

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
PAULA SOUZA
ETEC JOSÉ MARTIMIANO DA SILVA - EXTENSÃO EE WINSTON
CHURCHILL – SERTÃOZINHO - SP
Curso Técnico de Marketing**

**BRIEYLA APARECIDA DA SILVA PORTO
SANDRA PEREIRA SILVA**

**MARKETING PESSOAL: A APLICAÇÃO DO CAPITAL ERÓTICO COMO
FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA INSERÇÃO NO MERCADO DE
TRABALHO**

**SERTÃOZINHO – SP
2023**

**BRIEYLA APARECIDA DA SILVA PORTO
SANDRA PEREIRA SILVA**

**MARKETING PESSOAL: A APLICAÇÃO DO CAPITAL ERÓTICO COMO
FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA INSERÇÃO NO MERCADO DE
TRABALHO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Marketing da ETEC José Martimiano da Silva – Extensão E.E. Winston Churchill – Sertãozinho - SP, orientado pela Prof. William Aparecido Maciel da Silva, como requisito parcial para a obtenção do Título de Técnico em Marketing.

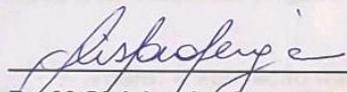
**SERTÃOZINHO – SP
2023**

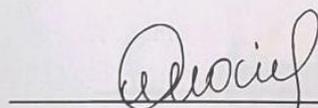
FOLHA DE APROVAÇÃO

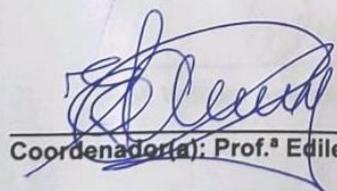
Alunos: Brieyla Aparecida da Silva Porto
Sandra Pereira Silva

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em 22 / 11 /
2023 pela comissão julgadora:

Título: Marketing pessoal: a aplicação do capital erótico como
ferramenta estratégica para inserção no mercado de trabalho


Prof.ª Gislaine Ap. Rovagnollo Veiga


Prof. William Aparecido Maciel da Silva


Coordenadora; Prof.ª Edileusa de Souza Araújo Silva

DEDICATÓRIA

Dedicamos primeiramente a Deus, pois sem ele não conseguiríamos chegar até aqui. Aos nossos pais que sempre acreditaram no nosso potencial, que sempre nos apoiaram a estudarmos, buscar conhecimento e acreditar em nós mesmos. Por fim e não menos importante a nós mesmos, que apesar das circunstâncias não desistimos. E lógico aos nossos professores: Silvana, Diogo e William Maciel.

AGRADECIMENTOS

A Prof.^a. Silvana Baraldi, por sua dedicação e disponibilidade como orientadora. Ao Prof. Diogo, pela sua paciência e dedicação. Ao Prof. William Maciel, pela sua competência, paciência e orientações, foram possíveis a através dele conseguimos dar continuidade ao nosso trabalho e chegar a uma conclusão final do nosso projeto.

RESUMO

O marketing pessoal tem sido muito utilizado para o aumento da empregabilidade do indivíduo. Além disso, o “capital erótico” tem sido usado para se referir às maneiras pelas quais os indivíduos usam sua atratividade física, charme e sexualidade para obter vantagens em contextos sociais e profissionais. Posto isto, o estudo examinar o uso do capital erótico como ferramenta estratégica para inserção de estudantes do Centro Estadual de Educação Tecnológica no mercado de trabalho. A amostra é levantada por meio de questionário respondido em outubro de 2023 por 36 estudantes. Como resultado é possível observar que os estudantes afirmam: a) usar vestimentas – limpas e adequadas ao ambiente corporativo; b) que no futuro o capital erótico será um atributo para alavancar a carreira profissional; c) pessoas com alto capital erótico tendem a ser mais bem sucedidas na vida profissional; e d) não há um consenso sobre quem faz mais uso do capital erótico na atualidade, todavia, 33,3% afirmam usar o capital erótico ao seu favor no ambiente corporativo.

Palavra-chave: Marketing pessoal; Capital erótico; Mercado de trabalho.

ABSTRACT

Personal marketing has been widely used to increase an individual's employability. Furthermore, "erotic capital" has been used to refer to the ways in which individuals use their physical attractiveness, charm, and sexuality to gain advantages in social and professional contexts. That said, the study examines the use of erotic capital as a strategic tool for inserting students from the Centro Estadual de Educação Tecnológica into the job market. The sample is collected through a questionnaire answered in October 2023 by 36 students. As a result, it is possible to observe that students say: a) wear clothes – clean and suitable for the corporate environment; b) that in the future erotic capital will be an attribute to advance a professional career; c) people with high erotic capital tend to be more successful in their professional lives; and d) there is no consensus on who makes the most use of erotic capital today, today, 33.3% claim to use erotic capital to their advantage in the corporate environment.

Keywords: Personal marketing; Erotic capital; Job market.

Sumário

1 INTRODUÇÃO	18
1.1 Contextualização	18
1.2 Justificativa	19
1.3 Questão de pesquisa	19
1.4 Objetivos	20
1.4.1 Geral	20
1.4.2 Específicos	20
1.5 Método	20
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	22
2.1 Marketing pessoal como ferramenta de promoção pessoal.....	22
2.2 Capital Erótico como ferramenta de autopromoção.....	22
3. RESULTADOS.....	24
4. CONCLUSÃO	29
ANEXO	31

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

No mundo globalizado atual, onde as informações circulam livremente online e os obstáculos são eliminados, os profissionais de mercado devem se atualizar e procurar evolução constantemente. Posto isso, para os indivíduos ingressarem no mercado de trabalho ou manter-se ativo, deve-se aprimorar o seu desenvolvimento profissional e pessoal alcançando assim, uma carreira de sucesso (BRUGGER; PRASTES; SILVA, 2016).

Assim sendo, os profissionais são obrigados, mesmo que indiretamente, a desenvolver e divulgar sua própria “marca” – imagem, rede de relacionamento, e valorização pessoal, tais atributos contribuirá positivamente para que o profissional se torne referência no mercado de trabalho, alcançando assim, remuneração atrativa, além de ser mais bem visto.

Neste contexto, Brugger, Prastes e Silva (2016), enfatizam que o marketing pessoal se torna cada vez mais importante e competitivo, pois as empresas estão cada vez mais valorizando os atributos pessoais do que a experiência profissional nos indivíduos que estão na busca de conquistar a sonhada vaga de emprego ou simplesmente alcançar cargos mais estratégicos.

Logo, o marketing pessoal pode ser entendido como a construção do próprio “eu” na tentativa que identificar um perfil pessoal e profissional que contribua positivamente para as exigências de uma determinada empresa ou necessidade de um mercado. Todavia, ter o diploma educacional não é o suficiente para cobrir a lacuna do perfil profissional que as empresas querem. Pois, além da boa educação, as empresas buscam capacidade de liderar, trabalhar em equipe, habilidades sociais, *sex appeal*, entre outros.

Para Hakin (2012) pessoas atraentes tendem a ser mais bem-sucedidas. A socióloga, desenvolveu sua teoria com base nos trabalhos de Pierre Bourdieu, determinou os três atributos pessoais que mais ajudam o indivíduo a se destacar profissional e socialmente: os capitais econômico, cultural e social. Ao aprofundar o conceito de Bourdieu, a autora introduziu um novo atributo pessoal que era ignorado pelo meio científico: o capital erótico.

Após desenvolver sua ousada teoria, Hakin (2012) expõe que as pessoas que possuem capital erótico (a mistura de charme, elegância, beleza e *sex appeal*), devem usar este capital sem ressalvas para alcançar ou avançar na vida pessoal e na carreira. Ainda segundo a autora, “o capital erótico é uma ferramenta poderosa especialmente para as mulheres, pois elas podem usar sua beleza natural para firmar seu lugar no mercado de trabalho e, assim, diminuir o abismo que existe entre os sexos nesse quesito”.

1.2 Justificativa

O marketing pessoal, quando bem praticado, atua em prol do profissional, ajudando-o a construir a carreira que deseja. Ao valorizar as suas habilidades e os seus diferenciais, ele possibilita a conquista do primeiro emprego, ganhar um aumento ou receber aquela promoção tão desejada, integrando assim o seu capital erótico ele faz com que o profissional seja mais notado pelas pessoas e atinja seus objetivos de forma mais permanente

Com o objetivo de atrair atenção para o tema, o presente estudo pode ser introduzido como ferramenta para que estudantes em busca de emprego, recolocação no mercado de trabalho e promoção na carreira, pode usar do capital erótico como ferramenta para agregar valor ao seu marketing pessoal. Assim sendo, o capital erótico atribuído como ferramenta de valorizar o marketing pessoal não se trata ganhar visibilidade a qualquer custo, mas sim em ajudar a construir uma imagem relevante e de autoridade.

1.3 Questão de pesquisa

O marketing pessoal é um conceito recente, surgido na metade do século XX, este conceito nasceu da necessidade de o profissional se visualizar como um produto, que precisa se valorizar, reinventar e evoluir para se manter ativo no mercado de trabalho. Neste contexto, em meio aos tipos de capitais popularizados pelo sociólogo Bourdieu - cultural, econômico e social (THIRY-CHERQUES, 2006), aparece o capital erótico, que segundo Hakin (2012), ensina que pessoas com este atributo tendem a ser mais persuasivas, vistas como honestas e competentes, expandem sua rede de relacionamento com mais facilidade, além de serem mais

bem remuneradas. Diante disto o presente estudo tende a responder a seguinte pergunta: O capital erótico pode ser usado como ferramenta estratégica para inserção de estudantes no mercado de trabalho?

1.4 Objetivos

1.4.1 Geral

Assim como um produto não pode ficar obsoleto pois corre o risco de sair de circulação, o ser humano não pode permanecer em sua zona de conforto para alcançar seus objetivos. Além disso, no mercado globalizado fica da vez mais complexo para os estudantes se inserirem no mercado de trabalho só com o conhecimento adquirido em sala de aula, sendo necessário outros atributos que contribua para sua colocação, permanência ou crescimento nas empresas. Posto isto, o presente estudo tem o tem a pretensão de examinar o uso do capital erótico como ferramenta estratégica para inserção de estudantes no mercado de trabalho.

1.4.2 Específicos

Além do objetivo geral o trabalho pretende explorar os seguintes objetivos específico:

- Verificar o interesse sobre os temas marketing pessoal e capital erótico como ferramentas estratégicas para o autodesenvolvimento dos estudantes;
- Analisar o nível de conhecimento dos estudantes sobre o tema capital erótico e marketing pessoal; e
- Contribuir para a disseminação da temática no meio acadêmico e profissional por meio da aplicação de questionário.

1.5 Método

O presente estudo tem a pretensão de examinar o uso do capital erótico como ferramenta estratégica para inserção de estudantes do Centro Estadual de Educação Tecnológica no mercado de trabalho. A amostra final é composta por 36 estudantes, localizados em seis cidades – Barrinha (13 ou 36,1%), Sertãozinho (12 ou 33,3%), Dumont (6 ou 16,7%), Cruz das Posses (4 ou 11,1%) e Ribeirão Preto (1

ou 2,8%), vide Figura 1. O questionário é aplicado em outubro de 2023. Para Gil (1999) a técnica de investigação por meio de questionário é composta por questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo como principal objetivo o conhecimento, sentimento, crenças, expectativas e interesses etc.

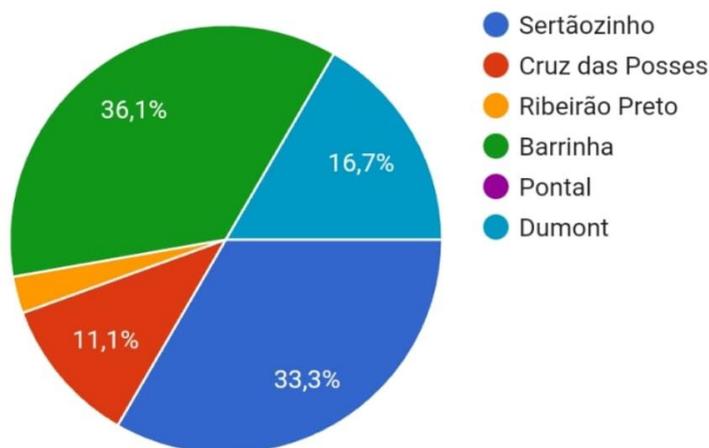


Figura 1 - Distribuição da amostra final
Fonte: Elaborado pelas autoras

O trabalho pode ser considerado como quali-quantitativo, pois na fase qualitativa será coletadas informações para melhor compreensão e entendimento do fenômeno estudado. Na sequência, na fase quantitativa, é aplicado questionário e análise dos dados coletados. Além disso, a pesquisa pode ser considerada descritiva, pois é pré-planejada e estruturada para que os dados coletados no questionário possam representar de forma estática sua população. Para Gil (1999) a pesquisa descritiva serve para identificar e descrever a característica da população analisada. Por fim, para se responder o problema de pesquisa, é utilizado os seguintes softwares: Google Forms e grupos de WhatsApp (aplicação do questionário).

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Marketing pessoal como ferramenta de promoção pessoal

O marketing pessoal é um conjunto de técnicas e estratégias que são utilizadas para promover a imagem de um indivíduo. Neste contexto, Lopes e Nagamatu (2023) analisam a contribuição do conceito de marketing pessoal para a formação dos docentes como competência essencial da educação profissional, como forma de agregar valor a marca e fidelizar clientes. Os autores observam que os profissionais precisam desenvolver seu marketing pessoal, de forma a ampliar sua competência para formar profissionais, fortalecer a marca e fidelizar alunos. Além disso, eles concluem que a partir do marketing pessoal, o docente pode ampliar suas competências, sendo um eficaz instrumento para a gestão da marca da instituição educacional.

Já Melo e Zamberlan (2016), verificam o perfil profissional exigido pelo mercado de trabalho para 200 estudantes de administração de empresas. Como resultado os constata-se que os alunos acham importante dentro do conceito de marketing pessoal possuir currículo profissional e atualizado, ter boa imagem no ambiente profissional, ter objetividade, ter habilidades de expressão na forma escrita e ser ético. Todavia, há alunos (59,2%) que não considera importante ter os quesitos citados.

Por fim, Andrade (2021) verifica ocorrências no processo de seleção, no contexto da gestão por competências, sob a perspectiva dos alunos da graduação em administração da Universidade Federal Fluminense. Os resultados da pesquisa apontam que estimular estudantes a conhecer, disseminar e pôr em prática, em sua vida profissional, o marketing pessoal. Além disso, a partir das teorias da gestão por competências, é possível que profissionais de recursos humanos reconheçam a necessidade de aprimorar seus conhecimentos acerca de processos de seleção de pessoas, adaptando-os ao contexto da administração por competências

2.2 Capital Erótico como ferramenta de autopromoção

O tema capital erótico é cada vez mais relevante no mundo globalizado. Alcantara, Ituassu e Moura (2019), busca identificar quais aspectos do capital erótico

são mais importantes para o executivo brasileiro. Por meio de análise de conteúdo nas revistas *Você S.A.* e *Exame*, a autora constata que a beleza física, charme/carisma, vestimenta, sexualidade “*sex appeal*”, bom humor/energia, idade, peso, imagem mostram-se como atributos de maior relevância na atualidade.

Nesta perspectiva, Pereira e Santos (2013), enfatizam que uma aparência atraente, cuidados pessoais e o comportamento social são atributos requisitados por profissionais de recursos humanos, transformando o capital erótico em fator que favorece a empregabilidade. Todavia, a convicção de que o capital erótico é atributo para homens e mulheres no ambiente corporativo causa polêmica, ainda que não seja possível desvincular a estética do comportamento humano, no cotidiano empresarial.

Por sua vez, Santos *et al.* (2021), aponta que o capital erótico não está relacionado exclusivamente com a beleza, mas que a beleza é um de seus componentes. Assim, os autores sugerem que todos os elementos propostos por Hakin (2012), sejam vistos de forma holística, ou seja, a ausência ou minimização de um deles irá resultar num menor nível de capital erótico do indivíduo. Além disso, de forma crítica eles concluem que cada indivíduo impacta as demais pessoas de forma única e particular, e que a beleza possuída por cada indivíduo reflete na imagem criada pela sociedade.

Por fim, Silva e Silva (2015) enfatiza que o capital erótico explora ao máximo as potencialidades da cultura industrializada, midiaticizada, informatizada para benefício daqueles que querem se colocar entre os mais bens aparentados, e que ganham acima da média do mercado. Além disso, o capital erótico explora e explode a beleza do indivíduo e, talvez, quanto mais atraente o indivíduo, mais valioso no mercado será.

3. RESULTADOS

Com base na resposta de 36 estudantes, é possível identificar que 30,6% dos entrevistados estão acima dos 35 anos de idade. Apenas 8,3% dos entrevistados têm entre 18 a 20 anos, vide Figura 2. Assim sendo, os resultados apontam que pessoas mais experientes em termos de idade estão em constante atualização. Esses estudantes/profissionais estão a procura de melhor posição nas empresas onde trabalham e/ou recolocação no mercado de trabalho. Desta forma, o curso técnico permite de forma rápida aprendizagem técnica e teórica para esses indivíduos.

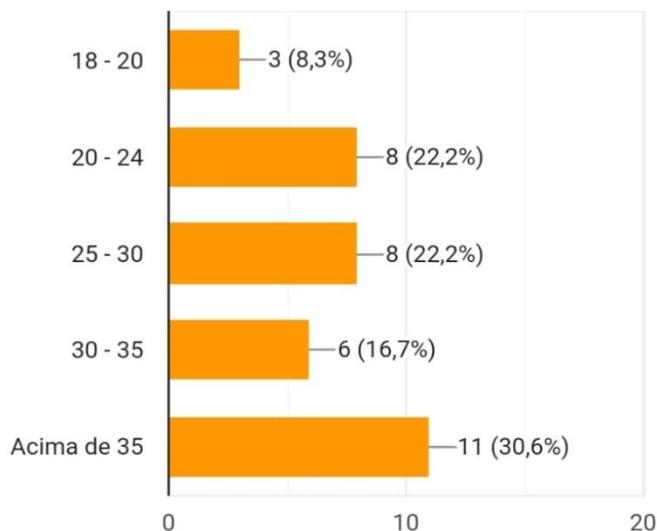


Figura 2 - Idade dos entrevistados

Fonte: Elaborado pelas autoras

É questionado aos entrevistados se eles possuem conhecimento sobre o "capital erótico, vide Figura 3. Ao ser questionados, 75% dos entrevistados dizem não conhecer o tema capital erótico. O livro da socióloga britânica Catherine Hakim está disponível para aquisição desde 8 de maio de 2012 em sua versão no português. Este resultado aponta uma baixa atratividade ou desconhecimento da temática. Com base neste resultado apenas 25% dos entrevistados afirmam conhecer o tema capital erótico.

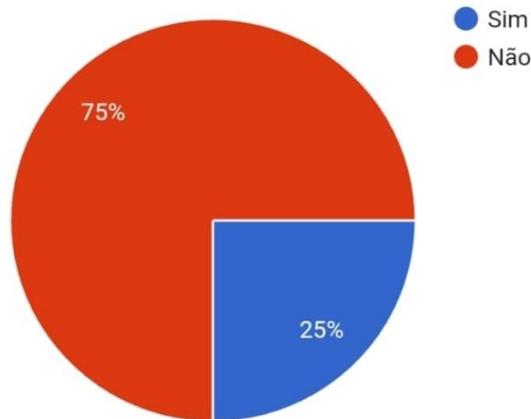


Figura 3 – Nível de conhecimento sobre o tema capital erótico
 Fonte: Elaborado pelos autores.

Por sua vez, a pergunta 4 do questionário indaga se o capital erótico está relacionado a beleza que nos colocam em determinadas situações, em uma entrevista de trabalho você acha eficaz. De acordo com a Figura 4, 75% dos entrevistados afirmam que é eficaz para inserção, permanência ou recolocação no mercado de trabalho. Este resultado está em consonância com Silva e Silva (2015), que aponta que o capital erótico explora e explode a beleza do indivíduo e, talvez, quanto mais atraente o indivíduo, mais valioso no mercado de trabalho.

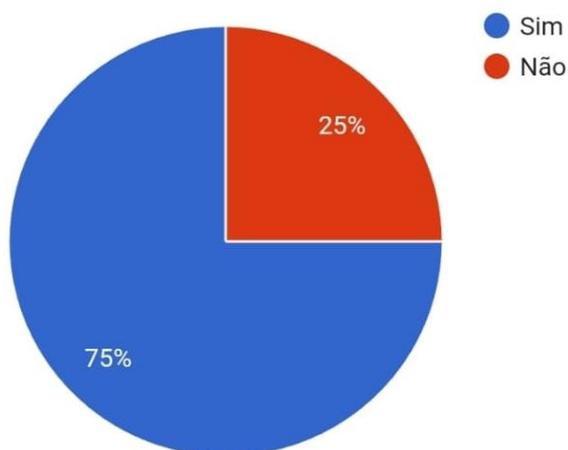


Figura 4 - Capital erótico e o mercado de trabalho
 Fonte: Elaborado pelas autoras

Os estudantes são questionado utilizam o capital erótico na vida profissional para ajudar na carreira (pergunta 5). Ao aprofundarem o conhecimento sobre o tema durante a entrevista, 52,8% dos estudantes afirmam, usar do capital erótico para

conseguir vantagem competitiva no mercado de trabalho. Todavia, 47,2% dos estudantes afirmam não dar tanta importância para o capital erótico.

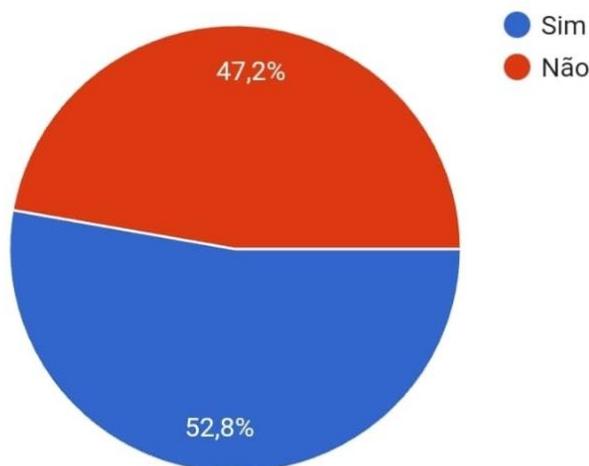


Figura 5 - O uso do capital erótico para alavancar a carreira
Fonte: Elaborado pelas autoras

Quanto a pergunta 6, pergunta na opinião dos estudantes qual gênero usa mais o capital erótico. Na opinião dos entrevistados 63,9% ambos os gêneros (homens e mulheres) usam o capital erótico no ambiente de trabalho. Este resultado fortalece o estudo de Pereira e Santos (2013), que enfatizam que a convicção de que o capital erótico é atributo para homens e mulheres no ambiente corporativo causa polêmica, ainda que não seja possível desvincular a estética do comportamento humano, no cotidiano empresarial. Ainda, é possível observar que 33,3% dos resultados apontam que o capital erótico é atributo mais forte entre as mulheres.

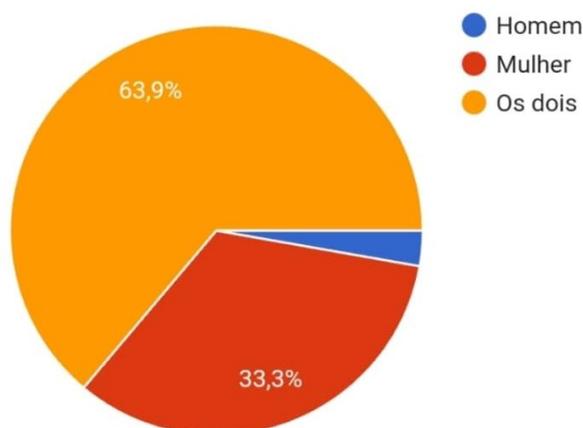


Figura 6 - Uso do capital erótico entre homens e mulheres
Fonte: Elaborado pelas autoras

Já a pergunta 7, questiona se na opinião dos estudantes se sua autoimagem é atraente. A Figura 7, aponta que 41,7% não sabem se sua autoimagem é atraente, e 30,6% nunca parou para analisar sua própria autoimagem. Já 25% dos estudantes afirmam que sua autoimagem é atraente.

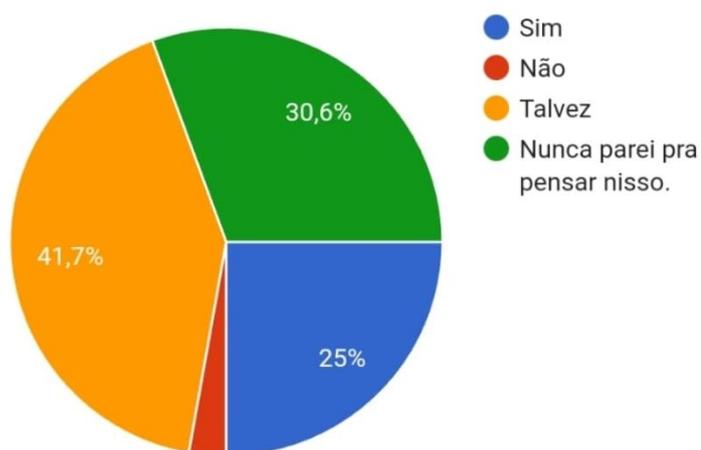


Figura 7 - Nível de autoimagem
Fonte: Elaborado pelas autoras

Quanto a pergunta 8, questiona se pessoas atraentes e bem desenvolvidas se dão sempre bem, na vida profissional. De acordo com a Figura 8, 63,9% dos estudantes afirmam que o capital erótico está correlacionado com pessoas atraentes de forma que essa tendem a ser mais bem sucedidas na vida profissional.

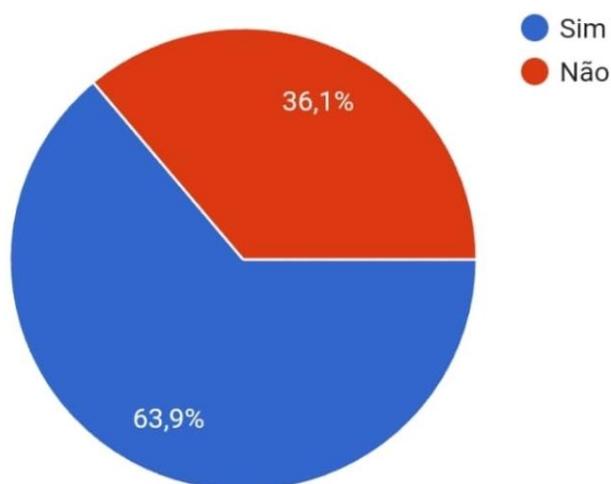


Figura 8 - Pessoas atraentes tendem a ser bem-sucedidas
Fonte: Elaborado pelas autoras

Já a pergunta 9, questiona se daqui a 05 anos o capital erótico ainda será importante na carreira profissional. De acordo com a Figura 9, 77,8% dos entrevistados acham que sim, que o capital erótico será um atributo para alavancar a carreira profissional.

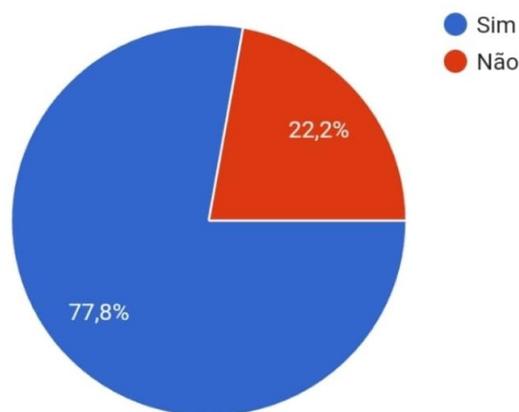


Figura 9 - Importância do capital erótico na carreira profissional
Fonte: Elaborado pelas autoras

Por fim, a pergunta 10, questiona qual o comportamento do entrevistado no mercado de trabalho. O resultado da Figura 10, aponta que 72,2% afirmam usar vestimentas – limpas e adequadas ao ambiente corporativo

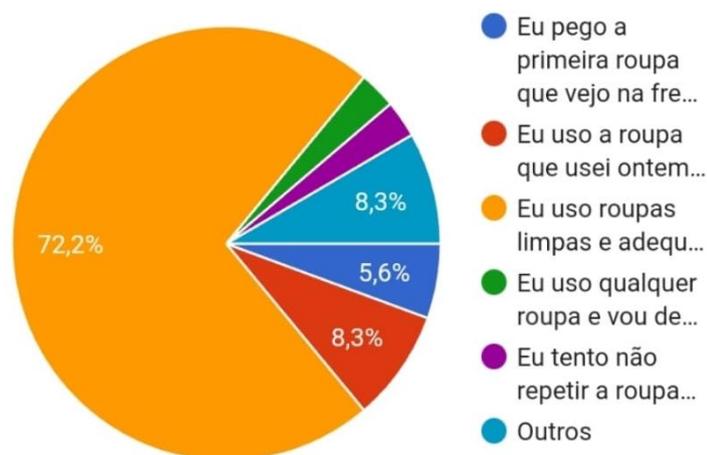


Figura 10 - Comportamento no trabalho
Fonte: Elaborado pelas autoras

4. CONCLUSÃO

Pessoas que exibem capital erótico acima da média são mais persuasivas, além da beleza, são vistas como competentes e honestas. Assim sendo, o estudo examina o uso do capital erótico como ferramenta estratégica para inserção de estudantes do Centro Estadual de Educação Tecnológica no mercado de trabalho.

Como resultado é possível observar que os estudantes afirmam: a) usar vestimentas – limpas e adequadas ao ambiente corporativo; b) que no futuro o capital erótico que o capital erótico será um atributo para alavancar a carreira profissional; c) pessoas com alto capital erótico tendem a ser mais bem sucedidas na vida profissional; e d) não há um consenso sobre quem faz mais uso do capital erótico na atualidade, todavia, 33,3% afirmam usar o capital erótico ao seu favor no ambiente corporativo.

A principal contribuição está na introdução da temática capital erótico no ambiente acadêmico, uma vez que na amostra a maioria dos entrevistados afirmam não conhecer o tema. Além disso, o tema é um alerta para os estudantes incluir o tema ao marketing pessoal e conseguir maiores oportunidades no mercado de trabalho. Para as empresas o tema contribui para a melhoria do capital erótico e marketing pessoal no ambiente de trabalho.

Dentre as limitações do trabalho está quantidade de alunos entrevistados, já que dentro do ambiente estudantil há mais indivíduos que não colaboraram com a aplicação do questionário. Para os estudos futuros sugere-se aplicar o questionário no ambiente corporativo e em diferentes turmas de estudantes.

REFERÊNCIAS

- ALCANTARA, A. P. B.; ITUASSU, C. T.; MOURA, L. R. C. A beleza compensa: um estudo do capital erótico como fonte de poder simbólico. **Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, v.6, n.15, p. 219-254, 2019.
- ANDRADE, H. A. G. **Marketing pessoal na entrevista de seleção**: uma perspectiva dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal Fluminense. 2021, 68f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal Fluminense, Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, Niterói, 2021.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999
- HAKIM, C. **Capital erótico: Pessoas atraentes são mais bem-sucedidas. A ciência garante**. Editora Best Seller, 2013.
- LOPES, C. P.; NAGAMATU, R. F. T. Marketing pessoal: competência essencial do docente de educação profissional para a fidelização do aluno. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, 1., 2023, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Ed. USP, 2023
- MELO, L. L.; ZAMBERLAN, L. O marketing pessoal no desenvolvimento da imagem dos acadêmicos do curso de administração da UNIJUÍ. **Salão do Conhecimento**, v. 2, n. 2, 2016.
- PEREIRA, L. A. R.; SANTOS, G. E. Capital erótico no ambiente organizacional: a sua influência no processo seletivo e na empregabilidade. **Revista de Ciências Gerenciais**, v.17, n.26, p. 21-34, 2013.
- SANTOS, B. I.; PAULO, C. J.; DE OLIVEIRA, M. W.; ALMEIDA, M. W.; ALMEIDA, M. W. Capital erótico: um estudo de mensuração. **Nucleus**, 2021, v.18, n.1, 2021
- SILVA, M. C. C.; SILVA, P. C. A emoção-resiliente: o novo espírito do capitalismo erótico nas mídias. **Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual**, v.1, n.33, pg.21, 2015.
- SILVA, W. T.; BRUGGER, A. S. M. F.; PRATES, W. O. A importância do marketing pessoal para o sucesso de uma carreira profissional segundo profissionais da área de recursos humanos da cidade de Montes Claros-MG. **Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP**, v.2, n.2, p. 55-78, 2016.
- THIRY-CHERQUES, H. R. Pierre Bourdieu: a teoria na prática. **Revista de Administração Pública**, 2006, v.1, n. 40, p. 27-53, 2006.

ANEXO

Questionário:

- 1) Quantos anos?
 - 18 - 20
 - 20 - 24
 - 25 - 30
 - 30 - 35
 - Acima de 35

- 2) Qual cidade mora?
 - Sertãozinho
 - Cruz das Posses
 - Ribeirão Preto
 - Barrinha
 - Pontal
 - Dumont

- 3) Você já ouviu falar em "Capital Erótico"?
 - Sim
 - Não

- 4) O Capital Erótico está relacionado a beleza que nos colocam em determinadas situações, em uma entrevista de trabalho você acha eficaz?
 - Sim
 - Não

- 5) Sobre você: Em sua vida profissional você tem utilizado para ajudar a sua carreira?
 - Sim
 - Não

- 6) Atualmente, quem mais tem utilizado o Capital Erótico? Homem ou mulher?
 - Homem
 - Mulher
 - Os dois

- 7) Sobre você: A sua autoimagem é atraente?
 - Sim
 - Não
 - Talvez
 - Nunca parei para pensar nisso.

- 8) Pessoas atraentes e bem desenvolvidas se dão sempre bem, na vida profissional?
- Sim
 - Não
- 9) Daqui a 05 anos o Capital Erótico ainda será importante na carreira profissional?
- Sim
 - Não
- 10) Sobre você: Atualmente em seu trabalho como você se comporta em relação a isso?
- Eu pego a primeira roupa que vejo na frente, estando limpa está ótimo,
 - Eu uso a roupa que usei ontem, se ela não estiver com mau cheiro e suja, eu uso de novo
 - Eu uso roupas limpas e adequadas para o meu trabalho
 - Eu uso qualquer roupa e vou de qualquer jeito, não ligo para nada disso
 - Eu tento não repetir a roupa que fui ontem, por exemplo eu revezo usando um dia sim e outro não.
 - Outros