

CENTRO PAULA SOUZA ESCOLA TÉCNICA DE POÁ
ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO
EM ADMINISTRAÇÃO

AMANDA DE ALMEIDA SALVADOR
CAROLLINY VITÓRIA FRANÇA DOS SANTOS
KETELEN TAVARES
LAVINYA MOSCONI DOS SANTOS
MARIANA DIAS DE OLIVEIRA

CONSULTORIA DESTINADA À EMPRESA AGNUS BARBEARIA

POÁ - SP

2024

**AMANDA DE ALMEIDA SALVADOR
CAROLLINY VITÓRIA FRANÇA DOS SANTOS
KETELEN TAVARES
LAVINYA MOSCONI DOS SANTOS
MARIANA DIAS DE OLIVEIRA**

CONSULTORIA DESTINADA À EMPRESA AGNUS BARBEARIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec de Poá, orientado pela professora Alessandra Lins Pereira Silva, como requisito parcial para obtenção de título de Técnico em Administração.

POÁ - SP

2024

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse trabalho a todos os membros do grupo, por sua dedicação e colaboração, forças essenciais para a realização desse projeto.

EPÍGRAFE

“O segredo da existência humana está não apenas em viver, mas também em saber para que se vive.” (Fiódor Dostoiévski)

RESUMO

A presente monografia tem como objetivo analisar o impacto das estratégias de marketing digital na indústria de beleza, bem como desenvolver abordagens que otimizem a produção de conteúdo nas redes sociais e a gestão dentro de certas áreas da empresa, aplicando e utilizando como objeto de estudo a realização de uma consultoria para a pequena empresa Agnus Barbearia, que tem como atividade lucrativa serviços pertencentes ao setor de estética. Neste projeto, investigamos como as técnicas de marketing têm sido aplicadas, bem como os desafios enfrentados nos processos de gestão e organização dentro de cada uma das áreas da empresa, elaborando mudanças que possam proporcionar ao salão uma maior visibilidade, normatização e credibilidade. Ao implementar as medidas necessárias para adaptar-se às tendências de mercado, constatou-se que a empresa possui um forte potencial para expansão e fortalecimento de marca. Dessa forma, a consultoria tem por finalidade fornecer suporte, orientações e soluções eficazes para a conquista desses progressos.

Palavras-chave: Consultoria; Pequenas Empresas; Marketing Digital.

ABSTRACT

The present monograph aims to analyze the impact of digital marketing strategies on the beauty industry, as well as to develop approaches that optimize content production on social networks and management within certain areas of the company. This will be done by using the consultancy for the small business Agnus Barbearia, which operates in the aesthetics sector, as the object of study. In this project, we investigate how marketing techniques have been applied, as well as the challenges faced in management and organization processes within each area of the company, proposing changes that can provide the salon with greater visibility, standardization, and credibility. By implementing the necessary measures to adapt to market trends, it was found that the company has strong potential for expansion and brand strengthening. Thus, the consultancy aims to provide support, guidance, and effective solutions to achieve these advancements.

Keywords: Consultancy; Small Businesses; Digital Marketing.

LISTA DE ABREVIações E SIGLAS

ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiêne Pessoal, Perfumaria e Cosméticos;

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas;

CFC - Clorofluorcarbono;

EESC - Empresa Júnior de Engenharia e Arquitetura da USP São Carlos;

IBDN - Instituto Brasileiro de Defesa da Natureza;

INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia;

SICOME - Sistema de Certificação de Obras e Materiais Ecológicos;

SWOT - Strenghts (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades), Threats (Ameaças);

5S - 5 Sensos.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Gráfico Crescimento do Mercado	14
Figura 2 - Página de Agendamento de Publicações.....	22
Figura 3 - Página de Inserção de Produtos	31
Figura 4 - Página Inicial	32
Figura 5 - Página Inicial Awise com Tutorias	35
Figura 6 - Awise Registro Financeiro	35
Figura 7 - OnWave Histórico Atendimentos	36
Figura 8 - OnWave Serviço por Cliente	36
Figura 9 - OnWave Cadastro Funcionários	37
Figura 10 - Logo Original	39
Figura 11 - Logo Proposta	39
Figura 12 - Layout Instagram Original	40
Figura 13 - Layout Instagram Proposto	40
Figura 14 - Cartão de Visita Proposto	41

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	JUSTIFICATIVA	13
3	OBJETIVOS	15
3.1	Objetivos Gerais	15
3.2	Objetivos Específicos	15
3.2.1	Inclusão de práticas de controle financeiro	15
3.2.2	Estratégias visando maior gestão de tempo	16
3.2.3	Estratégias inovadoras de Marketing Digital e Conteúdo	16
3.2.4	Padronização e frequência de postagens nas redes sociais	16
3.2.4	Modelo de gestão integrado a ferramentas tecnológicas	16
4	METODOLOGIA	17
5	APLICATIVOS PARA EDIÇÃO	19
5.1	Canva	19
5.2	Inshot	19
5.3	Figma	20
6	INSTRUMENTOS DE MARKETING	21
6.1	Instagram	21
6.2	Facebook	21
7	MLABS SOFTWARE	22
8	ANÁLISE SWOT	23
8.1	Forças	23
8.2	Fraquezas	23
8.3	Oportunidades	23
8.4	Ameaças	24
9	5S (CINCO SENSOS JAPONESES)	25

9.1 Seiri.....	25
9.2 Seiton	25
9.3 Seiso	25
9.4 Seiketsu.....	26
9.5 Shitsuke	26
10 SELO VERDE.....	27
10.1 Como aplicar o Selo Verde.....	27
10.2 Empresas que certificam o Selo Verde	28
10.3 Empresas certificadoras no segmento	28
10.3.1 Como obter a certificação EcoCert.....	29
11 AWISE SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS.....	31
12 ONWAVE.....	32
13 ESCOPO.....	33
14 PROPOSTAS.....	34
14.1 Financeiro	34
14.2 Marketing.....	38
14.3 Gestão Administrativa	42
15 CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
16 REFERÊNCIAS	44
17 APÊNDICES.....	47

1 INTRODUÇÃO

No contexto atual de constante evolução e competitividade no mercado, as organizações buscam incessantemente maneiras de se adaptar e prosperar. Diante deste cenário, a consultoria empresarial emerge como um recurso valioso, proporcionando insights estratégicos e operacionais que podem resultar em melhorias significativas de desempenho e sustentabilidade.

Este trabalho de conclusão de curso propõe uma análise aprofundada e uma consultoria estratégica para a barbearia e salão de cabeleireiro “Agnus Barbearia”, que, sendo o 1º empreendimento do proprietário, está em operação há mais de 8 anos no endereço Av. Quinze de novembro, 550, 08500-405, Ferraz de Vasconcelos – SP. O estabelecimento, gerido pelo próprio proprietário, oferece serviços de corte de cabelo e barbearia tanto no local quanto a domicílio. Além dos serviços tradicionais, o salão também comercializa produtos variados, utilizando o próprio espaço físico para a venda. Com a intenção de expandir o negócio e melhorar o atendimento, o proprietário planeja contratar um funcionário adicional.

Enfrentando defasagens significantes em relação a: infraestrutura, que muitas vezes não acompanham a evolução e as necessidades do negócio e dos clientes. A gestão de estoque, onde há a falta de organização nas entradas e saídas de produtos, bem como o controle inadequado dos gastos que pode levar a perdas financeiras significativas, pois sem um sistema eficiente de gerenciamento, correm o risco de sofrer com a falta de produtos essenciais ou o acúmulo desnecessário de itens, ambos prejudicando a operação diária e a experiência do cliente. E além disso, a interrupção do marketing digital representa um grande obstáculo, pois, a presença online e a capacidade de atrair e reter clientes através de plataformas digitais são fundamentais. No entanto, muitos estabelecimentos não conseguem sustentar uma estratégia de marketing digital eficaz devido à alta demanda de clientes que não conseguem atender adequadamente, resultando em perda de oportunidades de negócios e visibilidade no mercado.

Este trabalho tem como objetivo analisar detalhadamente essas defasagens e propor soluções práticas e viáveis para superá-las, contribuindo para a melhoria da gestão e do desempenho da Agnus Barbearia.

2 JUSTIFICATIVA

Desde 2017, o setor de serviços de barbearia e cabeleireiro masculino tem experimentado um crescimento significativo de 18,8% anual, de acordo com o órgão Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), impulsionado pelas tendências de cuidados pessoais conforme apresentado pela revista Yacht na matéria “Dia do homem: pesquisa aponta que homens representam 30% dos clientes das clínicas estéticas no Brasil”. Contudo, apesar do aumento da demanda, muitos pequenos negócios nesta área enfrentam desafios consideráveis que ameaçam sua sustentabilidade e crescimento, a Barbearia Agnus sendo um desses negócios. Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) propõe-se a investigar e propor soluções para as dificuldades encontradas na gestão financeira, administrativa, de tempo e marketing da barbearia administrada por Danili Dants.

Primeiramente, a gestão financeira é um dos principais pilares para a saúde de qualquer negócio. Frequentemente a Barbearia Agnus enfrenta problemas como falta de controle de caixa, dificuldade na precificação, gestão de custos operacionais e a ausência de prestação de contas para maior controle de onde o valor arrecadado está sendo investido. A ausência de um planejamento financeiro estruturado pode levar a sérios problemas de fluxo de caixa e até mesmo ao fechamento do empreendimento.

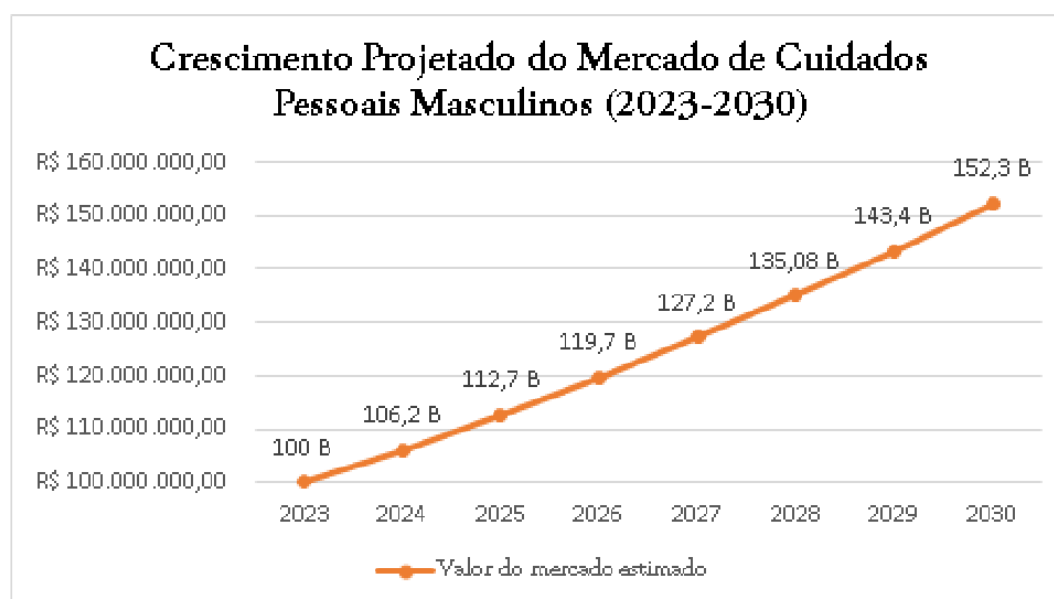
A gestão do tempo é outro desafio crítico. Muitas vezes o dono da Barbearia Agnus enfrenta agendas sobrecarregadas, falta de tempo para se dedicar às tarefas administrativas, dificuldade em equilibrar o atendimento aos clientes com outras responsabilidades gerenciais e até mesmo impactante de modo negativo sua vida pessoal. Isso pode levar a atrasos, diminuição da qualidade do serviço prestado e sobrecarga mental e física, afetando a saúde da empresa e também do próprio dono, tendo sua vida pessoal afetada negativamente.

Por fim, o marketing é um campo onde muitos pequenos negócios

encontram dificuldades. A falta de uma estratégia de marketing eficaz pode resultar em baixa visibilidade no mercado, dificuldade em atrair novos clientes e em manter uma clientela fiel. A defasagem no uso de ferramentas de marketing digital e a ausência de uma presença online significativa são barreiras que impedem o crescimento e competitividade desse negócio.

Diante desses desafios, esta consultoria tem como objetivo identificar as principais dificuldades enfrentadas pela Barbearia Agnus, bem como propor estratégias para otimizar a gestão financeira, administrativa, de tempo e marketing. Acredita-se que a implementação de práticas mais eficientes nesses aspectos pode não apenas melhorar a sustentabilidade financeira do negócio, mas também elevar a competitividade no mercado.

Figura 1 - Gráfico Crescimento do Mercado ¹



¹ Fonte: Autoria Própria, adaptado: ABIHPEC. Mercado masculino avança 94% em 5 anos.

3 OBJETIVOS

Nossa Consultoria possui como objetivo aplicar melhorias na empresa titulada Barbearia Agnus, analisando e avaliando sua carência nas práticas de marketing e implementando sistemas automatizados de atendimento e gestão, a fim de aumentar a eficiência operacional e satisfação dos clientes.

3.1 Objetivos Gerais

Entre os objetivos a serem concluídos para a eficiência das mudanças necessárias na empresa, estão:

- Inclusão de práticas de controle financeiro.
- Estratégias visando maior gestão de tempo.
- Estratégias inovadoras de Marketing Digital e Conteúdo.
- Padronização e frequência das postagens nas redes sociais.
- Proposta de modelos de gestão integrado a ferramentas tecnológicas.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Inclusão de práticas de controle financeiro

- Fazer utilização de aplicativos visando a melhor análise e controle do fluxo de caixa.
- Criar o hábito de analisar relatórios financeiros buscando tomar as melhores decisões para a empresa.

3.2.2 Estratégias visando maior gestão de tempo

- Analisar a rotina empresarial e buscar otimizar processos.
- Fazer utilização de estratégias para melhor controle de tempo e visão ampla de deveres e atividades.

3.2.3 Estratégias inovadoras de Marketing Digital e Conteúdo

- Diferenciar-se das marcas concorrentes, gerando valor no imaginário dos consumidores da empresa.

3.2.4 Padronização e frequência de postagens nas redes sociais

- Alcançar potenciais clientes por meio do engajamento diário.

3.2.4 Modelo de gestão integrado a ferramentas tecnológicas

- Aperfeiçoar a administração utilizando meios digitais.

4 METODOLOGIA

Para alcançar um significativo avanço no alcance digital e na eficiência operacional da Agnus Barbearia, adotaremos uma abordagem variada que inclui a reorganização de redes sociais, a implementação de análises estratégicas e o uso de ferramentas de gestão e marketing. A seguir, detalharemos como cada uma dessas ferramentas será implementada e sua importância para a empresa.

A primeira etapa da nossa metodologia envolve a reorganização das redes sociais, especificamente Instagram e Facebook. Estas plataformas são cruciais para a presença digital do salão e a interação com os clientes. Inicialmente, realizaremos uma auditoria detalhada das contas existentes, avaliando o engajamento e o fortalecimento da identidade visual do salão. Em seguida, criaremos um calendário de conteúdo estratégico, alinhado às tendências do setor de barbearia, para garantir uma presença digital constante e relevante. Implementaremos técnicas de storytelling para humanizar a marca e fortalecer a conexão emocional com o público.

Em paralelo, realizaremos uma análise SWOT, fundamental para a avaliação estratégica. Essa ferramenta ajudará a Barbearia Agnus a identificar suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças no ambiente de mercado atual. Esta análise permitirá mapear o cenário competitivo e definir estratégias que maximizem os pontos fortes e minimizem os riscos. Por exemplo, identificando oportunidades de mercado, poderemos lançar novos serviços ou pacotes promocionais que atender às necessidades específicas dos clientes.

A implementação dos princípios do 5S visa melhorar a organização e eficiência no ambiente de trabalho. A aplicação dos princípios envolvidos nessa ferramenta, fará com que o salão de beleza promova um ambiente mais limpo, organizado e produtivo. Isso não apenas melhorará a qualidade dos serviços prestados, mas também aumentará a satisfação dos clientes e a moral dos funcionários. A implementação do 5S começará com treinamentos para todos os funcionários, explicando os conceitos e a

importância de cada etapa. Em seguida, realizaremos sessões regulares de monitoramento e revisão para garantir a continuidade e a eficácia do programa.

O marketing verde é outra estratégia crucial para o nosso plano. A implementação do Selo Verde demonstrará o compromisso de salão com práticas sustentáveis, como a utilização de produtos ecologicamente corretos, a redução de desperdícios e a reciclagem. Além disso, comunicaremos essas iniciativas de maneira transparente e eficaz através das redes sociais e do site do salão, destacando nosso compromisso com a sustentabilidade.

Além das ferramentas mencionadas, utilizaremos sistemas para gestão de estoque e vendas, instrumentos de marketing digital, como MLabs, aplicativos para edição de foto e vídeo, e programas de propaganda. Esses recursos são essenciais para melhoria na visualização e organização da situação empresarial. Utilizaremos as utilizações tecnológicas da OnWave para otimizar o controle de estoque e as operações de venda, garantindo uma gestão mais eficiente e precisa. As principais plataformas utilizadas serão Instagram e Facebook, onde aplicaremos estratégias de conteúdo para aumentar o engajamento e a presença digital. Ferramentas como Canva, InShot, Ibispaint X, Capcut e Figma, serão usadas para criar conteúdos visuais atrativos, melhorando a qualidade das postagens nas redes sociais. MLabs conteúdos será a ferramenta principal para gestão das campanhas publicitárias, permitindo uma análise detalhada do desempenho das ações de marketing.

Essa metodologia visa não apenas a modernização digital do salão, mas também a criação de um ambiente de trabalho mais eficiente e sustentável, refletindo diretamente na satisfação e fidelização dos clientes. Implementando essas ferramentas e estratégias de maneira integrada, a Barbearia Agnus estará bem posicionado para crescer e prosperar no competitivo mercado da beleza e estética.

5 APLICATIVOS PARA EDIÇÃO

Para a criação e edição de posts no Instagram, foram selecionadas três ferramentas 100% gratuitas: Canva, InShot e Figma. A escolha se baseou em sua popularidade, funcionalidade e acessibilidade. Essas ferramentas são conhecidas por sua facilidade de uso e rápido aprendizado, buscando uma solução prática e fácil para aqueles que não possuem tanto conhecimento na área tecnológica.

5.1 Canva

Melanie Perkins, Cliff Obrecht e Cameron Adams revolucionaram o design gráfico acessível para todos em 2013 quando o aplicativo Canva foi lançado no mercado. Por isso o aplicativo foi escolhido por sua vasta gama de templates personalizáveis e elementos gráficos, que facilitam a criação de conteúdos visuais chamativos. Além disso, o Canva oferece uma interface intuitiva que permite que usuários de todos os níveis de habilidades criem designs profissionais com facilidade. Ele também inclui uma biblioteca ampla de fontes, ícones e imagens gratuitas, o que expande significativamente as opções de design disponíveis.

5.2 Inshot

Lançado no mercado em 2003 pela empresa chinesa “Inshot Inc”, o InShot se tornou uma ferramenta essencial para edição de vídeos e fotos, democratizando o acesso a ferramentas de edição poderosas e intuitivas, tornando fácil a seleção dessa ferramenta devido às suas capacidades especiais de edição de vídeos e fotos. Este aplicativo oferece ferramentas intuitivas, como corte, divisão, ajuste de velocidade e implementação de músicas que permitem os usuários realizar ajustes precisos em seus conteúdos multimídia. Além disso, o InShot possui uma variedade de filtros e efeitos

visuais que podem transformar a aparência de vídeos e fotos, aumentando a qualidade e o apelo visual dos posts.

5.3 Figma

Dylan Field e Evan Wallace, em 2011, transformaram a colaboração em design com o Figma, oferecendo uma plataforma que facilita o trabalho conjunto e a inovação em design gráfico garantindo a inclusão da ferramenta em nosso projeto por suas funcionalidades colaborativas e a possibilidade de criar gráficos e layouts personalizados. Como uma ferramenta baseada em nuvem, o Figma permite que vários usuários trabalhem simultaneamente no mesmo projeto, facilitando a colaboração em equipe.

6 INSTRUMENTOS DE MARKETING

6.1 Instagram

Desde 2010 o Instagram é uma plataforma poderosa para estratégias de marketing, permitindo às marcas alcançar um público vasto através de conteúdo visual atrativo. Publicações regulares podem aumentar o reconhecimento da marca e engajar os seguidores, enquanto o uso de stories e reels pode proporcionar interações mais imediatas e personalizadas. Parcerias com influenciadores também são comuns, ampliando o alcance e a credibilidade. Com análise de dados robusta, as empresas podem ajustar suas abordagens para maximizar o impacto e converter seguidores em clientes.

6.2 Facebook

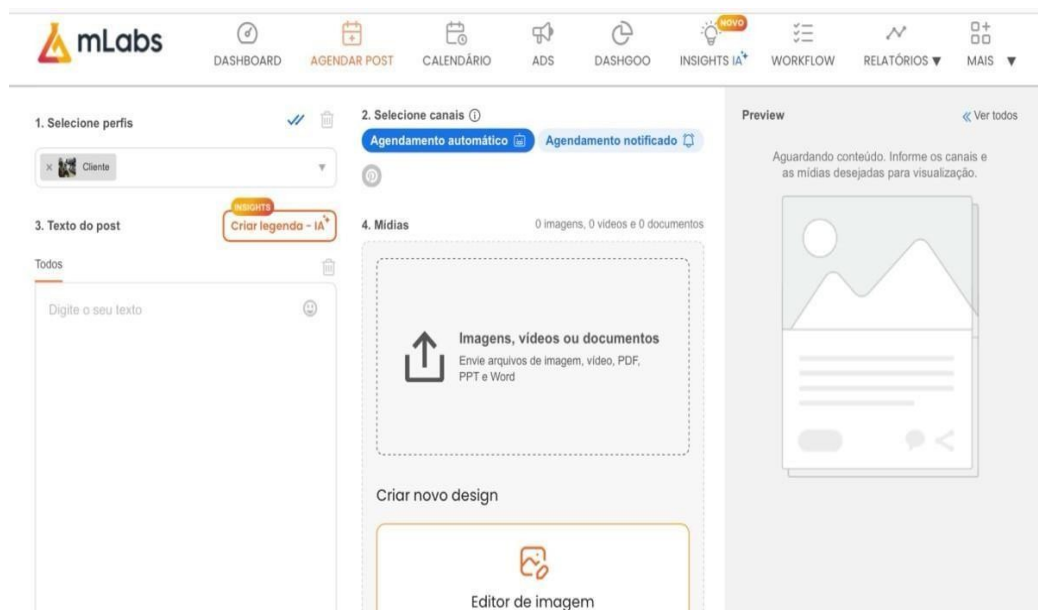
Em fevereiro de 2004, Mark Zuckerberg criou o Facebook, assim oferecendo diversas ferramentas de marketing para alcançar e engajar públicos-alvo específicos. Empresas podem criar páginas dedicadas para promover produtos e serviços, utilizando postagens, vídeos e eventos para aumentar a interação com os seguidores. A plataforma também permite a segmentação precisa de anúncios, atingindo consumidores com base em demografia, interesses e comportamento. Adicionalmente, o Facebook Analytics proporciona insights detalhados sobre o desempenho das campanhas, permitindo ajustes estratégicos para maximizar a eficácia e o retorno sobre o investimento.

7 MLABS SOFTWARE

Desenvolvido em 2015 por Rafael Kiso, o MLabs é uma ferramenta de gerenciamento de redes sociais que ajuda empresas e profissionais a otimizar suas estratégias de marketing digital. Ele oferece funcionalidades como agendamento de postagens para serem publicadas em datas e horários específicos, permitindo uma presença constante sem a necessidade de estar online o tempo todo. Além disso, facilita a publicação em massa em diversas plataformas como Instagram, Facebook e Twitter, economizando tempo e garantindo a consistência na comunicação da marca.

O Mlabs também inclui ferramentas de análise de desempenho para monitorar o engajamento e o alcance das postagens, ajudando a ajustar as estratégias de conteúdo com base nos resultados obtidos. A ferramenta facilita ainda a interação com seguidores, permitindo respostas, comentários e mensagens diretas de uma interface unificada, e fornece relatórios detalhados para entender o comportamento do público e avaliar o impacto de campanhas de marketing, ajudando na tomada de decisões estratégicas.

Figura 2 - Página de Agendamento de Publicações ²



² Fonte: <https://appsocial.mlabs.io>

8 ANÁLISE SWOT

A análise SWOT, uma ferramenta essencial para a avaliação estratégica, foi popularizada por autores como Albert Humphrey por volta da década de 1960, ajudando empresas a identificar suas forças (strengths), fraquezas (weakness), oportunidades (opportunities) e ameaças (threats). Dessa forma, ela ajuda a empresa a compreender melhor o ambiente interno e externo, facilitando a tomada de decisões.

8.1 Forças

A Barbearia Agnus estabeleceu uma reputação sólida por seu comportamento inabalável com a satisfação do cliente. Sua abordagem centrada no cliente e a capacidade de entender e atender às necessidades individuais contribuem para a fidelidade dos clientes ao longo do tempo. A consistente entrega de serviços de alta qualidade não só mantém os clientes satisfeitos, mas também os incentiva a retornar e recomendar o salão aos outros.

8.2 Fraquezas

A falta de investimento em tecnologia pode representar um desafio. A adoção de ferramentas tecnológicas adequadas poderia otimizar os processos internos, melhorar a eficiência operacional e proporcionar uma experiência mais conveniente para os clientes. Além disso, a integração de tecnologia poderia abrir novas oportunidades para alcançar e engajar novos clientes por meio de plataformas digitais.

8.3 Oportunidades

A expansão para o marketing digital é uma área promissora a ser explorada. Com a crescente influência da internet no comportamento do consumidor,

investir em estratégias de marketing digital pode ampliar significativamente a visibilidade do salão, atrair um público mais diversificado e aumentar a participação de mercado.

8.4 Ameaças

Concorrência de outros salões na região. A indústria de beleza e cuidados pessoais é altamente competitivo, e outros estabelecimentos podem oferecer serviços semelhantes ou até mesmo inovadores. Para se manter à frente, a Barbearia Agnus deve continuar a diferenciar-se, investir em treinamento de equipe e manter um alto padrão de qualidade em todos os aspectos do negócio.

9 5S (CINCO SENSOS JAPONESES)

O 5S é uma metodologia japonesa que surgiu no início da década de 1950, no Japão, como parte do esforço para reconstruir o país após a Segunda Guerra Mundial. A metodologia foi desenvolvida dentro do contexto de melhorias contínuas nas práticas de gestão da qualidade e produtividade, tendo como objetivo criar um ambiente de trabalho mais eficiente, organizado e seguro. Os princípios do programa 5S, que buscam melhorar a organização e eficiência no ambiente de trabalho, foram amplamente desenvolvidos e promovidos por autores japoneses, como Hiroyuki Hirano.

9.1 Seiri (Utilização)

Além de separar o que é necessário e o que não é, a Barbearia Agnus realiza, regularmente, avaliações para identificar quais produtos e equipamentos são essenciais para suas operações, garantindo que apenas o que é realmente útil esteja presente no ambiente de trabalho.

9.2 Seiton (Ordenação)

A organização no salão ultrapassa a disposição dos itens visíveis aos clientes. Os produtos de uso frequente são estrategicamente posicionados para fácil acesso, enquanto o estoque é mantido em prateleiras e armários etiquetados, seguindo um sistema de arrumação que facilita a localização e reposição.

9.3 Seiso (Limpeza)

A equipe da Barbearia Agnus dedica-se regularmente à limpeza do ambiente, realizando tarefas de aspiração e desinfecção das superfícies. Isso contribui para manter o espaço agradável e higienizado para clientes e colaboradores.

9.4 Seiketsu (Padronização)

A padronização é uma prática incorporada na cultura do salão. Os procedimentos de organização e limpeza são documentados e comunicados à equipe, garantindo que todos sigam as mesmas diretrizes para manter a consistência técnica e eficácia dessas práticas.

9.5 Shitsuke (Disciplina)

Apesar de praticar os outros princípios do 5S, o salão ainda não possui pleno conhecimento e implementação do conceito de autodisciplina, muitas vezes diminuindo a frequência com a qual realiza os fundamentos listados acima.

10 SELO VERDE

O Selo Verde, Ecoselo ou Selo Qualidade Ambiental, é uma certificação brasileira criada em 1993 e coordenada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Seguindo os padrões da ISO 14000, este selo atesta o compromisso de produtos e empresas com práticas sustentáveis e ambientalmente responsáveis. O Selo Verde abrange dez categorias prioritárias de produtos, como papel, eletrodomésticos, cosméticos e aerossóis livres de CFC, incentivando a redução de impactos ambientais.

Implementar o Selo Verde numa organização, reforça a imagem da empresa como uma marca consciente e sustentável, alinhando-se às tendências de mercado que valorizam práticas ecológicas e sustentáveis; como afirma EESC Jr. (2022) “Com o aumento da busca por produtos sustentáveis, o marketing Verde é uma das principais estratégias para atração de novos clientes”.

Assim como também outros programas, incluindo sistemas para gestão de estoque e vendas, instrumentos de marketing, aplicativos para edição de foto, vídeo e apresentação de slides e programas de propaganda, visando a melhoria na visualização e organização da situação empresarial.

10.1 Como aplicar o Selo Verde

Para obter o Selo Verde, é necessário seguir alguns passos como realizar um diagnóstico detalhado da empresa para identificar qual certificação é mais adequada ao seu ramo de atividade. Esse diagnóstico envolve uma análise minuciosa dos processos produtivos, uso de recursos naturais e geração de resíduos. Após essa etapa, é preciso definir claramente os objetivos e propósitos das empresas em relação à sustentabilidade. Isso inclui estabelecer metas de redução de impacto ambiental e implementação de práticas de responsabilidade social.

Em seguida, é essencial realizar uma pesquisa aprofundada sobre os critérios e exigências da certificação escolhida. Com essas informações a empresa deve fazer os ajustes necessários em seus processos e operações

para atender os requisitos ao selo.

Finalmente, a empresa deve solicitar a certificação junto à instituição responsável, como Instituto Brasileiro de Defesa da Natureza (IBDN), que oferece o Selo Verde Empresa Parceira da Natureza ou seguir as normas da ISO 14001, uma referência internacional em gestão ambiental. Esses passos não só ajudam a obter a certificação, mas também contribuem para uma operação mais sustentável e responsável, valorizando a marca no mercado e na sociedade.

10.2 Empresas que certificam o Selo Verde

No Brasil, a certificação do Selo Verde é oferecida por várias instituições que promovem práticas sustentáveis de menor impacto ambiental. Entre elas, está o INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia), que também atua garantindo que os produtos e serviços estejam em conformidade com padrões ambientais rigorosos.

Há também o Programa Selo Verde Brasil, lançado pelo governo em 2024, que além de certificar, ajuda no incentivo da adoção de práticas sustentáveis em empresas e produtos e conta com certificadoras credenciadas pelo INMETRO. Além disso, a ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) também certifica empresas com foco em gestão ambiental enquanto o Sebrae apoia e certifica micro e pequenas empresas que buscam implementar práticas sustentáveis. Outra opção é o Sistema de Certificação de Obras e Materiais Ecológicos (SICOME), especializado em materiais sustentáveis para empresas de todos os portes.

Essas empresas ajudam a promover práticas sustentáveis no Brasil, reconhecendo empresas que adotam métodos de produção responsáveis e de menor impacto ambiental.

10.3 Empresas certificadoras no segmento

O Instituto EcoCert é uma organização que oferece certificação e consultoria para empresas que buscam adotar práticas sustentáveis e ecológicas. Reconhecido internacionalmente, o instituto auxilia negócios de diversos setores, incluindo

barbearias, a reduzir seu impacto ambiental e promover o uso responsável de recursos naturais.

A certificação EcoCert assegura que os processos e produtos de uma empresa estejam alinhados com padrões de sustentabilidade. Para as barbearias, isso pode envolver o uso de produtos naturais e orgânicos, como shampoos e cremes, livres de substâncias químicas agressivas. Além disso, a certificação também inclui a gestão eficiente de resíduos, com a separação correta, reciclagem e uso de materiais biodegradáveis. A EcoCert também avalia a eficiência energética e o uso responsável de recursos como água e energia, promovendo a adoção de tecnologias que minimizem o consumo. Outro ponto importante é o foco em responsabilidade social, valorizando práticas de trabalho justas e apoiando fornecedores que também sigam princípios sustentáveis.

Obter a certificação EcoCert traz vários benefícios para as barbearias. O selo EcoCert agrega credibilidade à marca, destacando seu compromisso com a sustentabilidade, o que atrai um público crescente e consciente. Além disso, a adoção de práticas ecológicas pode resultar na redução de custos operacionais, como no consumo de água e energia, e ainda garante a conformidade com legislações ambientais e regulatórias.

10.3.1 Como obter a certificação EcoCert

Para a obtenção desta certificação é necessário cumprir alguns passos, sendo eles:

- **Contato Inicial:** Entrar em contato com o Instituto EcoCert e verificar os requisitos específicos da certificação para o tipo de estabelecimento.
- **Auditoria e Diagnóstico:** O Instituto EcoCert realiza uma auditoria para avaliar as práticas atuais da barbearia e identificar áreas de melhoria.
- **Consultoria e Adequação:** Caso necessário, o Ecocert oferece consultoria para que a barbearia implemente as práticas necessárias para se alinhar aos requisitos da certificação.
- **Certificação e Monitoramento:** Após a adequação, o Instituto concede o selo de

certificação. Como resultado, a barbearia passará a ser monitorada regularmente, com a finalidade de garantir a manutenção das práticas sustentáveis.

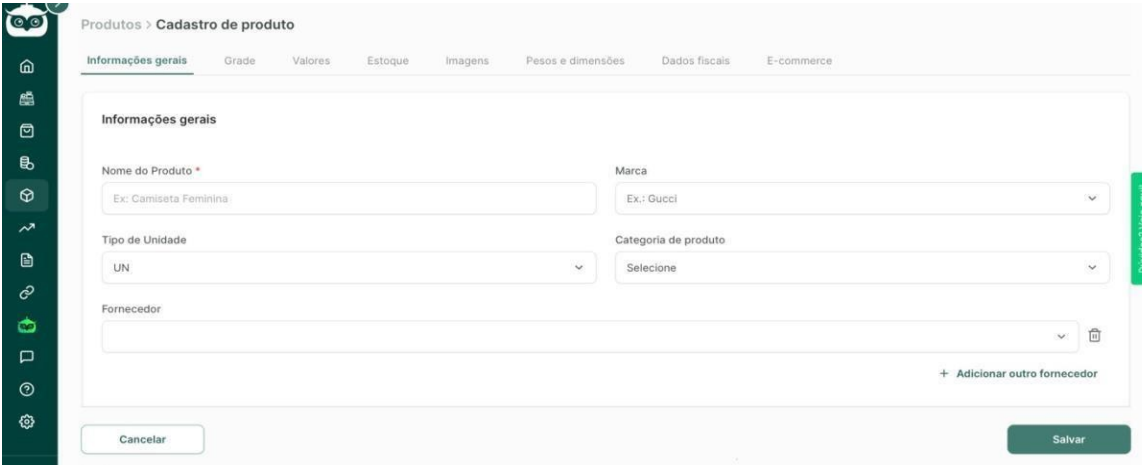
11 AWISE SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

Criado por Stéfano Willig em 2021, a eficácia desse sistema reside na otimização do controle de inventário, garantindo níveis adequados de produtos para atender à demanda sem excessos, sendo um excelente auxílio para pequenas e grandes empresas. Além disso, o programa facilita o monitoramento de vendas em tempo real, oferecendo insights valiosos para estratégias de precificação e promoção. A integração dessas funcionalidades simplifica processos administrativos e aumenta a eficiência operacional da empresa.

Em relação à gestão de vendas, o sistema auxilia registrando transações, analisando seu desempenho e facilitando a integração com sistemas de pagamento. Ele também fornece relatórios personalizados, exibições interativas e a capacidade de automatizar tarefas como atualizações de estoque e fatura.

As vantagens incluem maior eficiência operacional, melhor inteligência na tomada de decisões, redução de custos e melhor experiência do cliente, contribuindo para uma melhora significativa na gestão de pequenas e grandes empresas através de ferramentas integradas e análises precisas.

Figura 3 - Página de Inserção de Produtos ³



Produtos > Cadastro de produto

Informações gerais | Grade | Valores | Estoque | Imagens | Pesos e dimensões | Dados fiscais | E-commerce

Informações gerais

Nome do Produto * Marca

Tipo de Unidade Categoria de produto

Fornecedor

³ Fonte: <https://app.useawise.com>

12 ONWAVE

Criada por Daniela Marques, João Miguel Cardoso, Maria Amélia e Rafaela Campelo, alunos do 3º Mtec Desenvolvimento de Sistemas em 2024, a OnWave se caracteriza por ser um software moderno e funcional em desenvolvimento para atender a proprietários e clientes de barbearias. Assim, o programa atua principalmente na área de gestão nesse setor, uma vez que busca dar ênfase ao gerenciamento de barbearias por meio de diversas funcionalidades. Dessas, pode-se citar aquelas pertinentes a todo fluxo de entradas e saídas financeiras, gráficos acerca dos serviços e sugestões ao negócio.

Além disso, o software ainda conta com utilidades aos usuários que usufruem de serviços das redes de barbearias registradas na OnWave. Isso porque os mesmos podem realizar consultas e pesquisas por meio da plataforma acerca de seus registros de cortes.

Figura 4 - Página Inicial ⁴



⁴ Fonte: MORENO, D. M.; CARDOSO, J.M.; LEITE, M.A.C.; FRANÇA, R.C.C. Onwave: aplicativo para gestão de microempresas. 2024.

13 ESCOPO

A consultoria para a Barbearia Agnus visa melhorar a eficiência operacional, aumentar a satisfação dos clientes, otimizar a gestão financeira e de estoque, e expandir a visibilidade da marca através de estratégias de marketing digital. As metas incluem a implementação de sistemas de gestão automatizados, aprimoramento dos serviços oferecidos e da presença digital, além da aplicação da metodologia 5S para otimizar o ambiente de trabalho. O prazo para a conclusão das atividades vai até dezembro de 2024.

Entre os principais objetivos de controles financeiros robustos, o desenvolvimento e aplicação de estratégias de marketing digital, a organização do ambiente de trabalho para maximizar a eficiência e a integração de tecnologia na gestão diária. As entregas previstas incluem uma análise SWOT com recomendações estratégicas, um calendário de conteúdo para redes sociais, a implementação de um sistema de gestão financeira com relatórios mensais automatizados e um relatório final avaliando o impacto das mudanças.

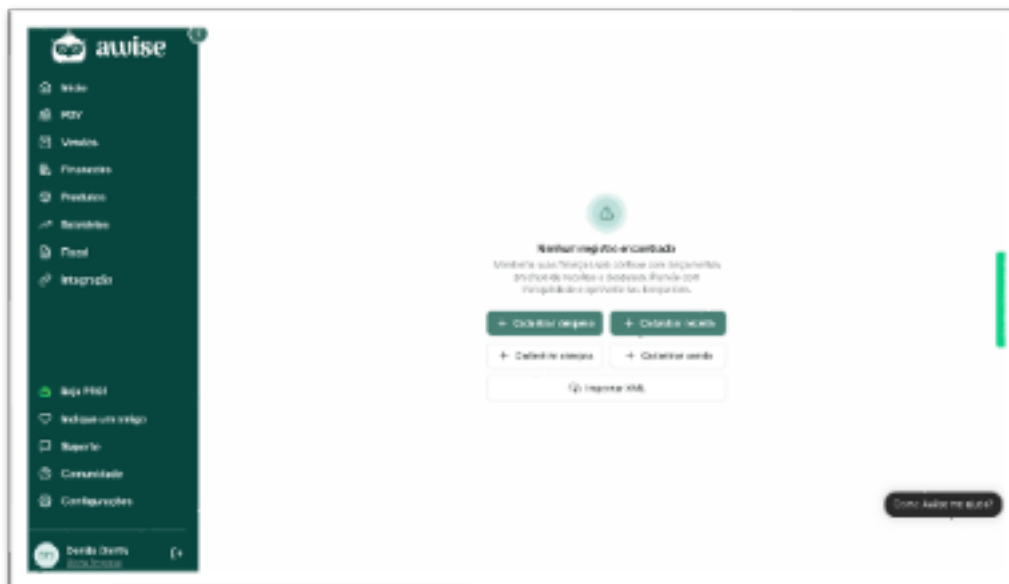
As atividades principais envolvem a análise inicial da empresa, a reorganização e otimização das redes sociais, a implementação de sistemas de controle financeiro e estoque, com o devido treinamento, a criação de campanhas de marketing digital utilizando ferramentas como MLabs, Canva e Inshot, e a aplicação dos princípios do 5S.

Entre os riscos identificados estão a resistência á mudança por parte dos funcionários, problemas técnicos na implementação dos novos sistemas de gestão e a reação da concorrência ao perceber as melhorias. Os desafios incluem o engajamento do proprietário e dos funcionários na adoção de novas práticas e sistemas, o alcance e eficácia do marketing digital devido à alta competitividade do mercado, e a manutenção das mudanças a longo prazo para garantir a sustentabilidade das melhorias implementadas.

14 PROPOSTAS

14.1 Financeiro

O sistema recomendado para a nova implementação da Agnus Barbearia inclui Awise e OnWave, que rastreiam o movimento de dinheiro em tempo real. Estes são componentes essenciais para a barbearia, possibilitando a projeção do valor estimado que a empresa possui e auxiliando na eliminação de problemas de liquidez. Os custos também serão rastreados e categorizados, o que ajudará o proprietário a rastrear os custos fixos e os variáveis. O monitoramento será usado para desenvolver um orçamento mensal que será aplicado para limitar a quantidade de ordens feitas. Os preços também serão aplicados de maneira correta, com preços sendo comparados ao mercado a fim de não fugir da realidade atual, e uma demonstração de lucros e perdas será produzida mensalmente para maior análise de resultados. Os indicadores-chave de desempenho usados para rastreá-los são a taxa de retorno sobre investimentos e a margem de lucro, visando maior conhecimento do bem-estar financeiro da empresa. Ressaltando que a gestão do Inventário será integrada garantindo que não haja excessos ou faltas. As transações financeiras também serão automatizadas e verificadas mensalmente para melhorar o controle das obrigações. O proprietário e a equipe também serão instruídos em relação às finanças para que entendam como funcionam e possam se preparar para o futuro com um longo plano estratégico financeiro que inclua metas e crescimento, essa educação será através de workshops e cursos gratuitos encontrados na internet, bem como o próprio tutorial das ferramentas utilizadas e a assistência desta consultoria para integrar esses hábitos na rotina empresarial de Danilo Dants. A barbearia assim alcançará um controle e estabilidade financeira adequados, garantindo a longevidade da empresa e evitando emergências que podem facilmente serem evitadas com uma boa gestão financeira e logística.

Figura 5 - Página Inicial Awise com Tutorias ⁵Figura 6 - Awise Registro Financeiro ⁶

⁵ Fonte: AWISE. Página Inicial: Como navegar pelo sistema Awise.

⁶ Fonte: AWISE. Página de Lançamentos: Cadastros financeiros.

Figura 7 - OnWave Histórico Atendimentos ⁷



Figura 8 - OnWave Serviço por Cliente ⁸



⁷ Fonte: MORENO, D. M.; CARDOSO, J.M.; LEITE, M.A.C.; FRANÇA, R.C.C. Onwave: aplicativo para gestão de microempresas. 2024.

⁸ Fonte: MORENO, D. M.; CARDOSO, J.M.; LEITE, M.A.C.; FRANÇA, R.C.C. Onwave: aplicativo para gestão de microempresas. 2024.

Figura 9 - OnWave Cadastro Funcionários ⁹

⁹ Fonte: MORENO, D. M.; CARDOSO, J.M.; LEITE, M.A.C.; FRANÇA, R.C.C. Onwave: aplicativo para gestão de microempresas. 2024.

14.2 Marketing

A proposta de marketing para a Barbearia Agnus visa fortalecer a presença digital da marca nas redes sociais, com ênfase no Instagram e Facebook, além da gestão centralizada pelo mLabs. A criação e edição de conteúdos visuais serão apoiadas pelas ferramentas Canva, Inshot e Figma, permitindo o desenvolvimento de uma identidade visual forte e consistente para a barbearia, incluindo a criação de uma logo exclusiva.

A estratégia de marketing começa com a definição de uma identidade visual sólida, que incluirá a criação de uma nova logo representativa da Barbearia Agnus. Utilizando o Canva, desenvolveremos uma logo moderna e alinhada ao conceito da barbearia, com uma paleta de cores e tipografias que reflitam seu estilo único. Essa logo será aplicada em todas as comunicações, garantindo uma presença visual marcante.

Além disso, nas redes sociais Instagram e Facebook, publicações semanais com conteúdos otimizados, como imagens, carrosséis, stories e reels, para engajamento orgânico serão realizados. Serão planejadas campanhas pagas para ampliar o alcance da barbearia, com segmentação do público-alvo. Com o mLabs, haverá uma gestão centralizada e o monitoramento dos resultados, o que permite um controle estratégico e ajustes em tempo real.

Para o conteúdo visual, o Canva será utilizado na criação de materiais gráficos como banners, infográficos e stories animados, sempre alinhados com a nova logo e identidade visual. O Inshot e o Figma serão empregados para a edição de vídeos, permitindo a criação de stories e reels com transições dinâmicas, música e filtros que destaquem o estilo da barbearia.

Figura 10 - Logo Original ¹⁰



Figura 11 - Logo Proposta ¹¹



¹⁰ Fonte: Dono Barbearia

¹¹ Fonte: Autoria Própria

Figura 12 - Layout Instagram Original ¹²

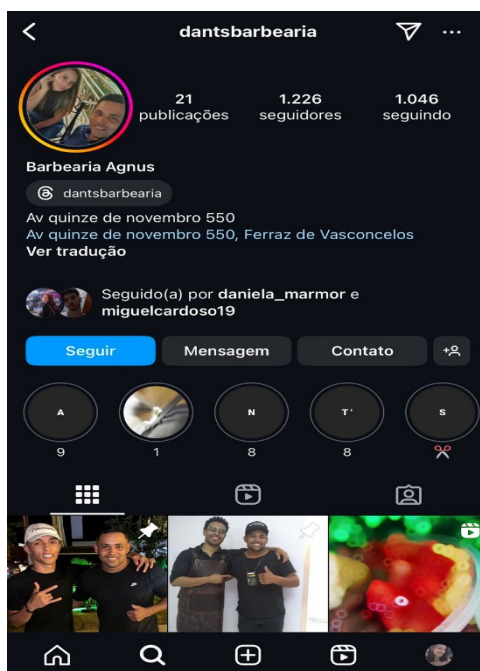
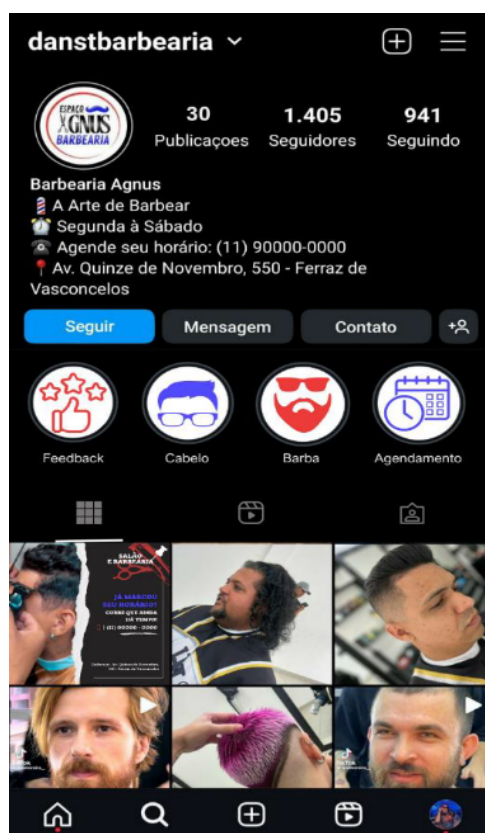


Figura 13 - Layout Instagram Proposto ¹³



¹² Fonte: Dono Barbearia

¹³ Fonte: Autoria Própria

Figura 14 - Cartão de Visita Proposto ¹⁴

¹⁴ Fonte: Autoria Própria

14.3 Gestão Administrativa

Para solucionar os problemas de gestão de tempo e agenda enfrentados pela Barbearia Agnus, propomos um plano estratégico que integra delegação de tarefas, agendamento eficiente, priorização de atividades, tempo para descanso e investimentos em treinamento e automação. Com apenas um funcionário, as tarefas podem ser delegadas de forma cuidadosa, permitindo que ele assuma tarefas operacionais simples enquanto o proprietário se concentra nas decisões estratégicas e no atendimento ao cliente. Além disso, implementar um sistema de agendamento online permitirá que os clientes façam suas reservas de forma independente, otimizando o uso do tempo e reduzindo o risco de conflitos de agenda.

Para otimizar ainda mais o tempo, a priorização das atividades do dia a dia deve focar nas tarefas de maior impacto para o crescimento do negócio, enquanto as rotinas operacionais menos urgentes podem ser realizadas em horários de menor movimento. Incluindo também lembretes automáticos enviados por SMS ou e-mail para lembrar os clientes dos horários, a barbearia consegue reduzir faltas e manter a agenda organizada. Também é essencial incluir períodos de descanso no planejamento diário para preservar o bem-estar e a saúde mental do proprietário, permitindo um equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal.

Por fim, investir em controle de estoque automatizado e em gestão financeira digital por meio das ferramentas apresentadas anteriormente, permitirá que o proprietário acompanhe o nível de produtos e o fluxo de caixa em tempo real. Com relatórios automáticos de desempenho, será possível avaliar os serviços mais vendidos e ajustar as estratégias com base em dados concretos, garantindo uma rotina mais organizada e produtiva para Barbearia Agnus e, ao mesmo tempo, proporcionando um atendimento de qualidade aos clientes.

15 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A consultoria prestada para a Barbearia Agnus demonstra um planejamento estratégico completo, fundamentado em práticas contemporâneas de gestão, organização e marketing digital. O projeto identifica de maneira minuciosa os desafios enfrentados pela empresa — especialmente nas áreas de controle financeiro, gestão de tempo e visibilidade de mercado — e propõe soluções que visam otimizar sua operação e melhorar a experiência do cliente.

Com a implementação das ferramentas Awise e OnWave para o controle financeiro e de estoque, a Barbearia poderá superar dificuldades relacionadas ao fluxo de caixa e gerenciamento de produtos, garantindo um atendimento mais eficiente e equilibrado. Esses sistemas não apenas otimizam processos internos, mas também proporcionam dados essenciais para a tomada de decisões estratégicas, possibilitando uma gestão mais eficaz e proativa.

No campo do marketing, o projeto apresenta uma proposta robusta que utiliza plataformas digitais como Instagram e Facebook, centralizadas pelo mLabs, para construir uma presença online atrativa e consistente. A criação de uma identidade visual forte, aliada ao uso de ferramentas como Canva, Inshot e Figma, reflete a modernização da marca, permitindo que a empresa alcance e fidelize um público maior. Com a organização de publicações e estratégias de engajamento bem definidas, a Barbearia Agnus estará posicionada para captar novos clientes e fortalecer sua relação com os atuais.

A metodologia 5S, aplicada para a organização interna, e a obtenção do Selo Verde para certificação ambiental elevam o valor da marca, transmitindo uma imagem de eficiência, sustentabilidade e compromisso com a qualidade. Esses aspectos, além de promoverem um ambiente de trabalho mais produtivo, reforçam o posicionamento da barbearia como uma empresa consciente e alinhada às expectativas dos consumidores modernos.

Dessa forma, o projeto de consultoria vai além de soluções pontuais e oferece um plano estratégico que combina eficiência operacional, inovação tecnológica e sustentabilidade. A Barbearia Agnus, com a implementação das recomendações aqui propostas, estará bem preparada para crescer no mercado de estética, assegurar a satisfação dos clientes e sustentar um modelo de negócios competitivo e duradouro.

16 REFERÊNCIAS

ABIHPEC. **Mercado masculino avança 94% em 5 anos.** Disponível em:

<https://abihpec.org.br/mercado-masculino-avanca-94-em-5-anos/>. Acesso em: 20 out. 2024.

AMBIPAR CERTIFICATION. **Ambipar Certification – Selo Verde.** Disponível em:

<https://ambiparcertification.com.br/>. Acesso em: 02 nov. 2024.

AWISE. **Página Inicial: Como navegar pelo sistema Awise.** Disponível em:

<https://app.useawise.com/a/EEC01FD2/F1CFBF2A/home/>. Acesso em 01 ago. 2024.

AWISE. **Página de Lançamentos: Cadastros financeiros.** Disponível em:

<https://app.useawise.com/a/EEC01FD2/F1CFBF2A/financial-registers/>. Acesso em 01 ago. 2024.

CANVA. **Sobre nós.** Disponível em: https://www.canva.com/pt_br/about/. Acesso em: 4 nov. 2024.

DIGITAL NEST WEB. **CapCut: características, prós e contras.** Disponível em:

<https://digitalnestweb.com/capcut-caracteristicas-pros-y-contras/>. Acesso em: 15 jun. 2024.

EESC JR. **Marketing Verde: onde e como aplicar?** Disponível em:

<https://eescjr.com.br/blog/marketing-verde-como-aplicar/>. Acesso em: 02 nov. 2024.

FIGMA. Disponível em: <https://g.co/kgs/576SeQM>. Acesso em: 4 nov. 2024.

GOVERNO FEDERAL. **Governo Federal Institui Programa Selo Verde Brasil para normalizar e certificar produtos e serviços de origem sustentável.**

Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2024/junho/governo-federal-institui-programa-selo-verde-brasil-para-normalizar-e-certificar-produtos-e->

servicos-de- origem-sustentavel. Acesso em: 02 nov. 2024.

INSHOT. Disponível em: <https://br.linkedin.com/company/inshot>. Acesso em: 05 nov. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DA NATUREZA. **Selo Verde e Certificações Ambientais**. Disponível em: <https://ibdn.org.br/>. Acesso em: 02 nov. 2024.

INVESTNEWS. **História do Facebook**. Disponível em: <https://investnews.com.br/negocios/historia-do-facebook/>. Acesso em: 4 nov. 2024.

MARKETING SCOOP. **Who invented Instagram? An In-Depth Look at the Origin of the Photo-Sharing App**. Disponível em: <https://www.marketingscoop.com/small-business/who-invented-instagram/>. Acesso em: 29 out. 2024.

MEETHUB. **Rafael Kiso**. Disponível em: <https://meethub.com.br/vendor/rafael-kiso/>. Acesso em: 4 nov. 2024.

MORENO, D. M.; CARDOSO, J.M.; LEITE, M.A.C.; FRANÇA, R.C.C. **Onwave: aplicativo para gestão de microempresas. 2024**. Trabalho de Conclusão de Curso (Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Desenvolvimento de Sistemas) - Etec de Poá, Poá, 2024.

NOMUS. **Metodologia 5S: como funciona e benefícios**. Disponível em: <https://www.nomus.com.br/blog-industrial/5s/> . Acesso em: 15 jun. 2024.

PONTO TEL. **Metodologia 5S: como aplicar e seus benefícios**. Disponível em: <https://www.pontotel.com.br/metodologia-5s.html>. Acesso em: 15 jun. 2024.

PORTAL SEBRAE. **Você sabe o que é Selo Verde?**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-sabe-o-que-e-selo-verde,a031949fca8e4810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 02 nov. 2024.

PUBLISHING STATE. **History of Canva.** Disponível em:
<https://publishingstate.com/history-of-canva/2024/>. Acesso em: 29 out. 2024.

RD STATION. **Análise SWOT: o que é e como fazer.** Disponível em:
<https://www.rdstation.com/blog/marketing/analise-swot/>. Acesso em: 15 jun. 2024.

REVISTA YACHT. **Dia do homem: pesquisa aponta que homens representam 30% dos clientes das clínicas estéticas no Brasil.**
Disponível em: <https://www.revistayacht.com.br/dia-do-homem-pesquisa-aponta-que-homens-representam-30-dos-clientes-das-clinicas-estetica-no-brasil/>. Acesso em: 20 out. 2024.

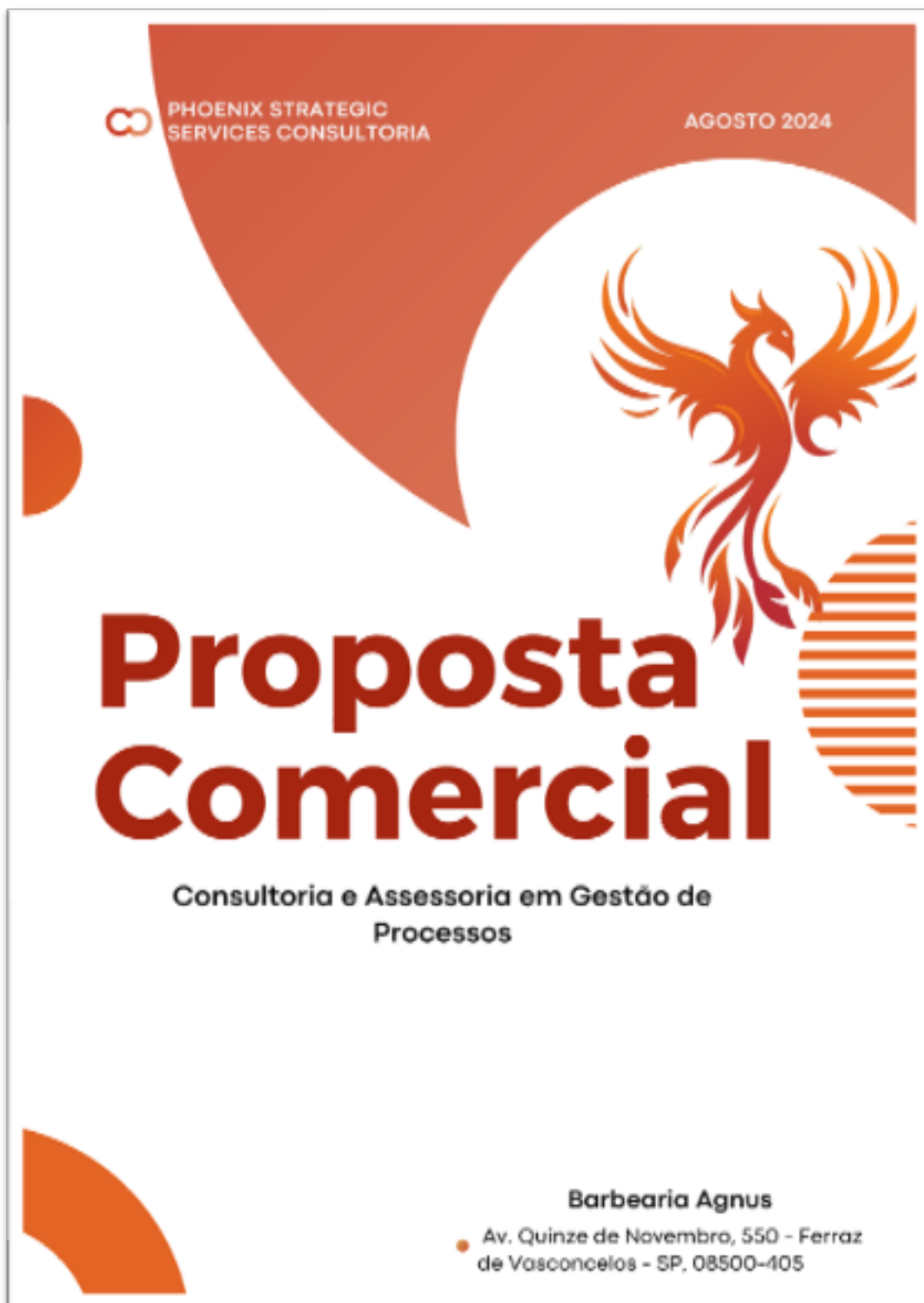
SOARES PEREIRA. **Barbearias: tendências do mercado de beleza.** Disponível em: <https://www.soarespereira.com.br/blog/barbearias-tendencias-mercado-beleza/>. Acesso em: 29 out. 2024.

WIKIPEDIA. **Kevin Systrom.** Disponível em:
https://en.m.wikipedia.org/wiki/Kevin_Systrom. Acesso em: 29 out. 2024.

WORLD ATLAS. **Who founded Instagram?** Disponível em:
<https://www.worldatlas.com/articles/who-founded-instagram.html>. Acesso em: 29 out. 2024.

17 APÊNDICES

Apêndice A - Proposta Comercial Elaborada



Relatório de Diagnóstico Preliminar

Prezado Sr. Danilo Dants,
Barbearia Agnus

É com grande prazer que enviamos a nossa Proposta Comercial para a sua avaliação, conforme acordado, sobre a Consultoria e Assessoria em Gestão de Processos Empresariais, conforme discutido na nossa reunião em 04/07/2024.

Após analisar todos os dados coletados, apresentamos uma solução personalizada e exclusiva, atendendo às suas necessidades e expectativas identificadas.

Agradecemos pela oportunidade de apresentar nossos serviços e reiteramos o nosso compromisso em implementar soluções que promovam o crescimento organizacional alinhado à estratégia de negócios da sua empresa.

Atenciosamente,

Lavinya Mosconi
Gerente de Relacionamento

● 01

Introdução

A Proposta Comercial foi desenvolvida com base em uma análise detalhada da gestão administrativa, abrangendo as áreas de gestão financeira, gestão de tempo e marketing. Este documento descreve o planejamento do Projeto de Implementação de estratégias voltadas para a melhoria dessas três frentes, visando otimizar a operação da organização como um todo.

O projeto funciona como um instrumento estratégico, composto por um conjunto de ferramentas e subsistemas interligados, com metas claras e ações específicas. O objetivo é aprimorar a gestão, promover maior eficiência e alcançar um desempenho superior, criando assim as condições ideais para o crescimento sustentável e a excelência nos resultados da organização.

Objetivo

Esta Proposta Comercial foi elaborada com base na revisão da gestão administrativa, abrangendo as áreas de gestão financeira, gestão de tempo e o relacionamento com os clientes através do marketing.

O documento descreve o planejamento do Projeto de Implantação de melhorias na empresa titulada Barbearia Agnus, analisando e avaliando sua carência nas práticas de Marketing, implementação de sistemas automatizados de atendimento e gestão, a fim de aumentar a eficiência operacional e satisfação dos clientes. Ele é composto por um conjunto de ferramentas e subsistemas, além de metas e ações para aprimorar a gestão e otimizar o desempenho organizacional.

Relatório Pré Diagnóstico

No decorrer do projeto, foram realizados questionamentos com intuito de realizar o relatório pré diagnóstico organizacional.

Durante as visitas técnicas foram realizadas entrevistas com o gestor para levantamento da situação atual da empresa e seus respectivos setores.

A seguir, segue o detalhamento das áreas de maior impacto, bem como as ações propostas.

Marketing

Baseado nas informações coletadas, identificamos a ausência/deficiência nos seguintes itens:

- Baixa frequência nas postagens;
- Falta de padronização nas redes;
- Identidade visual desatualizada;

Melhorias

As soluções apresentadas requisitaram profundas análises a respeito da disponibilidade de tempo e recursos financeiros, visando a praticidade e facilidade de implementação.

- Atualização do Logotipo;
- Planejamento de Estratégias de Marketing Digital;
- Implementação do uso de ferramentas para criação de posts, vídeos curtos e templates para melhor comunicação e presença digital.

Estoque/Logística

Baseado nas informações coletadas, identificamos a ausência/deficiência nos seguintes processos:

- Precariedade nos métodos de armazenamento;
- Baixo controle de estoque e necessidade na compra de materiais;
- Falta de registros de entrada e saída do estoque;
- Ausência de organização nos agendamentos à respeito dos serviços prestados.

Melhorias

As soluções apresentadas:

- Implementação de Sistemas de Gestão de Armazenamento;
- Automatização do controle de Estoque;
- Registro digital de controle e saída;
- Fazer utilização de aplicativos visando a melhor análise e controle do fluxo de caixa;
- Criar o hábito de analisar relatórios buscando tomar as melhores decisões para a empresa.

Gestão de Tempo

Baseado nas informações coletadas, identificamos a ausência/deficiência nos seguintes itens:

- Agenda sobrecarregada;
- Dificuldade de equilíbrio;
- Impacto na vida pessoal;
- Atrasos e baixa qualidade;
- Sobrecarga mental e física.

Melhorias

As soluções apresentadas:

- Delegação de tarefas;
- Agendamento eficiente;
- Priorizar atividades;
- Tempo para descanso;
- Treinamento e automação.

Metodologia



Para melhorar o alcance digital e a eficiência operacional da Barbearia Agnus, adotaremos uma abordagem multifacetada, focando em redes sociais, análise estratégica e ferramentas de gestão. Inicialmente, faremos uma auditoria das contas de Instagram e Facebook, otimizando o engajamento e a identidade visual. Implementaremos a análise SWOT para identificar pontos fortes e oportunidades no mercado, além de introduzir o método 5S para organizar o ambiente de trabalho e melhorar a produtividade.

A adoção de práticas de Marketing Verde com o Selo Verde demonstrará nosso compromisso com a sustentabilidade. Utilizaremos ferramentas tecnológicas para a gestão de estoque e vendas e estratégias de conteúdo nas redes sociais, utilizando aplicativos de edição de imagem e gestão de campanhas. Essa abordagem integrada visa modernizar digitalmente a barbearia, melhorar a eficiência e promover a fidelização dos clientes, posicionando a Barbearia Agnus para prosperar no mercado.

Cronograma

CRONOGRAMA DA PHOENIX STRATEGIC SERVICES				
Data	Etapa	Atividade	Consultoras	Tempo
18/03/2024	Abertura do Projeto	Escolha do cliente	Amanda, Ketelen, Lavinya e Mariana	50 minutos
18/03/2024		Escolha do nome da consultoria	Amanda, Ketelen, Lavinya e Mariana	20 minutos
18/03/2024		Divisão de tarefas entre os membros	Amanda, Ketelen, Lavinya e Mariana	10 minutos
18/03/2024		Escolha da identidade visual da Consultoria	Amanda, Ketelen, Lavinya e Mariana	20 minutos
18/03/2024	Proposta Comercial	Desenvolvimento da logo da Consultoria	Ketelen, Mariana e Lavinya	30 minutos
25/06/2024		Reestruturação de equipe e seus papéis	Amanda, Caroliny, Ketelen, Lavinya e Mariana	43 minutos
19/03/2024		Questões da entrevista	Amanda, Ketelen, Lavinya e Mariana	2h e 10 minutos
19/03/2024		Desenvolvimento: Cronograma	Mariana	1h e 05 minutos
22/04/2024		Pesquisa de softwares de gestão	Amanda, Ketelen, Lavinya e Mariana	43 minutos
27/04/2024		Análise do mercado	Amanda, Ketelen, Lavinya e Mariana	45 minutos
27/05/2024		Desenvolvimento: Proposta Comercial	Lavinya, Ketelen e Mariana	1 hora
28/05/2024		Desenvolvimento: Cronograma	Mariana	26 minutos
21/06/2024		LAYOUT de Instagram	Amanda e Ketelen	2h e 05 minutos
24/06/2024		Desenvolvimento: Proposta Comercial	Lavinya	40 minutos
08/07/2024	Desenvolvimento: Proposta Comercial	Caroliny	1h e 47 minutos	
18/07/2024	Elaboração do Cartão de visitas do cliente	Caroliny	1h e 20 minutos	
19/07/2024	Recuperação da logo do cliente	Ketelen	2h e 05 minutos	
19/08/2024	Desenvolvimento: Proposta Comercial	Caroliny	2h e 12 minutos	
10/10/2024	Desenvolvimento: Cronograma	Mariana	20 minutos	
16/10/2024	Pesquisa do mercado	Amanda, Caroliny, Ketelen, Lavinya e Mariana	1h e 28 minutos	
26/10/2024	Desenvolvimento de propostas	Amanda, Caroliny, Ketelen, Lavinya e Mariana	2h e 20 minutos	
27/10/2024	Análise SWOT e 5S	Amanda	2h e 07 minutos	
29/10/2024	Pesquisa do mercado	Amanda, Caroliny, Ketelen, Lavinya e Mariana	1 hora	
01/11/2024	Desenvolvimento: Cronograma	Mariana	20 minutos	
05/11/2024	Desenvolvimento: Proposta Comercial	Caroliny, Amanda	34 minutos	
15/09/2024	Desenvolvimento: Cronograma	Mariana	3h e 28 minutos	
04/07/2024	Contato com o Cliente	Revisão de Avaliação	Amanda, Caroliny, Ketelen, Lavinya e Mariana	1 hora
12/08/2024		Discussão sobre as propostas	Lavinya	30 minutos
03/09/2024		Discussão sobre Marketing e Design	Lavinya	32 minutos
04/09/2024		Apresentação e avaliação das propostas	Lavinya	50 minutos
05/09/2024	Apresentação e avaliação das propostas	Lavinya	1 hora	
17/09/2024	Implementação das propostas	Lavinya	1h e 02 minutos	

ACEITE FORMAL

Através deste assinamos o "De Acordo", concordando integralmente com todas as condições técnicas e comerciais, descritas na proposta e autorizamos a elaboração e emissão do contrato formal de prestação de serviços entre as partes

A forma de pagamento será através de | | Boleto | | Depósito/Transparência

INFORMAÇÕES CONTRATUAIS

RAZÃO SOCIAL COMPLETA:

ENDEREÇO:

BAIRRO:

CEP:

CIDADE:

ESTADO:

CNPJ:

INSCRIÇÃO ESTADUAL:

TELEFONE:

FAX:

RESPONSÁVEL CONTRATUAL:

CARGO:

RESPONSÁVEL COMERCIAL:

E-MAIL:

INFORMAÇÕES PARA FATURAMENTO / COBRANÇA

RAZÃO SOCIAL COMPLETA:

ENDEREÇO:

BAIRRO:

CEP:

CIDADE:

ESTADO:

CNPJ:

INSCRIÇÃO ESTADUAL:

TELEFONE:

FAX:

NOME DO CONTATO FINANCEIRO:

E-MAIL:

DE ACORDO

DATA: / /

ASSINATURA DO RESPONSÁVEL CONTRATUAL

Investimento (simulação)



TEMPO ESTIMADO DO PROJETO: **36 horas**
INVESTIMENTO: **R\$ 2.543,76** *impostos não inclusos
FORMA DE PAGAMENTO: **Boleto ou Depósito**

**DESCONTO
10%**

20% (ENTRADA) + 5x (SALDO)
R\$ 457,87 + 5x R\$ 366,30

**PARCELADO
5x**

5x (VALOR TOTAL DO PROJETO)
5x R\$ 508,75

Proposta Válida até 03/12/24



PHOENIX STRATEGIC
SERVICES CONSULTORIA

AGOSTO 2024



**Consultoria e Assessoria em Gestão de
Processos**