

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLOGIA PAULA SOUZA  
ETEC DE POÁ NOVOTEC ADMINISTRAÇÃO**

**Ana Luisa Almeida do Nascimento**

**Bruna Ribeiro Luiz**

**Camilly Vaz Torres**

**Sabrina Vitória Calabrese Carlos**

**CONSULTORIA DO SALÃO DE BELEZA ATELIÊ DA MANU**

**São Paulo – SP**

**2024**

**Ana Luisa Almeida do Nascimento**

**Bruna Ribeiro Luiz**

**Camilly Vaz Torres**

**Sabrina Vitória Calabrese Carlos**

## **CONSULTORIA DO SALÃO DE BELEZA ATELIÊ DA MANU**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Etec De  
Poá Curso Técnico de Administração de Empresas.

Orientador (a):

**Alessandra L. Pereira**

**São Paulo – SP**

**2024**

## DEDICATÓRIA

Dedicamos para a proprietária do salão de beleza Ateliê Manu, Talita Coelho, que cedeu seu tempo para que fosse possível realizarmos o nosso projeto. E para a Professora Alessandra, que sempre nos guiou com muita atenção e carinho durante nossa jornada nesse trabalho.

“O insucesso é apenas uma oportunidade para  
recomeçar com mais inteligência.” (Henry Ford)

## RESUMO

Atualmente a economia é caracterizada por uma competição acirrada, as organizações encaram uma demanda incessante de se adaptar para manter sua relevância no mercado. A Consultoria BASC estabelece-se como um parceiro para a empresa Ateliê da Manu, propondo melhorias na gestão de marketing, um design diferente e moderno no local e um diferencial no atendimento aos clientes.

O objetivo central reside na identificação e na implementação de estratégias altamente eficazes visando manter a empresa alinhada com as demandas e tendências do mercado. Paralelamente, a consultoria reconhece a importância de contar com uma equipe devidamente habilitada e responsável diante aos desafios que possam enfrentar, para assegurar o sucesso no âmbito corporativo.

Como resultado, concentra seus esforços no desenvolvimento de estratégias de marketing personalizadas, com o objetivo de chamar a atenção e manter o interesse do público-alvo em seus serviços, também focando no planejamento da montagem de uma planta do estabelecimento para que possa ser desenvolvido um novo visual.

Em resumo, a Consultoria BASC dedica-se a auxiliar o Ateliê da Manu na superação aos obstáculos envolvendo à gestão de marketing, a organização do ambiente e outras questões em ascensão. Essas ações têm como objetivo cumprir com êxito as melhorias propostas para fortalecer a posição da empresa em um ambiente com destaque na concorrência, garantindo seu prosseguimento bem-sucedido nos negócios.

**Palavras-chave:** Consultoria, Ateliê, estratégias, marketing, gestão, proposta.

## ABSTRACT

Currently the economy is characterized by fierce competition, organizations face an incessant demand to adapt to maintain their relevance in the market. BASC Consulting establishes itself as a partner for the company Ateliê da Manu, proposing improvements in marketing management, a different and modern design at the location and a difference in customer service. Currently the economy is characterized by fierce competition, organizations face an incessant demand to adapt to maintain their relevance in the market. BASC Consulting establishes itself as a partner for the company Ateliê da Manu, proposing improvements in marketing management, a different and modern design on site and a difference in customer service.

The central objective lies in identifying and implementing highly effective strategies aimed at keeping the company aligned with market demands and trends. At the same time, the consultancy recognizes the importance of having a team that is duly qualified and responsible for the challenges they may face, to ensure success at the corporate level.

As a result, it focuses its efforts on developing personalized marketing strategies, with the aim of attracting the attention and maintaining the interest of the target audience in its services, also focusing on planning the assembly of a plant of the establishment so that a new look.

In short, BASC Consulting is dedicated to helping Ateliê da Manu overcome obstacles involving marketing management, environmental organization and other emerging issues. These actions aim to successfully fulfill the proposed improvements to strengthen the company's position in an environment that stands out from the competition, ensuring its successful continuation in business.

**Keywords:** Consulting, Studio, strategies, marketing, management, proposal

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1 - 5S.....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 2 - PDCA.....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 3 - Análise SWOT .....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 4 - Logotipo Beleza Verde .....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 5 - Logotipo Selo Verde .....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 6 - Logotipo projetada.....</b>	<b>24</b>
<b>Figura 7 - Instagram anterior a consultoria.....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 8 - Instagram após a consultoria.....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 9 - Página do link .....</b>	<b>27</b>
<b>Figura 10 - Catálogo projetado .....</b>	<b>27</b>
<b>Figura 11 - Espaço anterior a consultoria .....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 12 - Espaço após a consultoria .....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 13 - Logotipo Beauty Fair .....</b>	<b>31</b>

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>5S</b>	Método japonês que utiliza cinco sentidos para melhorar a organização e produtividade.
<b>PDCA</b>	Plan-Do-Check-Act, método de melhoria contínua.
<b>SWOT</b>	Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats.
<b>MEI</b>	Microempreendedor Individual.
<b>ME</b>	Microempresa.
<b>EPP</b>	Empresa de Pequeno Porte.
<b>ANVISA</b>	Agência Nacional de Vigilância Sanitária.
<b>RDC</b>	Resolução da Diretoria Colegiada.
<b>ISO</b>	Organização Internacional de Padronização.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. JUSTIFICATIVA.....	11
3. OBJETIVO GERAL .....	12
3.1 OBJETIVO ESPECÍFICO .....	12
4. METODOLOGIA .....	13
5. CONCEITO E APLICAÇÃO DAS FERRAMENTAS .....	16
5.1 MÉTODO 5S.....	16
5.2 MÉTODO PDCA.....	17
5.3 MÉTODO ANÁLISE SWOT .....	19
6. SELO VERDE: BELEZA VERDE .....	21
7. ESCOPO .....	24
7.1 OBJETIVO E DIAGNÓSTICO INICIAL.....	24
7.2 DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIAS E SOLUÇÕES .....	25
7.3 IMPLEMENTAÇÃO .....	28
7.4 MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO .....	28
8. A IMPORTÂNCIA DOS SALÕES DE BELEZA E SEU IMPACTO NA VIDA DAS MULHERES .....	30
9. EVENTOS NO MUNDO DA BELEZA E O IMPACTO POSITIVO PARA O MARKETING DE SALÕES .....	31
10. CRESCIMENTO DOS SALÕES DE BELEZA E OS DESAFIOS DE NOVAS TENDÊNCIAS .....	32
11. CONCLUSÃO.....	34
12. REFERÊNCIAS.....	35
APÊNDICE A – PROPOSTA COMERCIAL.....	37
APÊNDICE B – CATÁLOGO .....	47
APÊNDICE C - LOGOTIPO.....	56

## 1. INTRODUÇÃO

### ATELIÊ MANU.

O objetivo deste trabalho de consultoria para a empresa Ateliê da Manu é desenvolver métodos que possam impulsionar a melhoria do negócio, através de uma análise abrangente dos processos, identificaremos áreas de oportunidade e implementaremos estratégias baseadas em métodos comprovados, como o PDCA (Planejar-Fazer-Verificar-Agir), para promover a eficiência operacional e a excelência em todas as etapas do empreendimento.

O estabelecimento “Ateliê da Manu” é um comércio que presta serviços para todas as mulheres, cuidando de seus cabelos e outros procedimentos estéticos como unhas e design de cílios. É um salão de beleza de bairro, que está neste ramo há mais de 14 anos e possui uma equipe, contando com a proprietária do salão, que é a cabeleireira principal, uma ajudante, duas manicures, uma profissional em extensão de cílios e eventualmente em datas especiais ela conta com uma equipe a parte.

De acordo com uma matéria do Sebrae, este é um segmento de bastante visibilidade, mas que tem grandes desafios como a falta de mão de obra e um cenário de concorrência acirrada. Pesquisa da Beauty Fair Summit com proprietários e clientes de salões de beleza, aponta que grande parte da freguesia deixou de ser fiel e passou a procurar mais de um negócio desse tipo. Ainda assim, 54% dos clientes ainda frequentam o mesmo salão de beleza antes da pandemia.

O ateliê possui uma ampla rede de clientes assíduas e resultados de alta qualidade, conquistando seu espaço próprio recentemente, sua prestação de serviços às mulheres está gerando uma repercussão grandiosa em seu bairro e regiões, pela confiabilidade e resultados positivos de seu serviço.

Segundo a revista Exame, de janeiro a setembro de 2024, o Brasil testemunhou um crescimento significativo no setor de beleza, com a abertura de mais de 170 mil pequenos negócios, incluindo cabeleireiros, manicures e lojas especializadas em cosméticos. Segundo dados do Sebrae, isso representa uma média de cerca de 700

novos estabelecimentos por dia, ou quase 30 por hora, entre microempreendedores individuais (MEI), microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP).

Após realizarmos uma reunião com a dona do comércio no dia 05/04/2024, foram observados pontos a serem melhorados, como a estratégia de marketing para divulgação de seus serviços e resultados, o visual interno do estabelecimento, estética e iluminação.

Utilizaremos o método PDCA, que significa Plan-Do-Check-Act (Planejar-Fazer-Verificar-Agir). Ele é um ciclo interativo que tem como objetivo controlar e melhorar continuamente os processos e produtos em uma organização.

Essa metodologia promove ciclos de melhoria contínua, auxilia na identificação de problemas e oportunidades, facilitando o planejamento de ações estratégicas, a definição de metas e a elaboração de planos, juntamente do incentivo a participação e envolvimento dos colaboradores em todo o processo de evolução da empresa.

## 2. JUSTIFICATIVA

É importante salientar a escolha do desenvolvimento do trabalho por intermédio do Ateliê da Manu, com o intuito de estabelecer e gerar o crescimento do comércio, visando os principais problemas atuais que estorvam sua expansão no ramo de estética.

Pela razão de se tratar de uma empresa de pequeno porte, porém ativa há 14 anos no mercado, reputamos que será um grande aprendizado e perfazer as metas prescritas pela empresária do salão, fazendo-se com que o estabelecimento acordado tenha uma visão ampla e administrativa para conceber seus objetivos e premeditar o seu crescimento como pequeno negócio.

De acordo com Peter Drucker, “Planejamento de longo prazo não lida com decisões futuras, mas com um futuro de decisões presentes”. Portanto, nossa consultoria está comprometida a analisar e auxiliar a entidade nesta nova etapa, de modo que o aperfeiçoamento do projeto seja de muito proveito para ambas as partes colaboradoras, tendo em vista superações profícuas ao decorrer do processo.

### **3. OBJETIVO GERAL**

- Aperfeiçoamento das estratégias de marketing.
- Acrescentar identidade visual no interior do salão.

#### **3.1 OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Introduzir estratégias de marketing nos meios de comunicação do estabelecimento.
- Aumentar frequência de publicações e interações nas redes sociais.
- Fazer a mudança do logotipo.
- Promover mudanças e criar identidade visual no ambiente do salão.

#### 4. METODOLOGIA

A BASC Consultoria tem como objetivo principal o aprimoramento do marketing da empresa, mantendo a divulgação do salão pelas redes sociais, resultando em melhores publicações e evidenciando seu serviço. Trabalharemos no design de uma nova logo, com expectativa de gerar uma logo representativa, fazendo com que seja facilmente identificada pelo público, e uma melhor organização no interior do ambiente, retirando alguns moveis inutilizados que estão deixando o local poluído, e implantando prateleiras para a melhor organização dos produtos, e uma nova estrutura na iluminação, fazendo que o local esteja mais iluminado para o aprimoramento e bem-estar das clientes, garantindo que elas tirem fotos e vídeos em um ambiente mais atrativo e convidativo. Dentre essas modificações, utilizaremos as metodologias organizacionais, são elas, 5S e PDCA. As etapas que serão implementadas da metodologia 5S são, Seiri (senso de utilização), Seiton (senso de ordenação), Seiso (senso de limpeza), Seiketsu (senso de padronização) e Shitsuke (senso de disciplina). Aplicaremos o Seiri para o descarte de produtos e moveis que são menos utilizados, e itens que estão poluindo o ambiente visualmente, com seguimento à segunda etapa, o Seiton, para facilitar a localização dos itens, após a implementação das prateleiras, e em seguida o Seiso, para que o ambiente de trabalho esteja mais higienizado, limpo e organizado, e por último as etapas de Seiketsu e Shitsuke, para manter os hábitos padronizados de organização no ambiente de trabalho, conforme é mostrado pelo Vicente Falconi Campos em "Ambiente de qualidade em uma biblioteca universitária: aplicação do 5S e de um estilo participativo de administração" página 28 diz, "o 5S promove o acultramento das pessoas a um ambiente de economia, organização, limpeza, higiene e disciplina, fatores fundamentais à elevada produtividade".

A alusão exortada pelo general chinês Sun Tzu em seus escritos de aproximadamente 2.500 a.C e posteriormente transcritos no livro "A Arte da Guerra" (2000), e que aborda a seguinte citação: "Concentre-se nos seus pontos fortes, reconheça suas fraquezas, agarre as oportunidades e proteja-se contra as ameaças"; tanto autor, como a obra não possuem comprovação empírica, permanecendo o método sem autoria definida.

A proficuidade da "Análise SWOT", ou conhecida também como método "FOFA" que visa as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças da empresa é de suma importância de ser uma ferramenta aplicada no Ateliê da Manu. Objetivando todos os aspectos já existentes que necessitam da urgência de serem melhorados, como por exemplo, o marketing da empresa, e também, os aspectos não tão pressurosos, mas que ainda sim, são indispensáveis de serem esquecidos de mudanças e efetivação em sua área. Diante disso, é evidente não somente observar os pontos negativos, como também, os pontos estáveis e fortes que o estabelecimento já possui, garantindo a permanência de sua cultura de longos anos, normas éticas e culturais para que a empresa não corra risco de perder a sua identidade, como seu vínculo forte com as clientes, sejam elas as clientes mais assíduas até as que buscam o serviço do salão eventualmente. Vale ressaltar ainda, que com a execução dos trâmites administrativos que as consultoras obtiveram ao longo de 3 anos de curso trâmites esses que foram citados separadamente nos parágrafos anteriores, como "Método 5s", "Análise SWOT", "Método PDCA", tencionamos a elevação visual e comercial do Ateliê da Manu com o intuito de promover o ápice do seu sucesso por longínquos anos, cada metodologia deve ser seguida de forma adequada e precisa, visando sempre alcançar resultados positivos para a geração de lucros e a obtenção da expansão do trabalho árduo do comércio.

A partir da conclusão dessas respectivas etapas, todas as áreas do comércio serão efetivadas para a sua prosperidade no mercado estético. A partir da execução do método PDCA (planejar, desenvolver, checar e fazer), temos como objetivo específico introduzir estratégias de marketing nos meios de comunicação do estabelecimento, criando publicações frequentemente, fazendo-se a mudança do logotipo e interagindo com as clientes para que se crie vínculos maiores através das redes sociais, para a maior efetivação do relacionamento do salão para com as clientes, para que se sintam à vontade e acolhidas ao solicitar um serviço. A identidade visual é de extrema relevância, pois desperta cada vez mais o interesse das clientes a realizarem seus procedimentos.

Não somente redes sociais, temos como foco e objetivo, realizar mudanças no ambiente interno do salão, o tornando mais organizado e confortável, criando identidade visual até mesmo para o estabelecimento, já que atualmente, as mulheres

quando vão ao salão postam nas redes sociais e marcam o local, promovendo desta maneira um marketing eficaz para sua imagem, sendo uma forma inteligente e estratégica para a propagação e divulgação dos serviços prestados pelo Ateliê da Manu.

A identidade visual do ambiente é importante para que de alguma forma cause um impacto positivo em quem vai ver aquela postagem e conseqüentemente instigando a começar a frequentar o salão, dessa forma, a empresa e sua marca se consolida fortemente no mercado de estética da região. Por fim, para a melhora significativa desses pontos negativos, optamos pela aplicação do Método PDCA, para realizarmos e promover o aperfeiçoamento da empresa, efetivando e alavancando seus pontos fortes para não terem a oportunidade de regredirem, por fim, usando as ferramentas de conhecimento (planejar, desenvolver, checar e fazer) podemos obter os resultados traçados e positivos, com a ajuda de nossa consultoria, como diz Campos (1996) define o método PDCA com a seguinte citação: “o PDCA é um método de gerenciamento de processos ou de sistemas. É o caminho para se atingirem as metas atribuídas aos produtos dos sistemas empresariais”.

## 5. CONCEITO E APLICAÇÃO DAS FERRAMENTAS

### 5.1 MÉTODO 5S

Uma das ferramentas estratégicas que utilizaremos é o 5S, que foi criada em 1950 no Japão por Hiroyuki Hirano, com o propósito de reorganizar e recuperar as empresas do país após a Segunda Guerra Mundial. Finalizado o desenvolvimento e utilização dessa metodologia, foi adicionado também 5 Sensos para contribuir na qualidade e evolução das empresas, grandes corporações, como a Toyota e Ford, desfrutaram desse recurso para aplicar essas melhorias nas empresas. No livro "Lean Thinking: Banish Waste and Create Wealth in Your Corporation" de James P. Womack e Daniel T. Jones, é citado na paráfrase sobre a utilização da metodologia dentro de uma empresa, onde a ferramenta é enaltecida; "No entanto, ao aplicarmos o 5S, observamos uma transformação notável em nossa empresa. A organização e a limpeza melhoraram drasticamente, resultando em uma redução significativa de desperdícios e um aumento na produtividade. O ambiente de trabalho tornou-se mais seguro e mais agradável para todos os funcionários. A implementação do 5S foi um passo crucial para o sucesso contínuo de nossa jornada Lean.". Essa citação mostra o quão benéfico é essa ferramenta dentro de uma empresa.

As etapas que utilizaremos são: Seiri (senso de utilização); a importância do Seiri na administração, é para melhorar a organização e utilização dos recursos, retirando itens menos utilizados, facilitando na procura de outros itens. Seiton (senso de ordenação); um dos métodos utilizados para organização e padronização do ambiente de trabalho, é a implementação de recursos, como por exemplo, prateleiras e armários. Seiso (senso de limpeza); é importante ter o hábito de limpeza dentro do ambiente de trabalho, fazendo com que o local esteja sempre limpo e organizado. Seiketsu (senso de padronização); é uma das etapas mais importantes, que faz com que seja padronizado as outras etapas, incentivando com que os colaboradores possuam o mesmo hábito. Shitsuke (senso de disciplina); esta etapa serve como uma autodisciplina, que nada mais é que um compromisso pessoal com o cumprimento

das regras padronizadas da metodologia dentro da empresa, ocorrendo uma melhora no ambiente de trabalho e funcionários.

Figura 1 - 5S



## 5.2 MÉTODO PDCA

O método PDCA surgiu nos Estados Unidos na década de 20, criado pelo estatístico americano Walter Andrew Shewhart. Inicialmente, conhecido como ciclo de Shewhart, o método era composto por apenas três passos repetidos continuamente (especificação, produção e inspeção).

Anos depois, em 1951, William Edwards Deming notou a necessidade da inserção de mais um passo, surgindo então a chamada “ciclo de Deming”, a qual era composta por quatro passos (especificação, produção, inserir no mercado e reprojetar). Após diversos anos de evolução, hoje o PDCA é um método mundialmente reconhecido como uma ferramenta de melhoria contínua composta pelas seguintes etapas:

<sup>1</sup> Fonte: BASC Consultoria

Planejamento - É o primeiro passo do método, onde é necessário focar na identificação, análise do problema e na solução. Assim, pensaremos no caminho que precisamos percorrer para que aquele impasse seja resolvido.

Ahuja (1994, p.10), descreve o Módulo Plan (Planejar), da seguinte forma:

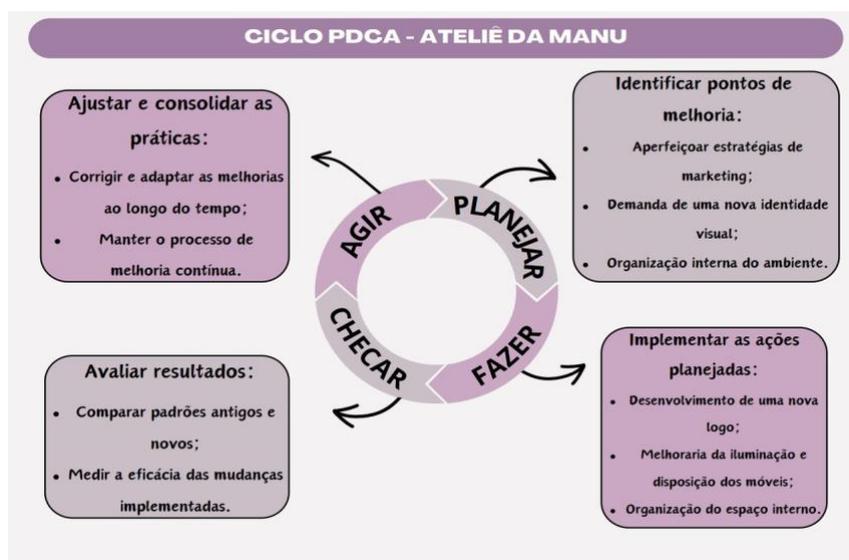
"Planejar e estipular objetivos e então, determinar programas e procedimentos para o alcance desses objetivos. É tomar decisões para o futuro, olhar mais adiante."

Execução - Adiante, colocaremos os planos para a resolução do problema em prática. É uma das etapas mais importantes e deve ser acompanhada restritamente para garantir que o plano está sendo executado como deve.

Verificação - É utilizada para a verificação do que foi feito e dos resultados obtidos. Consiste em confirmar se o planejamento está sendo implementado da forma correta, podendo até comparar os resultados de antes e depois do método. Caso os resultados obtidos não forem satisfatórios, é necessário voltar a etapa de planejamento do PDCA.

Ação - Na última etapa, é necessário analisar se será necessário um novo giro do ciclo PDCA no caso de os objetivos não terem sido alcançados ou se as práticas deram certo, poderão ser padronizadas na empresa. A padronização do método é de extrema importância para que o problema não reapareça e atrapalhe o que foi construído com o método.

Figura 2 - PDCA<sup>2</sup>



<sup>2</sup> Fonte: BASC Consultoria

### 5.3 MÉTODO ANÁLISE SWOT

A análise SWOT foi inventada na década de 1960 por Albert Humphrey, consultor em gestão do instituto de pesquisas da Universidade de Stanford. Antes disso, o planejamento empresarial não era muito difundido. Empresas Fortune 500, que são empresas mundialmente conhecidas por serem bem-sucedidas, e precisavam de uma maneira de criar um planejamento a longo prazo que fosse executável e plausível. Humphrey e sua equipe de pesquisas propuseram o modelo SWOT para acrescentar a responsabilidade e objetividade ao processo de planejamento, e tem sido bastante usado desde então.

Albert Humphrey propunha realizar a análise SWOT em critérios específicos, tais como produtos, processos, clientes, distribuição, finanças e administração. Após sua invenção, a análise SWOT tem sido cada vez mais usada. Desde então, a aplicação desse método vem sendo utilizado cada vez mais no mundo administrativo das empresas, proporcionando seu crescimento e desenvolvimento no mundo dos negócios.

O método administrativo "Análise SWOT", ou conhecido também como "Análise FOFA", que visa as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças de uma empresa, é de extrema importância de utilização, pois é a partir dessa análise que é possível ponderar e observar os pontos negativos e positivos da instituição em prol de sua melhora e do seu crescimento no mercado.

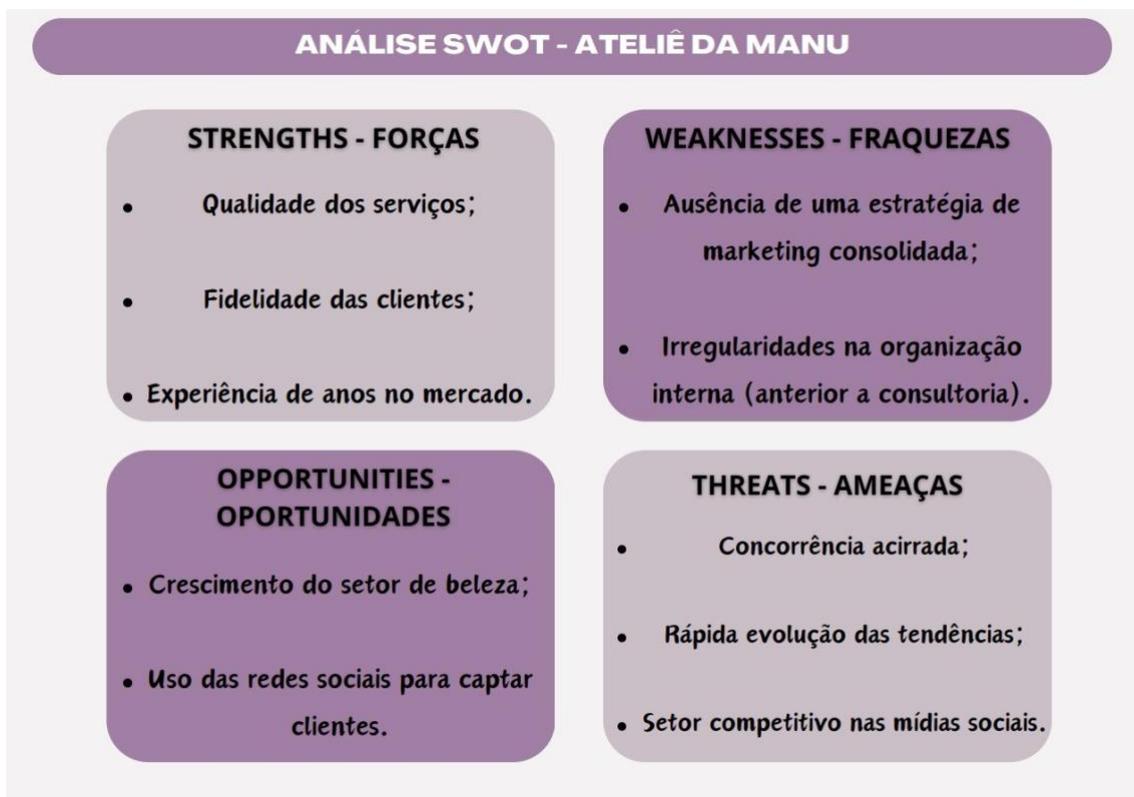
Com a aplicação da técnica "força", é cabível afirmar todos os aspectos com maior potencial da corporação, seus principais destaques e diferenciais das demais empresas concorrentes. Assim também, se aplica as "oportunidades", que serve de recurso de apoio para as entidades analisarem pontos a serem melhorados ou reestruturados, objetivando assim sua melhora e expansão.

Por outra perspectiva, a técnica "fraqueza", como o próprio nome diz, aspira não somente condutas a serem revistas e modificadas, como também atitudes e diferenças comparadas as demais empresas, para ganhar maior destaque para si e seu trabalho. Por fim, "ameaças" são todos os parâmetros principais que podem atingir o comércio de forma fortemente negativa, inclinando a empresa ter seu rendimento

reduzido, com os principais diferenciais que a entidade oposta está a oferecer, dispondo sempre o melhor serviço para os clientes.

Visto essas metodologias, cabe salientar o dever e compromisso de toda empresa analisar os aspectos que compõem seu negócio, tendo como finalidade a busca incessante do sucesso comercial e de sua elevação lucrativa, a partir destas táticas, todos os interesses e investimentos da corporação serão efetivados positivamente.

*Figura 3 - Análise SWOT*



<sup>3</sup> Fonte: BASC Consultoria

## 6. SELO VERDE: BELEZA VERDE

O Selo Verde surgiu a partir da década de 70, onde a preocupação com o meio ambiente se tornou uma pauta durante esses anos. E foi criado com a intenção das empresas possuírem um compromisso com o meio ambiente, a fim de identificar produtos que impactam no meio ambiente.

O ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade), que também fez parte do PROCERT, é uma das principais instituições que proporciona o certificado "Selo Verde" para as empresas. De acordo com as instituições, esse selo é contribuído a empresas que queiram por meio de suas ações, solucionarem problemas do meio ambiente. Essa certificação tem o propósito de proporcionar produtos e serviços das empresas a incluírem uma prática mais sustentável, desencadeando na conservação do meio ambiente. Essa certificação foi feita como um incentivo as empresas a desenvolverem práticas sustentáveis, mas que também possui vários benefícios.

Instituições que possuem o certificado Selo Verde tendem a se destacar no mercado como ambientalmente responsáveis, fazendo com que consumidores conscientes tenham preferência de sua empresa. Ao cumprir práticas sustentáveis, as empresas ajudam na conservação da biodiversidade e na proteção dos ecossistemas naturais.

Além disso, o selo verde orienta consumidores a adquirir produtos que causem impactos ambientais reduzidos. Ao estampar nos produtos a marca Selo Verde, fica claro para o comprador que se trata de uma marca ambientalmente responsável. Passa a ser, também, um diferencial e um atrativo na hora das vendas.

De acordo com Araújo (2013), o selo verde não é apenas um símbolo ecológico na embalagem de um produto, mas o resultado de uma avaliação técnica criteriosa, na qual é elevado em conta aspectos pertinentes ao seu ciclo de vida, desde a compra da matéria-prima, seleção e utilização dos insumos e o processo produtivo (gastos de energia, emissão de poluentes, uso de água), até o momento dos descartes.

Vale ressaltar ainda, que o objetivo principal da Consultoria BASC para com a empresa Ateliê da Manu é gerar maior efetivação do comércio para agregar maior valor e credibilidade aos seus produtos e serviços, gerando redução significativa de custos e desperdícios.

Segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), a regulamentação RDC 222/2018, trata o gerenciamento de resíduos de serviços de saúde e assemelhados, essa resolução traz inclusive a classificação dos diferentes resíduos gerados por um bom serviço, bem como todas as etapas do gerenciamento, desde a segregação até a disposição final.

A classificação de salões de beleza para o descarte adequado é semelhante ao de estabelecimentos de saúde e inclui quatro dos cinco grupos existentes de resíduos, são esses:

- Resíduos biológicos (luvas, gazes, cutículas e cabelos)
- Resíduos químicos (produtos de alisamento, descoloração e cosméticos)
- Resíduos comuns (sacos plásticos e frascos de produtos)
- Materiais perfuro cortantes (lâminas de barbear, alicates, tesouras, navalha)

De acordo com a Organização Internacional de Padronização (ISO), que tem a atribuição de normatizar serviços, produtos e organizações, a partir da criação de normas e requisitos para padronização, existem dois tipos de selo verde:

Concessão por entidade externa: confirma que o produto ou serviço é ambientalmente seguro. Exige mais informações e processos detalhados para a certificação.

Auto declaração: a própria empresa afirma que seu produto é reciclável ou consome pouca energia. A ISO estabelece normas para a verificação das declarações das empresas, como forma de evitar o greenwashing pelas empresas.

No caso do Ateliê da Manu, por se tratar de um salão de beleza, o Selo Beleza Verde é o que mais se adequaria, pois tem o objetivo de disseminar a consciência ambiental, incentivar ações sustentáveis nos salões de beleza e instituir o zelo na rotina de descarte responsável. A Dinâmica Ambiental é a empresa mantenedora do projeto Beleza Verde, que treina os colaboradores quanto aos princípios ambientais do Selo, além de coletar os resíduos dos salões. É uma empresa do Grupo Fragmaq, que está presente no mercado desde 1974, por profissionais da área de gerenciamento de resíduos, com foco em engenharia e logística reversa de todos os tipos de aerossóis e produtos inservíveis. A empresa possui as certificações ISO 9.001 - Gestão da Qualidade; ISO 14.001 - Gestão Ambiental e OHSAS 18.001 - Gestão de Saúde e

Segurança Ocupacional e licença específica para aerossóis. Os salões normalmente passam por um processo de auditoria regularmente para controle e constância de permanecer consciente dos parâmetros corretos sustentáveis.

*Figura 4 - Logotipo Beleza Verde*



4

*Figura 5 - Logotipo Selo Verde*



5

---

<sup>4</sup> Fonte: Google

<sup>5</sup> Fonte: Google

## 7. ESCOPO

### 7.1 OBJETIVO E DIAGNÓSTICO INICIAL

O primeiro objetivo desta consultoria é uma revisão das estratégias de marketing do salão de beleza. A intenção é integrar os canais de mídia com práticas de marketing mais eficazes para com o estabelecimento. Isso exigiria uma formulação de estratégias como fazer publicações frequentes, atualizar a identidade visual, incluindo a logotipo do salão, e ter interações mais consistentes nas mídias sociais. Todas essas ações são direcionadas para melhorar a presença do salão online; criando laços muito mais fortes com os clientes e estendendo o alcance do negócio.

*Figura 6 - Logotipo projetada*



Outro objetivo crucial é em relação à reforma no design de interiores do salão. Esta mudança resolverá o problema com a poluição visual que fez o espaço perder sua identidade e organização. Teoricamente, ao criar um ambiente esteticamente mais agradável e organizado, não será possível apenas atrair mais clientes, mas também proporcionará às pessoas que entram no salão uma experiência confortável e convidativa. A renovação busca incorporar os valores essenciais do salão para reformular e redefinir sua identidade no mercado. A consultoria também busca inovar a metodologia dos serviços oferecidos. Visitas domiciliares para clientes com dificuldade de locomoção é uma das estratégias propostas. Isso seria uma inovação, visto que reafirma os esforços do salão em atender às necessidades específicas relacionadas a um serviço mais pessoal e acessível à clientela.

---

<sup>6</sup> Fonte: **BASC Consultoria**

## 7.2 DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIAS E SOLUÇÕES

O primeiro objetivo desta consultoria é uma revisão das estratégias de marketing do salão de beleza. A intenção é integrar os canais de mídia com práticas de marketing mais eficazes para com o estabelecimento. Isso exigiria uma formulação de estratégias como fazer publicações frequentes, atualizar a identidade visual, incluindo a logotipo do salão, e ter interações mais consistentes nas mídias sociais. Todas essas ações são direcionadas para melhorar a presença do salão online; criando laços muito mais fortes com os clientes e estendendo o alcance do negócio. Outro objetivo crucial é em relação à reforma no design de interiores do salão. Esta mudança resolverá o problema com a poluição visual que fez o espaço perder sua identidade e organização. Teoricamente, ao criar um ambiente esteticamente mais agradável e organizado, não será possível apenas atrair mais clientes, mas também proporcionará às pessoas que entram no salão uma experiência confortável e convidativa. A renovação busca incorporar os valores essenciais do salão para reformular e redefinir sua identidade no mercado. A consultoria também busca inovar a metodologia dos serviços oferecidos. Visitas domiciliares para clientes com dificuldade de locomoção é uma das estratégias propostas. Isso seria uma inovação, visto que reafirma os esforços do salão em atender às necessidades específicas relacionadas a um serviço mais pessoal e acessível à clientela.

O principal meio de captura de clientes, é o aplicativo de telefone celular chamado Instagram, a melhor plataforma para ganhar visibilidade, contudo, possui um grande atraso de postagens e pouca comunicação com o público. Como sugestão de solução de problemas para o marketing da empresa, seria implementado uma rotina de postagens, posts interativos afim de atrair a atenção do público-alvo para a contratação do serviço. Inserindo um link, no qual direciona a uma página contendo um catálogo dos produtos comercializados pela empresária, uma agenda de atendimento e um “fale conosco”. Aperfeiçoando a comunicação, interação, transmitindo confiança e facilitando o agendamento. Para o aprimoramento do design do salão, optamos pela utilização do 5S para o auxílio. Será necessário fazer várias análises, pois o salão é dividido com outras prestadoras de serviços. Para manter a organização como a principal identidade do salão, decidimos retirar alguns móveis

inutilizados, e aplicar outros móveis para a melhor organização dos produtos, removendo a vista de ambiente poluído visualmente. Por último, a adaptação de um espaço para as clientes tirarem fotos. Resultando em bom conforto para as consumidoras, fazendo com que elas continuem frequentando o salão e contratando o serviço.

**Figura 7 - Instagram anterior a consultoria**



**Figura 8 - Instagram após a consultoria**



<sup>7</sup> Fonte: Instagram

<sup>8</sup> Fonte: Instagram

Figura 9 - Página do link



Figura 10 - Catálogo projetado



<sup>9</sup> Fonte: BASC Consultoria

<sup>10</sup> Fonte: BASC Consultoria

### **7.3 IMPLEMENTAÇÃO**

A Consultoria BASC tem como objetivo a execução e desenvolvimento de ferramentas administrativas na aplicação do Ateliê da Manu, visando seu desempenho no mercado e geração de lucro. Através das ferramentas como 5s e Análise SWOT, servem de grande ajuda para rever principalmente as questões de organização interna e relações de marketing da empresa para com o público. Por meio dos conhecimentos administrativos e realizando a prática deles, a amplificação da empresa ganhará um maior fluxo de cliente e visibilidade.

Por fim, todas as respectivas etapas a serem desenvolvidas, bem como o progresso já feito pela proprietária, tem grande potencial para elevar ainda mais o seu crescimento comercial e seu sucesso como empresa.

### **7.4 MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO**

O ambiente do estabelecimento, com a aplicação do método do 5S, está mais organizado. A proprietária tomou a iniciativa de organizar o salão e investir em aprimoramentos necessários para tornar o ambiente agradável, confortável e mais atrativo.

Foi adicionado um trilho eletrificado para iluminação mais eficiente, pois por se tratar de um estabelecimento que requer muita luz tanto para as profissionais, que necessitam de uma boa atenção e cuidado durante o atendimento, quanto para as clientes, para que seja possível analisar o trabalho efetuado.

Além disso, foi colocado nichos de parede para que os produtos sejam organizados, facilitando na hora da seleção dos materiais que serão utilizados durante os atendimentos pois vão ser achados mais facilmente.

A proprietária ainda tem planos futuros para continuar melhorando seu espaço comercial, ela relatou que irá investir ainda mais na iluminação e adicionar sancas, mas que só pretende efetuar isso no próximo ano.

No momento, o salão ainda está encaminhando para uma organização mais efetiva, mas já é possível enxergar os efeitos positivos da consultoria nessa empresa, nós como consultoras trabalhamos para aprimorar ainda mais os métodos e aplicá-los para que futuramente possamos ver os resultados obtidos.

**Figura 11 - Espaço anterior a consultoria**

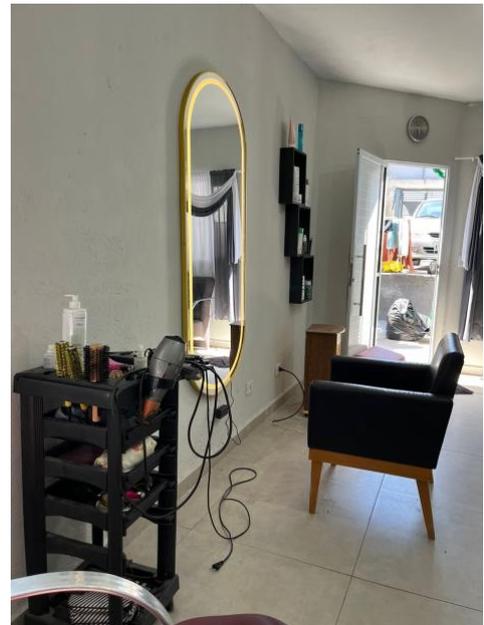


11



12

**Figura 12 - Espaço após a consultoria**



<sup>11</sup> Fonte: BASC Consultoria

<sup>12</sup> Fonte: BASC Consultoria

## **8. A IMPORTÂNCIA DOS SALÕES DE BELEZA E SEU IMPACTO NA VIDA DAS MULHERES**

O salão de beleza desempenha um papel crucial na vida das mulheres modernas, indo muito mais além dos serviços estéticos tradicionais. Frequentar um salão de beleza ou cabeleireiro pode ser uma experiência transformadora, impactando positivamente o bem-estar, autoestima e confiança das clientes. Em um mundo onde a aparência e apresentação pessoal estão constantemente associadas ao sucesso e à autoimagem, o objetivo principal do salão de beleza é se tornar aliados essenciais para as mulheres empoderadas que buscam expressar sua individualidade e sentir-se bem consigo mesma.

De acordo com uma pesquisa feita pela Harper's Bazaar Brasil, em 2024 69% das mulheres já sentiram pressão estética na sociedade e principalmente no ambiente de trabalho, entre essa porcentagem, 40% das mulheres acreditam ter perdido oportunidade profissionais devido à aparência. Ainda na mesma pesquisa, 45% das mulheres já modificaram a aparência para se adequar aos padrões de beleza no ambiente profissional. Essas porcentagens são alarmantes pois milhares de mulheres tem insegurança com sua própria aparência e sua essência singular.

Segundo uma pesquisa da revista Samen de tendências para salões de beleza em 2024, foi possível obter os respectivos dados:

- 12% dos clientes de salão de beleza mencionaram a importância do ambiente agradável e do relacionamento com os profissionais.
- 72% dos clientes evitam salões devido à demora nos procedimentos
- 33% dos clientes consideram a qualidade do serviço prestado como o fator mais relevante.

O salão de beleza exerce uma missão vultosa nesse aspecto, promovendo renovar a autoestima das mulheres e às fazerem sentirem-se únicas e empoderadas, indo mais além do que apenas uma prestação de serviços, o papel principal de um cabeleireiro é restaurar a confiança e o orgulho das próprias características de uma mulher. Sendo assim, um salão de beleza não visa somente realizar um procedimento, mas sim, transformar a vida de mulheres e a busca incessante da autoestima e autoaceitação da aparência.

## 9. EVENTOS NO MUNDO DA BELEZA E O IMPACTO POSITIVO PARA O MARKETING DE SALÕES

Uma forma de marketing para salões de beleza atualmente além de estratégias de publicidade e promoção, é participar de eventos de beleza que estão cada dia mais em alta, como por exemplo, a Beauty Fair, um evento que reúne todos os anos diversas marcas, empresas e influenciadores.

É interessante para os empreendedores possuir o conhecimento desses eventos, pois eles apresentam as tendências e novidades do setor, o que é de extrema importância, já que, saber as tendências do mercado ajuda profissionais e empresas a se destacarem e a atrair clientes oferecendo um serviço de qualidade e atualizado. Além de aumentar e fidelizar a clientela, permite identificar novas oportunidades de negócios e melhorar a qualificação da profissional e sua equipe, consequentemente aumentando a diferenciação da empresa no mercado e um crescimento orgânico.

Além disso, é uma forma de networking com outros profissionais, marcas ou fornecedores que podem levar a parcerias estratégicas. Muitos desses eventos oferecem também workshops com especialistas renomados no mercado empreendedor da beleza, permitindo que a proprietária e até mesmo sua equipe se qualifiquem ainda mais, melhorando a qualidade de seus serviços.

A presença nesses eventos impacta positivamente a reputação e o comprometimento do estabelecimento no mercado, transparecendo aos clientes uma imagem de uma empresa atualizada e que procura melhorar cada vez mais os seus serviços.

*Figura 13 - Logotipo Beauty Fair*



## **10. CRESCIMENTO DOS SALÕES DE BELEZA E OS DESAFIOS DE NOVAS TENDÊNCIAS**

As redes sociais atualmente possuem grande influência em vários setores do mercado empreendedor, um deles é o setor da beleza, onde podemos observar que está muito mais avassalador e competitivo, necessitando das empresas uma posição de procurar uma constante evolução e estar sempre por dentro das tendências.

De acordo com uma matéria da Beauty Fair, após a pandemia, os espaços de salões de beleza passaram por mudanças significativas nas formas de atendimento, fazendo com que aparecesse novos modelos de negócio e práticas inovadoras e atualizadas. Além disso, o número de salões de beleza sendo abertos durante e após este período aumentou consideravelmente, O Estadão revelou que, no Brasil, 343 mil salões de beleza foram abertos desde 2020. Dentre eles, 11 mil surgiram em junho de 2022, número 28,5% maior que o mesmo período de 2020. Sendo assim, o setor da beleza é um dos que mais abre CNPJ no país.

Entretanto, hoje em dia, é notório o surgimento informações em massa sobre novas técnicas e produtos, principalmente em redes sociais como Instagram e TikTok, onde possuem grande quantidade de profissionais do ramo da beleza produzindo conteúdos sobre dicas de cosméticos, benefícios dos serviços e até mesmo algumas técnicas. Nesse sentido, é necessário manter uma boa qualidade de serviço e procurar estar atualizando constantemente, além de investir em um espaço de bem-estar e conforto, melhorar a gestão, dedicar atenção aos agendamentos e sistemas que facilitem a organização no dia a dia.

Outra questão relevante sobre tendências em salões de beleza e qualidade de serviço é a importância de uma equipe qualificada que possua profissionais bem treinados, proporcionando um atendimento de alta qualidade e criando um ambiente acolhedor, o que aumenta a satisfação e fidelização dos clientes. Além disso, a equipe também deve estar atualizada das novidades e inovações do ramo, fazendo com que entreguem um serviço modernizado e desejado, mantendo a competitividade.

Portanto, o bom preparo e treinamento da equipe vai estar diretamente ligado com a criação da reputação da empresa, pois depende da confiança do cliente nos

profissionais, sendo assim, investir na qualificação da equipe é uma estratégia de melhoria da qualidade de serviço e até mesmo de marketing, porém, é necessário para o sucesso a longo prazo da empresa, já que possibilita a criação de uma cultura organizacional que prospecta os clientes.

## **11. CONCLUSÃO**

Nós, integrantes da BASC Consultoria, acreditamos que com o auxílio do nosso projeto, o promissor salão de beleza “Ateliê da Manu”, alcançará o objetivo almejado por todas as empresas, o êxito e irá tornar-se destaque neste segmento do mercado. Cremos no sucesso da empresa por razão da confiança que possuímos no aprendizado que somamos até aqui, devido a tantos projetos executados por nós.

A grande maioria das melhorias sugeridas que já foram colocadas em práticas demonstraram os resultados esperados, a otimização, que conseqüentemente acarretará na notória ascensão do “Ateliê da Manu”. A reorganização do espaço trouxe benefícios para ambas as partes, pois o ambiente tornou-se mais confortável para os clientes e resultou na praticidade do serviço da empresária.

Com essas ações, o Ateliê da Manu está perfeitamente encaminhado para um crescimento sadio, garantindo a fidelização dos clientes, expansão do alcance e a competitividade.

## 12. REFERÊNCIAS

SEBRAE. **Números mostram a pujança dos negócios de beleza.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/numeros-mostram-a-pujanca-dosnegocios-de-beleza,dc88327896a76810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 13 nov. 2024.

BEAUTY FAIR. **Salões de beleza crescem em 2022: veja dados animadores para o setor.** Disponível em: <https://negociosdebeleza.beautyfair.com.br/saloes-debeleza-crescem-em-2022-veja-dados-animadores-para-o-setor/>. Acesso em: 13 nov. 2024.

BEAUTY FAIR. **Tendências para salões de beleza 2024.** Disponível em: <https://negociosdebeleza.beautyfair.com.br/tendencias-para-saloes-de-beleza-2024/>. Acesso em: 13 nov. 2024.

TERRA. **Selo Beleza Verde: nova certificação de qualidade em salões de beleza.** Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/selo-beleza-verde-nova-certificacaode-qualidade-em-saloes-debeleza,519a1dd9499b3415d4d9da3bf1f9ac08rrx1xve4.html>. Acesso em: 13 nov. 2024.

BELEZA VERDE. **Beleza Verde.** Disponível em: <https://belezaverde.com/>. Acesso em: 13 nov. 2024.

SEBRAE. **Você sabe o que é selo verde?** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-sabe-o-que-e-seloverde,a031949fca8e4810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 13 nov. 2024.

REVISTA CABELOS & CIA. **Cabelos & Cia – A Revista nº 1 de quem ama beleza.**

Disponível em: <https://revistacabelos.com.br>. Acesso em: 13 nov. 2024.

EXAME. **Crescimento acelerado: Brasil tem 1 milhão de pequenos negócios de beleza em 2024.** Exame, 2024. Disponível em:

<https://exame.com/colunistas/empreender-liberta/crescimento-acelerado-brasil-tem1-milhao-de-pequenos-negocios-de-beleza-em-2024/>. Acesso em: 13 nov. 2024.

BEAUTY FAIR. Beauty Fair – **O maior evento de beleza das Américas.** Disponível em: <https://beautyfair.com.br>. Acesso em: 13 nov. 2024.

TUPI FM. **Pesquisa aponta que 84% dos brasileiros se preocupam com padrões de beleza.** Disponível em: <https://www.tupi.fm/sentinelas/pesquisa-aponta-que-84dos-brasileiros-se-preocupam-com-padroes-de-beleza/>. Acesso em: 13 nov. 2024.

SAMEN. **Tendências para Salões de Beleza em 2024.** Disponível em: <https://samenrv.com.br/tendencias-para-saloes-de-beleza>. Acesso em: 13 nov. 2024.

TALK SCIENCE. **Desenvolvendo a beleza inclusiva: tendências e inovações na indústria cosmética.** Talk Science, 2024. Disponível em: <https://www.talkscience.com.br/industria-cosmetica/desenvolvendo-a-belezainclusiva-tendencias-e-inovacoes-na-industria-cosmetica>. Acesso em: 13 nov. 2024.

APÊNDICE A – PROPOSTA COMERCIAL

B  
A  
S  
C

BASC CONSULTORIA

---

**Proposta  
Comercial**

CONSULTORIA E  
ACESSORIA EM GESTÃO  
DE PROCESSOS

(11)93225-9664  
brunaluiz2011@gmail.com

(11)97832-0682  
analuisaalnascimento@gmail.com

(11)96250-8643  
sabrinalabrese192@gmail.com

(11)98322-4333  
camillyvaztr@gmail.com

---

18/03/2024

---

# Índice

<b>03</b>	QUEM SOMOS
<b>04</b>	RELATÓRIO PRELIMINAR
<b>05</b>	INTRODUÇÃO
<b>06</b>	MARKETING
<b>07</b>	AMBIENTE INTERNO
<b>08</b>	CRONOGRAMA
<b>09</b>	ACEITE FORMAL
<b>10</b>	CONTATO

---

## Quem somos

Nós somos a "SAB - Consultoria" uma empresa de consultoria fictícia criada pelas alunas Ana Luisa Almeida do Nascimento, Bruna Ribeiro Luiz, Camilly Vaz Torres e Sabrina Vitória Calabrese com o intuito de desenvolver nosso Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da Etec de Poá, realizando análises de processos administrativos de empresas, fazendo com que haja uma melhora significativa no seu comércio.

# Relatório preliminar

---

Talita  
Atelie da Manu

É com grande satisfação que apresentamos nossa Proposta Comercial, referente a Consultoria BASC, de acordo com os dados apresentados no dia 05/04/2024.

Foram feitas análises para a formação de soluções para as problemáticas citadas pela proprietária do negócio.

Primeiramente agradecemos a oportunidade de utilizar o comércio para nosso Trabalho de Conclusão de Curso, nós nos comprometemos em aplicar soluções para a melhora do estabelecimento, ajudando no crescimento do negócio da empresa.

Estamos a disposição para quaisquer dúvidas.

Atenciosamente,

**Ana Luisa Almeida do Nascimento**

(11)97832-0682

**Bruna Ribeiro Luiz**

(11)93225-9664

**Camilly Vaz Torres**

(11)98322-4333

**Sabrina Vitória Calabrese**

(11)96250-8643

## Introdução

---

Para desenvolvermos nosso Trabalho de Conclusão de Curso, com tema de consultoria, foi solicitado a escolha de uma empresa para praticarmos a consultoria. A empresa que escolhemos foi a Atelie Da Manu, um salão de cabeleireiro localizado em Poá, na Vila Perracine. O Atelie Da Manu é um salão que possui um admirável reconhecimento no bairro da cidade por estar no mercado a mais de 10 anos e apresenta grande fluxo de clientes, e com ótimas avaliações.

Os pontos principais que analisamos na empresa que devem ser aprimorados são, marketing e local de trabalho.

O principal recurso de marketing da empresa, são as redes sociais, a rede social mais utilizada é o Instagram. Porém, não possui frequência de postagens, que faz com que decaia o reconhecimento do salão. Já o local de trabalho, necessita de algumas mudanças, com isso, podemos utilizar a ferramenta 5S, para a melhor organização de produtos e melhora esteticamente, tornando o ambiente mais convidativo e aconchegante.

# Marketing

## Estratégias de Marketing



### Redes Sociais

A principal estratégia de marketing da empresa são as redes sociais, e a atual rede utilizada é o Instagram. Essa estratégia é uma das melhores para a divulgação da empresa.

Mas para usufruir desse método, é necessário a frequência de postagens e interações para fidelizar o público.



### Objetivo

Para a melhor utilização dessa ferramenta, temos o objetivo de criar uma rotina de postagens dos serviços, post interativos e mais contato com o público por meio dos "storys" do Instagram, para manter uma relação com os clientes, trazendo assim mais credibilidade e confiança.

# Ambiente Interno

## Ambiente de trabalho



### Local de Trabalho

Para um salão de beleza, é essencial que o ambiente seja aconchegante e convidativo. Que faz com que as clientes se sintam confortável dentro desse local, e também é interessante um diferencial de decoração, para as mulheres que gostam de tirar fotos, como também é reconhecido como local "instagramável".



### Objetivo

Para chegarmos ao objetivo de um local chamativo para as clientes, é de extrema importância a análise do espaço para a retirada de móveis e implementação de outros, terá que ser analisado com cautela.

# Cronograma

CRONOGRAMA			
SERVIÇOS PRESTADOS	DATA	CARGA HORÁRIA	ATORES ENVOLVIDOS
Reunião com o cliente (entrevista)	05/04/2024	1 hora	BASC Consultoria (Ana Luisa Almeida)
Reunião com o cliente (apresentação das implementações)	06/04/2024	4 horas	BASC Consultoria (Ana Luisa Almeida)
Reunião com o cliente (análise das implementações)	07/04/2024	5 horas	BASC Consultoria (Ana Luisa Almeida)
Reunião com o cliente (análise das implementações)	08/04/2024	1 hora e 50 minutos	BASC Consultoria (Ana Luisa Almeida)
Reunião com o cliente (análise e registro dos resultados das implementações)	05/09/2024	1 hora e 30 minutos	BASC Consultoria (Ana Luisa Almeida)
Elaboração do protótipo de perfil do Instagram profissional	05/09/2024	1 hora e 30 minutos	BASC Consultoria (Sabrina Vitória Calabrese)
Elaboração do catálogo de produtos comercializados pela cliente	24/10/2024	10 horas	BASC Consultoria (Bruna Ribeiro Luiz)
Reunião com o cliente (sugestões e registro dos produtos)	01/11/2024	1 hora e 30 minutos	BASC Consultoria
<b>Total de horas trabalhadas = 26 horas e 20 minutos</b>			
CÁLCULO FINAL			
<b>Valor da hora técnica = R\$ 60,00</b>			
<b>26 horas e 20 minutos X R\$ 60,00 = R\$ 1.579,98</b>			
<b>VALOR TOTAL = R\$ 0,00</b>			

# Aceite Formal

## ACEITE FORMAL

(Favor preencher todas os campos)

---

### INFORMAÇÕES CONTRATUAIS

RAZÃO SOCIAL COMPLETA:

ENDEREÇO:

BAIRRO: CEP: CIDADE: ESTADO:

CNPJ: INSCRIÇÃO ESTADUAL:

TELEFONE: FAX:

RESPONSÁVEL CONTRATUAL: CARGO:

RESPONSÁVEL COMERCIAL:

EMAIL:

---

### INFORMAÇÕES PARA FATURAMENTO / COBRANÇA

RAZÃO SOCIAL COMPLETA:

ENDEREÇO:

BAIRRO: CEP: CIDADE: ESTADO:

CNPJ: INSCRIÇÃO ESTADUAL:

TELEFONE: FAX:

NOME DO CONTATO FINANCEIRO:

EMAIL:

---

DE ACORDO:

Data:

Assinatura:

---

B  
A  
S  
C

BASC CONSULTORIA

**CONTATO**

Ana Luisa Almeida Do Nascimento  
Bruna Ribeiro Luiz  
Camilly Vaz Torres  
Sabrina Vitória Calabrese

[analuisaalnascimento@gmail.com](mailto:analuisaalnascimento@gmail.com)  
[brunaluiz2011@gmail.com](mailto:brunaluiz2011@gmail.com)

## APÊNDICE B – CATÁLOGO

**AM**  
Ateliê de Moda  
SALÃO DE BELEZA

PRODUTOS PARA TRATAMENTO



**Nutri Prime**  
SHAMPOO RESTAURADOR  
Limpza e hidratação  
Capilares e Purificação  
SEM SAL  
250 mL

**Nutri Prime**  
CONDICIONADOR  
E SÉCUTOS  
Elasticidade aos Fios  
Químicos e Físicos  
250 mL

**Nutri Prime**  
MÁSCARA NUTRITIVA  
250 mL

**Biotina**  
SHAMPOO  
NUTRIÇÃO  
HIDRATAÇÃO  
REPARAÇÃO  
250ML  
8.45 FL. OZ.

**Biotina**  
CONDICIONADOR  
250ML  
8.45 FL. OZ.

**Biotina**  
MÁSCARA  
250ML  
8.45 FL. OZ.

**Cachos**  
SHAMPOO  
Polímeros Memorizantes  
Óleo de Coco  
& Colágeno Vegetal  
SEM SAL  
250ML

**Cachos**  
CONDICIONADOR  
Ativador  
250ML

**Cachos**  
MÁSCARA  
250ML

# CATÁLOGO

DE PRODUTOS

@TALITA.LEOCARDO

*Rafemi Professional*

A Rafemi Professional é conhecida por produtos de alta qualidade e por usar ingredientes que respeitam a integridade dos fios.

# Biotina

## Shampoo, Condicionador e Máscara

Além da biotina, o shampoo da Rafemi costuma incluir outros ingredientes hidratantes e fortalecedores, como extratos vegetais e proteínas, que contribuem para a nutrição e o brilho dos fios.

Biotina  
Nutrição, Hidratação,  
Fortalecimento e Reparação



O shampoo de biotina é um produto desenvolvido para fortalecer e promover o crescimento saudável dos fios, graças ao seu principal ativo, a biotina.

**1.** A biotina, também conhecida como vitamina B7, é essencial para a saúde dos cabelos, unhas e pele.

**2.** É formulado para ajudar a evitar a queda dos fios, estimular o crescimento e aumentar a espessura, resultando em cabelos mais fortes e encorpados.

**3.** Ele é indicado para todos os tipos de cabelo, mas é especialmente benéfico para quem sofre com queda capilar, cabelos enfraquecidos ou finos.

*Rafemi Professional*

**Biotina**

1.



**Shampoo**

Shampoo Biotina - B7, Nutrição, Hidratação, Fortalecimento e Reparação, 250ml.

RS100

2.



**Condicionador**

Condicionador Biotina - B7, Nutrição, Hidratação, Fortalecimento e Reparação, 250ml.

RS100

3.



**Máscara**

Máscara Biotina - B7, Nutrição, Hidratação, Fortalecimento e Reparação, 250g.

RS100

4.



**Shampoo, Condicionador e Máscara de hidratação**

Shampoo, Condicionador e Máscara de Hidratação- Biotina B7, Nutrição, Hidratação, Fortalecimento e Reparação.

RS100

*Rafemi Professional*

A Rafemi Professional é conhecida por produtos de alta qualidade e por usar ingredientes que respeitam a integridade dos fios.

# Cachos

## Shampoo, Condicionador e Máscara

A linha Cachos é formulada especialmente para atender às necessidades dos cabelos cacheados, ondulados e crespos. Esses tipos de cabelo geralmente exigem cuidados específicos devido à sua estrutura, que tende a ser mais seca e propensa ao frizz.



Polímeros Memorizadores,  
Óleo de coco e Colágeno Vegetal.

Pensando nisso, a Rafemi desenvolveu produtos para hidratar, definir, nutrir e realçar a beleza natural dos cachos.

**1.** Eles são enriquecidos com ingredientes hidratantes e emolientes que ajudam a manter a umidade dos fios, proporcionando definição e elasticidade sem pesar nos cachos.

**2.** Entre os ativos mais comuns estão óleos vegetais (como óleo de coco, abacate e argan), manteigas (como a manteiga de karité) e proteínas que ajudam a fortalecer os fios.

**3.** É indicado aos cabelos cacheados, ondulados e crespos, buscando minimizar o frizz e promover brilho natural, realçando a forma e a textura dos cachos.

*Refemi Professional*

# Cachos

1.



## Shampoo

Shampoo Cachos Definidos - Polimeros Memorizadores, Óleo de coco e Colágeno Vegetal, 250ml.

RS100

2.



## Ativador

Ativador Cachos Definidos - Polimeros Memorizadores, Óleo de coco e Colágeno Vegetal, 250ml.

RS100

3.



## Mascara

Máscara Cachos Perfeitos - Polimeros Memorizadores, Óleo de coco e Colágeno Vegetal, 250g.

RS100

4.



## Shampoo, Ativador e Máscara de hidratação

Shampoo, Ativador e Máscara de Hidratação- Polimeros Memorizadores, Óleo de coco e Colágeno Vegetal.

RS100

*Erik Kened Professional*

A Rafemi Professional é conhecida por produtos de alta qualidade e por usar ingredientes que respeitam a integridade dos fios.

# Day by Day

## Leave-in - Termoprotetor

Especialmente formulado para proporcionar hidratação diária e facilitar o cuidado diário dos cabelos. Esse produto é conhecido por sua capacidade de manter os fios nutridos, macios e protegidos ao longo do dia, mesmo em meio às agressões diárias como poluição, exposição solar, umidade e calor de ferramentas térmicas.



Leave-in Termoprotetor,  
Bamboo Extract, Calamus,  
Olive Oil.

É especialmente indicado para quem deseja praticidade no cuidado diário, oferecendo proteção e hidratação constantes que se refletem na aparência e na saúde dos fios ao longo do tempo.

**1.** Oferece uma dose leve de hidratação que mantém o cabelo saudável, sem deixá-lo pesado. É ideal para quem precisa de um tratamento contínuo, mas sem acumular resíduos nos fios.

**2.** Além de hidratar, ele age como um desembaraçador, facilitando o pentear e reduzindo a quebra e o frizz.

**3.** Deixa os cabelos com um toque suave e aparência saudável, além de adicionar um brilho natural.

*Rafemi Professional*

A Rafemi Professional é conhecida por produtos de alta qualidade e por usar ingredientes que respeitam a integridade dos fios.

# Deslumbrante

## Spray de Brilho

Os sprays de brilho são produtos finalizadores que dão aos cabelos um acabamento com brilho intenso e aspecto saudável, além de ajudarem a controlar o frizz e adicionar um toque de glamour ao visual.

Brilho intenso e Cabelo Perfumado - Azul



O Spray de Brilho Azul oferece um brilho com um tom frio, trazendo uma sensação mais moderna e ousada, especialmente interessante para cabelos platinados ou tons frios.

1.

São formulados para dar brilho intenso aos cabelos, criando um efeito de luminosidade que destaca a cor e o movimento dos fios.

2.

Os sprays são desenvolvidos para não pesar os cabelos, sendo indicados para todos os tipos de fios, desde os lisos até os cacheados e crespos.

3.

Com uma leve coloração rosa ou azul, esses sprays adicionam um toque de cor sutil e elegante aos fios, especialmente visível sob a luz, o que é ideal para festas, eventos ou para quem deseja um toque diferente no dia a dia.

*Rafemi Professional*

A Rafemi Professional é conhecida por produtos de alta qualidade e por usar ingredientes que respeitam a integridade dos fios.

# Argan Oil

## Óleo de Argan

O Argan Oil, ou óleo de argan, é um óleo natural extraído das sementes da árvore de argan, originária do Marrocos. Ele é amplamente conhecido e utilizado na indústria de cosméticos e cuidados capilares devido às suas propriedades nutritivas, hidratantes e reparadoras.



Cabelos com brilho sem pontas duplas, anti-frizz.

O óleo de argan é, portanto, um produto multifuncional e natural que se tornou essencial em muitos cuidados de beleza devido aos seus benefícios duradouros e à sua capacidade de transformar a saúde e a aparência dos fios.

**1.** O óleo de argan é altamente hidratante, ajudando a repor os lipídios naturais dos fios, o que é especialmente útil para cabelos secos e danificados.

**2.** Suas propriedades emolientes ajudam a suavizar os fios e a controlar o frizz, deixando o cabelo mais disciplinado e com aspecto alinhado.

**3.** O óleo de argan ajuda a proteger os fios contra danos causados pelo calor de ferramentas térmicas, como secadores e chapinhas, além de proteger contra os danos dos raios UV.



Endereço para retirada:  
Rua Clemente Cunha Ferreira N°532 -  
Perracine / Poá

Telefone: (11)94007-6662

APÊNDICE C - LOGOTIPO

