

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA  
SOUZA  
ETEC DE POÁ**

**3º Administração Integrado ao Ensino Médio  
(Mtec – Programa Novotec Integrado)**

**Beatriz Lima  
Isabella Topholo  
Julia Temponi  
Maria Eduarda Feitosa**

**ESTUDO DE CASO: Ótica Priosti**

**Poá  
2024**

**Beatriz Lima  
Isabella Topholo  
Julia Temponi  
Maria Eduarda Feitosa**

## **ESTUDO DE CASO: Ótica Priosti**

Trabalho de Planejamento de Conclusão de Curso, apresentado ao 3º Mtec do Curso Técnico de Administração, da Etec de Poá, orientado pela Profª Alessandra Silva, como requisito parcial para obtenção de menção para o 3º bimestre

**Poá  
2024**

## **DEDICATÓRIA**

Dedicamos este projeto ao nosso grupo, que trabalhou duro e cooperou para que o trabalho fosse realizado da melhor forma. Enfrentamos desafios, trocamos ideias e demos o nosso melhor. Que esta dedicação simbolize a nossa colaboração e o nosso compromisso contínuo em busca de melhora.

# EPÍGRAFE

“O segredo dos bons resultados de uma empresa está na eficiência de gestão”.

**Ocimar Lucato**

## RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso (TCC) aborda a aplicação da consultoria empresarial em uma ótica, focando na identificação de problemas e na proposição de soluções para aprimorar sua gestão. Devido à competitividade recorrente das grandes mudanças no mercado brasileiro, da necessidade de inovação constante e da exigência cada vez maior por parte do consumidor é necessário que as organizações estejam sempre inovando e aprimorando seu processo de gestão, garantindo, dessa forma, que se mantenham relevantes e ativas na economia nacional. Neste contexto, o presente trabalho tem como objetivo detectar os problemas da organização e definir soluções, realizando uma consultoria empresarial, que trabalha diagnosticando as adversidades e analisando dados da empresa, tendo como objetivo auxiliar o empreendedor a identificar problemas, desenvolver soluções, implementar melhorias e adaptar a empresa a mudanças do mercado, a fim de melhorar sua gestão. Dessa forma, este estudo realizou a prestação de uma consultoria empresarial para a empresa Ótica Priosti, que atua com a montagem e venda de óculos e lentes de grau, além de armações e óculos de sol. Foram identificados junto aos proprietários da empresa, algumas problemáticas, as quais pudésemos apresentar sugestões para melhorias. A partir deste diagnóstico, sob instrução do orientador as alunas proporcionaram uma abordagem estruturada e sistemática para sanar a necessidade da empresa. Por meio de análise de dados e diagnósticos precisos, foi possível propor recomendações personalizadas, alinhadas aos objetivos e desafios da Ótica Priosti. Ao final do estudo, espera-se que a Ótica Priosti possa implementar as recomendações propostas e colher os benefícios de uma gestão mais eficaz e orientada para resultados.

**Palavras-Chave:** Consultoria; Ótica; Administração; Gestão

## **ABSTRACT**

This final paper (TCC) addresses the application of business consultancy in an optic, focusing on identifying problems and proposing solutions to improve management. Due to the recurring competitiveness of major changes in the Brazilian market, the need for constant innovation and the ever-increasing demand from the consumer, it is necessary for organizations to always innovate and improve their management process, thus ensuring that they remain relevant and active in the national economy. In this context, the present work aims to detect the organization's problems and define solutions, carrying out business consultancy, which works by diagnosing adversities and analyzing company data, aiming to help the entrepreneur identify problems, develop solutions, implement improvements and adapt the company to market changes in order to improve its management. Thus, this study provided business consultancy to the company Ótica Priosti, which operates with the assembly and sale of glasses and prescription lenses, as well as frames and sunglasses. Some problems were identified with the company owners, which we could present suggestions for improvements. Based on this diagnosis, under the guidance of the supervisor, the students provided a structured and systematic approach to solve the company's needs. Through data analysis and precise diagnoses, it was possible to propose personalized recommendations, aligned with the objectives and challenges of Ótica Priosti. At the end of the study, it is expected that Ótica Priosti will be able to implement the proposed recommendations and reap the benefits of more effective and results-oriented management.

**Keywords:** Consulting; Optics; Administration; Management

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - 5's.....	14
Figura 2 - Análise Swot.....	15
Figura 3 - Matriz BCG .....	16
Figura 4 - Palestra sobre a Importância do bom Relacionamento Organizacional.....	28
Figura 5 - Aplicação do Código de Ética e Conduta .....	28
Figura 6 - Logo antes .....	29
Figura 7 - Logo depois .....	29
Figura 8 - Desorganização e falta de constância entre as postagens .....	30
Figura 9 - Padronização e constância ativa entre as postagens .....	31
Figura 10 - Fachada da Empresa - Antes.....	32
Figura 11 - Fachada da Empresa - Depois .....	32
Figura 12 - Interface do Site.....	33
Figura 13 - Assinatura da Proposta Comercial .....	34
Figura 14 - Análise da Proposta Comercial.....	34
Figura 15 - Organização do Estoque.....	35
Figura 16 - Organização do Estoque.....	35
Figura 17 - Organização e Verificação dos Itens da área expositiva .....	36
Figura 18 - Organização e Verificação dos Itens da área expositiva .....	36

# SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 JUSTIFICATIVA.....	10
3 OBJETIVOS.....	11
3.1 OBJETIVO GERAL.....	11
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
4 METODOLOGIA.....	13
4.1 METODOLOGIA: CONCEITOS E APLICAÇÕES.....	13
5'S.....	13
ANÁLISE SWOT.....	14
MATRIZ BCG:.....	16
BALANCED SCORECARD:.....	18
REBRADING:.....	19
TREINAMENTO PRÁTICO:.....	20
CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA:.....	21
5 ESCOPO.....	22
6 PROBLEMÁTICA E SOLUÇÕES.....	23
6.1 RECURSOS HUMANOS:.....	23
6.2 MARKETING:.....	24
6.3 LOGÍSTICA (MUDANÇA NA ESTRUTURA DA EMPRESA):.....	25
6.4 VENDAS E COMÉRCIO ELETRÔNICO:.....	26
7 RESULTADOS.....	27
7.1 FOTO DOS RESULTADOS OBTIDOS.....	28
7.1.1 RECURSOS HUMANOS:.....	28
7.1.2 MARKETING - LOGO DA MARCA:.....	29
7.1.2 MARKETING - PERFIL DO INSTAGRAM:.....	30
7.1.3 LOGÍSTICA:.....	32
7.1.4 VENDAS E COMÉRCIO ELETRÔNICO:.....	33
8 FOTOS PARA COMPROVAÇÃO DOS TRABALHOS REALIZADOS.....	34
10 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38
11 APÊNDICE A - PROPOSTA COMERCIAL.....	40
12 APÊNDICE B - CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA.....	41
13 APÊNDICE C - CRONOGRAMA DE HORAS TRABALHADAS.....	43

## 1 INTRODUÇÃO

Há exatamente seis anos, a empresa “Óticas Priosti” foi inaugurada com uma missão: mudar a história do cuidado com a visão. Comprometida em proporcionar a melhor experiência possível para seus clientes, a Ótica foi fundada na cidade de Suzano, São Paulo, e pode ser localizada próxima à avenida principal. Desde o começo, o estabelecimento dedicou-se a oferecer uma ampla gama de opções que vão desde armações para óculos de sol até óculos com grau, com a finalidade de atender às mais específicas necessidades de cada cliente. A Óticas Priosti escolheu ser mais do que uma empresa do ramo óptico, entregando uma solução sob medida e garantindo não apenas a qualidade de seus produtos, mas um atendimento excepcional voltado ao cliente. A equipe, de forma geral, empenha-se no projeto de superar expectativas e estabelecer vínculos duradouros com cada pessoa que entra em sua loja, tornando-se não apenas um destino para o cuidado visual, mas um verdadeiro parceiro na jornada rumo à melhor saúde ocular e satisfação do cliente.

## 2 JUSTIFICATIVA

A consultoria empresarial é uma área de estudo que desempenha papel central no cenário empresarial moderno. De acordo com estudos do Fórum Econômico Mundial, o mercado de consultoria empresarial do Brasil deverá crescer 50% até 2025, à medida em que as empresas entendam cada vez mais a importância desse apoio estratégico e operacional para o crescimento e desenvolvimento dos negócios. Em vista dessas afirmações, também foi possível observar que o mercado de consultoria focado em Recursos Humanos tem se destacado na produção de insights eficazes e soluções customizadas para gestão de pessoas, essa que muitos consideram a mais difícil. (Guimarães, 2023). Essa escolha de projeto contribui, assim, para o sucesso sustentável da empresa e promove o desenvolvimento de relações comerciais internas e externas.

Em todo o mundo, o mercado óptico deve saltar de US\$ 114,95 bilhões em 2021 para US\$ 172,42 bilhões em 2028, com um crescimento médio anual de 6%, segundo a Fortune Business Insights. Frente a essa perspectiva promissora, a empresa encontra uma oportunidade valiosa para enfrentar os desafios específicos que permeiam essa área. O principal objetivo da consultoria prestada à empresa Óticas Priosti é melhorar, de forma eficiente e competente, os resultados alcançados até o momento com o objetivo de explorar estrategicamente a situação do negócio dentro do mercado atual e aperfeiçoar seus métodos de gestão. Para melhorar a comunicação com o público alvo, pretendemos enfatizar a missão, visão e valores da instituição através de metodologias administrativas, que visam melhorar a comunicação direta entre empresa e cliente. Dessa forma, buscaremos esclarecer informações e criar redes e canais de comunicação mais eficazes entre ambas as partes.

Com base no que foi exposto anteriormente, fica claro que a consultoria empresarial desempenha um papel importante no fortalecimento e no crescimento de uma empresa no ambiente competitivo atual. As expectativas de crescimento significativo do mercado brasileiro, especialmente no ramo empresarial óptico, reforçam a validade e importância deste estudo.

### **3 OBJETIVOS**

A Prime Consult busca a criação de estratégias para a evolução constante da Óticas Priosti no mercado atual. Visando isso, estabeleceremos objetivos a serem seguidos por ambas as partes.

Os objetivos de uma consultoria empresarial são de suma importância para aprimorar seu desempenho de maneira eficiente e produtiva. Tais objetivos podem ser separados entre dois tipos: gerais, que buscam relatar de maneira mais ampla, e o específico, que cria um relatório detalhado sobre cada parte do projeto. Esses processos consistem em sugerir maneiras de aproximação da empresa com seu público de interesse, seja ele externo ou interno, como também melhorar a qualidade dos serviços ofertados pela empresa, buscando sempre levantar informações relevantes para seu crescimento.

#### **3.1 OBJETIVO GERAL**

A consultoria tem como objetivo central:

- Aperfeiçoamento dos métodos utilizados pela empresa.
- Ampliação da comunicação, tanto interna quanto externa.
- Acompanhamento dos processos para se certificar de que não haja desvios.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

##### RECURSOS HUMANOS:

- Otimização da Comunicação entre colaboradores
- Revisão dos critérios de comportamento organizacional
- Melhoria no processo de contratação e treinamento de funcionários

### MARKETING:

- Aprimoramento do marketing e canais de comunicação
- Revisão e Atualização do Público-Alvo Administração Geral
- Modernização do Espaço Físico da Empresa

### LOGÍSTICA:

- Reorganização do Local de Estoque

### VENDAS E COMÉRCIO ELETRÔNICO:

- Atualização da estratégia de Vendas online (Vendas/Comércio Eletrônico)

## 4 METODOLOGIA

Para resolver os objetivos identificados ao decorrer do projeto, foi necessário realizar a escolha da metodologia que será aplicada. Entre elas escolhemos o estudo dos 5S, Análise SWOT, Matriz BCG, Pirâmide de Maslow, Balanced Scorecard, Rebranding, Treinamento Prático (Hard Skills) e também realizamos a criação de um Código de Ética e Conduta para a empresa e os funcionários.

Ao trazer essas metodologias para o dia a dia da organização, de forma prática, buscaremos aprimorar diversas áreas da empresa, como o Marketing, Recursos Humanos, Logística, Administração, Vendas e Comércio Eletrônico. A utilização de tais metodologias pode melhorar e transformar de forma significativa uma instituição, trazendo inúmeros benefícios. A implantação dessas práticas permite que a empresa se torne mais organizada e eficiente, melhorando sua produtividade e reduzindo desperdícios. Resultando então em um ambiente de trabalho mais limpo e seguro, onde os funcionários podem desempenhar suas funções com maior eficácia. Devemos nos lembrar também que ao implementar uma estrutura focada e dedicada na melhoria de tomada de decisões e resolução de problemas, a empresa pode se alinhar e melhorar seus objetivos estratégicos, o que promove uma gestão mais integrada e focada em suas metas.

Em resumo, pode-se afirmar que a aplicação integrada de tais metodologias permite uma mudança significativa na empresa, desde a otimização de seus processos até a melhoria da gestão dos colaboradores e a formulação de estratégias certeiras. Esses são alguns exemplos das melhoras que nosso projeto busca realizar na empresa Óticas Priosti.

### 4.1 METODOLOGIA: CONCEITOS E APLICAÇÕES

- **5'S**

O 5'S, metodologia criada no Japão pela empresa Toyota, com o intuito de simplificar procedimentos e otimizar recursos e tempo, nos ajuda a manter um ambiente mais prático, limpo e organizado. O resultado dessa aplicação é no aumento do desempenho profissional e de serviços, com reflexo direto na satisfação dos usuários de produção.

Utilizaremos a ferramenta na empresa em geral, dando ênfase na área interna, onde verificamos mais desorganização e menor senso de limpeza em relação a loja principal. Usaremos como material de apoio alguns livros que abordam como foco principal a explicação e a exemplificação da ferramenta do 5'S na prática, são eles:

“5'S muito além de limpeza e organização” de Rubilar Toniazzi, onde o livro conta com diversas ilustrações que ajudam a fixar o conceito que pode ser usado como apoio na implementação desta ferramenta, além de trazer no final

da obra um modelo de auditoria e uma estrutura de exemplo para se estabelecer os 5'S em equipe.

Além do livro de Rubilar, teremos base na obra de Hiroyuki Hirano, escritor japonês que tem destaque com o livro “5 pilares do local de trabalho visual”. Essa obra busca dar valor á organização da empresa, vindo que mesmo com uma consultoria de base, a mesma precisa estar disposta a melhorar continuamente, buscando sempre a evolução e destaque no mercado.

Cada “S” corresponde a uma palavra japonesa, que ao traduzirmos, obtemos o seguinte esquema:<sup>1</sup>



Figura 1 - 5's

## • ANÁLISE SWOT

A Análise SWOT foi criada na década de 1960 por Albert Humphrey. Ele e sua equipe propuseram a análise SWOT para acrescentar a responsabilidade e objetividade ao processo de planejamento, sendo utilizada na atualidade por diversas empresas. A ferramenta, que serve para analisar os pontos fortes e fracos da organização, como também estabelecer oportunidades e ameaças ao negócio, é considerada clássica dentro da administração.

Por se tratar de uma metodologia avançada, poucas organizações de pequeno e médio porte a utilizam, porém, estabelecemos ela como uma das principais auxiliadoras em nossa consultoria.

O conceito de Matriz SWOT tem mais de três mil anos, ao citar um conselho de de Sun Tzu em que ele dizia: “Concentre-se nos pontos fortes, reconheça

<sup>1</sup> Fonte: gestaoomqualidade.com.br. Acesso em: 19 Jul. 2024

as fraquezas, agarre as oportunidades e proteja-se contra as ameaças”. Para Pereira (2010, p. 114), a Análise SWOT tem como objetivo: “reunir todos os itens considerados como Pontos Fortes e relacioná-los com os Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças”.

A análise Swot se torna extremamente útil ao incentivar o empreendedor a analisar sua empresa de forma objetiva, clara e propositiva. Sua relação com a Ótica Priosti é de suma importância, vendo que aproveitamos cada oportunidade e ponto forte da empresa, tanto em relação ao público, quanto em relação às melhorias internas, bem como cessaremos as ameaças e melhoramos os pontos fracos. A seguir, a exemplificação e tradução de cada etapa da Análise Swot:<sup>2</sup>



*Figura 2 - Análise Swot*

<sup>2</sup> Fonte: [www.studocu.com](http://www.studocu.com). Acesso em: 19 Jul. 2024

- **MATRIZ BCG:**

A matriz BCG foi idealizada em 1970 por Bruce Henderson, ele fundou uma consultoria muito famosa, a Boston Consulting Group (BCG). A matriz consiste em atribuir um posicionamento ou papel para cada item do seu portfólio. De modo geral, a matriz contribui para amadurecer a estratégia da empresa e facilitar a tomada de decisão por parte da gestão de vendas. Por isso, seu impacto será sentido por todos da empresa, desde a gerência até a equipe de vendedores que lidam diretamente com os clientes. Dessa forma, serve para analisar produtos e serviços de forma pragmática e transparente.

Ela se divide em dois eixos, estando na vertical localizado o crescimento do mercado, que será avaliado com potencial baixo ou alto e no eixo horizontal, considera-se a participação relativa de mercado, também medida como alta ou baixa.<sup>3</sup>



*Figura 3 - Matriz BCG*

### 1. Produtos estrela

Classificado no estágio de crescimento, o produto estrela é aquele com maior possibilidade de rentabilidade futura. A participação relativa elevada aumenta a chance de retorno mas também demanda mais investimento para ser mantida. Além disso, considerando que o potencial de crescimento ainda não foi completamente garantido, produtos estrela se encontram instáveis no mercado e são alvos para muitos concorrentes. Quando estáveis, eles se transformam em “vacas leiteiras”.

<sup>3</sup> Fonte: gopratico.com.br. Acesso em: 19 Jul. 2024

## 2. Vacas leiteiras

Os produtos vacas leiteiras são os artigos indispensáveis e já firmes no mercado. A posição privilegiada quanto a maturidade do produto ou serviço garante que a participação relativa se mantenha inalterada sem exigir grandes investimentos para tal. São a principal fonte de capital para a empresa investir na evolução dos demais produtos, ou seja, são essenciais para o crescimento do empreendimento como um todo.

## 3. Interrogações

As interrogações são produtos nichados, recém-lançados ou com propostas inovadoras. Com esse perfil, sua participação no faturamento é baixa e exige mais tempo do que investimento para se tornarem estrelas. No entanto, não há garantias de bons resultados, existindo uma interrogação se eles irão vingar ou não.

## 4. Abacaxis

Com participação em queda e nenhum potencial de crescimento, os abacaxis geram mais gastos do que faturamento e são considerados dispensáveis. Ao fechar a produção de um produto abacaxi, a empresa tem a chance de direcionar os recursos que antes estavam comprometidos com eles para uma outra categoria que exige investimento, principalmente as estrelas e interrogações da matriz BCG.

Com essa mensuração, a matriz BCG resulta nos seguintes quadrantes:

- Alto potencial de crescimento e alta participação no mercado;
- Alto potencial de crescimento e baixa participação no mercado atualmente;
- Baixo potencial de crescimento e alta participação no mercado;
- Baixo potencial de crescimento e baixa participação no mercado.

Dessa forma, fica evidente que usar a matriz BCG ajuda a ótica a decidir onde investir, quais produtos promover, manter ou descontinuar, otimizando assim seus recursos e estratégias de marketing.

- **BALANCED SCORECARD:**

O Balanced Scorecard (BSC) é uma ferramenta de gestão estratégica desenvolvida por Robert S. Kaplan e David P. Norton. Ele foi apresentado pela primeira vez em um artigo na Harvard Business Review em 1992 e posteriormente detalhado em livros e outros trabalhos.

Kaplan e Norton introduziram o Balanced Scorecard como uma resposta à limitação das métricas financeiras tradicionais. Eles argumentaram que essas métricas, por si só, não capturavam todos os fatores críticos para o sucesso organizacional a longo prazo.

O BSC é projetado para fornecer uma visão abrangente, ele aborda uma medição de desempenho que vai além dos meios financeiros e tradicionais e incorpora quatro perspectivas principais para avaliar a eficácia de uma organização: Primeiro, a Perspectiva Financeira que tem como objetivo avaliar se a empresa está alcançando suas metas financeiras e proporcionando valor aos acionistas. Segundo, a Perspectiva do Cliente, onde o objetivo é determinar como os clientes veem a empresa e avaliar a satisfação e a lealdade do cliente. Terceiro, a Perspectiva dos Processos Internos, que seu objetivo é examinar a eficiência e eficácia dos processos internos. E por último, a Perspectiva do Aprendizado e Crescimento, com o objetivo de avaliar a capacidade da organização de inovar e melhorar continuamente.

O Balanced Scorecard é uma ferramenta vital para a administração por sua capacidade de integrar e balancear múltiplas dimensões do desempenho organizacional. Ele facilita a tradução da estratégia em ação, promove o alinhamento estratégico, desenvolve a melhoria contínua, por meio de um sistema de monitoramento, e contribui para a sustentabilidade a longo prazo enfatizando investimentos em desenvolvimento de competências, inovação e infraestruturas. Além disso, melhora a comunicação e a transparência dentro da organização, garantindo que todos os funcionários entendam os objetivos estratégicos da empresa de uma forma clara. Apoia a tomada de decisão informada e ajuda a prevenir problemas potenciais. Em suma, o BSC é essencial para qualquer organização que deseja gerenciar seu desempenho de maneira eficaz e alcançar seus objetivos estratégicos.

- **REBRADING:**

O conceito do rebranding é a ação de ressignificar a imagem atual de uma empresa ou produto, utilizando estratégias para reposicionar a percepção do consumidor em relação a marca. Esse processo pode envolver mudanças no nome, logotipo, design e identidade visual.

O professor estadunidense David A. Aaker é uma referência importante no campo do rebranding. Ele define rebranding como um esforço estratégico para reposicionar uma marca, buscando renovar sua oferta para o mercado e, muitas vezes, alterar a percepção que os consumidores têm dela. Em seu livro “Managing Brand Equity”, Aaker discute a importância da marca como um ativo empresarial e como sua gestão pode influenciar o sucesso da organização. Outro exemplo, é o Philip Kotler conhecido como o “pai do marketing moderno”, Kotler abordou aspectos de rebranding em suas obras, como em “Marketing Management”. Ele explica que o rebranding é necessário quando uma marca não está mais ressoando com o público-alvo, ou quando mudanças significativas no mercado ou na própria empresa ocorrem. Para Kotler, o rebranding deve ser cuidadosamente planejado e executado, pois envolve riscos e investimentos consideráveis.

Um caso em que uma marca utilizou o rebranding foi a Apple nos anos 90, ela realizou uma mudança significativa, passando de uma empresa de computadores para uma marca de tecnologia inovadora, abrangendo produtos como iPods, iPhones e iPads.

O rebranding é uma ferramenta poderosa na administração de marcas, permitindo às empresas manterem-se relevantes e competitivas em um mercado em constante mudança. A eficácia do rebranding depende de um entendimento profundo das percepções dos consumidores e do mercado, bem como de uma execução estratégica cuidadosa. Autores como Aaker e Kotler fornecem

fundamentos teóricos e práticos essenciais para compreender e aplicar essa estratégia com sucesso.

O rebranding é uma prática indispensável na administração, pois permite que uma empresa tenha a possibilidade de readequar sua marca no mercado. As indústrias evoluem, com novas tendências surgindo constantemente. O rebranding ajuda as empresas a se alinharem com essas novas tendências, seja em termos de estética, valores ou tecnologia.

Ele também é útil para a renovação da identidade visual e na reputação de uma empresa, atualizar os elementos visuais como logotipo, cores, design e fachada pode revitalizar a marca e tornar suas comunicações mais atraentes. Fazendo uso do rebranding é possível desconstruir uma percepção desatualizada, renovar sua imagem e se alinhar com valores e expectativas contemporâneos.

O rebranding é uma ferramenta estratégica poderosa na administração, proporcionando às empresas a capacidade de se adaptar, diferenciar e crescer em um ambiente de negócios dinâmico. Ele ajuda a manter a relevância, superar crises, explorar novas oportunidades de mercado e alinhar a marca com os objetivos estratégicos da empresa. Se essa ferramenta for executada corretamente, o rebranding pode revitalizar uma marca e impulsionar o sucesso a longo prazo.

#### ● **TREINAMENTO PRÁTICO:**

O conceito de hard skill está ligado a um conjunto de aptidões técnicas necessárias na vida de todo profissional. Tais aptidões são responsáveis por demonstrar o nível de aperfeiçoamento técnico de um indivíduo e acabam por diferenciar um candidato do outro na busca por um emprego. Por ser tão importante no cenário profissional, as hard skills também são frequentemente utilizadas por empresas na descrição do funcionário ideal para uma determinada vaga em aberto.

A partir dessa análise, é possível entender a importância de um treinamento focado na capacitação técnica dos funcionários. Ao integrar tais processos no dia a dia de seus colaboradores, os processos já existentes na empresa tendem a fluir com maior facilidade e agilidade, uma vez que o funcionário foi treinado para aprimorar seu comportamento e habilidades técnicas.

Uma prova de que essas melhorias são necessárias em toda corporação é a pesquisa realizada pelo Work Institute em 2020, que mostra que “20% dos colaboradores que deixaram um emprego voluntariamente o fizeram por falta de oportunidades de desenvolvimento de carreira, incluindo treinamento ou qualificação.”. E entre as melhorias que podem ser observadas ao realizar o treinamento prático em algumas organizações, destacam-se a eficiência melhorada, a retenção de talentos, a melhora em sua cultura, reputação e a vantagem competitiva sobre a concorrência.

## • CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUCTA:

O conceito ligado à ideia de Código de Ética Empresarial foi criado na década de 1970 nos Estados Unidos, após um escândalo envolvendo a divulgação de um sistema de corrupção ligado a empresas do setor de equipamentos militares. Após tal acontecimento, passa-se a falar sobre ética empresarial, conceito que organiza as normas de comportamento organizacional e faz com que elas passem a ser mais claras e com caráter menos individualista. O foco principal deste estudo busca guiar e orientar colaboradores em suas decisões em diversas circunstâncias, promovendo assim a cultura organizacional que a empresa busca alcançar de acordo com seus valores.

Assim que a importância de possuir um código de ética se tornou amplamente reconhecida, diversos países, de forma geral, começaram a adotar essa prática tão importante. No Brasil, por exemplo, foi a partir do ano de 2002 que as empresas começaram a formulação e divulgação de seus códigos de ética ou de conduta.

Com o estudo do código de ética e de conduta, que está solidamente consolidado no cenário empresarial e profissional, é possível identificar diversos benefícios ao longo de sua aplicação. Primeiramente, o código oferece orientação aos colaboradores quando enfrentam situações éticas complexas, proporcionando diretrizes claras para tomada de decisões adequadas. Além disso, sua utilização serve como uma ferramenta, permitindo a identificação de práticas que violam os valores primordiais da empresa ou as leis vigentes. Adicionalmente, o código de ética assegura a conformidade legal e a regularidade em diversas áreas, ao incluir políticas e procedimentos voltados ao cumprimento das leis. Assim, a adoção eficaz de um código de ética não apenas promove um ambiente de trabalho transparente, mas também fortalece sua confiança com seu colaborador e sua comunidade

## 5 ESCOPO

O escopo é uma forma de estabelecer os objetivos finais que buscamos alcançar, aplicando todos os métodos pensados devidamente às necessidades da empresa e determinando com exatidão as metas, os prazos e os entregáveis do projeto. Sendo assim, definimos cada setor que necessita da nossa dedicação para melhorar e definimos nosso objetivo final para a evolução contínua da empresa, ajustando a área do marketing, vendas, recursos humanos e estrutura.

Para uma análise de consultoria eficaz e estratégica, é necessário definir **prazos e metas**. No primeiro momento, faremos reuniões entre os membros da consultoria para definição de ferramentas e métodos que serão utilizados ao decorrer do projeto. Após isso, apresentaremos as ideias aos sócios para estabelecermos o que será aplicado na prática e o que precisa ser realizado com mais urgência. Por fim, temos o compromisso de realizar tais ações até dezembro de 2024, quando será finalizado nosso projeto.

A consultoria se dispõe a enfrentar certos **riscos** associados a ela, como a dificuldade em implementar novas estratégias e processos devido à resistência interna da empresa. Também inserimos nesse campo de riscos as diferenças entre as expectativas da consultoria e da empresa, algo que pode causar certa divergência entre as partes, porém sanaremos tais riscos de forma ágil e eficaz.

O setor óptico se depara com alguns **desafios** relacionados, onde uma das ocorrências seria o de desenvolvimento de inovações tecnológicas, que conta com dificuldades em acompanhar e implementar novas tecnologias e tendências desse segmento, enfrentando também intensa competição no mercado e necessidade de diferenciação. Por último, trabalharemos para sancionar todos esses desafios, dando atenção também ao alinhamento claro das expectativas entre ambas as partes desde o início do projeto.

A respeito dos **resultados**, esperamos atender as expectativas da empresa no processo de redução de custos e otimização dos recursos, aumentando as vendas de maior qualidade para o cliente, bem como melhorando as habilidades e competências da equipe interna, alcançando a satisfação dos clientes e colaboradores.

## 6 PROBLEMÁTICA E SOLUÇÕES

Apresentaremos a seguir as problemáticas encontradas ao decorrer da nossa análise consultológica, bem como as soluções para cada uma delas. A fim de maior organização, dividimos as problemáticas em quatro áreas: Recursos Humanos, Marketing, Logística (mudanças na estrutura da empresa) e Vendas e Comércio Eletrônico.

### 6.1 RECURSOS HUMANOS:

De acordo com o escritor Idalberto Chiavenatto, os recursos humanos são uma das áreas mais importantes dentro de uma empresa, sendo essencial para facilitar e mediar as necessidades dos colaboradores e os objetivos da organização, além de ser responsável por criar políticas e práticas que promovam o desenvolvimento dos funcionários.

Nesse viés, de acordo com o turnover da empresa, que é o índice que mede a rotatividade de funcionários, percebe-se que uma das maiores dificuldades da empresa é a fidelização de colaboradores e a comunicação entre os mesmos na organização, o que afeta a eficiência logística da empresa, tendo sempre que haver trocas constantes de novos funcionários devido aos mesmos não se enquadrarem nas missões, visões e valores da empresa, tais problemáticas estão diretamente ligadas à área de recursos humanos.

Dentro dessa perspectiva, visando cessar os imbróglios encontrados na área de recursos humanos a consultoria desenvolveu um código de ética, com o intuito de que haja reorganização nos critérios de conduta entre os colaboradores, visando a eficácia na comunicação entre os indivíduos.

Segundo a Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo (Fatec) de Itu, o código de ética é um conjunto de diretrizes e princípios que orientam o comportamento ético e profissional de indivíduos ou grupos de uma determinada área ou organização. Ele estabelece as normas e valores que devem ser seguidos para promover a integridade, a responsabilidade e o respeito mútuo, visando garantir práticas justas e éticas nas ações e decisões relacionadas ao campo de atuação em questão, que no caso da empresa é o ramo óptico.

## 6.2 MARKETING:

Um ponto a ser considerado na análise da Óticas Priosti é na área de marketing, a forma que a empresa desenvolve o seu site não é muito eficaz e suas publicações na rede social TikTok não são tão constantes, o que afeta a captação de novos clientes.

Sem uma estratégia de marketing eficaz a captação de novos clientes se torna mais complexa, o que contribui para que a empresa permaneça desconhecida para muitos potenciais clientes, dificultando a expansão e o crescimento do negócio. Isso resulta em uma perda de participação no mercado para diversos concorrentes.

De acordo com o escritor Philip Kotler, conhecido como o pai do marketing moderno, "O marketing não é a arte de encontrar maneiras inteligentes de se livrar do que você faz. É a arte de criar valor genuíno para os clientes." Essa citação destaca que o marketing vai além de simplesmente vender um produto ou serviço, trata-se de construir um valor real para o cliente, o que é essencial para o sucesso e crescimento de qualquer empresa.

Para solucionar esse desfalque, sugerimos a contratação de um funcionário profissional especializado em marketing para identificar e desenvolver as estratégias necessárias nessa área em prol da melhoria da empresa. Como resultado, o Instagram se tornou uma rede de maior alcance, com uma qualidade maior e com publicações mais chamativas e padronizadas

Investir nessa proposta será de grande importância para o desenvolvimento do negócio, ajudando a empresa a alcançar um público mais amplo, além de ampliar sua visibilidade no mercado e promover outras vantagens oferecidas pela consultoria.

### **6.3 LOGÍSTICA (MUDANÇA NA ESTRUTURA DA EMPRESA):**

Durante o processo de consultoria, foi identificada a necessidade de implementar mudanças significativas no aspecto externo da empresa “Óticas Priosti”, buscando aprimorar a perspectiva da marca por parte de seus clientes. Afinal, como afirma Copello (2018), “Os resultados que você deseja, passam pelas mudanças que a sua organização precisa”. Após um estudo estratégico diverso, nosso grupo desenvolveu um conjunto de ideias e recomendações voltadas para a renovação e atualização da fachada.

Desde o início do projeto de consultoria, os proprietários expressaram seus interesses em realizar a mudança na fachada da loja. Os donos compreenderam que a imagem externa do estabelecimento é crucial para atrair clientes e reforçar a identidade da marca. Para atender a essa demanda, nossa consultoria se empenhou em desenvolver ideias criativas e funcionais que se adequassem com a visão dos proprietários.

Além de apresentar propostas de design, também auxiliamos os proprietários na busca por uma empresa especializada na criação da nova fachada. Nossa equipe realizou uma pesquisa de mercado e constatou diversas empresas que têm experiência nesse tipo de projeto.

Sabendo da necessidade de urgência que essa etapa do projeto exigia, iniciamos as conversas com antecedência, já que os proprietários tinham como meta realizar a inauguração da loja com a nova fachada em outubro de 2024. Essa decisão exigiu um planejamento cuidadoso e uma colaboração eficaz entre todas as partes envolvidas, incluindo fornecedores e a equipe de consultoria. Assim, asseguramos que cada etapa do processo fosse cumprida dentro do prazo estipulado, permitindo que os proprietários alcançassem seu objetivo de reabertura com uma nova imagem que refletisse a evolução da sua marca.

## 6.4 VENDAS E COMÉRCIO ELETRÔNICO:

Segundo o especialista em gestão de marcas e marketing digital, David Aker enfatiza a importância da presença digital para o sucesso empresarial: “Construir uma marca forte requer criar uma presença online impactante e consistente, que seja capaz de conectar-se emocionalmente com o público.” (Aker, 2012).

Mediante essa citação é o cenário atual, a área de comércio eletrônico da ótica enfrenta diversos desafios que impactam diretamente seu desempenho nas vendas on-line, especialmente através das redes sociais e do site institucional. Entre as principais dificuldades, destacamos:

- 1- Baixa visibilidade online: A presença digital da ótica não é suficientemente forte, o que limita o alcance de clientes potenciais. A falta de otimização para motores de busca (SEO) - conjunto de técnicas e estratégias que visa melhorar o posicionamento de um site nos mecanismos de busca, gerando aumento na visibilidade e no tráfego orgânico - e a eficiência de campanhas publicitárias eficazes reduziram o tráfego no site e nas redes sociais.
- 2- Experiência do Usuário Insatisfatória: O site apresenta uma navegação confusa e informações incompletas, dificultando a jornada de compra. A falta de informações claras sobre produtos e serviços pode desestimular os visitantes a realizar compras.
- 3- Integração de Canais de Vendas: A comunicação entre os canais on-line é inadequada, resultando em uma experiência inconsistente para o cliente. A ausência de um sistema unificado para gerenciar estoques e pedidos compromete a eficiência operacional.
- 4- Atendimento ao cliente: O suporte ao cliente on-line é limitado, o que pode levar à insatisfação e à perda de vendas. Respostas lentas e a falta de canais de comunicação adequados (como chat ao vivo) impactam negativamente a experiência do usuário.

Para enfrentar essas problemáticas, a Prime Consult propõe a implementação das seguintes melhorias:

- 1- Aprimoramento da Presença Digital: Investir em estratégias de SEO e publicidade digital, como Google Ads e anúncios em redes sociais, para aumentar a visibilidade e atrair novos clientes. A criação de conteúdos relevantes e informáticos também ajudará a proporcionar a ótica como referência no setor.
- 2- Reformulação e Atualização do site: Realizar uma reformulação completa no site, focando em um design responsivo e intuitivo. Isso inclui melhoria na navegação, otimização da velocidade de carregamento e a disponibilização de informações detalhadas sobre produtos, como descrições, valores, fotos e avaliações de clientes.;
- 3- Integração de canais de venda: Implementar um sistema de gestão unificado que integre as vendas on-line e físicas, melhorando o atendimento ágil ao cliente, facilitando o controle de estoque e melhorando a eficiência operacional. Isso irá permitir uma experiência de compras mais coesa e satisfatória.

## 7 RESULTADOS

Fundamentado nas considerações mencionadas, espera-se que todas as problemáticas sejam eliminadas e que haja melhoria nas áreas de recursos humanos, marketing, logística e vendas e comércio eletrônico, permitindo, dessa forma, que a ótica tenha uma imagem positiva, sendo reconhecida pelos seus clientes como uma empresa comprometida em trazer produtos de alta qualidade a preços acessíveis, tendo, dessa forma, um reconhecimento consolidado no contexto do mercado local em que a mesma opera.

Através da implementação das soluções que foram propostas pela consultoria para cada um dos imbróglgios encontrados na empresa, tem-se uma perspectiva de que a mesma cresça gradualmente, com uma previsão de que tal crescimento ocorra em um período estimado de um ano, durante o qual as melhorias nas áreas específicas deverão começar a surtir efeito. Tal intervalo de tempo é considerado suficiente para que essas melhorias sejam adotadas pela empresa em geral, incluindo a diretoria e seus funcionários, e para que se tornem o padrão da ótica, refletindo de maneira positiva nos resultados da mesma e na relação entre os vendedores e clientes.

A consultoria ao realizar uma abordagem abrangente em relação aos problemas encontrados na ótica que atrapalhavam o crescimento da mesma, desenvolveu uma série de melhorias que além de poder eliminar os problemas encontrados também contribui para que o ambiente empresarial se torne mais produtivo e saudável, o que cria uma base sólida para o desenvolvimento produtivo da ótica, além de fortalecer a impressão positiva que a mesma já tem com seus clientes.

## 7.1 FOTO DOS RESULTADOS OBTIDOS

### 7.1.1 RECURSOS HUMANOS:<sup>4</sup>



*Figura 4 - Palestra sobre a Importância do bom Relacionamento Organizacional*



*Figura 5 - Aplicação do Código de Ética e Conduta*

---

<sup>4</sup> Fonte: 4 e 5 – Prime Consult

### 7.1.2 MARKETING - LOGO DA MARCA:

- Área visual - Logo - Antes:<sup>5</sup>



*Figura 6 - Logo antes*

- Área visual - Logo - Depois:



*Figura 7 - Logo depois*

---

<sup>5</sup> Fonte: 6 e 7 – Prime Consult

## 7.1.2 MARKETING - PERFIL DO INSTAGRAM:

➤ Área visual - Instagram - Antes.<sup>6</sup>

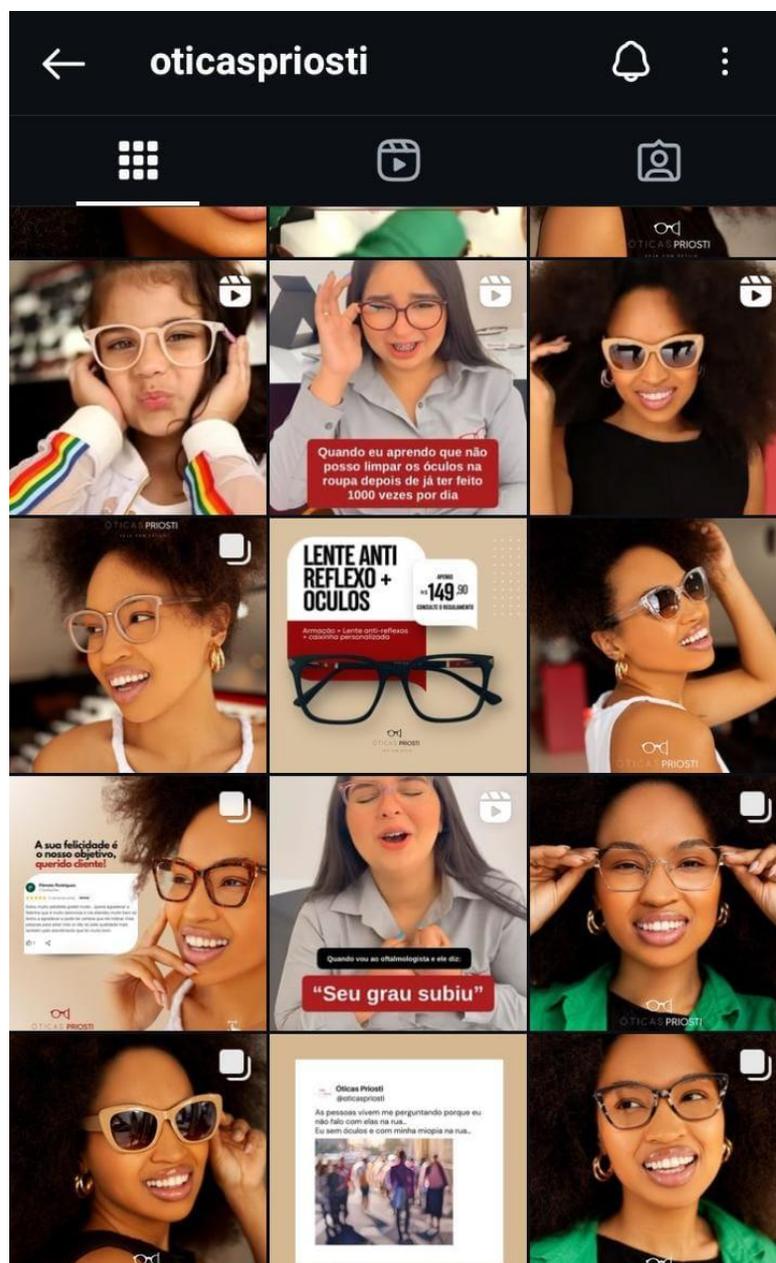


Figura 8 - Desorganização e falta de constância entre as postagens

<sup>6</sup> Fonte: Óticas Priosti

➤ Área visual - Instagram - Depois:<sup>7</sup>

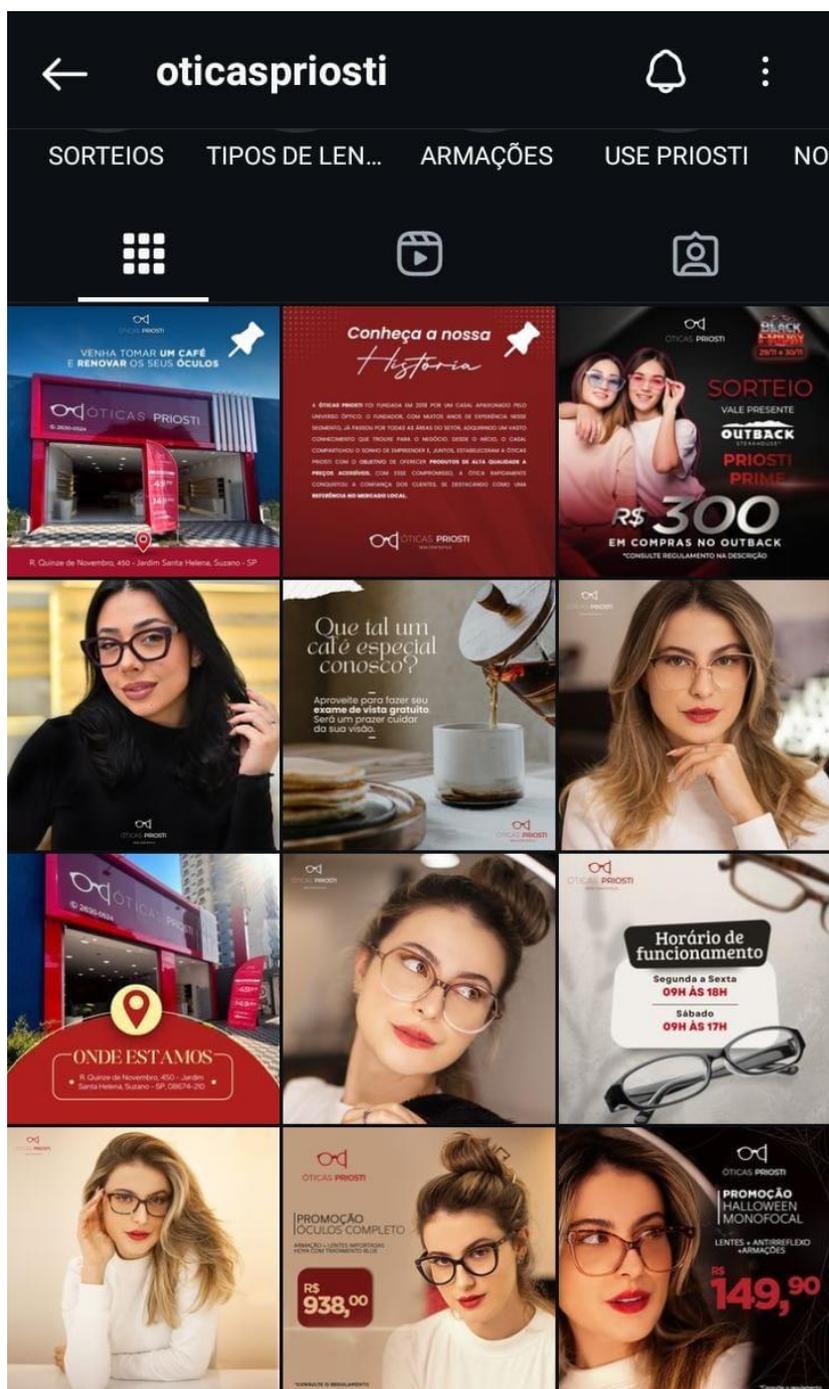


Figura 9 - Padronização e constância ativa entre as postagens

<sup>7</sup> Fonte: Ótica Priosti

### 7.1.3 LOGÍSTICA:<sup>8</sup>



Figura 10 - Fachada da Empresa - Antes



Figura 11 - Fachada da Empresa - Depois

<sup>8</sup> Fonte: 10 e 11 – Ótica Priosti

## 7.1.4 VENDAS E COMÉRCIO ELETRÔNICO:

➤ Aperfeiçoamento do Site:<sup>9</sup>

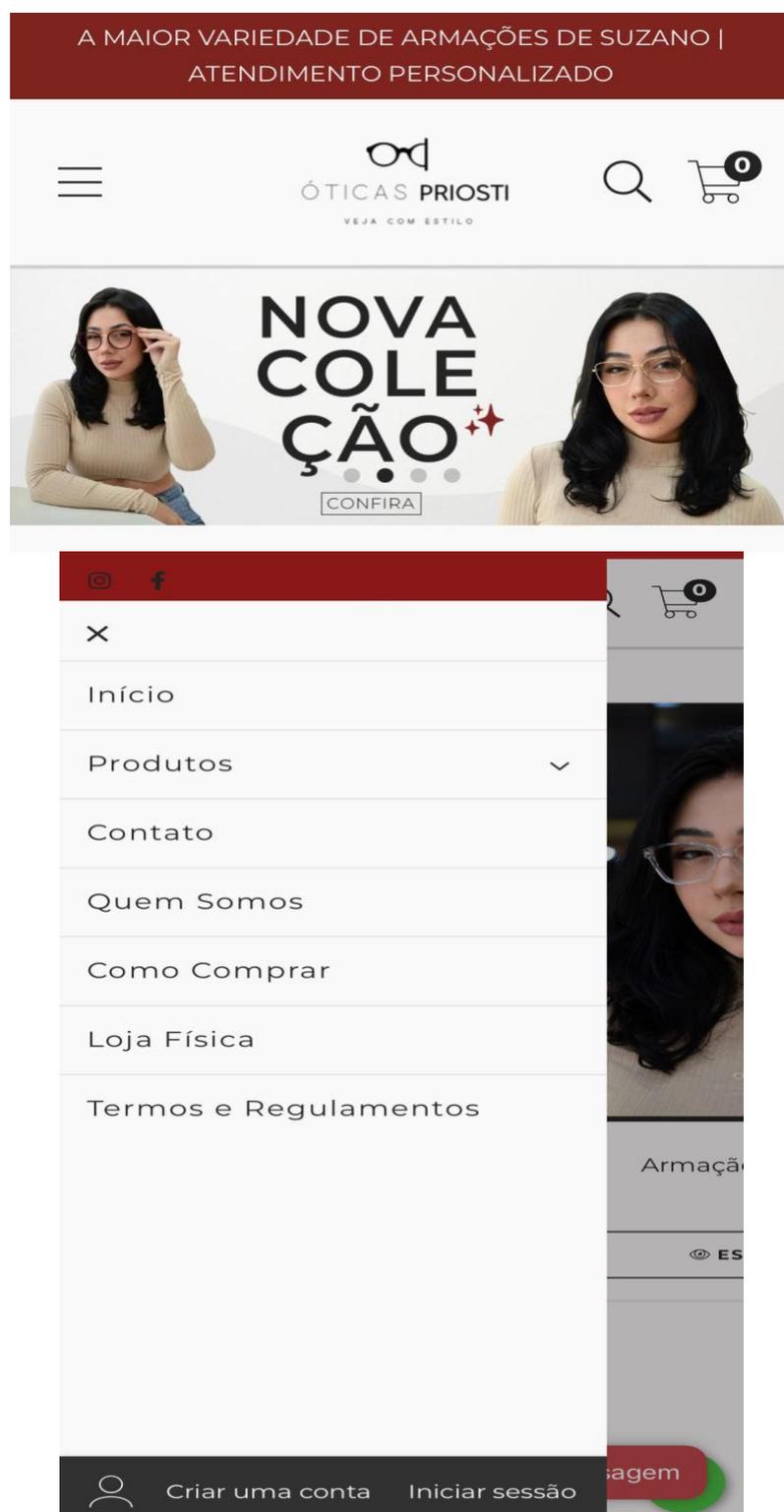


Figura 12 - Interface do Site

<sup>9</sup> Fonte: Ótica Priosti

## 8 FOTOS PARA COMPROVAÇÃO DOS TRABALHOS REALIZADOS<sup>10</sup>



*Figura 13 - Assinatura da Proposta Comercial*



*Figura 14 - Análise da Proposta Comercial*

---

<sup>10</sup> Fonte: Prime Consult



*Figura 15 - Organização do Estoque<sup>11</sup>*



*Figura 16 - Organização do Estoque*

---

<sup>11</sup> Fonte; Prime Consult



Figura 17 - Organização e Verificação dos Itens da área expositiva<sup>12</sup>



Figura 18 - Organização e Verificação dos Itens da área expositiva

---

<sup>12</sup> Fonte: Prime Consult

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para concluir, este trabalho analisou o impacto da consultoria empresarial na otimização de processos organizacionais, buscando entender os desafios e oportunidades que a empresa e colaboradores encaram neste campo empresarial. Ao longo desse processo foi revelado que a implementação de práticas consultivas pode aumentar significativamente a eficiência e a produtividade das empresas. Acreditamos que essas descobertas são importantes porque mostram como a consultoria pode ser uma ferramenta essencial para a inovação e a competitividade no mercado.

A Óticas Priosti foi a empresa escolhida para passar pela consultoria Prime Consult. O propósito dessa consultoria é impulsionar a empresa no mercado, focando em estabelecer bases sólidas, relacionamentos baseados na confiança com os clientes, assegurar qualidade dos produtos e estabilizar o faturamento conforme os objetivos dos empresários. Para realizar tal análise foi efetuada uma revisão teórica sobre os principais tópicos pertinentes ao assunto, com ênfase no marketing, recursos humanos, logística e estoques. Nossas análises mostraram como as melhorias beneficiam não apenas as empresas que adotam consultoria, mas também os consultores que podem reavaliar suas abordagens com base nos resultados obtidos.

Os projetos relacionados ao marketing são uma parte crucial para a identidade da empresa, além do produto, a imagem e como ela é vendida é fundamental para o crescimento comercial e influencia a percepção do consumidor sobre a empresa. É essencial também que se dê a devida atenção para a área de recursos humanos, para que possa ocorrer um melhor desenvolvimento das relações interpessoais entre os funcionários, melhorando também a comunicação dos mesmos com o público, pois, a forma de tratamento com o cliente interfere em sua fidelização e avaliação do negócio. Para finalizar, os planos para o setor logístico devem ser implementados de maneira correta para que tenham um controle e organização da área interna e que possam contribuir para o progresso da empresa.

Esperamos que este estudo contribua significativamente para o desenvolvimento e evolução da empresa e ajude a orientar os profissionais para buscar sempre a excelência em seus trabalhos.

## 10 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PATEL, N. **Entenda a importância do tráfego no ecommerce e como atrair leads.** Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/trafego-para-ecommerce/>>. Acesso em: 21 out. 2024.

PATEL, N. **12 maneiras de otimizar SEO para páginas de categorias.** Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/seo-para-paginas-de-categorias/>>. Acesso em: 21 out. 2024.

RODRIGUEZ, A. **Ferramentas de pesquisa de mercado: conheça as 10 melhores!** Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/ferramentas-de-pesquisa/>>. Acesso em: 12 set. 2024.

ALVES, R. **Consultoria de marketing: o que é e quando é a hora de contratar?** Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/consultoria-de-marketing/>>. Acesso em: 03 maio. 2024.

SCHULTE, A. **A força das mensagens na experiência do cliente.** Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/a-forca-das-mensagens-na-experiencia-do-cliente>>. Acesso em: 20 out. 2024.

BUSUP. **Estoque organizado: porque é fundamental em tempos de crise.** Disponível em: <<https://www.busup.com/pt-br/blog/estoque-organizado>>. Acesso em: 29 out. 2024.

FABIO. **Planejamento Logístico: Entenda O Que É e Como Fazer o Seu.** Disponível em: <<https://implantait.com.br/planejamento-logistico-o-que-e-e-como-otimizar-seus-processos/>>. Acesso em: 29 out. 2024.

VALINOR, R. **Consultoria: entenda o que é, como funciona e quais tipos. Remessa News - Notícias Sobre Transferências Internacionais e Câmbio.** Disponível em: <<https://www.remissaonline.com.br/blog/consultoria/>>. Acesso em: 16 jun. 2024

**CRM: O que é CRM e quais os benefícios?** Disponível em: <<https://www.salesforce.com/br/crm/>>. Acesso em: 17 jul. 2024.

GUIMARÃES, C. **Mercado de consultorias deve crescer até 50% nos próximos anos, e a área de RH se destaca.** Disponível em: <<https://www.contadores.cnt.br/noticias/tecnicas/2023/08/23/mercado-de-consultorias-deve-crescer-ate-50-nos-proximos-anos-e-a-area-de-rh-se-destaca.html>>. Acesso em: 29 mai. 2024.

FERREIRA, K. **Rebranding: o que é + 5 exemplos de reposicionamento de marca.** Disponível em: <<https://blog.somostera.com/marketing-digital/rebranding>>. Acesso em: 29 mai. 2024.

MEDEIROS, N. **Os principais rebrandings de 2023 – e o que podemos aprender com eles.** Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/rebrandings-de-2023/>>. Acesso em: 29 out. 2024.

**Treinamento nas empresas: entenda por que é essencial desenvolvê-lo!** Disponível em: <<https://franklincovey.com.br/blog/treinamento-nas-empresas/>>. Acesso em: 29 out. 2024.

STUDART, L. **Por que treinamentos são importantes para empresas e seus colaboradores?** Disponível em: <<https://billythegrill.com.br/por-que-treinamentos-sao-importantes-para-empresas-e-seus-colaboradores/>>. Acesso em: 10 ago. 2024.

FIA. **Código de conduta: o que é, objetivo e exemplos nas empresas.** Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/codigo-de-conduta/amp/>>. Acesso em: 03 mai. 2024

CONCUR, S. A. P. **Qual a importância de um código de ética e conduta empresarial?** Disponível em: <<https://www.concur.com.br/blog/article/qual-importancia-de-um-codigo-de-etica-e-conduta-empresarial>>. Acesso em: 16 abr. 2024.

Linx. **Mercado ótico: 7 tendências para ficar de olho.** Disponível em: <<https://www.linx.com.br/blog/mercado-otico-7-tendencias-para-ficar-de-olho/>>. Acesso em: 15 maio. 2024.

Zendesk. **Matriz BCG: o que é, como funciona e como criar a sua.** Disponível em: <<https://www.zendesk.com.br/blog/matriz-bcg-o-que-e/>>. Acesso em: 03 Jun. 2024.

Valera, R. **Balanced Scorecard (BSC). Gestão Empresarial FATEC.** Disponível em: <<https://gestaoempresarialfatec.wordpress.com/2017/06/15/balanced-scorecard-bsc/>>. Acesso em: 15 Jun. 2024.

Castro, C. M. **Rebranding: o que é, como funciona, desafios e exemplo de sucesso.** Disponível em: <<https://blog.prosperidadeconteudos.com/rebranding>>. Acesso em: 17 Jun. 2024.

Publi. **Planejamento de marketing: saiba por que ele é importante para as empresas.** Disponível em: <<https://www.publi.com.br/planejamento-de-marketing/>>. Acesso em: 15 set. 2024.

Passos, A. **Quando Marketing encontra Vendas.** Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/quando-marketing-encontra-vendas-alfredo-passos-zc89f>>. Acesso em: 2 set. 2024.



# 12 APÊNDICE B - CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

**ÓTICAS PRIOSTI**  
VEJA COM ESTILO

**MANUAL DE BOA CONDUTA**

**ÓTICAS PRIOSTI**

## Boa Conduta

Este código foi criado com muito cuidado, inspirado em grandes empresas do nosso setor, com o objetivo de alinhar todos na mesma direção, apesar das diferenças. Queremos que nossa equipe e revenda de forma integrada, sabendo que nosso foco é com destaque no mercado. Contamos com cada um de vocês para espalhar essas informações.

A Priosti se compromete a investigar qualquer indício de violação do código de ética para a Integridade, desde que sejam ações até casos mais sérios, para garantir que não haja comportamentos antitéticos no desenvolvimento. Opere não registre no desenvolvimento, nossas diretrizes podem sofrer ajustes a qualquer momento, que vão de advertências a demissão por justa causa, conforme a lei.

Levaremos em este código pode sofrer alterações e, quando necessário, todas sendo informados de forma digital ou física.

### Índice

Sobre nós	02
Visão	03
Missão	04
Valores	05
Nosso espaço físico	06
Áreas comuns	06
Respeito	07
Diversidade	07
Cooperativa	08
Responsabilidade Individual e Cooperativas	09
Integridade e transparência	09
Verbas e liberação de férias	10
Operacionalidade	10
Fluxo de caixa	10
Segurança de informações	11
Comunicação interna e externa	11
Trabalho e contraratação	11
Ações Internas e Imagem	11
Para nossos clientes	11
Política não assinada	11

## SOBRE NÓS.

*Somos diferentes como pessoas e iguais como empresa.*

Acreditamos e respeitamos a diversidade e a individualidade de cada pessoa. Quanto mais diferentes somos, mais aprendemos a crescer e a respeitar os valores dos outros.

Como empresa, é importante que todos estejam alinhados com os mesmos objetivos, seguindo as orientações certas para caminharmos juntos. Aqui, valorizamos um ambiente aberto, onde todos podem expressar suas opiniões e sugerir melhorias.

Acreditamos que as atitudes dentro da empresa refletem quem somos fora dela. Não se trata de viver personagens, mas de agir com os mesmos valores de honestidade, integridade e respeito em qualquer lugar.

# Visão

Nossa visão é nos consolidar como uma referência no mercado óptico, com ações que reflitam diretamente nos nossos resultados. Buscamos crescimento contínuo, sempre inovando na estrutura das lojas e investindo em treinamentos para aprimorar o desempenho da equipe.

Nossa missão é proporcionar qualidade de vida aos clientes e colaboradores, oferecendo produtos de alta qualidade a um preço justo, com foco no melhor custo-benefício e excelente qualidade visual.

Valorizamos o atendimento personalizado, transparência e clareza são pilares em nossas relações, buscando sempre superar expectativas com excelência, respeito e compromisso.

# Missão

# Valores

Esperamos que nossos colaboradores sejam transparentes, honestos e diretos na comunicação com a empresa e clientes. Valorizamos a ética e não toleramos falta de clareza. Buscamos pessoas proativas e comprometidas com o crescimento, oferecendo treinamentos para quem se dedica. Quem estiver desmotivado ou desalinhado deve considerar outras oportunidades.

## NOSSO ESPAÇO FÍSICO

Acreditamos que o ambiente de trabalho é uma extensão da nossa casa. Assim como mantemos nossa casa limpa e organizada, esperamos o mesmo no trabalho. Se sujou, limpe. Se você usou ou tirou do lugar, organize. Se algo está quebrado, avise para nos comprometermos. Ao sair, arrume sua mesa, papéis, lixo e verifique se os equipamentos estão desligados. Não depende apenas da equipe de limpeza, o cuidado é de todos.

### ÁREAS COMUNS

Como sala de reunião, banheiros, cozinha e áreas externas, são de todos. Cuidado de todos para mantermos um ambiente agradável. Não deixe papéis ou lonjas sujas espalhadas. Organize o que estiver fora do lugar sem esperar pelos outros. Ao sair, verifique se não há fios ou equipamentos no caminho, e o último a sair deve desligar o ar condicionado, ventilador, apagar as luzes e ativar o alarme.

## Respeito

Na ÓTICAS PRIOSTI, o respeito é essencial. Todos devem ser tratados com dignidade, sem discriminação. Promovemos um ambiente inclusivo que estimula a criatividade e a inovação, e não toleramos discriminação, que deve ser reportada imediatamente. Incentivamos a comunicação aberta para resolver dúvidas e sugestões.

## Diversidade

Devemos respeitar pessoas de todas as regiões do Brasil e do mundo, de todas as classes sociais, independentemente de orientação sexual, cor da pele, crenças e de todos os tipos de formação profissional e intelectual.

## Cooperativa

Queremos que todos os colaboradores tenham uma atitude de "dono", cuidando do trabalho com atenção e buscando sempre novas ideias e melhorias. Cada um, independente da carga, deve proteger e valorizar o que temos, ajudando a empresa a crescer e garantir o sustento de todos.

## Responsabilidade Individuais e Cooperativas

Todo colaborador, independentemente da sua função, departamento, cargo e salário, será tratado com respeito e atenção e terá sua contribuição reconhecida e respeitada, com direito a um ambiente de trabalho que promova seu desenvolvimento pessoal e profissional e liberdade de expressão. Todos têm vez e voz para sugerir ações e soluções.

## Horários

Todos os colaboradores devem seguir os horários e formatos de trabalho definidos para garantir a fluidez das operações e a satisfação dos clientes. Em caso de dúvidas ou necessidade de ajustes, entre em contato com seu superior.

## Imagem e reputação

O comportamento de nossos colaboradores também compõe o valor da nossa marca. Portanto, nossos colaboradores são responsáveis pela nossa imagem e confiamos em cada um deles o zelo por nossos princípios e valores.



## Verbas LIBERAÇÕES

### ações

O valor destinado à decoreação, itens para os clientes e produtos de limpeza deve ser solicitado e autorizado previamente pelo responsável. Temos o valor de R\$ 100,00 por mês para a compra de itens para as reuniões de alinhamento de metas e indicadores da empresa. Lembre-se: todas as ações devem ser registradas e enviadas ao gestor do setor responsável, que cuidará dos registros.

### operacionais

As despesas com transporte, produção de materiais e atendimentos estão cobertas pelo financeiro, mas é importante avisar com 24 horas antecedência para que tudo seja organizado. Se precisar pagar algo do próprio bolso, avise o financeiro antes e siga o processo de reembolso, que só será feito com a apresentação de nota fiscal ou recibo.

## DIA A DIA

Cada colaborador deve ter atenção e cuidado com as informações gerenciadas por ele. Guardar, bem os documentos relativos às suas atividades e zelar pelo mesmo de forma organizada para cada cliente para que não haja cruzamentos de informações de diferentes atividades.

## SIGILO DE INFORMAÇÕES

Nossos integrantes devem manter confidencialidade e o mais absoluto sigilo das informações não públicas sobre negócios, clientes, práticas, segredos comerciais, preços, operações e resultados financeiros a qualquer tempo, inclusive após seu desligamento da organização. Todos os integrantes devem evitar divulgações, ainda que não oficiais (boatos de qualquer espécie) mesmo a parentes, familiares, cônjuges e especialmente colegas de trabalho que atuam na concorrência. O que acontece PRIOSTE na fica na PRIOSTE. Como previsto no TERMO DE CONFIDENCIALIDADE.



## Comunicação INTERNA E EXTERNA

A partir da criação deste código, apenas profissionais indicados para exercer o papel de porta-vozes estão autorizados a falar em nome da PRIOSTE. Se um colaborador for procurado para dar informações, entrevistas, palestras ou escrever artigos em nome da empresa a algum veículo de comunicação ou entidade educacional o colaborador deverá informar seu superior e obter autorização prévia.

## Festas e Conferências

É permitido realizar eventos festivos para colaboradores na loja. Caso opte por uma festa interna, deve informar previamente para que possamos avaliar o caso do evento.

## ações INTERNAS E INTEGRAÇÃO

São as centralizadoras de ações internas que promovem a interação entre as equipes da empresa. Várias ações como Café Brevê, Reuniões Tripartites e dias Corporativos e as suas variações assim como outras ações que estimulam a troca de ideias e a criatividade. Essas ações são incentivadas pela empresa mas devem ser efetivadas pelo grupo, em consenso acerca sobre datas e realização. A Priosti disponibilizará a verba condicional e item que trata de despesas nesse código.



## Para nossos clientes

nossos principais objetivos são:

<b>ATENDIMENTO AO CLIENTE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seja amigável e profissional</li> <li>- Resolva dúvidas e problemas rapidamente</li> </ul>	<b>ENTENDIMENTO DAS NECESSIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ouça atentamente para identificar o que o cliente precisa.</li> <li>- Ofereça soluções personalizadas.</li> </ul>	<b>ENTREGA E SERVIÇOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Assegure-se de que os óculos e lentes sejam entregues nos prazos.</li> <li>- Informe os clientes sobre o status de seus pedidos.</li> </ul>
<b>QUALIDADE DOS PRODUTOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Garanta que os óculos e lentes estejam em perfeitas condições.</li> <li>- Explique as benefícios e características de cada produto.</li> </ul>	<b>TRANSPARÊNCIA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Forneça informações claras sobre preços e prazos.</li> <li>- Seja honesto sobre prazos e possibilidades.</li> </ul>	<b>EXPERIÊNCIA CONSISTENTE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantenha um serviço de qualidade em todas as interações.</li> <li>- Ofereça uma experiência agradável tanto na loja quanto online.</li> </ul>
<b>PROATIVIDADE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Antecipe as necessidades dos clientes e ofereça sugestões úteis.</li> <li>- Mantenha-se atualizado sobre novas tendências e tecnologias.</li> </ul>	<b>RELACIONAMENTO COM O CLIENTE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construa relacionamentos duradouros e cuide dos clientes após a compra.</li> <li>- Ofereça suporte contínuo e lembre-se dos clientes frequentes.</li> </ul>	<b>CAPACITAÇÃO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participe de treinamentos para melhorar suas habilidades.</li> <li>- Compartilhe conhecimentos e melhores práticas com a equipe.</li> </ul>

## Práticas não aceitáveis



- Empreendimento profere qualquer atividade que concorra com as regiões ou que não condizem com os interesses da Priosti.
- É proibida a comercialização de mercadorias de interesse particular nos estabelecimentos da loja, salvo quando autorizado pelo diretor.
- É proibida o empolvimento da loja em atividades políticas partidárias e uso do nome da loja em qualquer ação deste tipo.
- É proibida o uso de equipamentos e dependências da agência para realização de atividades pessoais ou parciais.
- É inaceitável discriminar em virtude de origem, idade, opção política, condição social, econômica ou física, nacionalidade, raça, cor, sexo, religião, sexo, orientação sexual, identidade de gênero, estado civil, característica física ou deficiência.
- São proibidos todos os atos de ofensas ou agressões (físicas e/ou verbais).
- É vedado o uso de drogas dentro do ambiente de trabalho.
- Não é permitido o uso de campo, de ferramentas de trabalho ou de informações privilegiadas para obter vantagens, favorecimentos, obter vantagens ou impedir de bens substanciais para os demais clientes.



**OD**

**ÓTICAS PRIOSTI**

VEJA COM ESTILO

### 13 APÊNDICE C - CRONOGRAMA DE HORAS TRABALHADAS

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES - CONSULTORIA DA ÓTICA PRIOSTI		
VALOR PRO HORA: R\$140,00		
COLABORADOR	ATIVIDADE	QUANTIDADE DE HORAS
TODAS	Apontamento da problemática	2h
TODAS	Hipóteses de solução	2h
TODAS	Análise das soluções na prática	2h
TODAS	Reunião Inicial com a Empresa	3h30min
Maria Eduarda	Formação da Proposta Comercial	5h
Beatriz	Orçamento de Empresas para Atualização da Fachada	5h
Maria Eduarda	Orçamento de Empresas para Área de Marketing	7h
Julia	Elaboração do Relatório para apresentação dos Orçamentos Cotados	3h30
TODAS	Reunião com a Empresa para apresentar os dados obtidos	2h
TODAS	Formulação da Metodologia (Conceitos)	7h
TODAS	Formulação da Metodologia (Aplicações)	5h
TODAS	Reunião com a Empresa para apresentação da Metodologia	3h
TODAS	Início da Resolução (Marketing)	1h
TODAS	Continuação da Resolução (Marketing)	1h30
TODAS	Finalização da Resolução (Marketing)	4h
TODAS	Criação do Código de Ética e Conduta (Especializado para a Empresa)	10h
TODAS	Início da Resolução (Recursos Humanos)	3h
TODAS	Continuação da Resolução (Recursos Humanos)	6h
TODAS	Finalização da Resolução (Recursos Humanos)	2h
TODAS	Início da Resolução (Logística)	1h

TODAS	Continuação da Resolução (Logística)	5h
TODAS	Finalização da Resolução (Logística)	1h30
TODAS	Reunião de Verificação de Resultados Obtidos	2h
TODAS	Reunião para Agradecimentos Finais e Encerramento da Consultoria	4h
<b>TOTAL DE HORAS</b>		<b>101h</b>