ 71,70
2	ventilador+ instalação	2	R\$ 397,80
2	Notebook Samsung Galaxy Book4	3	R\$ 7.767,00
2	TV Samsung Smart 43"	1	R\$ 1.849,00
2	Impressora multifuncional	1	R\$ 1.619,10

Fonte: Autoria própria, 2024

24.2 Investimentos Pré-Operacionais

Com base no site CONTABILIZEI, (2024) Investimentos pré-operacionais são os recursos financeiros que uma empresa aloca antes de iniciar suas atividades regulares. Esses investimentos são cruciais para preparar o negócio para o funcionamento e, geralmente, não estão relacionados à aquisição de ativos fixos como máquinas e equipamentos.

Tabela 5- Investimento Pré-Operacional da M&S

PRÉ-OPERACIONAIS	
Despesas de Legalização	R\$ 1.765,00
Divulgação	R\$ 800,00
Primeiro aluguel	R\$ 1.000,00
Outras despesas	R\$ 10.372,44
Software do app	R\$ 15.000,00
Publicação do app	R\$ 672,89
Total	R\$ 27.045,33

Fonte: Autoria própria, 2024

24.3 CAPITAL DE GIRO

O capital de giro da empresa refere-se a todos os recursos financeiros essenciais para sua operação contínua. Em outras palavras, é a parte do investimento total alocada para cobrir custos e despesas ao longo do tempo.

No início da empresa, o cálculo do capital de giro é feito para determinar quanto deve ser mantido em caixa para garantir o cumprimento de todas as obrigações, de acordo com o planejamento estabelecido para o negócio.

Tabela 6- Capital de Giro

PASSIVOS CIRCULANTES	
Passivos circulantes	Valor
Contas a pagar	R\$ 1.660,00
Salários a pagar	R\$ 6.000,00
Imposto a pagar	R\$ 2.770,00
Total Passivos Circulantes	R\$ 10.430,00
ATIVO CIRCULANTE	
Ativo circulante	Valor
Dinheiro em caixa	R\$ 2.000,00
contas a receber	R\$ 22.100,00
Reserva	R\$ 55.000,00
Total ativos circulantes	R\$ 79.100,00
#planilha de estimativa de capital de giro	

Fonte: Autoria propria,2024.

24.4 Investimento total

O investimento total é um termo usado no âmbito empresarial para designar a soma de todos os recursos financeiros necessários para iniciar e sustentar um empreendimento. Isso inclui não apenas o capital inicial necessário para a abertura do negócio, mas também os gastos recorrentes com operações, marketing, pessoal e outros custos.

Tabela 7- Investimento Total

INVESTIMENTO TOTAL			
Descrição		Valor	
Investimento fixo		R\$	13.364,33
Investimento pré-operacional		R\$	27.045,33
Reserva capital social		R\$	55.000,00
Descrição			
Despesas de legalização		R\$	1.765,00
Divulgação		R\$	800,00
total		R\$	97.974,66

Fonte: Autoria própria, 2024.

24.5 Previsão de venda

Tabela 8- Previsão de Vendas

Previsão de vendas mensal			
Serviços	Quantidade	Valor unitário	Faturamento total mensal
Consultorias	60	R\$300,00	R\$18.000,00
Anúncios dentro do APP	300	R\$2,00	R\$600,00
Parcerias no APP	5	R\$700,00	R\$3.500,00
Faturamento total			R\$22.100,00

Fonte: Autoria própria, 2024.

Conforme mencionado no site de SUPORTE DO GOOGLE, (2024) o custo por anúncio em um aplicativo é de R\$2,00 por clique do usuário.

24.6 Custos

Os custos de uma empresa são fundamentais para o funcionamento e a viabilidade financeira de um negócio. Eles envolvem todas as despesas

necessárias para garantir que a operação ocorra de maneira eficiente, desde a aquisição de insumos até a entrega do produto ou serviço ao cliente.

24.6.2 Custos fixos operacionais mensais

De acordo com a tabela abaixo, os custos fixos total da empresa M&S é R\$12.326,00, esses custos são essenciais para garantir que a consultoria funcione de maneira eficiente e mantenha sua operação em pleno funcionamento.

Tabela 9- Custos Operacionais Mensais M&S

Estimativa de despesas fixas operacionais mensais	
Descrição	Custo total mensal
Aluguel	\$1.000,00
Água	\$80,00
Luz	\$280,00
Internet em geral	\$300,00
Salários	\$6.000,00
Material de escritório	\$80,00
Publicidade e Propaganda	\$150,00
Retorno de investimento	R\$1.666,00
IPTU	R\$70,00
Imposto de renda	R\$2.700,00
TOTAL	R\$12.326,00

Fonte: Autoria própria, 2024

24.7 BALANÇO PATRIMONIAL

De acordo com CONTABILIZEI.BLOG, (2024) O balanço patrimonial trata-se de um relatório financeiro que tem por objetivo apresentar a situação contábil e econômica de uma empresa em determinado período.

Tabela 10- Balanço Patrimonial

Ativo		Passivo	
Despesas de constituição	R\$ 27.045,33	Contas a pagar	R\$ 41.409,66
Edifício	R\$ 1.000,00		
Equipamentos	R\$ 13.364,33	Patrimônio líquido	
Banco	R\$ 55.000,00	Capital	R\$ 55.000,00
TOTAL	R\$ 96.409,66	TOTAL	R\$ 96.409,66

Fonte: Autoria Própria, 2024.

24.8 Lucratividade

De acordo com SEBRAE, (2024) a lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual, que indica o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve.

Tabela 11- Lucratividade

Lucratividade	
Total de receita mensal	R\$22.100,00
Total de custo mensal	R\$12.326,00
Resultado mensal	R\$9.774,00
Lucratividade	79%

Fonte: Autoria própria, 2024.

A lucratividade da M&S, conforme as planilhas de custos e vendas mensais, está estimada em 79%.

24.9 Rentabilidade

Como cita o site INFOMONEY, (2024) rentabilidade refere-se ao percentual de lucro obtido em relação ao valor investido. Esse conceito aplica-se a qualquer tipo de retorno financeiro gerado a partir de um investimento. Pode-se avaliar a rentabilidade de um negócio, seja na indústria, no comércio ou em serviços, assim como de uma carteira de investimentos.

Tabela 12- Rentabilidade

Rentabilidade	
Lucro	R\$9.774,00
Investimento	R\$50.000,00
Rentabilidade	17,78%

Fonte: Autoria própria,2024.

A empresa M&S, conforme a planilha acima, tem 17,78% de rentabilidade mensal.

24.10 Prazo de Retorno e Investimento

O prazo de retorno do investimento é um indicador que revela o quão atraente é o negócio, ao mostrar quanto tempo será necessário para o empreendedor recuperar todo o capital que foi investido.

Tabela 13- Prazo de Investimento de Retorno

Prazo de retorno e investimento	
Investimento inicial	R\$ 50.000,00
Lucro líquido mensal	R\$ 9.774,00
Prazo para retorno do investimento	6 meses

Fonte: Autoria própria, 2024.

25. GESTÃO AMBIENTAL

Como diz o blog ARCELOR, (2024) a gestão ambiental representa a administração e o controle do impacto humano no meio ambiente. Significa saber utilizar de forma consciente e sustentável os recursos ambientais em um determinado espaço e tempo. A ideia, portanto, é evitar que um ecossistema seja destruído para realizar a construção de um empreendimento sem antes analisar os benefícios para a sociedade e as compensações ambientais que serão necessárias.

Como a M&S não atinge o meio ambiente com seus serviços, não é necessário justificar, porém reconhece a importância do meio ambiente para o ser humano e sendo uma empresa em que visa a sustentabilidade, carrega-se sim a necessidade deste posicionamento.

25.1 Benefícios da Gestão Ambiental

De acordo com CGAMBIENTAL, (2024) a gestão ambiental traz muitas vantagens para uma empresa, que podem melhorar suas operações e reputação. Alguns dos principais benefícios incluem:

- **Redução de riscos e acidentes ambientais:** Uma gestão ambiental eficiente promove a conscientização ambiental de toda a empresa, além do cumprimento da legislação, e assim consequentemente reduz os riscos de acidentes ambientais;
- **Melhoria da imagem da empresa:** Mais consumidores e investidores têm valorizado empresas, produtos e serviços com bom desempenho ambiental porque são vistos como boas práticas ambientais;
- **Redução de gastos desnecessários:** O consumo consciente de recursos naturais, a reciclagem, reaproveitamento de insumos reduzem os gastos com matérias-primas;
- **Valorização do empreendimento:** Os negócios que cumprem suas obrigações ambientais têm maior valor agregado quando a população e o mercado estão mais conscientes do meio-ambiente.

25.2 Princípios da Gestão Ambiental

De acordo com AMBFLEX, (2024) são 5 os princípios que regem o sistema de gestão ambiental, também conhecido como SGA. A seguir, estão listados todos eles

- A política ambiental: É necessário definir uma política ambiental com objetivos precisos e as ações que necessitam ser colocadas em prática para atingi-los, além dos respectivos responsáveis por cada uma delas e tudo isso deve ficar disponível para o público;
- O planejamento: Também conhecido como plano de ação, o planejamento funciona como um guia de tudo o que precisará ser feito para que os objetivos sejam alcançados. Aqui, leva-se em conta todas as atividades que fazem parte do processo produtivo da empresa;
- Aplicativos e atividades: Ele é um componente essencial da gestão ambiental porque descreve em detalhes como implementar as ações propostas no planejamento. Além disso, as aplicações detalham as responsabilidades de cada membro da equipe. Já nas atividades, são feitos treinamentos com os colaboradores, além de se estabelecer quais as regras e ferramentas para o monitoramento;
- A verificação: A verificação é aquela responsável por constatar se o que está acontecendo está dentro daquilo que foi previsto ou se é necessário modificar alguma ação. Esse princípio funciona como um termômetro e é crucial para avaliações qualitativas e quantitativas;
- A revisão de gestão: Ao final, é importante realizar a revisão de tudo o que foi feito, já que isso funciona como uma espécie de avaliação que vai validar ou não, o desempenho da equipe. Essa seção é crucial porque permite mudar as ações, usar outras soluções e analisar o que funcionou.

25.3 Posicionamento da Empresa

Na M&S, acreditamos que a preservação do meio ambiente é essencial para garantir um futuro sustentável para as próximas gerações. Estamos comprometidos em adotar práticas que minimizem os impactos ambientais de nossas operações, ao mesmo tempo em que promovemos o desenvolvimento econômico e social de forma responsável.

A gestão ambiental é um valor central para nós, permeando todas as nossas decisões e estratégias de negócio. Como uma consultoria especializada em moda sustentável, nosso compromisso vai além das tendências – buscamos transformar a indústria da moda em uma aliada do meio ambiente.

Nosso objetivo é ser a ponte entre a criatividade e a sustentabilidade, ajudando a construir um futuro para a moda onde estilo e consciência caminhem lado a lado. Em um mundo que busca cada vez mais por responsabilidade e inovação, estamos aqui para liderar essa transformação, oferecendo soluções que permitem que marcas prosperem enquanto cuidam do planeta.

26. CONCLUSÃO

A ideia teve início a partir de um Brainstorm para o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso, com a junção de opiniões e criatividade todos formamos a M&S, onde expressamos nossa identidade, idealizando nossos interesses. O processo foi longo, porém fluido, pelo fato de colocar em prática nossos conhecimentos e aprender ainda mais durante o processo.

Ao longo deste trabalho, ficou evidente que esse projeto representa uma resposta inovadora às demandas contemporâneas por práticas éticas na indústria da moda.

Por fim, a jornada pela moda sustentável ainda é longa, mas iniciativas como esta demonstram que é possível alinhar estilo e responsabilidade ambiental.

O futuro da moda depende da colaboração entre consumidores, marcas e consultores, e cada passo nessa direção é um avanço significativo. Assim, ao adotar práticas sustentáveis, estamos não apenas moldando um novo mercado, mas também construindo um legado para futuras gerações, onde a moda é sinônimo de respeito, criatividade e consciência

27. REFERÊNCIAS

AMBFLEX. **GESTÃO AMBIENTAL.** disponível em:
<https://ambflex.com.br/blog/gestao-ambiental-conheca-os-principios-basicos/>.

Acesso em: 05 Set 2024.

ARCELLOR MITTAL. **O que é gestão ambiental?** Disponível em:
<https://blog.arcelormittal.com.br/o-que-e-gestao-ambiental/>. Acesso em: 05 Set 2024.

AUDACES. **Controle de qualidade: o que é, como funciona e como é aplicado nas indústrias e confecções.** Disponível em:
<https://audaces.com/ptbr/blog/controle-de-qualidade>. Acesso em: 26 Ago 2024.

BOMBEIROS.COM. **Laudos AVCB.** Disponível em:
<https://bombeiros.com.br/laudo-avcb/#:~:text=O%20AVCB%20%C3%A9%20um%20dos,obter%20o%20aval%20do%20mesmo>. Acesso em 15 Ago 2024.

CAMPOS L. **Razões de o auto de vistoria do corpo de bombeiros - AVCB ser necessário em edificações.** Disponível em:
<https://www.migalhas.com.br/depeso/385728/razoes-de-o-auto-de-vistoria-docorpo-de-bombeiros>. Acesso em 15 Ago 2024.

CAVALLINI. M. **MOTIVAÇÃO NO TRABALHO: 89% DAS EMPRESAS RECONHECEM QUE BONS RESULTADOS ESTÃO LIGADOS À FELICIDADE DOS COLABORADORES, DIZ PESQUISA.** Disponível em:
<https://g1.globo.com/trabalho-e-carreira/noticia/2023/03/20/motivacao-notrabalho-89percent-das-empresas-reconhecem-que-bons-resultados-estaoligados-a-felicidade-dos-colaboradores-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 23 Ago 2024.

CG AMBIENTAL. **Benefícios de uma boa gestão ambiental.** Disponível em:
<https://www.cgambiental.com.br/7-beneficios-de-uma-gestao-ambientaleficiente/>. 05 Set 2024.

CHIAVENATO I. **Administração-** teoria, processo e prática. Ed. Manole, 5ª edição- São Paulo, 2014.

CICLO VIVO. **O Brasil recicla apenas 20% dos resíduos têxteis que produz.**

Disponível em: <https://ciclovivo.com.br/planeta/desenvolvimento/brasil-reciclaapenas-20-dos-residuos-texteis-que-produz/>. Acesso em: 23 Ago 2024.

CONRADO. A. **COMO SE DIFERENCIAR DE EMPRESAS CONCORRENTES.**

Disponível em: <https://conrado.com.br/empresas-concorrentes/#:~:text=Os%20concorrentes%20de%20uma%20empresa,%C3%A9%20um%20importante%20diferencial%20competitivo>. Acesso em: 15 Ago 2024.

CONTABILIZEI.COM. **CNAE: O que é? Como consultar? Como se enquadrar no Simples Nacional?**

Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/o-que-e-cnae/>. Acesso em: 23 Ago 2024.

DRUCKER P. **Desvendando missão, visão e valores: aprenda o que é e como construir na sua empresa.**

Disponível em: <https://www.euax.com.br/2020/03/missao-visao-e-valores/>. Acesso em: 23 Ago 2024.

DRUCKER P. **Inovação Contínua: o legado de Peter Drucker.**

Disponível em: <https://consumidormoderno.com.br/inovacao-continua-peter-drucker-legado/>. Acesso em: 16 Ago 2024.

EDRAWSOFT. **Fluxograma de Processo de Controle de Qualidade.**

Disponível em: <https://www.edrawsoft.com/pt/quality-control-flowchart.html>. Acesso em: 26 Ago 2024.

FELIX T. **Procedimento Operacional.**

Disponível em: <https://www.hostgator.com.br/blog/procedimento-operacional-padrao-comoaplicar-empresas/>. Acesso em 26 Ago 2024.

FIA. **Planejamento Financeiro Empresarial: O que é, etapas e como fazer.**

Disponível em: <https://fia.com.br/blog/planejamento-financeiro-empresarial/>.

Acesso em: 30 Ago 2024.

FRANÇA, M. **Decreto Nº 63.911, de 10 de dezembro de 2018**. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/2018/decreto-63911-10.12.2018.html>. Acesso em 15 Ago 2024.

FRONS. **O que é e para que serve a ferramenta Kankan?** Disponível em: <https://frons.com.br/blog/ferramentas/ferramenta-kanban/>. Acesso em: 26 Ago 2024.

GIL A. **Como elaborar Projetos de pesquisa**. Ed. Atlas 7ª edição- São Paulo, 2022.

GULART, C. **Como fazer a abertura do CNPJ online de forma rápida**. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/como-abrirum-cnpj/>. Acesso em 15 Ago 2024.

ISO.ORG. **ISO: Padrões globais para bens e serviços confiáveis**. Disponível em: <https://www.iso.org/home.html>. Acesso em: 26 Ago 2024.

JUSBRASIL. **Artigo 2 da Lei nº 9.430 de 27 de dezembro de 1996**. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/11706214/artigo-2-da-lei-n-9430-de-27-de-dezembro-de-1996#:~:text=Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20legisla%C3%A7%C3%A3o%20tribut%C3%A1ria,consulta%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%A2ncias>. Acesso em: 23 Ago 2024.

KOTLER P. **PLANEJAMENTO DE MARKETING E CONFEÇÃO DO PLANO DE MARKETING: UMA ANÁLISE**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/osoc/a/kRswFJ6dRRBmFpVdN8QRWmv/?format=pdf>. Acesso em: 16 Ago 2024.

MULLER J. **Segmentação de mercado: como fazer e 5 exemplos**. Disponível em: <https://leads2b.com/blog/segmentacao-de-mercado/>. Acesso em: 15 Ago 2024.

PREFEITURA.SP. **COTAÇÃO DE PREÇOS**. Disponível em: deprecos/#:~:text=De%20forma%20geral%20é%20o,de%20valor%20da%20contratação%20pretendida. acesso em: 25 Ago 2024.

PORTAL EDUCAÇÃO. **Análise Macro Ambiental.** Disponível em: <https://blog.portaleducacao.com.br/analise-macro-ambiental/>. Acesso em 15 Ago 2024.

PRÓ-LABORE. **O Que É, Para Que Serve, como calcular e a sua Importância Para Empresas.** Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/blogpme/infografico-como-definir-o-valor-do-pro-labore/#:~:text=No%20contexto%20de%20uma%20empresa,compensa%C3%A7%C3%A3o%20justa%20pelo%20trabalho%20realizado>. Acesso em: 19 Ago 2024.

RD STATION. **4 P's do Marketing: há quase 60 anos mantendo a relevância.** Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/4-ps-do-marketingmix/>. Acesso em: 15 Ago 2024

ROSA T. **QUAL A DIFERENÇA ENTRE MATERIAL DE CONSUMO E MATERIAL PERMANENTE.** Disponível em: <https://proplad.ufu.br/perguntasfrequentes/qual-diferenca-entre-material-de-consumo-e-material-permanente>. Acesso em: 26 Ago 2024.

SANTOS N. **Guia completo para entender mais sobre o comportamento do consumidor.** Disponível em: <https://listenx.com.br/blog/comportamento-doconsumidor/>. Acesso em: 15 Ago 2024.

SEBRAE. **A importância da emissão da nota fiscal.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-importancia-da-emissaoda-notafiscal,857ed6387eab5810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=A%20emiss%C3%A3o%20da%20nota%20fiscal,produto%20ou%20reembolso%20de%20produtos>.

SEBRAE. **Competitividade e cooperativismo.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/competitividade-e->

[cooperativismo,a16b8de64af77810VgnVCM1000001b00320aRCRD](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/4-etapas-do-pdcamelhoram-gestao-dos-processos-e-qualidade-do-produto,9083438af1c92410VgnVCM1000001b00320aRCRD). Acesso em: 23 Ago 2024.

SEBRAE. **Saiba o que é e como funciona a metodologia PDCA.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/4-etapas-do-pdcamelhoram-gestao-dos-processos-e-qualidade-do-produto,9083438af1c92410VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 23 Ago 2024.

SEBRAE. **Conheça a Análise SWOT.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conheca-a-analiseswot,202f64e8feb67810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 23 Ago 2024.

SEBRAE. **A força do empreendedor brasileiro.** Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos. Acesso em: 23 Ago 2024.

SENSISAUDE. **O que é: Serviços de Apoio.** Disponível em: <https://sensisaude.com.br/glossario/o-que-e-servicos-deapoio/#:~:text=Os%20servi%C3%A7os%20de%20apoio%20s%C3%A3o,indiv%C3%ADduos%20em%20suas%20necessidades%20espec%C3%ADficas>. Acesso em: 15 Ago 2024.

SURVEY MONKEY. **Qual é a diferença entre segmentação de perfil demográfico e segmentação psicográfica?** Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/market-research/resources/what-ispsychographic-segmentation/>. Acesso em 15 Ago 2024.

TIME P. **Atração de talentos: como fazer de forma eficiente e sua importância para empresas!** Disponível em: <https://www.pontotel.com.br/atracao-detalentos/#:~:text=Melhora%20no%20clima%20organizacional,clima%20organizacional%20ser%C3%A1%20positivamente%20impactado>. Acesso em: 16 Ago 2024.

TORRES, V. **Alvará de funcionamento: entenda e tire todas as dúvidas sobre o documento.** Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/alvara-de-funcionamento/>.

Acesso em 15 ago 2024.

VAZ A. **IMAGEM PESSOAL, PROFISSIONAL, MODA e ETIQUETA.** Disponível em: <https://www.anavaz.com.br/#servicos>. Acesso em: 15 Ago 2024.