

**ETEC JÚLIO DE MESQUITA
EXTENSÃO AMÉRICO BRASILIENSE
Técnico em Administração**

**Alan Fagundes
Ana Cristina Barbosa Felipe
Antonio Felipe De Souza Neves Campos Do Ó
Evellin Denise Tolentino Facioni
Fernanda Guimarães
Giovana Fialho da Silva
Juliana Pereira Cruz Barreto
Lívia Dias Santos
Renata De Souza Ferreira**

CRIAÇÃO DA EMPRESA PERFILL IN BOX

**Santo André
2024**

**Ana Cristina Barbosa Felipe
Antonio Felipe De Souza Neves Campos Do Ó
Evellin Denise Tolentino Facioni
Fernanda Guimarães
Giovana Fialho da Silva
Juliana Pereira Cruz Barreto
Lívia Dias Santos
Renata De Souza Ferreira**

**DESENVOLVIMENTO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
PERFILL IN BOX**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Júlio de Mesquita - Extensão Américo Brasiliense, orientado pelo professor Braz de Lima e Almeida, como requisito parcial para obtenção de título de Técnico em Administração.

**Santo André
2024**

Aos nossos familiares, com carinho.

AGRADECIMENTOS

À Deuses e Orixás, por estar sempre presente em nossas vidas e por haver dado saúde para que nós pudéssemos concluir o curso.

Aos nossos pais, filhos e companheiros, pelo incentivo para que nós continuássemos nossos estudos.

Aos componentes desse grupo, por não terem se matado durante todo o percurso do projeto.

"Há quem diga que todas as noites são de sonhos. Mas há também quem garanta que nem todas, só as de verão. Mas no fundo isso não tem importância. O que interessa mesmo não são as noites em si, são os sonhos. Sonhos que o homem sonha sempre. Em todos os lugares, em todas as épocas do ano, dormindo ou acordado."

William Shakespeare

RESUMO

Nosso projeto tem como finalidade atender por meio de serviços de beleza, estética, estética automotiva, aulas didáticas e físicas, pessoas nas quais o cotidiano não permite realizar esses serviços por conta do horário, ou localidade ou disponibilidade. Temos uma vasta gama de serviços que atendem diversos tipos de pessoas, e em diversos tipos de situações. Nosso projeto foi trabalhado em cima disso onde criamos o pacote de serviços, que quando contratado pelo cliente ele tem a disponibilidade do profissional dentro das suas condições. Temos três tipos de pacotes, onde são o simples, médio e intermediário. O cliente pode escolher qual o atenderá melhor para cada tipo de necessidade. Contudo, juntamos todos os nossos serviços em uma caixa, na qual o cliente recebe em sua casa com os vouchers que os dão os direitos aos serviços solicitados e prestados de acordo com a sua escolha. Possuímos um espaço onde realizamos as montagens e embalagens dos nossos produtos e os envios das mesmas. Por fim, nosso trabalho foi pensando em conjunto para realizarmos um projeto onde atenderíamos todas as pessoas e teríamos o nosso diferencial que são os horários e datas personalizados onde o cliente não tem porque se preocupar. Trabalhamos com materiais sustentáveis e de alta qualidade para atender cada vez mais pessoas e oferecer nossos serviços da melhor forma possível.

Palavras-chave: Projeto. Cotidiano. Disponibilidade. Pacote de serviços. Necessidade. Diferencial. Horários personalizados. Materiais sustentáveis. Qualidade.

ABSTRACT

Our project aims to serve people through beauty services, aesthetics, automotive aesthetics, didactic and physical classes, whose daily routines do not allow them to access these services due to time, location, or availability. We have a wide range of services that cater to different types of people and various situations. Our project was developed with this in mind, where we created a service package that, when contracted by the client, provides the availability of the professional according to their conditions. We have three types of packages: simple, medium, and intermediate. The client can choose which one best meets their needs. Furthermore, we bundle all our services into a box, which the client receives at their home with vouchers granting them the rights to the requested and provided services according to their choice.

We have a space where we assemble and package our products and handle their shipping. Finally, our work was conceived together to create a project that would serve all people and offer our differential, which is personalized schedules and dates, so the client does not have to worry. We work with sustainable and high-quality materials to serve more people and offer our services in the best possible way.

Keywords: Project. Daily Routine. Availability. Service Package. Need. Differential. Personalized Schedules. Sustainable Materials. Quality.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO	11
2.1 Empreendedorismo	11
2.1.1 Conceito.....	11
2.1.2 Plano de negócio	12
2.1.3 Gerenciamento de finanças	13
2.1.4 Marketing	14
2.1.5 Gestão de equipes e pessoas.....	15
2.1.6 Aspectos legais e regulatório	15
2.1.7 Gestão de risco	16
2.1.8 Network.....	17
2.1.9 Ética e responsabilidade social.....	17
2.2 Inovação.....	18
2.2.1 Processo de inovação	18
2.2.2 Tipos	18
2.2.3 Geração de ideias	20
2.2.4 Desenvolvimento e prototipagem	21
2.2.5 Cultura organizacional	22
2.2.6 Colaboração e parcerias	23
2.2.7 Exploração de tecnologia.....	24
2.2.8 Estratégia de lançamento no mercado	24
2.2.9 Avaliação de impacto	25
3 MODELAGEM DE NEGÓCIOS – DESCRIÇÃO DO SERVIÇO.....	26
3.1 Resumo executivo	26
3.2 Contexto e justificativa	26
3.3 Descrição do serviço	26
3.3.1 Plano básico.....	26
3.3.2 Plano intermediário.....	27
3.3.3 Plano premium	28
3.3.4 Garantia / satisfação do cliente	29
3.4 Objetivos do projeto	31

3.5 Metodologia de trabalho.....	31
3.6 Riscos e mitigação.....	32
4 MARKETING 4 P'S.....	33
4.1 Produto	33
4.2 Preço	33
4.3 Praça	33
4.4 Promoção.....	34
4.4.1 Desconto no primeiro box.....	34
4.4.2 Brinde especial	35
4.4.3 Sorteios e prêmios.....	35
4.4.4 Programa de indicação.....	36
4.4.5 Conteúdo exclusivo	37
4.4.6 Campanha temática	38
4.4.7 Parcerias estratégicas	38
4.5 Pesquisa de campo.....	39
4.6 Material de Marketing.....	44
4.6.1 Logomarca.....	44
4.6.2 Cartão.....	45
4.6.3 Folder	45
4.6.4 Mídias sociais.....	46
5 ESTRUTURA DE FUNCIONÁRIOS / CARGOS E SALÁRIOS	48
6 FINANCEIRO	49
6.1 Investimento inicial.....	49
6.2 Demonstrativo de resultado	51
6.3 Tempo de retorno do investimento	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
REFERÊNCIAS.....	57
APÊNDICES	58

1 INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, a busca por bem-estar e autocuidado tem se tornado cada vez mais relevante, impulsionada por um ritmo de vida acelerado e estressante. As pessoas estão mais conscientes da importância de manter um equilíbrio entre a saúde física, mental e emocional, o que tem levado a um aumento na demanda por serviços que promovam esse equilíbrio. Neste contexto, o presente trabalho de conclusão de curso (TCC) propõe a análise e o desenvolvimento de uma empresa de serviços de bem-estar e autocuidado.

A empresa em questão tem como objetivo oferecer uma gama de serviços destinados a melhorar a qualidade de vida dos seus clientes, proporcionando experiências que promovam o relaxamento, a saúde mental e o bem-estar físico. Entre os serviços oferecidos, destacam-se terapias alternativas, massagens, aulas de yoga e meditação, consultas de nutrição e programas de bem-estar personalizados.

O mercado de bem-estar e autocuidado apresenta um crescimento significativo, impulsionado por uma população cada vez mais consciente e exigente em relação à qualidade de vida. Segundo dados do Global Wellness Institute, a indústria global de bem-estar cresceu de 3,7 trilhões de dólares em 2015 para 4,5 trilhões de dólares em 2018, refletindo a crescente importância desse setor na economia mundial. No Brasil, esse mercado também tem mostrado um crescimento robusto, com uma demanda crescente por serviços que promovam o bem-estar e a saúde integral.

O desenvolvimento deste TCC envolve uma abordagem multidisciplinar, abrangendo áreas como administração, marketing, psicologia e saúde. Serão explorados aspectos teóricos e práticos para a criação de um modelo de negócio sustentável, capaz de atender às necessidades e expectativas dos clientes, enquanto proporciona um impacto positivo na comunidade.

O trabalho está estruturado da seguinte forma: inicialmente, será apresentada uma revisão da literatura sobre o mercado de bem-estar e autocuidado, abordando tendências, desafios e oportunidades. Em seguida, será detalhado o plano de negócios da empresa, incluindo análise de mercado, estratégias de marketing, estrutura organizacional e projeções financeiras. Por fim, serão discutidas as implicações e contribuições do projeto para o setor e para a comunidade, bem como sugestões para futuras pesquisas e melhorias.

A criação de uma empresa de serviços de bem-estar e autocuidado não só responde a uma demanda crescente da sociedade moderna, mas também promove uma abordagem holística para a saúde, contribuindo para o desenvolvimento de uma sociedade mais equilibrada e saudável. Este TCC visa, portanto, não apenas a análise de um modelo de negócio viável, mas também a promoção de uma visão de bem-estar que valorize o ser humano em sua totalidade.

2 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

2.1 Empreendedorismo

2.1.1 Conceito

De acordo com a explicação da empresa meuSucesso (2017), no livro “O empreendedor: empreender como opção de carreira”, o autor Ronald Jean Degen (2007) cita o mercador e explorador Marco Pólo como um bom exemplo de empreendedor no sentido de intermediário. Aventureiro, Marco Pólo foi um dos primeiros europeus a percorrer, para fins comerciais, “o caminho da seda” para a China, no século XIII. Como era costume na época, Pólo assinou contratos com banqueiros-capitalistas que forneciam os recursos financeiros para os seus empreendimentos e depois compravam todos os produtos que ele trazia das viagens.

Os banqueiros, explica Degen, eram os “precursores das atuais empresas de capital de risco”. Eles previam juros de 22% sobre o capital investido e eram “os tomadores passivos do risco financeiro”. Já Marco Pólo era o mercador-aventureiro com papel ativo, que assumia todos os riscos comerciais e pessoais nas viagens e, ao final de sua jornada, ficava com parte dos lucros do empreendimento.

Sendo assim Ronald define empreendedorismo como o processo de identificar e explorar oportunidades para criar ou modificar algo, visando valor, satisfação pessoal e/ou lucro. Os empreendedores são agentes ativos que introduzem inovações, assumem riscos e têm uma visão empreendedora para encontrar oportunidades de negócios.

A inovação é fundamental, alavancando mudanças e progresso econômico. Eles podem ser encontrados em diversos contextos, como startups, empresas estabelecidas e organizações sem fins lucrativos, buscando criar valor e alcançar objetivos pessoais e profissionais.

Em suma, o empreendedorismo é um processo dinâmico que envolve identificação de oportunidades, inovação, riscos calculados e busca por valor e satisfação pessoal ou lucro, desempenhando um papel vital no crescimento econômico e no desenvolvimento social e empresarial.

2.1.2 Plano de negócio

No contexto empresarial atual, empreendedores frequentemente enfrentam desafios ao iniciar um negócio devido à falta de preparo inicial ou planejamento insuficiente.

Um plano de negócios bem estruturado é essencial para enfrentar esses obstáculos, oferecendo uma visão abrangente do mercado, produtos e ideias do empreendedor. Ele inclui detalhes sobre segmento de mercado, concorrência, clientes, fornecedores e pontos fortes e fracos, permitindo uma avaliação precisa da viabilidade do empreendimento.

Embora não elimine os riscos, o plano de negócios ajuda a antecipar erros potenciais e reduzir incertezas, seguindo etapas como apresentar a ideia, analisar o mercado, definir o público-alvo, estruturar a empresa, descrever o produto ou serviço, planejar logística e operações, elaborar estratégias de marketing e estabelecer um plano financeiro.

Em resumo, o plano de negócios é uma ferramenta essencial para orientar empreendedores rumo ao sucesso empresarial, proporcionando um guia estratégico e minimizando os riscos associados ao processo de abertura e gestão de um negócio.

2.1.3 Gerenciamento de finanças

É o conjunto das ações e procedimentos administrativos relacionados com o planejamento, execução, análise e controle das atividades financeiras do pequeno negócio. Em palavras simples: obter o melhor resultado - e o máximo de lucro - nas atividades da empresa.

Para iniciar uma boa gestão financeira, o primeiro passo é tomar uma decisão importante: separar o dinheiro do pequeno negócio do dinheiro das despesas particulares, como gastos familiares.

É muito comum que pequenos empreendedores misturem as contas da pessoa física com as da pessoa jurídicas. Como o caixa que realiza pagamentos é o mesmo que recebe o dinheiro proveniente das vendas, é preciso dedicar atenção especial para que não se torne um caixa único que atenda ao negócio e às despesas pessoais ou familiares.

As três frentes de ação da gestão:

- Gestão do caixa no dia a dia: administrar as entradas e saídas de recursos financeiros relativos a vendas, prestação de serviços, pagamentos de fornecedores, salários, tributos, despesas, entre outros;
- Gestão de investimentos: ocorre quando a empresa resolve expandir, modernizar, comprar novas máquinas e equipamentos etc.;
- Gestão de crises: é um assunto pouco comentado, mas muito frequente. Envolve renegociação de prazos com clientes e fornecedores, dívidas em instituições financeiras, protestos, negativas, ações de execução, enfim, uma área que exige saber fazer escolhas difíceis em eventuais tempos difíceis.

2.1.4 Marketing

O marketing empreendedor é uma abordagem inovadora que utiliza ferramentas não convencionais para auxiliar startups a se destacarem em mercados saturados. Esta prática integra conceitos de marketing e empreendedorismo, fundamentais para micro e pequenas empresas que não têm recursos para o marketing tradicional.

Há duas perspectivas sobre o marketing empreendedor: uma focada na gestão, associada ao modelo de negócios, e outra no gestor, ligada ao perfil empreendedor. A interseção dessas disciplinas é conhecida como o domínio do marketing empreendedor.

Carson (1990) identificou quatro estágios de marketing para MPEs: reativo, de ajustes, empreendedor e pró-ativo. O marketing reativo é inicial, baseado em recomendações boca a boca. O marketing de ajustes é ocasional e não planejado. O marketing empreendedor, caracterizado pelo alto risco e instinto do empresário, gera vendas como parte das atividades do negócio. Já o marketing pró-ativo é controlado, organizado e realizado por especialistas contratados.

As MPEs tendem a focar em problemas imediatos ou em um futuro de curto prazo, com atividades de marketing muitas vezes informais. Elas adaptam teorias de marketing às suas circunstâncias, experimentando métodos diferentes conforme seu desenvolvimento. Essa abordagem permite uma adaptação flexível, embora não necessariamente alinhada com as teorias convencionais de marketing.

2.1.5 Gestão de equipes e pessoas

A gestão de equipes no contexto do empreendedorismo emerge como um elemento fundamental para o sucesso empresarial, visando coordenar eficientemente os recursos humanos em direção aos objetivos e metas estabelecidos.

Os empreendedores devem entender que, enquanto os produtos podem ser copiados, a cultura organizacional é única e inimitável, tornando essencial a incorporação dessa perspectiva desde o início da jornada empreendedora.

Para crescer de forma sustentável, é crucial investir na contratação e formação de uma equipe alinhada com a cultura e os valores da empresa, destacando a importância da liderança do empreendedor na motivação, orientação e desenvolvimento dos colaboradores, além da promoção de um ambiente de trabalho positivo e produtivo.

A gestão eficaz de pessoas no empreendedorismo é fundamentada em cinco pilares principais: liderança, comunicação, treinamento e capacitação dos colaboradores, trabalho em equipe e formalização e documentação dos processos organizacionais.

Esses pilares representam a base sólida para uma gestão de equipes eficiente, que valoriza os funcionários, promove a colaboração e integração entre os membros da equipe, e fornece orientação e confiança no desempenho das atividades.

Gerir pessoas no contexto empreendedor é um desafio complexo, exigindo a consideração das necessidades e emoções dos colaboradores, além da busca por métodos eficazes de acompanhamento e desenvolvimento que promovam o crescimento mútuo e sólido do negócio e de sua equipe.

2.1.6 Aspectos legais e regulatórios

O sucesso empresarial está intrinsecamente ligado à compreensão e à conformidade com os aspectos legais e regulatórios do empreendedorismo.

Isso inclui a escolha da estrutura jurídica apropriada, o registro e licenciamento conforme as leis locais, estaduais e federais, a proteção da propriedade intelectual, a elaboração de contratos claros e abrangentes, e a conformidade com leis trabalhistas, previdenciárias, ambientais e obrigações fiscais.

Cumprir esses aspectos é fundamental para evitar penalidades legais, estabelecer relações comerciais sólidas e contribuir para um ambiente de negócios ético e saudável, promovendo o crescimento e a prosperidade a longo prazo das empresas.

2.1.7 Gestão de risco

O escritor Knight (1921), em sua obra "Risco, Incerteza e Lucro", argumenta que o risco consiste em toda incerteza.

Os riscos de um empreendimento são variados e podem surgir de diversas fontes, incluindo fatores internos e externos que podem impactar negativamente os objetivos e o sucesso do projeto. Alguns dos principais riscos incluem: riscos financeiros, riscos operacionais, riscos legais e regulatórios, riscos de mercado e riscos de reputação.

Para gerenciar esses riscos de forma eficaz, é fundamental implementar um processo de gestão de riscos. A gestão de riscos é um conjunto de práticas que identifica, avalia e trata os riscos de um empreendimento de forma proativa. Ela envolve várias etapas, como: identificação de riscos, avaliação de riscos, tratamento de riscos, monitoramento e controle.

Conforme descrito por Douglas M. Lambert e James R. Stock em "Fundamentals of Logistics Management", "O gerenciamento de riscos pode ajudar as empresas a identificarem possíveis problemas antes que eles ocorram, permitindo que desenvolvam estratégias para enfrentá-los ou, idealmente, evitá-los completamente." Há diversas vantagens em fazer a gestão de riscos em um empreendimento, incluindo: redução de perdas, melhoria da tomada de decisão, aumento da resiliência e melhoria da reputação.

Em suma, a gestão de riscos é essencial para o sucesso a longo prazo de qualquer empreendimento, ajudando a proteger contra ameaças potenciais e a capitalizar oportunidades, conforme destacado por David Hillson em "Understanding and Managing Risk Attitude".

2.1.8 Network

O networking é frequentemente subestimado por gestores, porém, é uma ferramenta essencial para o desenvolvimento do negócio, oferecendo uma vantagem competitiva significativa quando aplicado corretamente.

Esse processo envolve criar e manter relacionamentos pessoais e profissionais sólidos, conectando-se com indivíduos que possam contribuir para alcançar os objetivos da empresa.

Além de aumentar a visibilidade, o networking aprimora as habilidades de comunicação e relacionamento, permitindo estabelecer e manter boas relações com clientes, fornecedores, equipe de trabalho e outros profissionais, o que confere uma vantagem competitiva substancial ao negócio.

Para efetivamente empreender um bom networking, é necessário causar uma boa primeira impressão, participar ativamente de eventos e grupos relevantes na área de atuação e utilizar de forma eficaz as redes sociais para expandir a rede de contatos.

2.1.9 Ética e responsabilidade social

A ética no empreendedorismo é fundamental para estabelecer relações comerciais justas, ganhar a confiança dos clientes e parceiros, e contribuir para a construção de uma sociedade mais integrada. Isso inclui transparência, respeito aos direitos dos consumidores, responsabilidade social, ambiental e valores éticos.

Seguir um código de ética pode ser um incentivo para os colaboradores, tornando horizonte de como se posicionar e proceder em uma situação de dúvida, mas tem princípio quando o próprio empreendedor encara o negócio com uma atitude de serviço, ganhando a vida fornecendo bens e serviços necessários, e com o sentimento de contribuir para o bem comum.

Já a responsabilidade social no empreendedorismo refere-se ao compromisso das empresas e empreendedores em contribuir para o bem-estar da sociedade além do objetivo de lucro, incluindo ações beneficentes a comunidade, funcionários, meio ambiente e outras partes interessadas. Isso pode incluir iniciativas de sustentabilidade, programas de voluntariado, políticas de igualdade, diversidade e outros aspectos. Essa responsabilidade pode ser dividida em três tópicos:

- Responsabilidade Social Corporativa - Relacionada ao ambiente de trabalho e seus colaboradores.
- Responsabilidade Social Empresarial - Voltada aos clientes do negócio, bem como à redução de prejuízos e impacto ao meio ambiente.
- Responsabilidade Socioambiental - Trata diretamente aos valores humanos e ao ambiente em que vivemos.

2.2 Inovação

2.2.1 Processo de inovação

Os processos de inovação englobam a criação, desenvolvimento e implementação de novas ideias visando melhorias financeiras e de posicionamento de mercado, cruciais tanto para startups quanto para empresas consolidadas.

Enquanto muitos confundem inovação com simples melhoria de processos, ela busca ideias que transformem os padrões de trabalho, impulsionando a performance empresarial. Classificados como incremental, disruptiva e radical, esses processos impulsionam a competitividade e o crescimento econômico.

A implementação é fundamental para concretizar a inovação, transformando ideias em soluções criativas e impulsionando o desenvolvimento nacional, tornando-se um dos principais motores de crescimento. Políticas públicas são adotadas para estimular atividades inovadoras e acompanhar as transformações digitais, impulsionando o desenvolvimento industrial.

2.2.2 Tipos

É interessante lembrar que existem vários tipos de inovação e esta é uma síntese dos principais:

- Desempenho - promove uma nova ideia para um mercado já estabelecido. É o aprimoramento de uma oferta existente, geralmente possibilitado por novas tecnologias
- Incremental - representa ações que buscam melhorar ou agregar valor aos processos, produtos e serviços já existentes, sem promover mudanças muito

bruscas. Normalmente, ocorre em uma área pontual da empresa, como adicionar um novo recurso a um produto ou oferecer melhorias, seja para os colaboradores, clientes ou atributos do negócio.

- Microsoft pioneira no desenvolvimento de sistemas operacionais, com o passar do tempo, adicionou outras funcionalidades para melhorar a experiência do usuário e tornar o sistema mais competitivo.
- Radical - Mudar o cenário de uma marca e promover verdadeiras transformações de mercado é seu objetivo. Isso possibilita uma mudança completa no posicionamento da empresa em relação ao trabalho, processos, serviços, produtos oferecidos, relacionamento com o cliente e outros.
- No surgimento do Iphone, foi a Apple que alterou a forma que a sociedade se relaciona com aparelhos telefônicos portáteis.
- Sustentável - Com ela, as empresas têm o intuito de defender sua própria posição no mercado e permanecer competitivas. Qualquer inovação que melhore uma oferta é, portanto, uma inovação sustentável, independentemente de ser radical ou incremental.
- Disruptiva – É o fenômeno pelo qual uma inovação transforma um mercado ou setor. As mudanças não necessariamente são feitas no produto ou no serviço em si, mas na maneira como eles são disponibilizados para o público, alterando a forma com que as pessoas se comportam diante dessa solução.
- O UBER é um exemplo, o serviço de transporte urbano desestabilizou meios tradicionais e criou um modelo novo.
- Aberta – O livre trânsito de ideias, em busca de soluções de negócio para além das fronteiras corporativas, a partir de parcerias com outras organizações e instituições de pesquisa. Pressupõe que as empresas podem e devem usar ideias e caminhos externos, bem como internos, à medida que buscam avançar em seu processo de inovação.
- Fechada - Está calcada na convicção de que as soluções podem emergir dos recursos internos disponíveis em uma empresa. As ideias costumam vir dos gestores de projetos e seus liderados. Uma empresa que opta por manter seus esforços de inovação fechados têm seus projetos desenvolvidos apenas dentro de limites claramente definidos. Know-how, tecnologia, processos e propriedade intelectual permanecem sob o próprio controle.

- Ágil - Significa que as ideias são implementadas usando colaboração e loops de protótipos iterativos. Com a adaptabilidade dos processos ágeis de inovação, as inovações podem chegar ao mercado e ser implementadas mais rapidamente.

2.2.3 Geração de ideias

Paul Graham, co-fundador de uma das mais renomadas startups (Airbnb) argumenta que as melhores ideias geralmente são aquelas que surgem de maneira orgânica. Isso significa que elas brotam naturalmente das experiências e vivências das pessoas. Esses insights não são forçados, mas sim emergem como soluções para problemas reais enfrentados pelas pessoas no seu dia a dia.

A geração de ideias para empreendimento é um processo criativo e estratégico que visa identificar oportunidades de negócio viáveis e inovadoras. Existem várias abordagens e técnicas que podem ser utilizadas para gerar ideias para empreendimentos. Abaixo, descreverei algumas estratégias eficazes:

Brainstorming, mapeamento mental, análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, threats, pesquisa de mercado, benchmarking, hackathons e competições de ideias, networking e colaboração, tendências de mercado e tecnologia, identificação de necessidades, observação das deficiências, observação das tendências, grupos de discussões (focus group), questionários (surveys) e método check list.

Esse conjunto de técnicas pode auxiliar na geração de ideias para empreendimentos, proporcionando uma compreensão mais ampla das necessidades do mercado e das oportunidades disponíveis.

2.2.4 Desenvolvimento e prototipagem

Para falar de prototipagem, primeiramente é necessário entender o que é um protótipo: protótipos são todas as representações que de uma forma abstrata ou virtual simulam alguns aspectos do produto.

O termo prototipagem é usado para designar um processo de construção. O resultado é um modelo sobre o qual podem ser efetuadas análises e que eventualmente irá ser a base do produto.

O ponto chave de criar um protótipo é a análise de cada passo do processo. É fundamental que se observe o público-alvo e suas necessidades, quais os problemas a serem resolvidos e qual a melhor solução que responda a todas as perguntas.

2.2.5 Cultura organizacional

Uma cultura organizacional estruturada é fundamental para fornecer uma direção clara para uma empresa, influenciando tanto seus resultados internos quanto externos.

Essa cultura, composta por hábitos, valores morais, normas e tradições, destaca a organização entre seus concorrentes, promovendo benefícios como a retenção de talentos, atração de funcionários qualificados e captação de clientes.

Além disso, uma cultura sólida inspira colaboradores a se tornarem defensores da empresa, compartilhando sua mensagem de forma orgânica. Moldada pelos fundadores e influenciada por diversos fatores ao longo do desenvolvimento da empresa, a cultura organizacional é dinâmica e evolui continuamente, adaptando-se às mudanças internas e externas até atingir a maturidade.

2.2.6 Colaboração e parcerias

Oliveira Lopes (2014) discute sobre parcerias entre organizações, destacando objetivos que vão desde a colaboração para alcançar recursos comuns até o desenvolvimento conjunto de ações.

Essa colaboração formal visa inovações para melhor desempenho e crescimento, maximizando a eficiência organizacional. Redes de inovação são laços explícitos entre parceiros que reduzem incertezas, contribuindo para a capacidade inovadora ao expor a novas ideias e facilitar a transferência de conhecimento.

O gerente da organização Alfa ressalta os benefícios das parcerias, resultando em economia de recursos financeiros e ampliação do conhecimento por meio de colaborações.

A parceria com a organização Beta, por exemplo, permite que discentes desenvolvam estudos analíticos, contribuindo para melhorias. Espera-se ampliar essas parcerias, visando inovação e crescimento conjunto.

No contexto brasileiro, parcerias estratégicas são cruciais pela troca de conhecimentos, acesso a expertise diversificada, compartilhamento de recursos e redução de custos, acesso a novos mercados e redes de relacionamento, além de estimular a inovação aberta.

2.2.7 Exploração de tecnologia

O livro "Empreendedorismo - Tecnologia e Inovação" de Fabiana Cristina de Azevedo, Tânia Regina Corredato Periotto e Victor Regina Biazon (2021) destaca o potencial de várias tecnologias para beneficiar o empreendedorismo.

Entre essas tecnologias estão plataformas de e-commerce, como Shopify e Magento, que possibilitam a criação de lojas online, e softwares de gestão empresarial, como ERP e CRM, que simplificam a administração de recursos e o relacionamento com clientes. Além disso, ferramentas de marketing digital, como Google Ads e e-mail marketing, ajudam na promoção de produtos ou serviços, enquanto plataformas de crowdfunding, como Kickstarter, oferecem financiamento online para projetos.

Com a automação de processos, análise de dados e a flexibilidade no trabalho remoto, essas tecnologias capacitam os empreendedores a expandirem seus negócios globalmente e a se adaptarem rapidamente às mudanças do mercado, posicionando-os para o sucesso em um ambiente empresarial cada vez mais competitivo e dinâmico.

2.2.8 Estratégia de lançamento no mercado

O lançamento de um produto no mercado demanda uma estratégia metódica. Inicia-se com uma pesquisa de mercado abrangente para compreender as necessidades dos consumidores e estabelecer objetivos claros.

A definição da proposta de valor é crucial, assim como a segmentação adequada do público-alvo. O marketing integrado e a criação de buzz pré-lançamento são fundamentais para gerar interesse. Após o lançamento, o feedback dos clientes orienta ajustes contínuos para garantir a relevância do produto.

Em suma, o sucesso no lançamento depende de um planejamento cuidadoso, execução estratégica e adaptação contínua para atender às demandas do mercado.

2.2.9 Avaliação de impacto

A inovação nas empresas tem impactos amplos que vão desde os processos internos até os resultados econômicos e ambientais. Avaliar esses impactos é essencial para compreender os efeitos das novas ideias, tecnologias, processos ou produtos, exigindo indicadores de desempenho claros e análises comparativas.

Os benefícios da inovação incluem vantagem competitiva, aumento da eficiência operacional e contribuição para a sustentabilidade, mas também apresenta desafios como custos iniciais elevados e riscos de fracasso. Esses impactos afetam não apenas as empresas, mas também o empreendedorismo, destacando a necessidade de uma abordagem equilibrada para garantir o sucesso a longo prazo.

3 MODELAGEM DE NEGÓCIOS – DESCRIÇÃO DO SERVIÇO

3.1 Resumo executivo

Este estudo tem como objetivo demonstrar como a lacuna nos hábitos cotidianos da população podem ser prejudiciais e apresentar de forma simples, como pode ser preenchida.

A velocidade com que a tecnologia veio se desenvolvendo nos últimos anos é absurdamente veloz e atualmente conseguimos vislumbrar o quão presente se tornou na rotina da população, esta ocorrência acompanhada pelo período pandêmico e pós-pandêmico exhibe que o ritmo de vida das pessoas está acelerado, fazendo com que estejam ansiosas integralmente, adiantando tarefas o tempo todo, e mesmo assim, sentindo como se não tivessem feito muito durante o dia.

Com o dia cheio de tarefas a serem feitas no trabalho, cada vez menos as pessoas têm dedicado tempo para si mesmas, em autocuidado e lazer, que por sua vez, são elementos essenciais para a saúde e equilíbrio mental. A atenção concentrada apenas em redes sociais e vida profissional leva o indivíduo a se desvencilhar de atividades que agregam descontração, tranquilidade no seu dia.

A Perfill in Box é a solução para os que têm dificuldade em acessar tarefas e meios de autocuidado e bem-estar pois pode proporcionar as duas partes de forma simplificada. É uma organização inovadora que oferece produtos selecionados e baseados na individualidade de cada cliente e no que ele busca, não obstante, são oferecidos também serviços realizados por profissionais especializados em diversas áreas. É uma plataforma que pode ser acessada via internet, garantindo praticidade e conforto para todos que a acessam.

3.2 Contexto e justificativa

Devido ao ritmo de vida frenético, as pessoas estão vivendo no automático, tendo cada vez menos tempo para o autocuidado, para pesquisar e conhecer novos locais em busca de bem-estar.

Um aspecto interessante no mundo contemporâneo é a tendência de acelerar processos naturais da vida real que antes só eram possíveis em ambientes digitais.

Em um segundo momento as pessoas alegam também a dificuldade em encontrar os prestadores de serviço que possam confiar e que possuam horários flexíveis para o atendimento.

Por isso, ter alguém que lhes ofereça praticidade é fundamental nos dias de hoje.

Uma solução inovadora para os que enfrentam desafios em dedicar tempo ao autocuidado e bem-estar está surgindo no mercado. Uma empresa visionária está se lançando como uma ponte vital entre indivíduos e uma rede de parceiros especializados em serviços de saúde e bem-estar. Ao simplificar o processo, essa empresa permite que os clientes encontrem facilmente profissionais qualificados e agendem consultas de saúde, sessões de terapia, aulas de fitness e outras experiências de bem-estar de acordo com sua agenda lotada.

Essa plataforma não apenas economiza tempo para seus usuários, mas também oferece uma variedade de opções personalizadas para atender às necessidades individuais de autocuidado. Essa inovação destaca a importância do equilíbrio entre trabalho e vida, tornando o autocuidado acessível e conveniente para todos, contribuindo para um estilo de vida mais saudável e feliz.

3.3 Descrição do serviço

3.3.1 Plano básico

- Descrição Geral:

Nosso plano básico oferece uma seleção essencial de serviços de beleza e bem-estar para quem procura cuidados simples, mas eficazes.

- Serviços de parcerias que podem ser disponibilizados na Box surpresa:
 - a) Voucher salão de beleza: Engloba serviços básicos de cabelo (corte, escova, hidratação), barba e bigode (barbear tradicional com lâmina e aparação de bigode), manicure e pedicure simples;
 - b) Estética facial básica: limpeza de pele, depilação (rosto, buço, barba ou sobrancelha);
 - c) Voucher Massoterapia: Massagem relaxante de 30 minutos;
 - d) Voucher Aulas experimentais: (academia, dança, instrumentos musicais, arte e artesanato);
 - e) Voucher Leitura: Clube de Livros ou Revistas;

f) Voucher Bem-estar: Meditação Guiada e sessão de aromaterapia.

- Condições:

Serviços para agendamento em dias de semana (segunda à quarta-feira);

O voucher surpresa emitido na Box dará o direito de escolha de 1 serviço (dentre os descritos) ao cliente;

O agendamento é feito diretamente com o parceiro escolhido (indicado pela Perfil) conforme disponibilidade, dentro dos dias da semana citados acima.

3.3.2 Plano intermediário

- Descrição Geral:

O plano intermediário é perfeito para aqueles que desejam um pouco mais de indulgência e cuidado com seu corpo e mente.

- Serviços de parcerias que podem ser disponibilizados na Box surpresa:

- a) Voucher salão de beleza: Cortes personalizados + escova, hidratação, tratamento de nutrição e reparação capilar, coloração, modelagem de barba, design de bigode, design de sobrancelha + aplicação de henna e penteados;
- b) Manicure e pedicure com spa dos pés;
- c) Tratamento facial personalizado: com limpeza de pele, massagem lifting facial, drenagem facial;
- d) Voucher Massoterapia: Massagem terapêutica de 60 minutos;
- e) Voucher Automóvel: Estética automotiva (lavagem, aspiração e enceramento);
- f) Voucher Aulas experimentais: (academia, dança, instrumentos musicais, arte e artesanato, Yoga e Pilates);
- g) Voucher Leitura: Clube de Livros ou Revistas;
- h) Voucher Bem-estar: Meditação Guiada;
- i) Sessão de aromaterapia;
- j) Sessão Acupuntura;

Oferece uma variedade de serviços aprimorados para uma experiência mais completa.

Ótimo para quem procura um equilíbrio entre indulgência e praticidade. Ideal para aqueles que desejam se presentear com um tratamento de beleza e bem-estar mais abrangente.

- Condições

Serviços para agendamento em dias de semana (segunda à sexta-feira);

O voucher surpresa emitido na Box dará o direito de escolha de 1 serviço (dentro os descritos) ao cliente;

O agendamento é feito diretamente com o parceiro escolhido (indicado pela Perfill) conforme disponibilidade, dentro dos dias da semana citados acima.

3.3.3 Plano premium

- Descrição Geral:

Nosso plano premium é projetado para os clientes que buscam o ápice em cuidados e relaxamento.

- Serviços de parcerias que podem ser disponibilizados na Box surpresa:
 - a) Voucher salão de beleza: Cortes personalizados + escova, hidratação, tratamento de nutrição e reparação capilar, coloração, alisamento, modelagem de barba, design de bigode, design de sobrancelha + aplicação de henna, penteados elaborados, tratamento de couro cabeludo;
 - b) Manicure e pedicure com spa dos pés, alongamento de fibra ou unha postiça (gel na tigs) realista com decoração;
 - c) Tratamento facial avançado com técnicas de rejuvenescimento e produtos de alta qualidade (com limpeza de pele, peeling, massagem lifting facial, drenagem facial, rejuvenescimento e revitalização);
 - d) Alongamento de cílios (métodos híbrido, volume brasileiro e russo);
 - e) Depilação (02 regiões);
 - f) Voucher Massoterapia: Massagem personalizada de 90 minutos com óleos essenciais exclusivos e opção de terapia com pedras quentes;
 - g) Voucher Automóvel/Moto: Estética automotiva (lavagem, aspiração, enceramento/polimento de pintura);
 - h) Voucher Aulas experimentais: (academia, dança, natação, hidroginástica instrumentos musicais, arte e artesanato, Yoga, Pilates, opção serviço de Personal Trainer);
 - i) Voucher Leitura: Clube digital de Livros ou Revistas;
 - j) Voucher Bem-estar: Meditação Guiada, Sessões de Acupuntura, Aromaterapia, Reflexologia ou Shiatsu;

Oferece uma experiência incomparável para quem procura o melhor em beleza e bem-estar. Todos os serviços são realizados por profissionais altamente qualificados e experientes. Ideal para ocasiões especiais ou para quem deseja se presentear com uma experiência excepcional.

- Condições:

Serviços para agendamento de segunda à domingo, com direito a atendimento em horários exclusivos disponibilizados pelos parceiros;

Os vouchers surpresa emitidos na Box darão o direito de escolha de até 2 serviços (por voucher) ao cliente;

O agendamento é feito diretamente com o parceiro escolhido (indicado pela Perfill).

3.3.4 Garantia / satisfação do cliente

O que será entregue:

Plataforma de Assinatura:

- Desenvolvimento de um site responsivo e um aplicativo móvel para iOS e Android.
- Funcionalidades de inscrição, gerenciamento de assinaturas e pagamento seguro.
- Interface intuitiva para os usuários explorarem serviços e gerenciarem preferências.

Parcerias com Estabelecimentos:

- Estabelecimento de parcerias com salões de beleza, estúdios de dança, spas, barbearias, centros de estética automotiva e outros estabelecimentos similares.
- Negociação de termos de parceria, incluindo detalhes de serviços oferecidos, condições de pagamento e comissões.

Catálogo de Serviços:

- Curadoria de uma ampla gama de serviços relacionados a beleza, bem-estar e saúde e outros serviços.
- Descrições detalhadas dos serviços oferecidos, incluindo técnicas, benefícios e duração estimada.

Montagem das Caixas:

- Montagem das caixas de acordo com o plano de assinatura de cada cliente.
- Embalagem atrativa, garantindo uma experiência de abertura emocionante para os assinantes.
- Inserção de brindes

Logística de Entrega:

- Parcerias com empresas de logística/transportadoras para a entrega eficiente das caixas aos assinantes em todo o país.
- Rastreamento e monitoramento das entregas.

Atendimento ao Cliente:

- Estabelecimento de um sistema de suporte ao cliente para consultas e reclamações.
- Equipe treinada para oferecer suporte rápido e eficiente.

O que não será entregue:

Serviços Físicos:

- O projeto não incluirá a prestação direta de serviços de beleza, bem-estar ou saúde. A plataforma será um intermediário de indicação e informações referente aos estabelecimentos parceiros, facilitando o acesso aos serviços, mas não os fornecendo diretamente.

Produtos Físicos:

- A plataforma não comercializará produtos físicos, como produtos de beleza ou acessórios relacionados. O foco estará nos serviços oferecidos pelos estabelecimentos parceiros.

Responsabilidade Legal:

- A responsabilidade legal pelos serviços prestados será dos estabelecimentos parceiros. A plataforma não se responsabilizará por problemas decorrentes da prestação desses serviços.

Garantia de Resultados:

- A plataforma não garantirá resultados específicos para os usuários dos serviços. Os resultados podem variar de acordo com as preferências individuais e a experiência dos usuários.

Reembolsos por Insatisfação:

O projeto não contemplará reembolsos automáticos ou devoluções de caixas devido a insatisfação com os produtos incluídos. Os clientes poderão fornecer feedback para melhorias futuras, mas não serão reembolsados por preferências pessoais.

Os serviços são de uso exclusivo do assinante (pessoal e intransferível), não sendo possível o repasse a terceiros.

3.4 Objetivos do projeto

Proporcionar conveniência, economia e personalização ao cliente, oferecendo um serviço sob medida que atenda às necessidades individuais de cuidado com a beleza.

Facilitar o acesso dos clientes a serviços de autocuidado, especialmente para aqueles com a rotina de trabalho agitada.

Ao fornecer vouchers, agendamento flexíveis de acordo com o plano escolhido, concentrar em construir relacionamentos duradouros com os clientes, garantindo que eles se sintam valorizados e bem cuidado ao longo do tempo.

Além disso concentrar em promover a autoestima e o bem-estar de cada cliente criando uma experiência única e exclusiva para homens e mulheres.

Ajudando as pessoas priorizarem seu bem-estar e cuidar de si mesmas, mesmo em meio a uma agenda lotada, esse é o nosso diferencial significativo para os clientes.

Oferecendo-lhes oportunidade de se dedicarem ao autocuidado de forma conveniente e personalizada.

3.5 Metodologia de trabalho

A nossa abordagem, será realizada através do nosso site e das nossas redes sociais. Inicialmente iremos realizar a criação do nosso site, onde divulgaremos nossos pacotes mensais e anuais.

Após a assinatura do plano, o nosso aplicativo será disponibilizado para o cliente. Nele o cliente terá as seguintes informações: serviços, datas, horários agendados, endereço de entrega, data de entrega, rota, descrição do serviço oferecido, nome da empresa, breve história, nome do profissional que realizará o serviço; SAC por whatsapp, abas de promoções, com cupom de desconto.

Teremos o atendimento dentro do horário comercial, e atendimento automático fora dele.

O nosso marketing será direcionado para pessoas que buscam serviços de forma rápida e objetiva.

Voltaremos as nossas divulgações para pesquisas onde o cliente procura um serviço dentro do horário que ele necessita, e estará disponível.

Serão acordados com os parceiros horários flexíveis, contando com agendas fora do horário comercial.

Em nosso primeiro contato, será oferecido 20% de desconto em ambos os pacotes, durante 3 meses.

E tentaremos entender no primeiro contato, qual a necessidade do cliente, com as opções que ele tem para escolher no momento da compra.

3.6 Riscos e mitigação

A falta de adesão dos planos é o maior risco que corremos, por se tratar de um serviço novo as pessoas podem criar um certo medo, isso pode impactar no crescimento e ampliação de novas parcerias.

Para mitigar esse risco um projeto de marketing bem eficiente será implantado, pesquisas de interesse, pesquisa das rotinas, afim de descobrirmos as maiores dores e os serviços favoritos do nosso público alvo, também sendo distribuídos brindes e vouchers de desconto para novos clientes, como forma de chamar atenção, fidelizar e divulgar. As redes sociais terão um grande papel nesse processo uma vez que o uso delas aumenta a cada dia, sendo um canal muito eficiente.

4 MARKETING 4 P'S

4.1 Produto

No capítulo anterior, foi realizada uma análise abrangente e detalhada sobre nosso produto, explorando suas diversas facetas e examinando minuciosamente seus impactos e desdobramentos.

4.2 Preço

- Plano básico R\$ 79,90
- Plano intermediário R\$ 129,90
- Plano premium R\$ 199,90

4.3 Praça

Trabalhando virtualmente através de site e da divulgação de nossas redes sociais, a Perfill in box está empenhada em tornar a sua vida mais divertida, relaxante, surpreendente e menos rotineira, oferecendo uma variedade de serviços que podem ser acessados com apenas uma simples descrição de seu perfil.

Através da nossa plataforma online intuitiva, você pode explorar uma ampla gama de cuidados e experiências ambos caprichosamente selecionados, desde itens enviados mensalmente até presentes únicos e personalizados.

Com a facilidade de entrega pelos correios, garantimos que sua “box” chegue diretamente à sua porta ou se preferir enviaremos pelo seu e-mail proporcionando comodidade e praticidade.

Embora atualmente atendamos exclusivamente o público de São Paulo, estamos ansiosos para expandir nossas operações para outros estados em breve. Estamos constantemente buscando maneiras de aprimorar nossos meios para alcançar ainda mais pessoas em todo o Brasil.

O público-alvo da Perfill são principalmente pessoas de 25 a 40 anos, que enfrentam restrições de tempo para o autocuidado, indivíduos urbanos e atarefados que buscam soluções eficientes para manter sua saúde e beleza mesmo em meio a um

estilo de vida agitado. Esses consumidores, valorizam a praticidade e a eficácia, procurando produtos e serviços que se integrem perfeitamente em sua rotina corrida. A Perfill oferece uma proposta atraente ao fornecer uma seleção cuidadosamente curada de parcerias para promover cuidados e bem-estar, entregues diretamente em suas portas, permitindo-lhes desfrutar de momentos de cuidado pessoal mesmo nos intervalos curtos de tempo disponíveis.

4.4 Promoção

Criar uma promoção para um box surpresa de serviços pode ser uma estratégia muito interessante para atrair clientes e aumentar as vendas. Por isso com o objetivo de conquistar, fidelizar e surpreender nossos clientes criamos as seguintes promoções:

4.4.1 Desconto no primeiro box

Oferecemos um desconto atrativo para os clientes que comprarem o primeiro box surpresa de serviços com isso podemos incentivar a experimentação de nossos serviços.

- a) Desconto Percentual: Um desconto percentual no preço original da caixa surpresa. Podendo chegar até 20% de desconto para atrair mais clientes.
- b) Cupom de Desconto: Criação de um cupom exclusivo para a promoção da caixa surpresa. Os clientes podem inserir o código durante o checkout para obter o desconto anunciado.
- c) Oferta de Tempo Limitado: Um período de tempo limitado para a promoção, criando um senso de urgência e incentivando os clientes a agir rapidamente para aproveitar o desconto.
- d) Bônus: Além do desconto na caixa surpresa, oferecemos um bônus, como um brinde especial incluído na caixa.
- e) Divulgação nas Redes Sociais: As redes sociais para promover a oferta, compartilhando fotos atrativas da caixa surpresa e destacando os benefícios da promoção.

- f) **Parcerias e Colaborações:** Consideraremos fazer parcerias com influenciadores ou outras marcas para ampliar o alcance da promoção e alcançar novos públicos.

4.4.2 Brinde especial

Incluindo um brinde especial dentro do box surpresa, como um produto exclusivo ou um voucher de desconto para o próximo serviço.

Para adicionar um brinde especial à box surpresa e tornar a oferta ainda mais atraente, consideramos algumas opções criativas e relacionadas aos serviços oferecidos na caixa.

- a) **Amostras de Produtos:** Incluiremos amostras de produtos relacionados aos serviços da box surpresa. Por exemplo, se a box contém produtos de beleza, adicione pequenas amostras de cremes, perfumes ou maquiagem.
- b) **Descontos Futuros:** Ofereceremos cupons de desconto para futuras compras relacionadas ao tema da box surpresa.
- c) **Acessórios Exclusivos:** Adicionaremos um acessório exclusivo que complemente os itens da box, como uma joia, um lenço ou um chaveiro personalizado.
- d) **Livro ou Guia Temático:** Incluiremos um livro ou guia relacionado aos serviços da box, fornecendo informações úteis e dicas para os clientes aproveitarem ao máximo os produtos recebidos.
- e) **Brindes Personalizados:** Criação de brindes personalizados com o logo da Perfill e/ou o tema da box, como canecas, bolsas e camisetas.
- f) **Aulas ou Workshops Online:** Acesso gratuito a aulas ou workshops online relacionados aos serviços da box, proporcionando uma experiência educativa e enriquecedora para os clientes.

4.4.3 Sorteios e prêmios

Promoção de sorteios entre os clientes que adquirirem a box surpresa, oferecendo prêmios como serviços gratuitos, descontos extras, ou até mesmo um upgrade para um box premium, definido a cada período promocional.

- a) Sorteio de uma Box Surpresa Premium: Um sorteio onde o vencedor receberá uma box surpresa premium com itens exclusivos e de alto valor.
- b) Prêmios Extras na Box: Além dos itens regulares da box surpresa, prêmios extras em algumas unidades, como vouchers de desconto, brindes especiais ou até mesmo produtos de edição limitada.
- c) Sorteio de Experiências: Sorteios de experiências relacionadas aos serviços da box, como uma sessão de spa, uma consulta com um especialista, ou até mesmo um curso online.
- d) Parcerias com Outras Marcas: Parcerias com outras marcas para oferecer prêmios exclusivos, como produtos de beleza, acessórios, ou até mesmo viagens e passeios.
- e) Sorteios Semanais ou Mensais: Sorteios periódicos para manter o interesse dos clientes ao longo do tempo. Isso pode aumentar a frequência de compra e fidelizar os clientes.
- f) Concursos Criativos: Concursos criativos onde os participantes possam enviar fotos, vídeos ou depoimentos sobre a experiência com a box surpresa, com prêmios para os melhores trabalhos.

4.4.4 Programa de indicação

Um programa de indicação onde os clientes que indicarem amigos para comprarem a box surpresa recebem benefícios especiais, como descontos ou brindes adicionais.

- a) Desconto para Indicador e Indicado: Um desconto tanto para o cliente que indica quanto para o novo cliente indicado. Por exemplo, o cliente que indica pode receber um desconto na próxima compra, enquanto o novo cliente também recebe um desconto na primeira compra.
- b) Brindes Especiais: Além dos descontos, os brindes especiais para os clientes que indicarem com sucesso novos clientes. Isso pode incluir produtos exclusivos, amostras grátis ou até mesmo uma box surpresa adicional.
- c) Pontos ou Créditos: Um sistema de pontos ou créditos que os clientes possam acumular ao indicar novos clientes. Esses pontos podem ser trocados por descontos, brindes ou benefícios extras.

- d) **Sorteios Exclusivos:** Sorteios exclusivos para os clientes que participarem do programa de indicação, oferecendo prêmios atraentes como box surpresa premium, experiências especiais ou vouchers de compras.
- e) **Divulgação Personalizada:** Aos clientes, ferramentas de divulgação personalizadas, como links de indicação únicos, imagens para compartilhar nas redes sociais e modelos de e-mail para convidar amigos e familiares.
- f) **Incentivos Progressivos:** Incentivos progressivos, onde os clientes que indicarem um número maior de novos clientes recebam recompensas adicionais, como descontos maiores, brindes exclusivos ou acesso a eventos especiais.

4.4.5 Conteúdo exclusivo

Dentro da box surpresa, inclusão de conteúdos exclusivos como dicas, tutoriais, ou acesso a webinars relacionados aos serviços oferecidos.

A criação de conteúdo exclusivo para a box surpresa é uma ótima maneira de agregar valor à experiência dos clientes e diferenciar a oferta no mercado.

- a) **Guia de Uso e Dicas:** Um guia detalhado que acompanhe os produtos da box surpresa, fornecendo instruções de uso, dicas de aplicação e sugestões de combinações para maximizar os benefícios dos itens.
- b) **Conteúdo Educativo:** Conteúdo educativo relacionado aos serviços da box, como artigos, vídeos ou infográficos que ofereçam informações úteis, tendências do setor e dicas práticas para os clientes.
- c) **Entrevistas Exclusivas:** Entrevistas exclusivas com especialistas, influenciadores ou profissionais renomados do segmento abordado pela box surpresa, compartilhando insights e conhecimentos exclusivos.
- d) **Acesso a Eventos Virtuais:** Acesso exclusivo a eventos virtuais, como webinars, workshops ou palestras, relacionados aos serviços e produtos da box.
- e) **Descontos e Ofertas Especiais:** Cupons de desconto exclusivos ou ofertas especiais para produtos ou serviços relacionados à temática da box, proporcionando benefícios extras aos clientes.
- f) **Brindes Digitais:** Brindes digitais, como wallpapers, e-books, playlists de música ou podcasts temáticos, para complementar a experiência dos clientes.

4.4.6 Campanha temática

Uma campanha temática para o box surpresa, associando-o a datas especiais, estações do ano, ou eventos relevantes.

- a) Criar uma campanha temática para a box surpresa pode ser uma estratégia poderosa para atrair a atenção dos clientes e gerar interesse em torno da oferta.
- b) Escolha do Tema: Identificação de um tema que seja relevante para o seu cliente e que esteja alinhado com os serviços oferecidos na box surpresa. Pode ser um tema sazonal, relacionado a um evento especial, ou até mesmo baseado em tendências do mercado.
- c) Desenvolvimento de Conteúdo: Conteúdo relacionado ao tema escolhido, como posts nas redes sociais, vídeos promocionais, artigos em blogs e e-mails marketing. Utilização de elementos visuais, como imagens e vídeos, para criar uma atmosfera envolvente e atrativa.
- d) Experiência do Cliente: Projetamos a experiência do cliente de acordo com o tema escolhido. Isso inclui a seleção dos serviços da box, a embalagem personalizada, o conteúdo exclusivo e qualquer interação adicional que contribua para a imersão no tema.
- e) Engajamento nas Redes Sociais: Hashtags exclusivas para a campanha e incentivo os clientes para compartilharem suas experiências nas redes sociais. Com realização de sorteios, concursos ou desafios relacionados ao tema para aumentar o engajamento e a viralidade da campanha.

4.4.7 Parcerias Estratégicas

Estabelecer parcerias com influenciadores, marcas complementares ou organizações relacionadas ao tema da campanha para ampliar o alcance e atrair novos públicos.

Buscar parcerias estratégicas para a box surpresa pode ser uma excelente maneira de expandir o alcance da marca, atraindo novos clientes e oferecendo benefícios adicionais aos seus clientes existentes.

- a) Influenciadores Digitais: Com influenciadores que tenham um público-alvo semelhante ao seu e que sejam relevantes para o tema da box surpresa. Eles

podem promover a sua oferta para os seus seguidores, aumentando a visibilidade e a credibilidade da sua marca.

- b) **Marcas Complementares:** Parcerias com marcas que ofereçam produtos ou serviços complementares aos itens da sua box. Por exemplo, se a sua box surpresa é de produtos de beleza, você pode se associar a uma marca de skincare ou maquiagem.
- c) **Eventos e Feiras:** Participação de eventos e feiras relacionados ao segmento de mercado para fazer networking e estabelecer parcerias com outras empresas. Isso pode abrir oportunidades para colaborações promocionais e cruzadas.
- d) **Organizações Sem Fins Lucrativos:** Parcerias com organizações sem fins lucrativos que tenham valores e missões alinhados com a sua marca. Você pode destinar uma parte das vendas da sua box surpresa para apoiar uma causa social, gerando impacto positivo e fortalecendo a imagem da sua empresa.
- e) **Meios de Comunicação:** Parcerias com meios de comunicação, como blogs, revistas online e podcasts, para obter cobertura e exposição da box surpresa. Eles podem criar conteúdo sobre a oferta e alcançar um público mais amplo.
- f) **Programas de Fidelidade:** Se possível, integre a box surpresa a programas de fidelidade de outras empresas, oferecendo benefícios exclusivos para os clientes que participam de ambos os programas.

Comunicação Clara e Impactante:

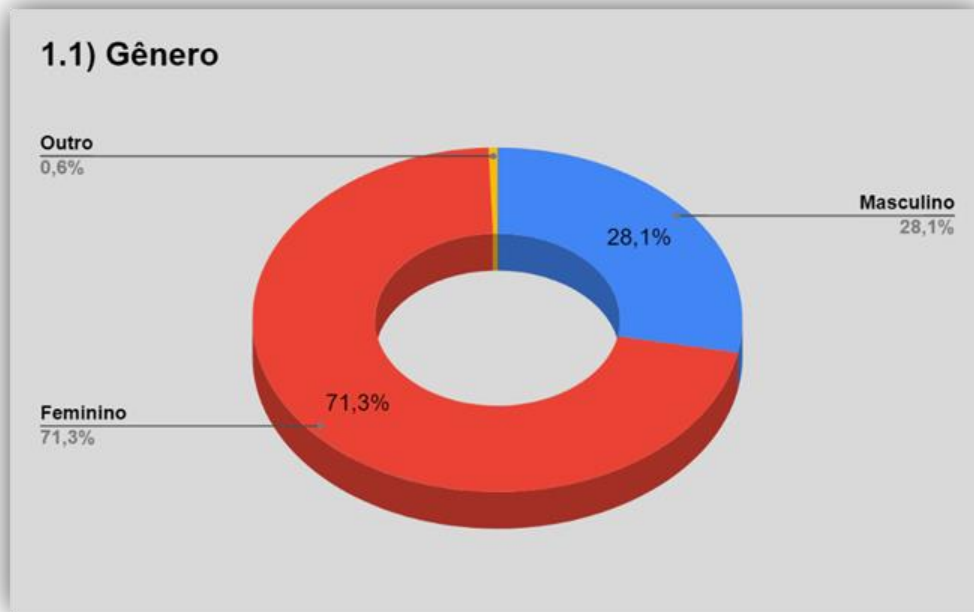
Garanta que a comunicação da campanha seja clara, impactante e alinhada com o tema escolhido. Utilize linguagem persuasiva, elementos visuais atrativos e chamadas à ação convincentes para motivar os clientes a participarem da oferta.

4.5 Pesquisa de campo

Esta é uma pesquisa de campo, voltada para o desenvolvimento do nosso projeto de TCC do curso técnico em ADM da Etec Júlio de Mesquita é a "Perfill in box". Trata-se de um serviço para suprir a deficiência de tempo/estilo de vida com a sua rotina de bem-estar e autocuidado

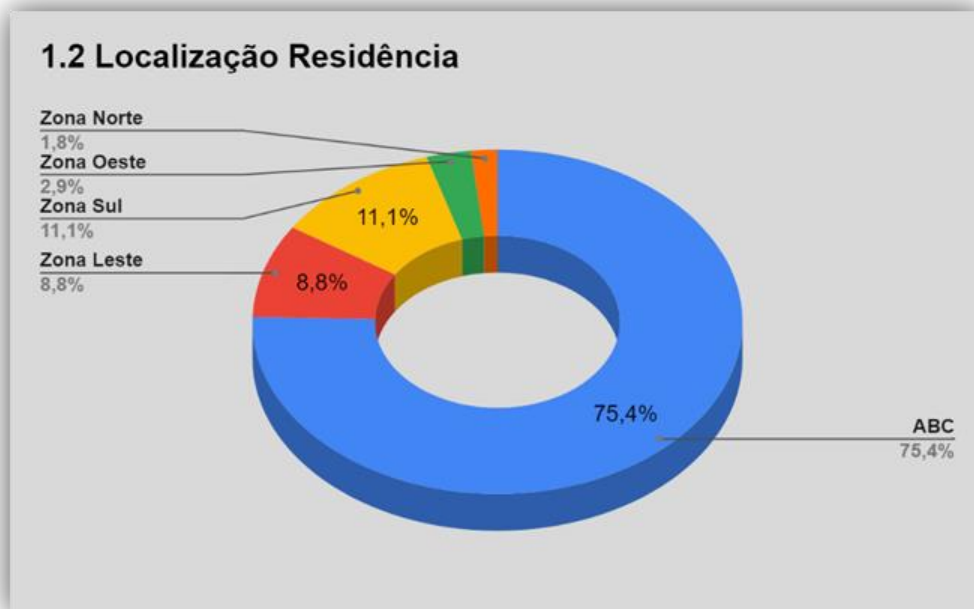
Você adquire um de nossos planos e conforme seu perfil, enviamos mensalmente uma surpresa em serviços com nossos parceiros, para cuidar de si.

Figura 1 – Pesquisa de campo – pergunta 1.1



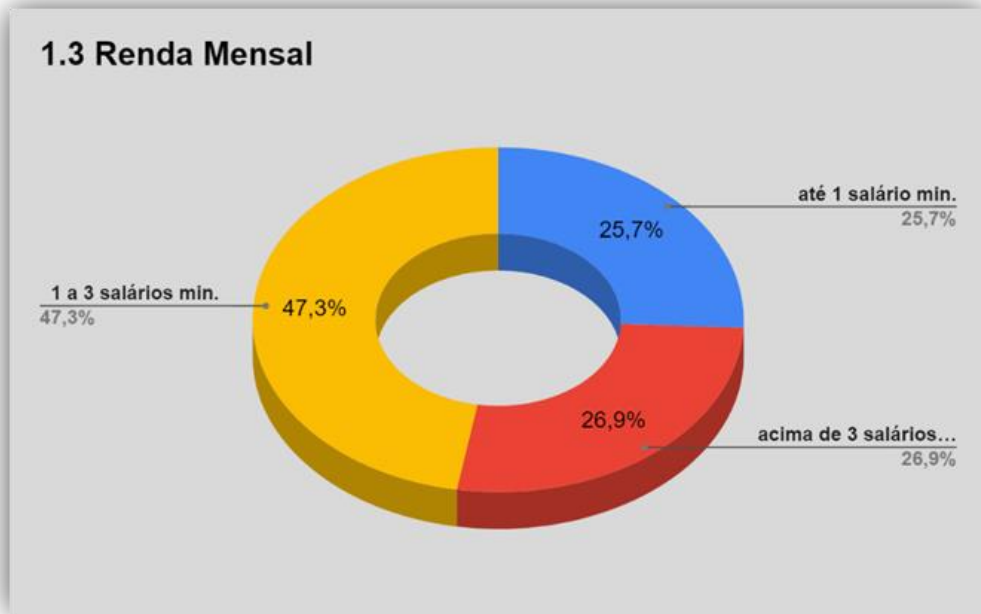
Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 2 – Pesquisa de campo – pergunta 1.2



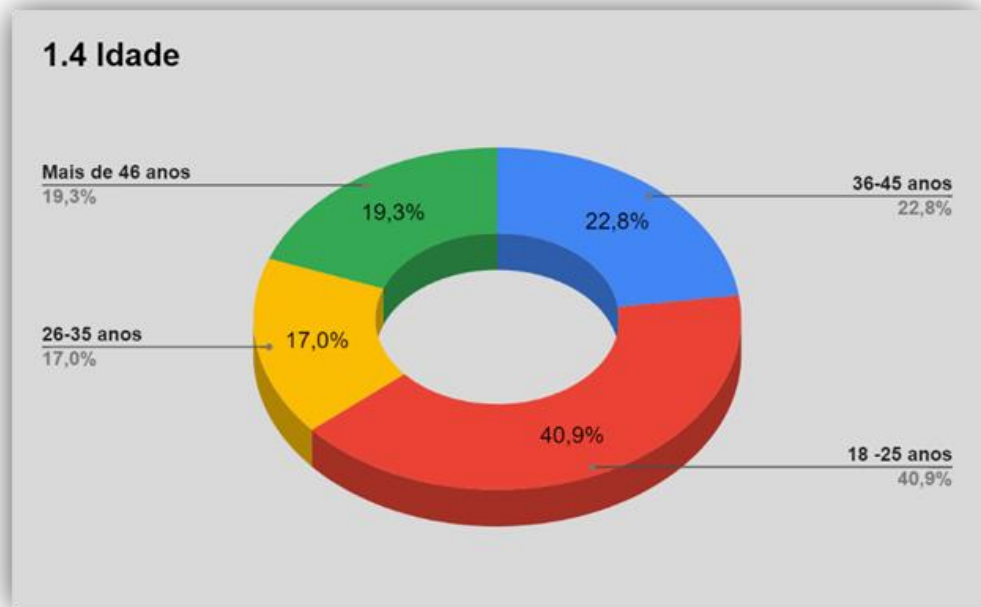
Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 3 – Pesquisa de campo – pergunta 1.3



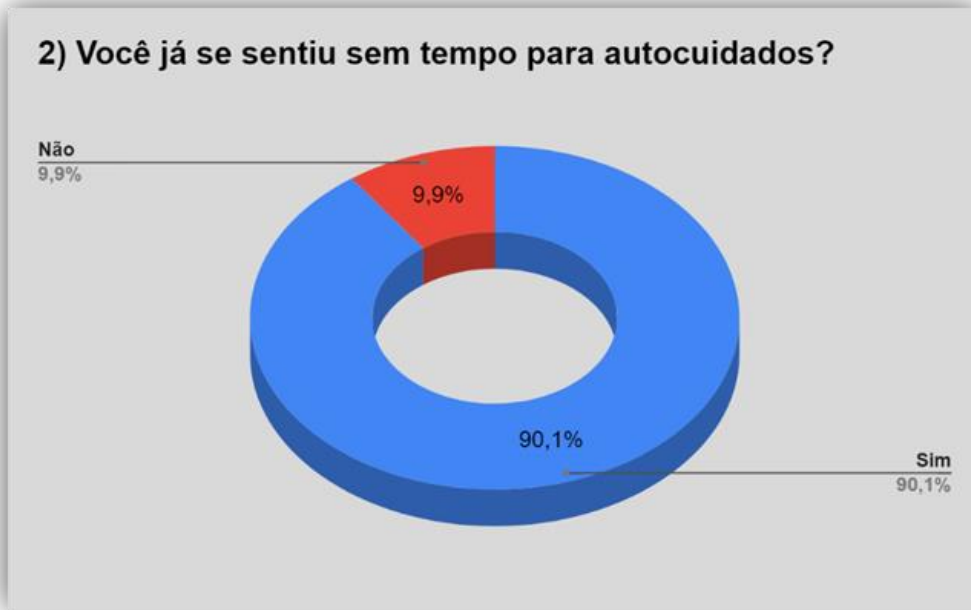
Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 4 – Pesquisa de campo – pergunta 1.4



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 5 – Pesquisa de campo – pergunta 2



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 6 – Pesquisa de campo – pergunta 3



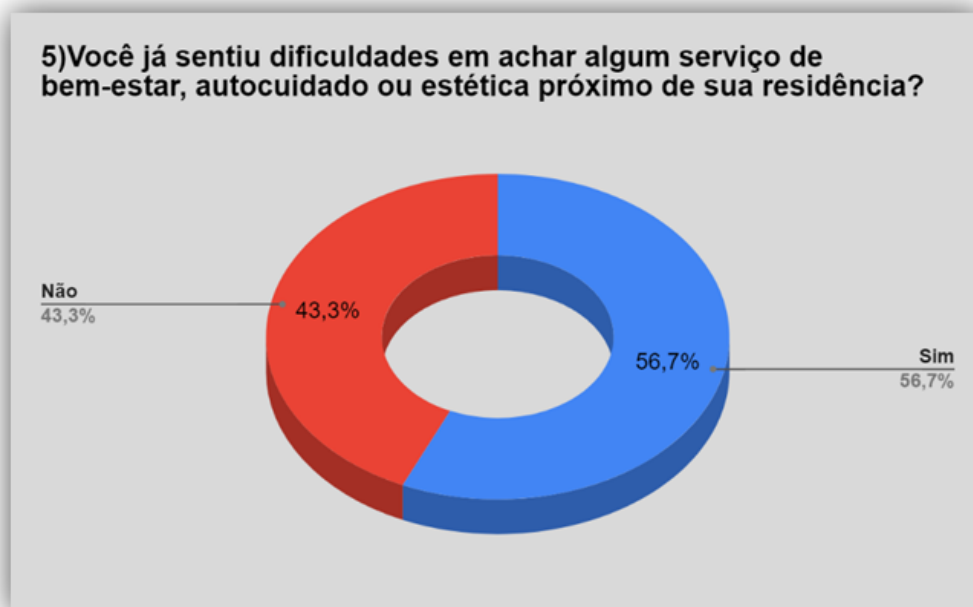
Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 7 – Pesquisa de campo – pergunta 4



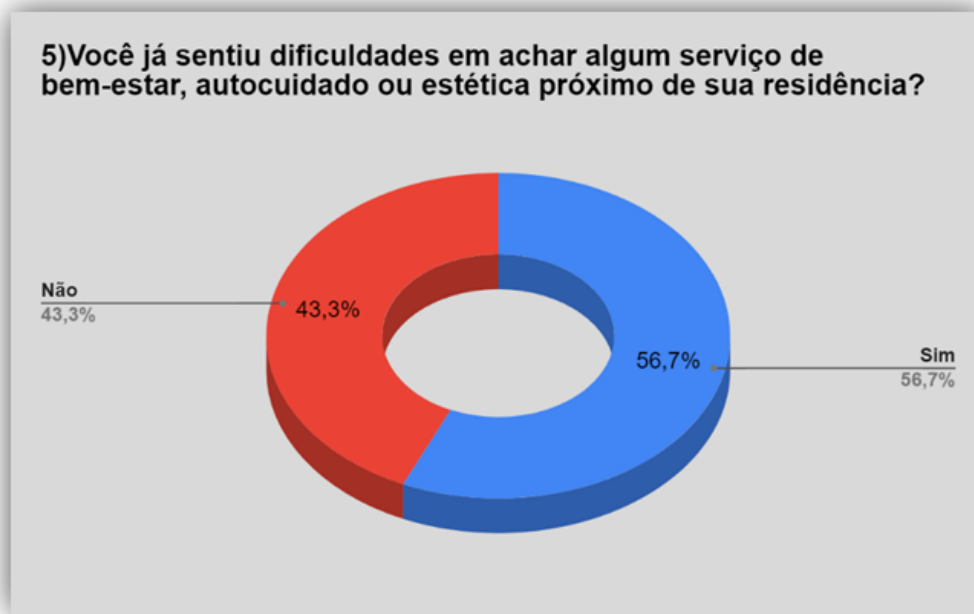
Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 8 – Pesquisa de campo – pergunta 5



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 9 – Pesquisa de campo – pergunta 6



Fonte: Do próprio autor, 2024.

4.6 Material de Marketing

4.6.1 Logomarca

Figura 10 – Logomarca



Fonte: Do próprio autor, 2024.

4.6.2 Cartão

Figura 11 – Cartão de visita



Fonte: Do próprio autor, 2024.

4.6.3 Folder

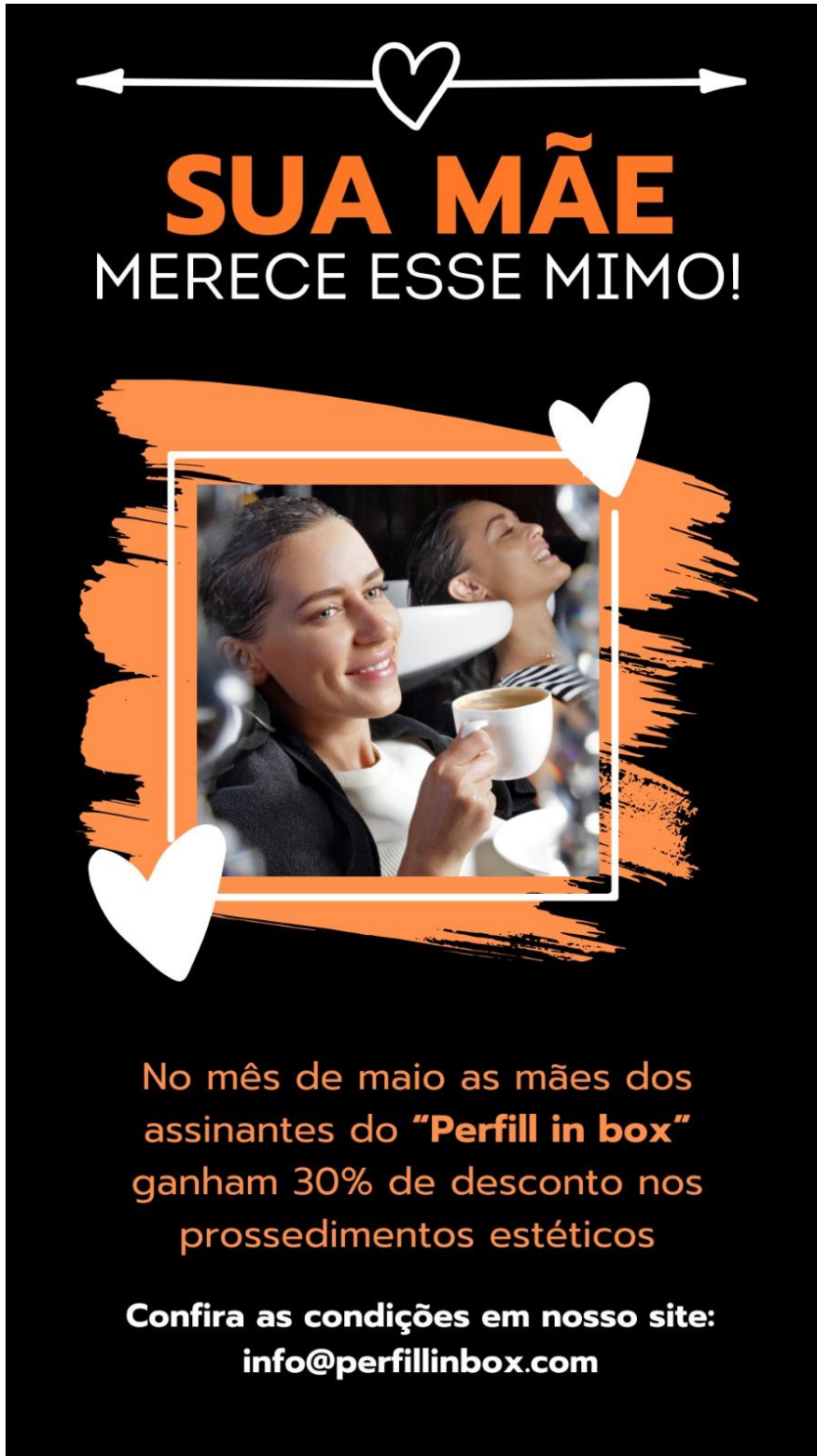
Figura 12 – Folder

BOX BÁSICA	BOX MÉDIA	BOX PREMIUM
PARA ELAS CORTE ESCOVA HIDRATAÇÃO	PARA ELAS SPA DOS PÉS DRENAGEM TRATAMENTO	PARA ELAS ALONGAMENTO DRENAGEM REVITALIZAÇÃO
PARA ELES BARBEAR CORTE APARAÇÃO	PARA ELES ESTÉTICA AUTOMOTIVA LAVAGEM ENCERAMENTO	PARA ELES POLIMENTO NATAÇÃO INSTRUMENTOS
PARA TODOS ACADEMIA LIVROS ARTESANATO	PARA TODOS YOGA PILATES DANÇA	PARA TODOS ACUPUNTURA MASSAGEM MEDITAÇÃO
R\$79,90	R\$129,90	R\$199,90

Fonte: Do próprio autor, 2024.

4.6.4 Mídias sociais

Figura 13 – Mídias sociais 1



A social media post with a black background. At the top, a white double-headed arrow with a heart in the center spans across the width. Below it, the text "SUA MÃE" is written in large, bold, orange letters, and "MERECE ESSE MIMO!" is written in white, bold, uppercase letters. In the center, there is a photograph of a woman smiling and holding a white coffee cup, with another woman in the background looking up. The photo is framed by a white border and surrounded by orange brushstroke-like graphics and white hearts. Below the photo, the text "No mês de maio as mães dos assinantes do 'Perfill in box' ganham 30% de desconto nos procedimentos estéticos" is written in orange. At the bottom, the text "Confira as condições em nosso site: info@perfillinbox.com" is written in white.

SUA MÃE
MERECE ESSE MIMO!

No mês de maio as mães dos assinantes do **"Perfill in box"** ganham 30% de desconto nos procedimentos estéticos

Confira as condições em nosso site:
info@perfillinbox.com

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 14 – Mídias Sociais 2



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 15 – Mídias Sociais 3



Fonte: Do próprio autor, 2024.

5 ESTRUTURA DE FUNCIONÁRIOS / CARGOS E SALÁRIOS

Cargo: Sócio-Diretor comercial

Funções: captação de parcerias, apresentação de empresa, definição de metas, planos e estratégias.

Pró-labore: R\$6.000,00

Cargo: Sócio-Diretor administrativo/financeiro

Funções: financeiro, compras, recebimento, relacionamento com fornecedores.

Pró-labore: R\$6.000,00

Cargo: Auxiliar de expedição

Funções: Auxiliar nas atividades relativas à expedição (impressão de vouchers, separação de brindes, montagem das caixas e etiquetagem), manutenção e limpeza das áreas de trabalho.

Salário: salário-mínimo

Benefícios: Férias + adicional 1/3, 13º salário, FGTS, vale transporte ou auxílio transporte, vale alimentação (cesta básica), seguro de vida em grupo (custo da empresa), refeitório com infraestrutura no local (geladeira, micro-ondas, etc.)

Cargo: Auxiliar de escritório

Funções: Auxiliar nos serviços de escritório prestando assistência aos setores administrativo, financeiro, comercial (atendimento ao cliente, plantão de dúvidas, pós-venda, feedback do cliente, reclamações, sugestões através dos canais: WhatsApp, chat e telefone) e marketing (divulgação, criação e lançamento de campanhas especiais, divulgação de feedbacks positivos e etc.).

Salário: salário-mínimo

Benefícios: Férias + adicional 1/3, 13º salário, FGTS, vale transporte ou auxílio transporte, vale alimentação (cesta básica), seguro de vida em grupo (custo da empresa), refeitório com infraestrutura no local (geladeira, micro-ondas, etc.)

Freelancer para limpeza – 1 vez por semana, para limpeza geral de banheiro, refeitório, mesas etc. - Valor da diária: R\$150,00

Logística de distribuição - totalmente terceirizada

6 FINANCEIRO

6.1 Investimento inicial

Investir em uma empresa de serviços pode ser uma excelente oportunidade, mas requer planejamento cuidadoso e uma compreensão clara das necessidades e desafios do setor. Alguns pontos necessários sobre o investimento inicial em uma empresa de serviços, são:

- Pesquisa de Mercado
 - Análise de Demanda: Compreender a demanda por serviços na área em que pretende operar. Identificar lacunas no mercado e oportunidades de diferenciação.
 - Concorrência: Estudar os concorrentes diretos e indiretos. Avaliar seus pontos fortes e fracos pode ajudar a definir sua proposta de valor.

- Plano de Negócios
 - Missão e Visão: Definir claramente a missão e a visão da empresa para orientar todas as atividades e decisões estratégicas.
 - Serviços Oferecidos: Detalhar os serviços que serão oferecidos, incluindo a justificativa para sua escolha e os benefícios esperados para os clientes.

- Estrutura de Custos
 - Custos Fixos e Variáveis: Identificar todos os custos fixos (como aluguel, salários e utilidades) e variáveis (como materiais e marketing) necessários para iniciar e operar a empresa.
 - Capital de Giro: Estimar a quantidade de capital de giro necessário para manter as operações até que a empresa se torne lucrativa.

- Fontes de Financiamento
 - Investimento Próprio: Avaliar quanto do capital inicial pode ser coberto com recursos próprios.
 - Investidores Externos: Considerar opções de financiamento externo, como investidores-anjos, venture capital ou empréstimos bancários.

- **Localização e Infraestrutura**
 - Escolha do Local: Selecionar um local estratégico para a empresa, considerando fatores como acessibilidade, visibilidade e proximidade do público-alvo.
 - Equipamentos e Tecnologia: Investir em equipamentos e tecnologia necessários para prestar os serviços com eficiência e qualidade.

- **Estratégias de Marketing**
 - Identidade de Marca: Desenvolver uma identidade de marca forte que ressoe com o público-alvo.
 - Canais de Marketing: Planejar campanhas de marketing utilizando canais apropriados, como redes sociais, marketing digital e parcerias estratégicas.

- **Legislação e Conformidade**
 - Regulamentações: Assegurar que a empresa cumpre todas as regulamentações locais, estaduais e federais aplicáveis ao setor de serviços.
 - Licenças e Permissões: Obter todas as licenças e permissões necessárias para operar legalmente.

- **Equipe e Gestão**
 - Recrutamento: Contratar uma equipe qualificada e alinhada com a missão e valores da empresa.
 - Treinamento e Desenvolvimento: Investir em treinamento contínuo para garantir que a equipe possa fornecer um serviço de alta qualidade.

O investimento inicial em uma empresa de serviços envolve uma análise detalhada e um planejamento estratégico para garantir a viabilidade e o sucesso a longo prazo. Ao considerar cuidadosamente cada um desses aspectos, pode-se estabelecer uma base sólida para o crescimento sustentável da empresa.

Estrutura Legal: R\$ 3.000,00

Instalações e Equipamentos: R\$ 10.000,00 (aluguel não há custo, garagem do sócio + mobiliário)

Tecnologia: R\$ 10.000,00 (software + desenvolvimento de website)

Marketing e Promoção: R\$ 5.000,00

Pessoal: R\$ 16.000,00 (salários e treinamento para o primeiro mês)

Operacional: R\$ 15.000,00 (primeiro mês)

Reserva de Contingência: R\$ 76.000,00 (para pelo menos 2 meses)

Total Estimado: R\$ 150.000,00

6.2 Demonstrativo de resultado

Figura 16 – Cenário 1

ESTIMATIVA DE CUSTO MENSAL PARA UMA RECEITA DE:		R\$ 100.000,00
ESTIMATIVA DE PACOTES POR RECEITA:		732
VALOR MÉDIO DA CAIXA:		R\$ 136,67
SALÁRIO-MÍNIMO	R\$ 1.320,00	
QTDE FUNCIONÁRIOS	2	
QTDE SÓCIOS	2	
SEMANAS/MÊS	4	
PARCEIRIAS	52%	R\$ 52.000,00
EMBALAGENS (UNIDADE)	R\$ 5,00	R\$ 3.658,54
LOGÍSTICA E ENVIO (UNIDADE)	R\$ 10,00	R\$ 7.317,07
OUTROS MATERIAIS	R\$ 500,00	R\$ 500,00
SALÁRIO FUNCIONÁRIO (MÊS)	R\$ 1.980,00	R\$ 3.960,00
LIMPEZA SEMANAL (1X SEMANA)	R\$ 150,00	R\$ 600,00
IMPOSTOS GOVERNO (13% VENDA)	13%	R\$ 13.000,00
ÁGUA/LUZ/INTERNET (MÊS)	R\$ 500,00	R\$ 500,00
PRÓ-LABORE (MÊS)	R\$ 6.000,00	R\$ 12.000,00
	TOTAL DE GASTOS	R\$ 93.535,61
	RESULTADO	R\$ 6.464,39

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 17 – Cenário 2

ESTIMATIVA DE CUSTO MENSAL PARA UMA RECEITA DE:		R\$ 70.000,00
ESTIMATIVA DE PACOTES POR RECEITA:		512
VALOR MÉDIO DA CAIXA:		R\$ 136,67
SALÁRIO-MÍNIMO	R\$ 1.320,00	
QTDE FUNCIONÁRIOS	2	
QTDE SÓCIOS	2	
SEMANAS/MÊS	4	
PARCEIRIAS	52%	R\$ 36.400,00
EMBALAGENS (UNIDADE)	R\$ 5,00	R\$ 2.560,98
LOGÍSTICA E ENVIO (UNIDADE)	R\$ 10,00	R\$ 5.121,95
OUTROS MATERIAIS	R\$ 500,00	R\$ 500,00
SALÁRIO FUNCIONÁRIO (MÊS)	R\$ 1.980,00	R\$ 3.960,00
LIMPEZA SEMANAL (1X SEMANA)	R\$ 150,00	R\$ 600,00
IMPOSTOS GOVERNO (13% VENDA)	13%	R\$ 9.100,00
ÁGUA/LUZ/INTERNET (MÊS)	R\$ 500,00	R\$ 500,00
PRÓ-LABORE (MÊS)	R\$ 6.000,00	R\$ 12.000,00
	TOTAL DE GASTOS	R\$ 70.742,93
	RESULTADO	-R\$ 742,93

Fonte: Do próprio autor, 2024.

Figura 18 – Ponto de equilíbrio

ESTIMATIVA DE CUSTO MENSAL PARA UMA RECEITA DE:		R\$ 73.092,40
ESTIMATIVA DE PACOTES POR RECEITA:		535
VALOR MÉDIO DA CAIXA:		R\$ 136,67
SALÁRIO-MÍNIMO	R\$ 1.320,00	
QTDE FUNCIONÁRIOS	2	
QTDE SÓCIOS	2	
SEMANAS/MÊS	4	
PARCEIRIAS	52%	R\$ 38.008,05
EMBALAGENS (UNIDADE)	R\$ 5,00	R\$ 2.674,11
LOGÍSTICA E ENVIO (UNIDADE)	R\$ 10,00	R\$ 5.348,22
OUTROS MATERIAIS	R\$ 500,00	R\$ 500,00
SALÁRIO FUNCIONÁRIO (MÊS)	R\$ 1.980,00	R\$ 3.960,00
LIMPEZA SEMANAL (1X SEMANA)	R\$ 150,00	R\$ 600,00
IMPOSTOS GOVERNO (13% VENDA)	13%	R\$ 9.502,01
ÁGUA/LUZ/INTERNET (MÊS)	R\$ 500,00	R\$ 500,00
PRÓ-LABORE (MÊS)	R\$ 6.000,00	R\$ 12.000,00
	TOTAL DE GASTOS	R\$ 73.092,40
	RESULTADO	R\$ 0,00

Fonte: Do próprio autor, 2024.

6.3 Tempo de retorno do investimento

O tempo de retorno do investimento, também conhecido como "payback period", é o período necessário para recuperar o valor investido em um projeto ou negócio. Ele é uma métrica importante para avaliar a viabilidade e o risco de um investimento.

Cálculo do Tempo de Retorno do Investimento:

- Identificar o Investimento Inicial (I):

Determine o valor total investido no projeto ou negócio.

- Calcular os Fluxos de Caixa Anuais (F):

Estime os fluxos de caixa líquidos que o investimento gerará a cada ano. Isso inclui receitas menos despesas.

- Determinar o Tempo de Retorno (T):

Divida o investimento inicial pelos fluxos de caixa anuais.

Considerações

- Consistência dos Fluxos de Caixa:

O cálculo acima assume que os fluxos de caixa são constantes. Se os fluxos de caixa variam anualmente, é necessário somar os fluxos de caixa anuais até que o valor do investimento inicial seja recuperado.

- Período Fracionado:

Se o investimento não for recuperado exatamente no final de um ano, você pode precisar calcular uma parte fracionada do ano.

Interpretação

- Tempo Curto de Retorno:

Indica menor risco e maior liquidez. É preferível para investimentos de curto prazo ou em ambientes econômicos incertos.

- Tempo Longo de Retorno:

Pode indicar maior risco, mas também pode ser aceitável para investimentos de longo prazo com alto potencial de retorno.

Limitações

- Não Considera o Valor do Dinheiro no Tempo:

O tempo de retorno não leva em conta o valor do dinheiro no tempo. Para uma análise mais completa, considere usar técnicas como o Valor Presente Líquido (VPL) ou a Taxa Interna de Retorno (TIR).

- Ignora Fluxos de Caixa Pós-Retorno:

Não leva em consideração os fluxos de caixa gerados após o período de retorno, o que pode subestimar o valor total do investimento.

Ferramentas e Softwares

Para cálculos mais complexos, especialmente quando os fluxos de caixa variam ao longo dos anos, é aconselhável usar ferramentas de software como planilhas do Excel ou softwares específicos de análise financeira que podem calcular automaticamente o tempo de retorno, VPL, TIR e outras métricas financeiras.

Exemplo com Fluxos de Caixa Variáveis

Investimento Inicial: R\$ 100.000,00

Fluxos de Caixa Anuais:

Ano 1: R\$ 20.000,00

Ano 2: R\$ 30.000,00

Ano 3: R\$ 40.000,00

Ano 4: R\$ 30.000,00

Total acumulado até Ano 3: R\$ 90.000,00

No Ano 4, você precisa de mais R\$ 10.000,00 para recuperar o investimento.

Portanto, o tempo de retorno do investimento é de aproximadamente 3,33 anos.

O tempo de retorno do investimento é uma métrica simples e útil para avaliar a viabilidade de um projeto, mas deve ser complementado por outras análises financeiras para uma decisão de investimento mais robusta e informada.

Apresentamos o cálculo em meses, e com vários cenários, já que o negócio tem um fluxo variável e, está no começo de sua operação.

Figura 18 – Ponto de equilíbrio

INVESTIMENTO INICIAL MONTAGEM + OPERAÇÃO 1º MÊS	R\$ 74.000,00
INVESTIMENTO INICIAL RESERVA ATÉ O NEGÓCIO SE PAGAR (±3 MESES)	R\$ 76.000,00
INVESTIMENTO INICIAL TOTAL	R\$ 150.000,00
CENÁRIO 1: FATURAMENTO R\$80.000,00 → LUCRO:	R\$ 1.659,00
RETORNO DO INVESTIMENTO EM MESES	90
CENÁRIO 2: FATURAMENTO R\$90.000,00 → LUCRO:	R\$ 4.061,00
RETORNO DO INVESTIMENTO EM MESES	37
CENÁRIO 3: FATURAMENTO R\$100.000,00 → LUCRO:	R\$ 6.464,00
RETORNO DO INVESTIMENTO EM MESES	23
CENÁRIO 4: FATURAMENTO R\$110.000,00 → LUCRO:	R\$ 8.866,00
RETORNO DO INVESTIMENTO EM MESES	17
CENÁRIO 5: FATURAMENTO R\$120.000,00 → LUCRO:	R\$ 11.269,00
RETORNO DO INVESTIMENTO EM MESES	13

Fonte: Do próprio autor, 2024.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando-se em conta o que foi observado, pudemos ver o quanto às pessoas carecem de autocuidado e bem-estar por conta de suas rotinas, ficando exposto a estresse e envelhecimento precoce devido ao mesmo, podem se exaurir fisicamente e mentalmente.

Por esses aspectos fizemos a empresa Perfill in Box. Após nos aprofundarmos no assunto, essa carência da população por tais aspectos ficou cada vez mais clara, e soubemos que com a implementação dessa empresa em sociedade poderíamos trazer diversos benefícios para nossos clientes, como por exemplo, mais disposição física e mental, maior animo, melhor saúde etc.

Portanto, com os estudos e conhecimentos adquiridos durante o curso, compreendemos os desafios de desenvolver e gerir uma empresa desde sua base inicial até a abertura do negócio em si. Então para que o projeto da Perfill in Box fosse capaz de avançar de forma direcionada, foram inseridos conteúdos de estudo, pesquisa de campo e ferramentas de gestão.

Dito isso, se a Perfill in Box fosse inserida em sociedade poderia não só trazer consigo diversos benefícios para a mesma, como também diversificar o mercado com sua proposta única para tal.

REFERÊNCIAS

<https://controlf5.com.br/marketing-empreendedor-o-que-e-e-como-funciona>
Marketing Empreendedor por Cristiano Tossulino Machado (Sebrae/PR) - Acesso em 29/02/2024 14h29.

<http://unicruz.edu.br/> - Acesso em 02/03/2024 11h37.

<http://gestao.ind.br/> - Acesso em 03/03/2024 14h52.

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/boa-gestao-de-pessoas-resulta-em-sucesso-no-negocio,4423438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD> - Acesso em 29/02/2024 14h29.

<https://www.2sharebr.com.br/a-importancia-da-gestao-de-equipe-para-seu-negocio/#:~:text=Uma%20equipe%20bem%20constru%C3%ADda%20%C3%A9,aberta%2C%20eficiente%20e%20de%20qualidade> - Acesso em 29/02/2024 15h05.

<https://blog.ahgora.com/empreendedorismo-e-gestao-de-pessoas/> - Acesso em 29/02/2024 15h22.

<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/gestao-de-pessoas-para-gerar-resultados/> - Acesso em 29/02/2024 15h54.

<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/e-preciso-correr-riscos-para-empreender/381144297> - Acesso em 01/03/2024 22h37.

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/o-que-e-e-como-fazer-gerenciamento-de-riscos,64a2c53a24187810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=A%20gest%C3%A3o%20dos%20riscos%20busca,sobre%20os%20resultados%20do%20neg%C3%B3cio.&text=O%20gerenciamento%20de%20riscos%20em,neutralizar%20as%20ameas%20ao%20neg%C3%B3cio> - Acesso em 02/03/2024 21h15.

<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/e-preciso-correr-riscos-para-empreender/381144297> - Acesso em 01/03/2024 10h23.

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/o-que-e-e-como-fazer-gerenciamento-de-riscos,64a2c53a24187810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=A%20gest%C3%A3o%20dos%20riscos%20busca,sobre%20os%20resultados%20do%20neg%C3%B3cio.&text=O%20gerenciamento%20de%20riscos%20em,neutralizar%20as%20ameas%20ao%20neg%C3%B3cio> - Acesso em 04/03/2024 12h31.

https://grupoevolucao.com.br/livro/Gestao_Empreendedora/gerao_de_ideia.html - Acesso em 04/03/2024 11h14.

<https://endeavor.org.br/inovacao/10-maneras-empreender/> - Acesso em 29/02/2024 17h18.

<https://www.empreendedor.com/etica-para-empreendedores-a-bondade-do-negocio/> - Acesso em 29/02/2024 16:22.

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-responsabilidade-social-e-qual-a-sua-importancia>. Acesso em: 02 de mar de 2024

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/al/artigos/por-que-definir-uma-cultura-organizacional-para-sua-empresa> - Acesso em 29/02/2024 09h35.

<https://repositorio.ifgoiano.edu.br> - Acesso em:02/03/2024 08h54.

<https://procenge.com.br/blog/inovacao-na-gestao-como-aplicar-e-quais-os-impactos-para-empresas/> - Acesso em 29/02/2024 14h32

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-a-inovacao-tecnologica-gera-impacto-na-productividade-do-negocio,7c5b33c3f3ce3810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=A%20inova%C3%A7%C3%A3o%20promove%20a%20efici%C3%Aancia,na%20produtividade%20das%20pequenas%20empresas.&text=A%20inova%C3%A7%C3%A3o%20tecnol%C3%B3gica%20%C3%A9%20essencial,da%20maioria%20das%20pequenas%20empresas> - Acesso em 01/03/2024 15h10

<https://www.claranet.com.br/blog/impactos-positivos-da-inovacao/> - Acesso em 01/03/2024 16h25

<https://troposlab.com/impactos-positivos-da-transformacao-digital-na-inovacao/> - Acesso em 01/03/2024 16h40

<https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/qual-o-impacto-que-a-tecnologia-traz-para-as-empresas/> - Acesso em 01/03/2024 16h54

<https://www.zendesk.com.br/blog/tipos-de-inovacao/> - Acesso em 29/02/2024 18h40.

<https://www.mjvinnovation.com/pt-br/blog/tipos-de-inovacao/> - Acesso em 29/02/2024 19h25.

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/veja-4-tipos-de-inovacao-que-voce-pode-implementar-na-sua-empresa,34257cb3952a2810VgnVCM100000d701210aRCRD> - Acesso em 29/02/2024 16h53.

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-fazer-a-gestao-financeira-do-pequeno-negocio,d999a442d2e5a410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=Gest%C3%A3o%20financeira%20%C3%A9%20o%20conjunto,lucro%20%2D%20nas%20atividadess%20da%20empresa> - Acesso em 29/02/2024 14h29.

<https://meusuccesso.com/artigos/empreendedorismo/empreendedorismo-definicao-e-origem-da-palavra-1587/> - Livro "Empreendedorismo - Tecnologia e Inovação" Acesso em 02/03/2024 13h22

<https://www.nutcache.com/pt-br/blog/5-estrategias-para-a-mitigacao-de-riscos-na-gestao-de-projetos/> - Acesso em 09/03/2024 14h27

APÊNDICES

Apêndice 1 – Certificado Inova – Alan Fagundes



CERTIFICADO



Certificamos que

ALAN FAGUNDES

participou da **18ª Edição da ESCOLA DE INOVADORES (2024-1)**
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 1º semestre de 2024.

São Paulo, 10 de junho de 2024

inova*cps*

Conteúdo Aplicado: Engajar e Mapear, Entender, Idear, Prototipar, Testar, Formalizar e Crescer







SANTO ANDRÊ - ETEC JÚLIO DE MESQUITA #014

Apêndice 2 – Certificado Inova – Ana Cristina Barbosa Felipe



656c2291-f368-452a-9681-7a590a000088

17ª





Certificamos que **ANA CRISTINA BARBOSA FELIPE** participou da
"17ª Edição do Curso Escola de Inovadores",
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2023.

São Paulo, 4 de dezembro de 2023

inova*cps*





<https://inova.cps.sp.gov.br/>

Apêndice 3 – Certificado Inova – Antonio Felipe De Souza Neves Campos Do Ó



ESCOLA DE INOVADORES
inovaCPS
18ª edição

CERTIFICADO

Certificamos que
ANTONIO FELIPE DE SOUZA NEVES CAMPOS DO Ó
participou da **18ª Edição da ESCOLA DE INOVADORES (2024-1)**
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 1º semestre de 2024.

São Paulo, 10 de junho de 2024

inovaCPS

Conteúdo Aplicado: Engajar e Mapear, Entender, Idear, Prototipar, Testar, Formalizar e Crescer

SANTO ANDRÉ - ETEC JÚLIO DE MESQUITA #014

inovaCPS **CPS** **SÃO PAULO**
GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO SÃO TODOS

Apêndice 4 – Certificado Inova – Evellin Denise Tolentino Facioni



17ª
ESCOLA DE INOVADORES
inovaCPS

Certificamos que **EVELLIN DENISE TOLENTINO FACIONI** participou da
"17ª Edição do Curso Escola de Inovadores",
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2023.

São Paulo, 28 de novembro de 2023

inovaCPS

<https://inova.cps.sp.gov.br/>

CPS **SÃO PAULO**
GOVERNO DO ESTADO

Apêndice 5 – Certificado Inova – Fernanda Guimarães



Apêndice 6 – Certificado Inova – Giovana Fialho da Silva



Apêndice 7 – Certificado Inova – Juliana Pereira Cruz Barreto



ESCOLA DE INOVADORES
inovaCPS
18ª edição

CERTIFICADO

Certificamos que
JULIANA PEREIRA CRUZ BARRETO
participou da **18ª Edição da ESCOLA DE INOVADORES (2024-1)**
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 1º semestre de 2024.

São Paulo, 10 de junho de 2024

inovaCPS

Conteúdo Aplicado: Engajar e Mapear, Entender, Idear, Prototipar, Testar, Formalizar e Crescer

inovaCPS **CPS** **SÃO PAULO**
GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO SÃO TODOS

SANTO ANDRÉ - ETEC JÚLIO DE MESQUITA #014

Apêndice 8 – Certificado Inova – Lívia Dias Santos



17ª
ESCOLA DE INOVADORES
inovaCPS

Certificamos que **LÍVIA DIAS** participou da
"17ª Edição do Curso Escola de Inovadores",
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2023.

São Paulo, 4 de dezembro de 2023

inovaCPS

CPS **SÃO PAULO**
GOVERNO DO ESTADO

<https://inova.cps.sp.gov.br/>