

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA
ETEC DE POÁ
MTEC- Curso de Administração**

**Ana Karoline Patrício dos Santos
Diego Miranda Amaral
Gustavo Henrique Buique de Sena
Mariana Camera Roumanos**

**HYGGE: Consultoria destinada ao escritório de arquitetura Gabriela
Cristina**

**POÁ-SP
2025**

Ana Karoline Patrício dos Santos
Diego Miranda Amaral
Gustavo Henrique Buique de Sena
Mariana Camera Roumanos

**HYGGE: Consultoria destinada ao escritório de arquitetura Gabriela
Cristina**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso Técnico em Administração, na
organização de cunho estadual, ETEC de Poá.
Sendo o professor Rafael Ferreira de Souza o
docente orientador.

POÁ-SP
2025

ANA KAROLINE PATRÍCIO DOS SANTOS
DIEGO MIRANDA AMARAL
GUSTAVO HENRIQUE BUIQUE DE SENA
MARIANA CAMERA ROUMANOS

**CONSULTORIA REALIZADA PELA HYGGE AO ESCRITÓRIO DE
ARQUITETURA GABRIELA CRISTINA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso Técnico em Administração, na
organização de cunho estadual, ETEC de Poá.
Sendo o professor Rafael Ferreira de Souza o
docente orientador.

Data de Aprovação: ____/____/____

Conceito:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Rafael Ferreira de Souza

DEDICATÓRIA

Dedicamos este feito, em primeiro lugar, aos nossos mestres, aos nossos responsáveis e à Gabriela Cristina. Ademais, à nós mesmos, pela dedicação, comprometimento e tal labor.

EPÍGRAFE

“Se a reta é o caminho mais curto entre dois pontos, a curva é o que faz o concreto buscar o infinito.”

(Oscar Niemeyer)

RESUMO

Este trabalho consiste em uma consultoria estratégica realizada pela equipe da Consultoria Hygge para a empresa Gabriela Cristina Arquitetura. A partir da aplicação da análise SWOT, identificamos elementos-chave como forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que impactam a atuação da empresa no mercado.

Com base nesse diagnóstico, desenvolvemos propostas de soluções e medidas voltadas para o aprimoramento da gestão, fortalecimento da presença no mercado e mitigação de riscos. O trabalho reflete a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos no curso técnico em Administração, proporcionando à equipe uma vivência real no campo da consultoria empresarial e contribuindo para o desenvolvimento organizacional da empresa atendida.

Palavras-chave: Problema; diagnóstico; consultoria.

ABSTRACT

This work consists of a strategic consultancy carried out by the Hygge Consulting team for the company Gabriela Cristina Arquitetura. From the application of SWOT analysis, we identify key elements such as strengths, weaknesses, opportunities and threats that impact the company's performance in the market.

Based on this diagnosis, we developed proposals for solutions and measures aimed at improving management, strengthening market presence and risk mitigation. The work reflects the practical application of the knowledge acquired in the technical course in Administration, providing the team with a real experience in the field of business consulting and contributing to the organizational development of the company served.

Keywords: Problem; diagnosis; consulting.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Identidade visual Hygge Consultoria.....	11
Figura 2- Cores utilizadas na identidade visual da Hygge Consultoria.....	12
Figura 3- Cores utilizadas na identidade visual da Hygge Consultoria.....	12
Figura 4- Análise SWOT.....	20
Figura 5- Valores dos planos oferecidos pelo sistema Conta Azul.....	38
Figura 6- Serviços oferecidos pela Conta Azul.....	39
Figura 7- Vista da página inicial do sistema ERP Mobli.....	41
Figura 8- Alguns serviços oferecidos pelo software próprio.....	41
Figura 9- Alguns serviços oferecidos pelo software próprio.....	42
Figura 10- Exemplificação do serviço oferecido pela empresa.....	45
Figura 11- Resultado I antes vs depois - Dra. Sônia Abrão.....	46
Figura 12- Resultado II antes vs depois - CTPES (Centro de Tratamento Podológico Especializado- Suzano).....	46
Figura 13- Exemplo do sistema de comunicação I.....	50
Figura 14- Exemplo do sistema de comunicação II.....	51
Figura 15- Exemplo do sistema de comunicação III.....	51
Figura 16- Cronograma de execução das atividade.....	53
Figura 17- Atividades e resultados esperados dos Recursos Humanos.....	58

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 SOBRE A HYGGE CONSULTORIA.....	11
2.1 Identidade visual.....	11
2.1.1 Logotipo.....	11
2.1.2 Fonte.....	11
2.1.3 Cores.....	12
2.2 Missão, Visão e Valor.....	13
2.2.1 Missão.....	13
2.2.2 Visão.....	13
2.2.3 Valor.....	13
2.3 Público-alvo.....	13
2.4 Mix de Marketing.....	14
2.4.1 Produto.....	14
2.4.2 Preço.....	15
2.4.3 Praça.....	15
2.4.4 Promoção.....	15
2.4.5 Pessoas.....	16
2.4.6 Processos.....	17
2.4.7 Produtividade e Qualidade.....	17
3 ANÁLISE SWOT.....	19
3.1 Aplicação da análise SWOT na empresa Gabriela Cristina Arquitetura..	19
3.1.1 Fraquezas.....	20
3.1.2 Forças.....	21
3.1.3 Ameaças.....	23
3.1.4 Oportunidades.....	23
4 PROPOSTAS DE INTERVENÇÃO.....	25
4.1 Escopo da Consultoria Financeira.....	25
4.1.1 Atividades a serem realizadas na Consultoria Financeira.....	26
4.1.2 Resultados esperados da Consultoria Financeira.....	27
4.2 Escopo da Consultoria de Marketing.....	28
4.2.1 Atividades a serem realizados na Consultoria de Marketing.....	29
4.2.2 Resultados esperados da Consultoria de Marketing.....	30
4.3 Escopo da Consultoria de Recursos Humanos.....	31
4.3.1 Tipos de consultorias de Recursos Humanos.....	31
4.3.2 Atividades a serem realizadas na Consultoria de Recursos Humanos.....	32
4.3.3 Resultados esperados da Consultoria de Recursos Humanos.....	32
4.4 Escopo da Consultoria de Processos.....	32
4.4.1 Atividades a serem realizadas na Consultoria de Processos.....	33

4.4.2 Resultados esperados da Consultoria de Processos.....	34
5 PLANO DE AÇÃO.....	36
5.1 Plano de ação da Consultoria Financeira.....	36
5.1.1 Sistema da empresa e Software próprio (ERP).....	36
5.1.1.1 Conta Azul.....	37
5.1.1.2 Sistema software próprio.....	39
5.1.2 Planejamento anual.....	42
5.1.3 Precificação.....	43
5.1.4 Política orçamentária.....	43
5.2 Plano de ação da Consultoria de Marketing.....	44
5.2.1 - Branding e Manual de Marca.....	44
5.2.2 - Tráfego pago.....	46
5.3 Plano de ação da Consultoria de Recursos Humanos.....	47
5.3.1 Treinamento.....	47
5.3.2 Comunicação organizacional interna e vertical.....	48
5.3.3 Cultura de Comunicação.....	48
5.4 Plano de ação da Consultoria de Processos.....	49
5.4.1 Comunicação entre os departamentos.....	49
5.5 Cronograma de execução das atividades.....	52
6 RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES DE DESEMPENHO.....	55
6.1 Consultoria Financeira.....	55
6.2 Consultoria de Marketing.....	56
6.3 Consultoria de Recursos Humanos.....	58
6.4 Consultoria de Processos.....	59
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
REFERÊNCIAS.....	62

1 INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi desenvolvido pela Consultoria Hygge, equipe formada por Diego Miranda Amaral, Ana Karoline Patrício dos Santos, Gustavo Henrique Buique de Sena e Mariana Camera Roumanos, estudantes do terceiro ano do Ensino Médio Integrado ao Técnico em Administração da ETEC de Poá.

Esse projeto teve como foco a empresa Gabriela Cristina Arquitetura, que gentilmente nos permitiu realizar este trabalho, abrindo suas portas e compartilhando informações essenciais para o diagnóstico organizacional. A partir desse contato, realizamos uma análise detalhada utilizando a matriz SWOT, uma ferramenta estratégica que nos possibilitou identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças relacionadas ao ambiente interno e externo da empresa.

Com base nesse diagnóstico, foram elaboradas propostas de soluções e medidas práticas, que buscam não apenas resolver questões pontuais, mas também contribuir para o fortalecimento e o crescimento sustentável do negócio. É esperado que, com a implementação dessas sugestões, a empresa possa potencializar seus diferenciais competitivos, melhorar sua gestão administrativa e financeira e ampliar sua presença no mercado.

Ademais, este trabalho representa, a oportunidade de colocar em prática todos os conhecimentos adquiridos ao longo de uma formação técnica em Administração, envolvendo desde o planejamento estratégico até a elaboração de soluções aplicáveis a um cenário real. Para o grupo, esta experiência foi enriquecedora, tanto pelo desafio profissional quanto pela confiança depositada na equipe.

2 SOBRE A HYGGE CONSULTORIA

2.1 Identidade visual

A HYGGE está lidando com a responsabilidade de melhorar o resultado de seus contratantes ou simplesmente afundá-los. Portanto, a escolha foi por um design sóbrio que transmite para o nosso público a sensação de confiabilidade, responsabilidade e experiência, a fim de comunicar que com a HYGGE a sua empresa estará em boas mãos.

Figura 1- Identidade visual Hygge Consultoria



Fonte: produção própria

2.1.1 Logotipo

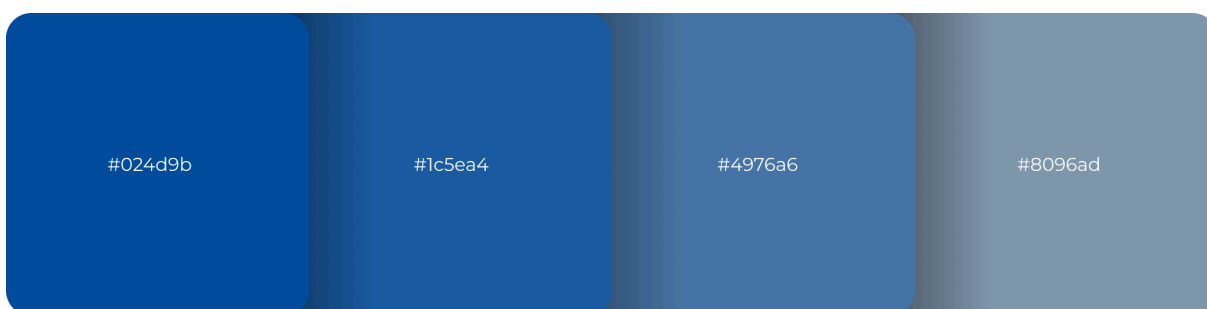
O logotipo da HYGGE é tipográfico e sóbrio com ângulos retos, uma tipografia formal sem muitos ícones e poluição visual, apenas com as duas letras 'G' pintadas de azul, o logotipo da empresa foi pensado para ser simples e sofisticado.

2.1.2 Fonte

Baseado no público da empresa e seus objetivos foi decidido que a fonte que melhor se alinha com a HYGGE é a Montserrat, pois além de ser uma fonte muito bonita e versátil, é também uma fonte muito clara e formal. Montserrat é uma fonte que acima de tudo, transmite bom gosto.

2.1.3 Cores

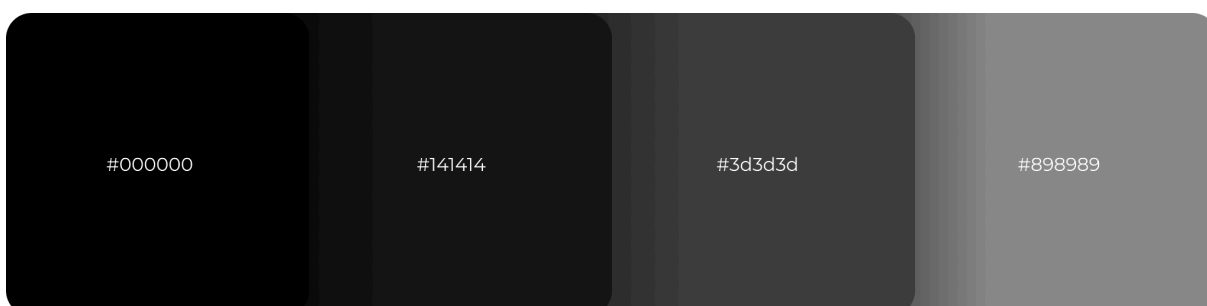
Figura 2- Cores utilizadas na identidade visual da Hygge Consultoria



Fonte: produção própria

O Azul foi escolhido pois é a cor que melhor reflete os valores da HYGGE, o azul em tons sóbrios transmite confiabilidade, sabedoria e responsabilidade e é exatamente o que a empresa quer que o seu público perceba assim que bater os olhos em qualquer elemento visual da marca.

Figura 3- Cores utilizadas na identidade visual da Hygge Consultoria



Fonte: produção própria

Além de confiável e responsável, a HYGGE também é moderna e sofisticada, portanto, é de extrema importância que a marca transmita isso nos seus elementos e a cor que melhor se encaixa nesse padrão é o cinza. A HYGGE usará alguns tons

de cinza para que os seus clientes também percebam a empresa como sofisticada e moderna.

2.2 Missão, Visão e Valor

2.2.1 Missão

A Missão é a razão do ser de uma empresa descrevendo qual seu propósito de trabalho dentro do mercado de trabalho. A Hygge tem como objetivo auxiliar pessoas e empresas em todo o Brasil, deixando evidente sua qualidade e potencial dentro do mercado brasileiro.

2.2.2 Visão

A visão é como você vê sua empresa no futuro, o que deseja ser e onde quer chegar ao longo prazo. A Hygge consultoria possui como visão resolver os problemas de todos os clientes de forma efetiva e que os demonstre seu verdadeiro potencial para ser um empreendedor de sucesso.

2.2.3 Valor

O Valor são princípios e crenças que orientam as decisões, o comportamento dos colaboradores e a identidade da organização. Os valores da Hygge são: Respeito, Ética, Compromisso com a qualidade, Trabalho em equipe e Organização.

2.3 Público-alvo

Para que uma empresa tenha as suas atividades plenamente ativas e satisfatórias, é necessário que o público-alvo desta esteja totalmente definido.

Diante disso, a Hygge consultoria, como uma empresa prestadora de serviços de avaliação, aconselhamentos e soluções especializadas para instituições, inclui em seu público-alvo empresas, organizações ou até mesmo profissionais que enfrentam desafios específicos e necessitam de conhecimento especializado para encontrar soluções, melhorar processos ou atingir determinados objetivos, sendo fundamental definir este público para direcionar corretamente as ações de marketing

e serviços da Hygge. Os setores atendidos são os mais diversos, como financeiro, marketing, administrativo, logístico, comercial e muitos outros. As principais soluções buscadas são o crescimento, a transformação digital, a melhora no desempenho e eficiência.

O público da Hygge Consultoria é formado por empresas de diferentes portes (MEI, pequenas, médias e grandes empresas) e setores, que buscam inovação, eficiência e apoio estratégico para enfrentar desafios de gestão, expandir sua atuação e modernizar processos. Além delas, a consultoria também atende instituições públicas e privadas, interessadas em aprimorar estratégias administrativas, bem como empreendedores e profissionais autônomos que desejam estruturar seus negócios e torná-los mais competitivos. Em comum, todos os clientes valorizam a melhoria contínua e soluções personalizadas, reconhecendo a Hygge como parceira no alcance de melhores resultados.

2.4 Mix de Marketing

Analisada todas as variáveis do setor de arquitetura e design de interiores, é possível estabelecer fluxograma e estratégias práticas para o setor de marketing. Conforme o órgão SEBRAE: “No marketing de serviço o mix pode ser estruturado em 7 Ps” (Produto, Preço, Praça, Promoção, Pessoas, Processos, Produtividade/Qualidade).

Sendo assim, com base nas pesquisas elaboradas, a melhor forma de classificação e distribuição de ferramentas estratégias para esse setor, é conforme o estudo dos 7 Ps.

2.4.1 Produto

É a definição de forma clara e objetiva do produto ou serviços oferecidos pela empresa, neste caso, os serviços de consultoria completa de arquitetura (ex: projeto arquitetônico, design de interiores, acompanhamento técnico, visualizações 3D, consultoria online etc).

Com diferenciais claros como, especialização em ambientes residenciais de alto padrão, ou corporativos, experiência em grandes obras, atendimento humanizado e personalizado. Apresentar neste tópico a diferenciação de mercado, é

tão importante quanto todos os outros processos, pois assim fica nítida a presença de uma marca consolidada com propósito e valores.

2.4.2 Preço

Definir política de preço de modo claro e alinhado com posicionamento pré estabelecido da marca. Em serviços como consultoria de arquitetura, o valor não depende só dos custos mas da percepção de valor, complexidade e especialização. Estrutura de pagamento: preço fixo, por hora, por etapa (ex: conceituação, projeto executivo, acompanhamento), ou pacotes. Possibilidade de contratos de manutenção ou consultoria contínua. Por muitas vezes, marcas e empresas estabelecem valores não condicionados a experiência e confiabilidade de seus serviços ou produtos, por isso, para um marketing que apresente resultados positivos e escaláveis, é necessário um alinhamento completo entre preços, experiência do cliente e a marca em questão.

2.4.3 Praça

Definir onde e como o serviço será entregue: escritório físico, atendimentos online/remotos, visitas a clientes, parcerias com construtoras ou incorporadoras. Além de que de forma estrutural, a acessibilidade para o cliente é essencial, buscando facilidade de agendar reunião, local do escritório, canais digitais (site, redes sociais) e atendimento híbrido por exemplo, são soluções práticas que auxiliam e minimizam os riscos de na locomoção ou não conectividade com os leads

2.4.4 Promoção

O ditado popular “Quem não é visto, não é lembrado” a cada dia se torna mais comum e frequente, e nas grandes empresas do setor, esse talvez seja o setor mais importante, aquele que conecta o prospectado, e o transforma em clientes, e que alimentam o setor comercial de forma previsível e segura. É possível ainda subdividir este tópico, para melhor compreensão das estratégias utilizadas

Estratégias de comunicação: site profissional com portfólio de projetos, redes sociais (Instagram, LinkedIn), vídeos de antes/depois, vídeos de processo, webinars ou lives sobre arquitetura/consultoria.

Marketing de conteúdo: blog ou canal com artigos sobre arquitetura sustentável, tendências, cases de sucesso do escritório Gabriela Cristina. Isso ajuda a construir autoridade e confiança. Além de criar oportunidades de clientes a médio e longo prazo, gerando conexões reais com pessoas de fato interessadas no serviço, porém não necessariamente com a tomada de decisão em mente,

Relações públicas / parcerias: com imobiliárias, construtoras, designers de interiores, fornecedores de materiais premium. Participação em feiras/setores de construção e arquitetura. Além de gerar grandes posicionamentos de prospecção, esse meio de marketing é muito importante para gerar reconhecimento e fortalecimento social dos profissionais do escritório.

Prova social: depoimentos de clientes, portfólio bem documentado, fotos de projetos finalizados, prêmios ou menções. Em serviços, a confiança e credibilidade são fundamentais.

Promoção segmentada: definir personas (ex: cliente pessoa física de alto padrão, cliente corporativo, incorporadora) e adaptar a mensagem para cada.

Em resumo, a comunicação deve evidenciar o valor da consultoria de arquitetura (não só o “projeto”, mas a expertise, o resultado).

2.4.5 Pessoas

No contexto da Gabriela Cristina Arquitetura, o elemento “Pessoas” representa um dos pilares mais relevantes do composto de marketing de serviços. Isso porque, em consultorias de arquitetura, a qualidade da entrega está diretamente ligada ao conhecimento, à postura e à empatia da equipe envolvida no atendimento. Segundo o SEBRAE (2023), nas empresas de serviços, o fator humano é determinante para a percepção de valor, uma vez que o cliente avalia tanto o resultado técnico quanto a experiência vivenciada durante o processo. Dessa forma, a atuação da arquiteta principal e de sua equipe não se limita à execução de projetos, mas se estende à criação de vínculos de confiança, à escuta ativa e à capacidade de traduzir desejos e necessidades em soluções espaciais. Além disso, o relacionamento estabelecido entre equipe e cliente é parte do “serviço ampliado”, conceito que reforça que a entrega de valor não se restringe ao produto físico, mas também à forma como o serviço é prestado (URCA, Marketing para Engenharia e Arquitetura, 2021). Assim, Gabriela Cristina Arquitetura diferencia-se por manter uma

equipe qualificada, alinhada aos valores de sofisticação, personalização e excelência no atendimento, o que reforça a credibilidade e a percepção de qualidade por parte do público.

2.4.6 Processos

Em escritórios de arquitetura e design de interiores, os processos são responsáveis por garantir a consistência e a previsibilidade dos resultados. O SEBRAE (2023) ressalta que a padronização de processos no setor de serviços é essencial para assegurar qualidade, eficiência e satisfação, já que, diferentemente de produtos tangíveis, a entrega do serviço depende da interação contínua entre cliente e prestador.

Dessa forma, a empresa deverá buscar organizar metodologicamente suas atividades, utilizando cronogramas, formulários de briefing e sistemas digitais de acompanhamento. Ferramentas de modelagem 3D, reuniões virtuais e relatórios de progresso tornam o processo mais transparente e participativo, diminuindo falhas de comunicação e aumentando a percepção de profissionalismo. Essa abordagem vai ao encontro das diretrizes apresentadas por Lovelock e Wright (2002), que destacam a importância de processos bem definidos para reduzir a variabilidade típica dos serviços personalizados. Assim, a Gabriela Cristina Arquitetura transformará um serviço tradicionalmente subjetivo em uma experiência estruturada, previsível e centrada no cliente.

2.4.7 Produtividade e Qualidade

A produtividade e a qualidade, embora sejam dimensões complementares, representam o equilíbrio entre eficiência operacional e excelência na entrega. Em um escritório de arquitetura como o de Gabriela Cristina, esses dois elementos se manifestam na capacidade de cumprir prazos, otimizar recursos e, simultaneamente, manter a estética, funcionalidade e originalidade dos projetos. Na prática, o escritório aplica indicadores de desempenho como cumprimento de cronogramas, nível de satisfação dos clientes e taxa de retrabalho para mensurar sua eficiência. Essa mensuração permite identificar gargalos e aprimorar continuamente os processos internos, sem comprometer a personalização e o cuidado estético característicos da

marca. Segundo Zeithaml, Parasuraman e Berry , a qualidade percebida em serviços está diretamente relacionada à confiabilidade, à capacidade de resposta e à segurança transmitida pela equipe. Assim, Gabriela Cristina Arquitetura busca unir produtividade e excelência, garantindo que cada projeto reflita o equilíbrio entre rigor técnico e sensibilidade artística, atributos essenciais para uma consultoria de arquitetura que valoriza a experiência e o bem-estar do cliente.

Com tudo, é possível destacar a estratégia utilizada para elaboração de uma consultoria de marketing que seja viável e eficiente para a empresa em questão, através dos 7ps será de fácil acesso às informações e atitudes necessárias para o desenvolvimento desse setor.

3 ANÁLISE SWOT

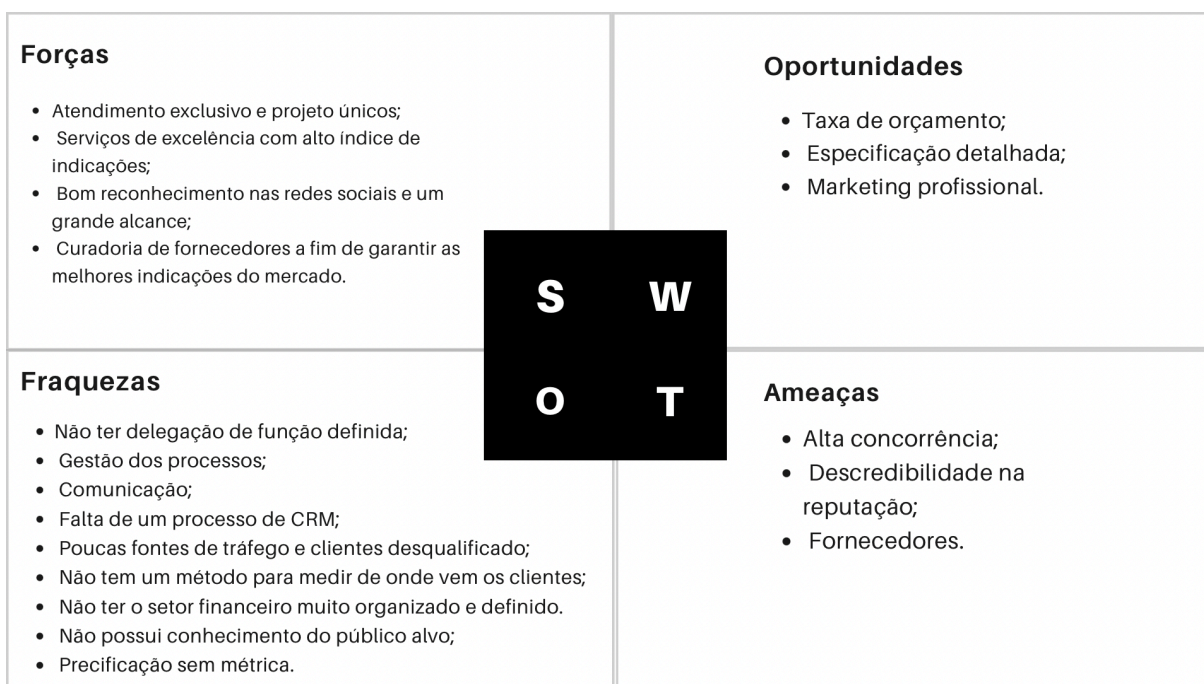
Uma análise SWOT (na sigla em inglês, também conhecida em português como FOFA) trata-se de uma ferramenta de planejamento estratégico que permite ao dono do negócio conhecer melhor a sua empresa e o mercado, tendo em vista que, por meio dela, ele consegue analisar a influência do mercado externo e interno. Além disso, seu intuito é desenvolver um plano estratégico para a organização, aplicada principalmente por administradores. Tal análise consiste em 4 métricas de avaliação, são elas: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças).

De acordo com o Portal Sebrae, as forças, no contexto da SWOT, se referem às iniciativas internas que estão com um bom desempenho. Elas podem ser comparadas a outras iniciativas ou a uma vantagem competitiva externa, sendo possível identificar quais são os melhores pontos a se investir ou aprimorar. Já as fraquezas, remetem a um conceito contrário. São iniciativas internas que possuem fragilidade e precisam ser melhoradas, além disso, cria-se parâmetro metricamente positivo ou não de desempenho da empresa. As oportunidades remetem a ideia do âmbito externo, sendo as vantagens competitivas que colocarão sua empresa em uma melhor posição se comparada às outras. Por fim, as ameaças, se referem às áreas que podem causar problemas. Elas são diferentes das fraquezas, pois as ameaças são externas e costumam estar fora do controle.

3.1 Aplicação da análise SWOT na empresa Gabriela Cristina Arquitetura

Com base nos conhecimentos técnicos e sapienciais sobre a empresa consultada, foi estabelecida a seguinte aplicação da análise SWOT:

Figura 4- Análise SWOT



Fonte: produção própria

3.1.1 Fraquezas

- **Não ter delegação de funções definidas:** A Gabriela, proprietária do escritório de arquitetura, é quem gere a maioria das funções administrativas de marketing, financeiro, logística, etc, que poderiam ser delegadas para maior aprimoramento de seu tempo hábil para elaborar seus projetos, que é escasso. Além disso, ela relata sentir dificuldade e dúvidas de qual o melhor caminho para realizar este feito, por exemplo, ela não sabe ao certo quem e como ficará responsável pelo atendimento do comercial e quem fará a sondagem do cliente.
- **Gestão dos processos:** Em alguns campos da empresa a Gabriela não possui processos bem definidos, e nos campos da empresa em que tem algum processo, ele não é bem acertado com as demandas e objetivos da empresa.
- **Comunicação ineficiente:** Foi relatado pela empresária Gabriela sua dificuldade em passar a ideia que tem em mente para os seus colaboradores,

que não conseguem enxergar o projeto da mesma maneira em que ela, gerando algumas dificuldades no andamento do mesmo.

- **Falta de um processo de CRM:** A não utilização desta ferramenta se torna prejudicial pois não há nenhuma medida para acompanhar as etapas e estágios da venda em que o cliente está inserido. De acordo com a dona, eles são organizados em grupos de Whatsapp.
- **Clientes desqualificados e falta de tráfego direcionado:** O escritório de arquitetura utiliza apenas o Instagram e indicações de outros clientes como fonte de tráfego. Isso é alarmante, pois o Instagram, embora possa atrair clientes, muitos deles não são qualificados com potencial, que não fecham os projetos e ocupam tempo de trabalho.
- **Não tem um método para medir de onde vem os clientes:** A Gabriela é quem produz conteúdo de marketing no Instagram e sabe que seus clientes vem por ele, pois eles chamam no chat do aplicativo, mas sabe que também podem vir clientes por indicação. Porém, não consegue identificar a quantidade oriunda de cada meio, sem saber a porcentagem de casos de sucesso proveniente de cada forma de divulgação e qual está performando melhor.
- **Não ter o setor financeiro muito organizado e definido:** Este setor foi apresentado pela empresária como sendo ela quem organiza o fluxo de caixa, o controle de contas a pagar e a receber, que muitas vezes é falho, passando do prazo de pagamento ou recebimento devido ao fator tempo e desconhecimento de profissionais e meios de fazer isso.
- **Não conhecimento do público-alvo:** O fato de a empresária não ter seu público-alvo bem definido pode afetar na perda de tempo dos serviços e uma venda incerta, ocasionando em prejuízos.
- **Precificação sem métricas do mercado:** Os projetos possuem precificação baseada no tempo em que são feitos, entretanto, a empresária relatou que não sabe se esta forma é a mais eficaz e se sua precificação está dentro dos padrões de valores do mercado de arquitetura.

3.1.2 Forças

- **Atendimento exclusivo e projeto únicos:** Um diferencial muito notável no escritório, é a presença de uma autenticidade e exclusividade em cada projeto. Segundo a proprietária da empresa, todos os projetos passam por suas mãos, e todos os clientes são únicos, os projetos não seguem modelos prontos, e são desenvolvidos individualmente, a fim de garantir que todos os clientes tenham projetos únicos e que reflitam realmente sua essência.
- **Serviços de excelência com alto índice de indicações:** O mercado da arquitetura é extremamente concorrido, a muitos profissionais para poucos clientes, e o trabalho em excelência é o que exala o escritório Gabriela Cristina Arquitetura, gerando diversas oportunidades e indicações de clientes, amigos e pessoas próximas ao escritório, pois confiam no trabalho e na autoridade da profissional.
- **Bom reconhecimento nas redes sociais e um grande alcance:** O material criado pela titular tem chamado bastante atenção, com um alcance de milhares — chegando até milhões em algumas ocasiões — de visualizações de maneira totalmente orgânica, sem gasto algum com anúncios ou impulsionamento. Certos vídeos que mostram as atividades do escritório conseguiram alcançar aproximadamente 2,7 milhões de visualizações no Instagram, o que demonstra um dos seus maiores atrativos: a forte presença online e a notável popularidade da marca. Esse envolvimento tem sido essencial para atrair muitos clientes de maneira contínua e sem esforço direto. A profissional retrata inclusive um projeto muito interessante, feito de forma on-line, atendendo um cliente da Flórida, EUA, que conheceu o trabalho do escritório através da rede social.
- **Curadoria de fornecedores a fim de garantir as melhores indicações do mercado:** Empenhada em proporcionar soluções de ponta e zelar pela excelência em cada fase, a empresa efetua uma análise minuciosa de colaboradores externos do projeto e fornecedores antes de apresentá-los aos seus clientes. Tal processo se fundamenta em padrões estritos, abrangendo uma triagem superior na efetivação das tarefas, expertise comprovada no setor, reputação no apoio ao consumidor, cumprimento de cronogramas e, acima de tudo, reverência total ao plano delineado. Essa seleção customizada proporciona ao cliente uma gama de parceiros idôneos e aptos, conferindo mais serenidade nas escolhas e elevando a segurança ao obter

serviços adicionais. Ao dispor de experts previamente avaliados pela empresa, o cliente possui a garantia de um nível superior de execução, em consonância com os princípios e anseios do plano. Essa malha de confiança é uma parcela vital da jornada oferecida, acentuando a atenção e o dever com cada pormenor.

3.1.3 Ameaças

- **Alta concorrência:** Gabriela afirmou que o mercado de trabalho no ramo da arquitetura e urbanismo está em crescente, isso pode acabar prejudicando-a, trazendo mais competidores no mercado que ocupa.
- **Descredibilidade na reputação:** Se a reputação da empresa não é positiva, torna-se difícil conquistar a confiança e a autoridade no mercado onde está inserido. Um de seus maiores riscos é um cliente insatisfeito compartilhe comentários negativos sobre o projeto com outras pessoas, especialmente em casos de imprevistos, resultando no afastamento de consumidores. Esse feedback negativo pode se espalhar rapidamente e gerar efeito prejudicial à imagem da empresa. Se esse pensamento negativo for aumentando suas proporções, pode ser prejudicial à empresa, na ocorrência de perda de cliente, queda na demanda por novos projetos, até podendo chegar na desvalorização financeira. Isso é particularmente crítico em áreas como arquitetura, onde o marketing “boca a boca” ainda é uma forma influente em suas divulgações.
- **Fornecedores:** Alguns clientes possuem uma preferência e/ou escolhem seus próprios fornecedores, o que pode acabar num atraso, má comunicação, entre outros, trazendo problemas no processo do projeto. Além disso, foi relatado que ela tem dificuldade em achar fornecedores responsáveis para fazer parceria e não está em seu alcance a garantia de qualidade e excelência no serviço prestado por tal.

3.1.4 Oportunidades

- **Taxa de orçamento:** Uma das problemáticas apresentadas é um desafio enfrentado por muitos profissionais que atuam no setor de serviços, uma grande quantidade de clientes que os buscam apenas para realizar orçamentos, sem a real necessidade de usufruir do serviço, ou contratação do mesmo, incluir uma cobrança de taxa de orçamento irá filtrar os clientes e diminuir os orçamentos que não irão retornar em propostas ou uma futura contratação do serviço.
- **Especificação detalhada:** Parte do trabalho dos profissionais de arquitetura é especificar produtos, materiais, cores, medidas, e tudo que for necessário para executar a obra do início ao fim, um certo manual. No mercado uma das grandes deficiências é a falta de comprometimento e execução do projeto apresentado ao cliente. Por muitas vezes os projetos arquitetônicos apresentam peças que não necessariamente existem, ou mesmo estão fora do budget do cliente, e por isso não podem ser de fato utilizadas no momento da execução. Exemplo, em projeto, o arquiteto especificou uma mesa de jantar, onde o valor dela é próximo a R\$25.000,00, porém o mesmo cliente, está disposto em investir em todo o projeto, R\$200.000,00. É nítida a falta de relatividade entre os investimentos, sendo muito pouco provável que o cliente compre de fato essa mesa. Talvez, uma especificação mais cuidadosa e elaborada, poderia ter sido executada, e não causaria nenhum desconforto ou mesmo uma decepção do cliente no momento de colocar em prática tudo o que foi projetado. Em sua maioria, os projetos arquitetônicos tem as especificações comuns, como planejamento de obras, materiais brutos de construção como o tipo do piso, sua cor, posicionamento estratégico estrutural, local de tomadas e toda a parte de obra em si. Todavia, os projetos de design de interiores possuem detalhamento dos móveis soltos, decorações, cortinas, enxovais, espelhos, e toda a parte interna do projeto. Estes sempre são apresentados em um arquivo com blocos 3D dos produtos e texturas para apresentação no sketchup, similares a identidade do projeto, não exatamente o que será executado. Atribuir uma especificação detalhada dos produtos e fornecedores irá certamente atrair mais clientes e solidificar seu diferencial, e satisfazer ainda mais os que já estão consolidados.

- **Implementação de marketing profissional:** O setor de arquitetura é atrelado ao mercado de luxo, ou seja, atribuir um marketing profissional com fotos profissionais, agência de marketing e publicidade, revistas e blogs, é de suma importância, gerando mais valor aos projetos e autenticando a marca, sendo este o objetivo da empresária, Gabriela. Além de gerar uma melhor visualização e agregar mais valor na marca, o marketing profissional deixará a organização com perfil mais exclusivo, sintetizando ainda mais os orçamentos.

4 PROPOSTAS DE INTERVENÇÃO

De acordo com o administrador Robson Camargo, escopo é a finalidade, o alvo, ou o intento que foi estabelecido como meta final. No caso de um Trabalho de Conclusão de Curso, o escopo é o objetivo que se pretende alcançar com a auditoria.

Na empresa Gabriela Cristina Arquitetura, os desafios principais, em sua grande maioria, são os requisitos administrativos que envolvem a gestão de pessoas, gestão financeira, gestão de processos e marketing direcionado.

Para solucionar essa conjuntura, a Hygge Consultoria realizou a análise SWOT para detectar os pontos mais frágeis. Essas iniciativas contribuem para a melhora da empresa, assim o objetivo geral é alcançado se mantendo presente e solidificando-a no ramo em que atua.

Para a execução e adaptação das resoluções para os problemas identificados pela Análise SWOT e demais métodos, estima-se um prazo de 2 meses. Esse período permitirá a implementação de novas práticas a fim de melhorar a situação da empresa.

4.1 Escopo da Consultoria Financeira

Manter a organização financeira de uma organização e sua competitividade no mercado pode ser um grande desafio. Por isso, muitas vezes, uma consultoria neste setor é necessária para o crescimento sadio; ela pode ajudar os gestores, por exemplo, a lidar com as dificuldades e oportunidades na área que surge no cotidiano.

Uma consultoria, por si só, proporciona o auxílio de profissionais capacitados para corrigir erros e estimular uma postura mais assertiva em um negócio e, com isso, é possível evitar diversos problemas.

A consultoria financeira busca analisar as informações financeiras para identificar pontos de melhorias, tanto na organização, fundamentação, setorização, investimentos necessários, corte de gastos e custos, entre outros. Esta análise

cuidadosa parte de conhecimentos técnicos e avaliação imparcial das finanças do negócio.

O trabalho pode se dar em diferentes frentes da companhia, por exemplo:

- Definição do planejamento estratégico e financeiro;
- Realização do Valuation;
- Análise dos investimentos mais adequados da empresa e reservas de emergência;
- Gestão de recursos;
- Auditoria nos contratos;
- Gerenciamento de fluxos;
- Análise de viabilidade dos negócios;
- Reestruturação da companhia;
- Análise do fluxo de caixa e balanço patrimonial;
- Contabilização correta das entradas e saídas;
- Organização dos passivos;
- Entre outros.

De acordo com o site Equals, a consultoria não é indicada apenas para quem possui problemas claros mas, sim, para todos. Uma consultoria financeira ajuda também a prevenir problemas. Ademais, é possível solicitar o acompanhamento para potencializar os resultados do empreendimento.

4.1.1 Atividades a serem realizadas na Consultoria Financeira

O setor financeiro de uma empresa é responsável por administrar todos os recursos monetários, como o controle de receitas, despesas, investimentos e financiamentos. Ele garante que a empresa tenha liquidez para operar, avalia a viabilidade de projetos, planeja o uso eficiente do capital e monitora a saúde financeira geral.

Entretanto, o escritório de arquitetura Gabriela Cristina enfrenta algumas dificuldades nesse setor. Após a sondagem pela análise SWOT, a Hygge Consultoria identificou alguns problemas e possíveis soluções.

Primeiramente, para um bom funcionamento, a empresa precisa possuir um sistema de controle diário de entrada e saída, por meio de planilhas do Excel ou de software de gestão financeira, a fim de ter um maior controle.

Além disso, foi discutida a necessidade de organizar o fluxo de receitas, despesas e títulos a serem pagos. Para resolver essa problemática, é necessária a separação da origem de cada um.

Elaborar um plano financeiro anual também é um objetivo da consultoria. É de suma importância que sejam implementadas metas de receita anual e limites de gastos, e isso será feito por meio de uma dedução das previsões de faturamento e custos para o ano, sendo revisado trimestralmente.

Outro ponto identificado foi a falta de relatórios financeiros que inviabiliza a dedução real de receitas e gastos. Para ajustar isso, será aplicada a ferramenta de Demonstração do Resultado do Exercício, juntamente com o balanço patrimonial, demonstração do fluxo de caixa e relatório de contas a pagar e a receber.

Para corrigir a precificação dos projetos de arquitetura do escritório, serão seguidos alguns passos. O primeiro é a identificação dos custos como custos diretos (horas de trabalho, materiais de apresentação, deslocamentos); definição da margem de lucro a ser aplicada e análise e pesquisa do valor de mercado, levando em conta os diferentes tipos de projetos oferecidos pela empresa. Ao final dessas etapas e considerando o tipo de projeto, será aplicado o método markup, sendo o mais indicado pelo Sebrae devido à sua grande eficácia.

A taxa de orçamento é muito comum nos projetos de arquitetura. Elas são cobradas para que o profissional possa apresentar seu trabalho sem a certeza de uma possível venda e, por isso, ela é tão importante. Para instaurar essa prática, será feita uma pesquisa de mercado com os valores médios cobrados por outros escritórios e uma pesquisa de eficiência dessa medida.

Essas intervenções garantirão uma maior organização financeira e posição no mercado.

4.1.2 Resultados esperados da Consultoria Financeira

A Hygge Consultoria espera, com a aplicação das estratégias propostas, que o escritório Gabriela Cristina atinja um nível elevado de organização financeira, garantindo maior controle sobre entradas, saídas, receitas e despesas. A consultoria também projeta que a implementação de práticas de planejamento e de relatórios financeiros periódicos fortaleça a capacidade da empresa de analisar resultados, corrigir desvios rapidamente e tomar decisões estratégicas mais seguras. Além

disso, a consultoria acredita que a padronização da precificação e a valorização da fase de orçamento aumentarão a competitividade e a rentabilidade dos projetos de arquitetura oferecidos.

Já a empresária Gabriela Cristina espera que, com essas mudanças, seu escritório alcance maior estabilidade financeira, reduza riscos operacionais e tenha um crescimento mais estruturado. A empresária também deseja obter um controle maior sobre as finanças da empresa, otimizando o uso de recursos, melhorando a previsibilidade dos resultados e reforçando sua posição no mercado, com maior segurança e profissionalismo na gestão do negócio.

4.2 Escopo da Consultoria de Marketing

Uma boa estratégia e organização de marketing garante clientes bem qualificados e que podem utilizar dos produtos e dos serviços oferecidos. A consultoria de marketing pode ser feita em alguns aspectos como:

Identidade de marca;

- Aumentar engajamento e alcance;
- Maior credibilidade no mercado;
- Mais leads qualificados;
- Definição de público alvo;
- Estratégias de captação bem definidas;
- Processos de marketing que podem ser terceirizados e aprimorados;
- Entre outros.

O objetivo comum de uma consultoria de marketing é sempre a captação de mais clientes e logo, aumentar a receita da empresa, porém, com uma boa comunicação e estratégias bem traçadas e definidas, o marketing não só garante mais clientes, como também aumenta a credibilidade da empresa, podendo assim elevar as margens de negociação.

Tráfego pago é uma boa estratégia para captação de clientes, de forma que seja previsível e também possa ser terceirizada, a fim de não depender do proprietário ou apenas de uma pessoa.

Um grande case de sucesso de uma consultoria de marketing bem definida e traçada, é a Magazine Luiza, empresa que atua no varejo, viu seu faturamento quase dobrar depois de adotar a estratégia de marketing que antes era muito

genérica e sem identidade, para não só uma estratégia, mas toda uma cultura e um novo mindset da corporação, tudo através do marketing e da comunicação. Segundo o site Rock Content no Brasil, as empresas com maior faturamento e índice de aprovação dos clientes, muitas vezes, são as mesmas que mais investem em marketing, relacionamento com o cliente e comunicação (direta ou indireta).

Por fim, tal consultoria é de suma importância para empresas que querem aumentar os leads, organizar melhor sua carteira de clientes, ter um filtro melhor estabelecido, ser reconhecido no mercado, e logo aumentar o faturamento de forma direta.

4.2.1 Atividades a serem realizadas na Consultoria de Marketing

O primeiro passo para que a consultoria de marketing seja bem estruturada, com o objetivo de escalar a qualidade e a quantidade de clientes do escritório, além de fortalecer a marca e construir autoridade no mercado, será o desenvolvimento, em parceria com uma empresa especializada no setor, de uma identidade de marca. Essa identidade abrangerá elementos como identidade visual, manual de marca, voz da marca e definição de público-alvo.

Para garantir um atendimento eficiente, ágil, além de esclarecer dúvidas dos leads, será implementado um sistema de triagem de contatos. Essa ferramenta auxiliará nas atividades de comunicação e atendimento, otimizando o relacionamento com clientes em potencial e facilitando o processo de conversão.

Além disso, será adotado um modelo de controle de contatos em formato simples e visual, inspirado no estilo Kanban. Essa estrutura permitirá acompanhar com clareza as etapas de relacionamento com o lead, desde o estágio inicial (frio), passando pelo intermediário (morno), até o momento de maior engajamento e proximidade da conversão (quente). Essa organização possibilitará maior previsibilidade no funil de vendas e melhor alocação de esforços.

Por fim, uma das medidas estratégicas a ser implementada nessa nova fase da empresa será a descentralização das funções de captação de clientes, atualmente concentradas nas mãos da proprietária. Essa ação permitirá a ampliação da capacidade de atendimento e fortalecerá a autonomia da equipe, garantindo uma operação mais eficiente e sustentável a longo prazo.

4.2.2 Resultados esperados da Consultoria de Marketing

Com a implementação de todas essas ações de marketing, espera-se uma transformação significativa na operação do escritório de arquitetura. Anteriormente, todas as funções de marketing, captação de clientes e definição de estratégias estavam centralizadas exclusivamente nas mãos da proprietária. A partir deste novo posicionamento, o escritório passará a operar com uma estrutura mais distribuída e orientada por processos claros, permitindo maior delegação de tarefas e diretrizes à equipe. Esse movimento tornará o negócio menos dependente da figura da proprietária e, ao mesmo tempo, mais produtivo, eficiente e escalável, mesmo na ausência direta da liderança principal.

A construção de uma identidade de marca forte, incluindo identidade visual, voz da marca e posicionamento estratégico — será fundamental para atrair um público mais alinhado com os valores e diferenciais do escritório. Isso atuará como um filtro natural, reduzindo o volume de atendimentos desalinhados e otimizando o tempo da equipe com leads mais qualificados e com maior probabilidade de fechamento. Com uma comunicação mais coerente e profissional, o escritório se posicionará de forma mais competitiva no mercado, transmitindo segurança, autoridade e valor agregado ao seu público-alvo.

A criação de uma triagem estruturada, baseada no modelo de tabuleiro Kanban, permitirá o acompanhamento visual e organizado de cada lead conforme seu estágio na jornada de compra, desde o contato inicial até o fechamento do contrato. Essa ferramenta facilitará a identificação de gargalos no processo de conversão e permitirá ações mais assertivas em cada fase do funil.

Além disso, com o histórico de interações registrado de forma sistemática, será possível implementar estratégias de remarketing com os leads que não avançarem imediatamente. Isso aumentará consideravelmente as chances de fechamento a médio e longo prazo, mantendo o relacionamento ativo com potenciais clientes e promovendo novas oportunidades de negócio.

Essa nova fase do escritório não apenas representa uma evolução em sua estrutura organizacional, mas também marca o início de um posicionamento mais estratégico, moderno e profissional no mercado de arquitetura.

4.3 Escopo da Consultoria de Recursos Humanos

A consultoria realizada pela Hygge Consultorias, com um olhar de mais experiência, irá avaliar uma empresa e seus colaboradores. Tendo como foco a gestão de pessoas e as operações do RH.

A relação entre os colegas e líderes, são prioridades durante o processo. Tem o objetivo de obter uma análise crítica e detalhada da organização, pretendendo melhorar o cenário corporativo.

A empresa especializada consegue identificar pontos fortes e oportunidades, ajudando no desenvolvimento das equipes de alta performance. Ela desempenha algumas das seguintes funções:

- Análise e diagnóstico das práticas de RH existentes na empresa; É feito uma revisão de políticas, procedimentos, sistemas e cultura organizacional relacionados ao RH. O objetivo dessa etapa é identificar pontos fortes, áreas de melhoria e possíveis problemas que podem impactar no desempenho e na eficácia da gestão de pessoas na organização.
- Desenvolvimento e implementação de estratégias de gestão de pessoas; Nesses desenvolvimentos é implementado a definição das políticas de recrutamento e seleção, programas de treinamento e desenvolvimento, sistemas de avaliação de desempenho, entre outras iniciativas.
- Assessoria na contratação, retenção e desenvolvimento de talentos; Essa etapa inclui desde a contratação e integração de novos talentos até a implementação de estratégias de retenção e desenvolvimento de talentos existentes.
- Apoio na resolução de conflitos e questões trabalhistas; Atua ajudando a identificar e resolver conflitos de maneira justa e eficaz.
- Monitoramento e avaliação de resultados das políticas de RH. Envolve a análise de métricas e indicadores de desempenho relacionados à gestão de pessoas, como a realização de pesquisas de clima organizacional e feedbacks dos colaboradores.

4.3.1 Tipos de consultorias de Recursos Humanos

- Consultoria de atração e seleção;

- Consultoria de planos de carreira, cargos e salários;
- Consultoria de gestão de pessoas e processos;
- Consultoria para treinamento e desenvolvimento organizacional (T&D);
- Consultoria generalista, que atua de maneira especializada em diferentes etapas do ciclo de Gente e Gestão.

4.3.2 Atividades a serem realizadas na Consultoria de Recursos Humanos

A falta da delegação das funções seria solucionada por meio de diversas estratégias. Uma delas seria um sistema hierárquico bem definido, permitindo que cada colaborador identifique exatamente as suas competências e possua um líder a quem deve prestar contas. A empresa seria dividida em setores, cada um sendo liderado por um gestor. Caberia aos líderes de cada setor organizar e integrar os respectivos departamentos.

Já para resolver a falta de comunicação interna a empresa deve investir em um sistema de comunicação mais eficaz, ou seja, estruturar uma melhor cultura organizacional. Incentivar a interação entre as equipes, irão ajudar a superar o empecilho. Além disso, dar voz aos colaboradores para que expressem suas opiniões e fornecer feedbacks sobre a liderança contribui diretamente para uma comunicação mais eficaz.

4.3.3 Resultados esperados da Consultoria de Recursos Humanos

As delegações feitas corretamente o conhecimento do colaborador quanto a realização de suas tarefas e a análise do desempenho dos colaboradores ficará mais claro, ademais facilitará a identificação de problemas que ocorrem no ambiente serão identificadas, assim aperfeiçoa o desenvolvimento da equipe.

A boa comunicação nos traz um alinhamento estratégico, aumento de engajamento, fortalecimento da cultura organizacional, melhoria nos relacionamentos, otimização de processos, assim desenvolvendo um ambiente harmônico e estável.

4.4 Escopo da Consultoria de Processos

A consultoria de processos é um serviço especializado que tem como objetivo analisar, otimizar e padronizar os processos internos de uma empresa para aumentar a eficiência, reduzir desperdícios e melhorar a qualidade dos produtos ou serviços. Diferentemente da consultoria empresarial, que tem um foco mais amplo na estrutura organizacional e na estratégia de negócios, ou da consultoria de gestão, que trabalha na definição e implementação de modelos de governança e liderança, a consultoria de processos concentra-se na eficiência operacional, na melhoria contínua e na otimização de atividades específicas dentro da empresa, fazendo com que ela fique mais organizada e consiga operar de forma mais limpa e eficiente. A empresa pode contratar diferentes tipos de consultorias de processos dependendo da sua necessidade. São elas:

- Consultoria em mapeamento e otimização de processos: Nesse tipo de consultoria, o objetivo é identificar, mapear e redesenhar os processos de uma empresa para que os processos fiquem mais eficientes e alinhados com os objetivos da empresa.
- Consultoria em automação de processos: Serve para automatizar alguns processos implementando tecnologias que realizam automaticamente algumas tarefas que antes seriam realizadas manualmente assim aumentando a eficiência operacional.
- Consultoria em gestão de processos de negócios: Adotando uma abordagem contínua de melhoria de processos esse tipo de consultoria permite que as empresas tenham uma visão ampla de todas as suas operações e promovam ajustes e reformulações nos processos para se manterem competitivas e alinhadas com as estratégias de mercado.
- Consultoria em reengenharia de processos: É uma abordagem mais radical. Diferentemente da otimização incremental dos processos, esse tipo de consultoria busca redesenhar os processos do zero mudando significativamente a estrutura do negócio e a execução das suas atividades.

4.4.1 Atividades a serem realizadas na Consultoria de Processos

Com base na análise SWOT apresentada, será desenvolvido um escopo de ações voltado exclusivamente para o setor de processos, com o objetivo de corrigir

fragilidades e estruturar a operação do escritório de forma mais estratégica e eficiente.

O primeiro passo será o mapeamento e a padronização de processos internos. Isso envolverá reuniões com a proprietária para compreender detalhadamente cada etapa das atividades realizadas, desde a captação do cliente até a entrega do projeto. A partir desse diagnóstico, serão identificados gargalos operacionais, retrabalhos e incoerências com os objetivos da empresa. Em seguida, serão criados fluxos de trabalho claros e visuais (por meio de ferramentas como Miro ou Lucidchart), além da elaboração de documentos operacionais, como checklists e instruções de serviço, que servirão de referência para a equipe. Isso permitirá a criação de uma rotina organizada, com menos dependência direta da proprietária.

Outro ponto importante será a implementação de um sistema básico de CRM (Customer Relationship Management), que substituirá o atual controle informal feito via WhatsApp. Essa ferramenta permitirá registrar todos os contatos com clientes, classificá-los conforme o estágio no funil de vendas (frio, morno ou quente) e acompanhar seu histórico de interações. Inicialmente, poderá ser adotado um modelo gratuito ou simplificado, no estilo Kanban, com colunas representando cada fase da jornada do cliente. Isso trará mais clareza à equipe, causará melhora na comunicação e possibilitará tomadas de decisão baseadas em dados.

Por fim, será estruturado um processo de delegação de tarefas. A partir da documentação dos fluxos de trabalho, será possível definir claramente quais funções podem e devem ser repassadas a colaboradores ou parceiros, especialmente nas áreas de atendimento e acompanhamento de leads. Esse processo contará com orientações sobre responsabilidades, prazos e métricas, permitindo que a proprietária possa focar mais na atividade-fim da empresa: a elaboração dos projetos.

Com essas ações, o escritório passará a operar com mais organização, controle e fluidez, reduzindo falhas operacionais, aumentando a produtividade e preparando-se para o crescimento de forma sustentável.

4.4.2 Resultados esperados da Consultoria de Processos

A consultoria realizada pela Hygge Consultoria para o escritório Gabriela Cristina Arquitetura visa proporcionar uma série de melhorias estratégicas e

operacionais, impactando diretamente sua eficiência e posicionamento no mercado. Com a consultoria, espera-se um aumento na eficiência operacional, com a otimização da gestão de processos internos, resultando em maior organização e aproveitamento do tempo da equipe, permitindo que o escritório atende mais clientes e execute projetos com maior fluidez. A comunicação interna também será aprimorada, o que facilitará o alinhamento entre a proprietária e os colaboradores, garantindo que todos compreendam as expectativas e os objetivos do escritório.

Outro ponto importante é o fortalecimento da gestão de clientes e vendas, que permitirá uma abordagem mais estruturada no relacionamento com os clientes. Com isso, espera-se um aumento na conversão de leads qualificados e uma melhoria significativa na experiência do cliente, desde o primeiro contato até a entrega do projeto. O escritório também se beneficiará com a escalabilidade, ao descentralizar funções e delegar responsabilidades de maneira mais estratégica, possibilitando o aumento do volume de projetos sem comprometer a qualidade dos serviços prestados.

Além disso, a organização financeira será aprimorada, com maior controle do fluxo de caixa e a melhoria na gestão de pagamentos e recebimentos, oferecendo uma visão mais clara das finanças e proporcionando base sólida para decisões de crescimento. Por fim, o posicionamento da marca se tornará mais claro e atrativo, com uma comunicação mais consistente, o que fortalecerá a identidade da empresa no mercado de arquitetura, aumentando a percepção de valor por parte dos clientes e contribuindo para o crescimento da base de clientes qualificados.

Essas melhorias permitirão que o escritório Gabriela Cristina Arquitetura se torne mais competitivo e eficiente, estando mais preparado para os desafios do mercado, sem perder sua essência criativa e personalizada.

5 PLANO DE AÇÃO

Um plano de ação em consultoria administrativa é uma ferramenta estratégica que organiza, pesquisa e desenvolve ações a serem realizadas para melhorias das problemáticas apresentadas pela empresa consultada. O objetivo final dessa ferramenta é apresentar soluções fundamentadas e específicas para cada impasse apresentado.

Ao fazer a sondagem da empresa Gabriela Cristina Arquitetura, foi elaborada uma análise SWOT que apresentou os principais problemas da instituição. Esses problemas foram descritos de forma mais específica no item 4 deste documento e, neste item, será apresentada uma proposta de resolução adequada para cada setor.

5.1 Plano de ação da Consultoria Financeira

As adversidades do setor financeiro apresentadas pela empresária foram na maioria referentes à gestão. Abaixo estão as possíveis soluções para cada uma dessas.

5.1.1 Sistema da empresa e Software próprio (ERP)

Conforme pesquisas apuradas, foi encontrada a necessidade da empresa Gabriela Cristina Arquitetura investir em um sistema operacional para melhor gerir o negócio. A implementação desse sistema permitirá maior produtividade, controle amplo sobre as ações tomadas, visão clara sobre as informações da empresa e, acima de tudo, permitirá que a gerência administrativa, não só de todos os dados financeiros (como: boletos a vencer, duplicatas a receber, relatórios financeiros, entrada e saída de recursos, fluxo de caixa, etc), mas também auxiliará o setor de compras, de vendas, de processos e fortalecerá a comunicação interna.

A Hygge consultoria identificou problemas como a falta de controle diário de entradas, saídas de recursos e fluxo de caixa, o que é entrave para o conhecimento claro dos custos e receitas da empresa; a necessidade da organização de despesas e títulos a serem pagos para que haja maior controle sobre datas de vencimento e custos estimados; a falta de relatórios financeiros de diversos prazos que tem como

função funilar todos os dados financeiros do último período escolhido. Todos esses impasses podem ser resolvidos com a implementação do sistema operacional.

5.1.1.1 Conta Azul

O Conta Azul é um sistema de ERP que oferece uma gama de serviços de gestão para pequenas e médias empresas, incluindo ferramentas para gestão financeira, controle de vendas, estoque, cobrança e emissão de notas fiscais. Seu maior atrativo está na facilidade de uso e na acessibilidade, tornando-se uma opção viável para empresas que ainda não utilizam sistemas integrados ou que desejam migrar de planilhas manuais para uma gestão mais automatizada.

Entre os principais pontos positivos da Conta Azul está sua interface simples e intuitiva, que permite que empresários como a Gabriela Cristina, com pouca familiaridade tecnológica, consigam utilizar as funcionalidades do sistema com relativa facilidade. Esse também permite a realização da conciliação com contas bancárias, emissão automática de notas fiscais e pode gerar relatórios financeiros de acordo com o prazo escolhido.

No entanto, o sistema também apresenta limitações que precisam ser consideradas. A Conta Azul é um sistema genérico, pode não atender de forma 100% eficiente empresas que tenham processos específicos, como um escritório de arquitetura. A padronização do sistema, embora contribua para a simplicidade, reduz sua flexibilidade para se adaptar a realidades empresariais. Outro ponto sensível é a questão da segurança. Embora a Conta Azul opere na nuvem com padrões de segurança adequados para pequenas empresas, ela ainda pode oferecer menos recursos avançados de controle de acesso à conta, rastreabilidade e contingência do que ERPs desenvolvidos. Além disso, esse sistema não possui integração com CRM, um controle que ajuda as empresas a gerenciar e analisar as interações com seus clientes, portanto, se esse sistema fosse o escolhido, haveria a necessidade de adquirir um sistema de CRM à parte.

No quesito valores, o quanto será necessário investir, a plataforma possui alguns planos com diferentes elementos oferecidos e prazos de pagamentos mensais ou anuais, especificado abaixo:

Figura 5- Valores dos planos oferecidos pelo sistema Conta Azul

The image displays two screenshots of the 'Meu Plano' (My Plan) page on the Conta Azul website. Both screenshots show a navigation menu on the left and a main content area with three plan options: Controle, Avançado, and Performance. The top screenshot shows monthly payments with a 38% discount, while the bottom screenshot shows annual payments.

Plan	Original Price (R\$)	Discounted Price (R\$)	Payment Method	Key Features
Controle	459,90	309,90	12x no cartão ou pago integralmente no boleto	Todas as funcionalidades do ERP, Acesso para 2 usuários
Avançado	579,90	359,90	12x no cartão ou pago integralmente no boleto	Todas as funcionalidades do ERP, Acesso para 5 usuários, Atendimento prioritário
Performance	849,90	659,90	12x no cartão ou pago integralmente no boleto	Todas as funcionalidades do ERP, Acesso para 15 usuários, Atendimento prioritário, Suporte telefônico

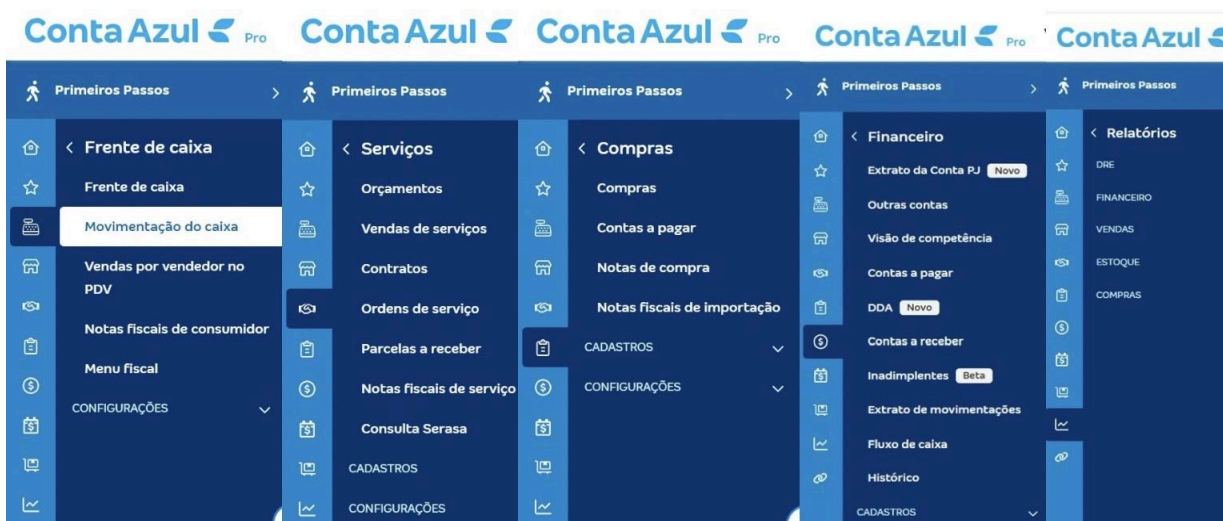
The bottom screenshot also includes a note: '* Para planos mensais a modalidade de pagamento é exclusivamente via Cartão de Crédito.' (For monthly plans, the payment method is exclusively via Credit Card.)

Fonte:

https://lp.contaazul.com/experimente-gratis-b?utm_source=google-ads&utm_medium=search_cpc&utm_campaign=ca_mkt_branding-exata_conversao_trial_gads-search_cpc_aon&utm_content=aberta_brasil_branding-exata-conta-azul_texto_V2&utm_term=conta%20azul&utm_placement=g&matchtype=e&campaignid=16393029502&adgroupid=181805081929&adid=758085395690&gad_source=1&gad_campaignid=16393029502&gbraid=0AAAAADkwJ9RqE4WO4ym17qYU-6DGr63fw&gclid=CjwKCAiAz_DIBhBJEiwAVH2XwNmevgKV5CHGltF3KtO1ocTXe2k2hL8ONhaB_dR-Vv2mFDDuHb23dxoCpQQQAvD_BwE

Segue abaixo alguns dos serviços oferecidos pela Conta Azul:

Figura 6- Serviços oferecidos pela Conta Azul



Fonte:

https://lp.contaazul.com/experimente-gratis-b?utm_source=google-ads&utm_medium=search_cpc&utm_campaign=ca_mkt_branding-exata_conversao_trial_gads-search_cpc_aon&utm_content=aberta_brasil_branding-exata-conta-azul_texto_V2&utm_term=conta%20azul&utm_placement=g&matchtype=e&campaignid=16393029502&adgroupid=181805081929&adid=758085395690&gad_source=1&gad_campaignid=16393029502&gbraid=0AAAAADkwJ9RqE4WO4ym17qYU-6DGr63fw&gclid=CjwKCAiAz_DIBhBJEiwAVH2XwNmevgKV5CHGltF3KtO1ocTXe2k2hL8ONhaB_dR-Vv2mFDDuHb23dxoCpQQQAvD_BwE

5.1.1.2 Sistema software próprio

Um sistema próprio é um software de gestão empresarial desenvolvido e personalizado para atender às necessidades específicas de uma empresa, em vez de ser um produto genérico de mercado.

As vantagens são muitas. Além de possuir maior segurança dos dados da empresa, o escritório de arquitetura poderá ser totalmente automatizado nos processos administrativos financeiros, nos projetos como um todo, no marketing e inclui também um sistema CRM integrado, diferente da Conta Azul que precisa ser integrada à parte.

Em busca de uma empresa que realizasse a criação de um ERP próprio, foi encontrada a empresa ERP MOBILI. Ela realiza a criação de sistema de software

especializados na área moveleira e arquitetônica, o que seria ideal para a Gabriela Cristina.

Em um orçamento realizado por ligação de telefone no dia 10 de maio de 2025 e intermediado pelo atendente Fabiano, foi passado que o valor de R\$8.000,00 (oito mil reais) para o desenvolvimento e aplicação na empresa de arquitetura e mais um valor mensal de R\$350,00.

De acordo com um usuário, o sistema de ERP MOBIL atende todas as suas necessidades, sendo um sistema fácil de ser navegado, além de ser muito fluido e pode também ser acessado pelo celular e outros dispositivos com o login e senha do usuário, pois nem todos da empresa acessam as mesmas páginas, há conteúdos limitados dependendo do login utilizado. No mais, o usuário indica este sistema.

A Hygge como consultoria responsável analisou todos os pontos positivos e negativos de cada sistema. A decisão de indicação prevaleceu no software próprio devido à personalização do sistema que irá promover maior autonomia e segurança para a organização de arquitetura. Inicialmente, é compreensivo que a adaptação deste possa ser mais árdua se comparado ao sistema da Conta Azul, porém, por uma questão de otimização de tempo, foi preferido indicar o software próprio para que o tempo a ser investido na adaptação seja focado em apenas um tipo de sistema.

Figura 7- Vista da página inicial do sistema ERP Mobli

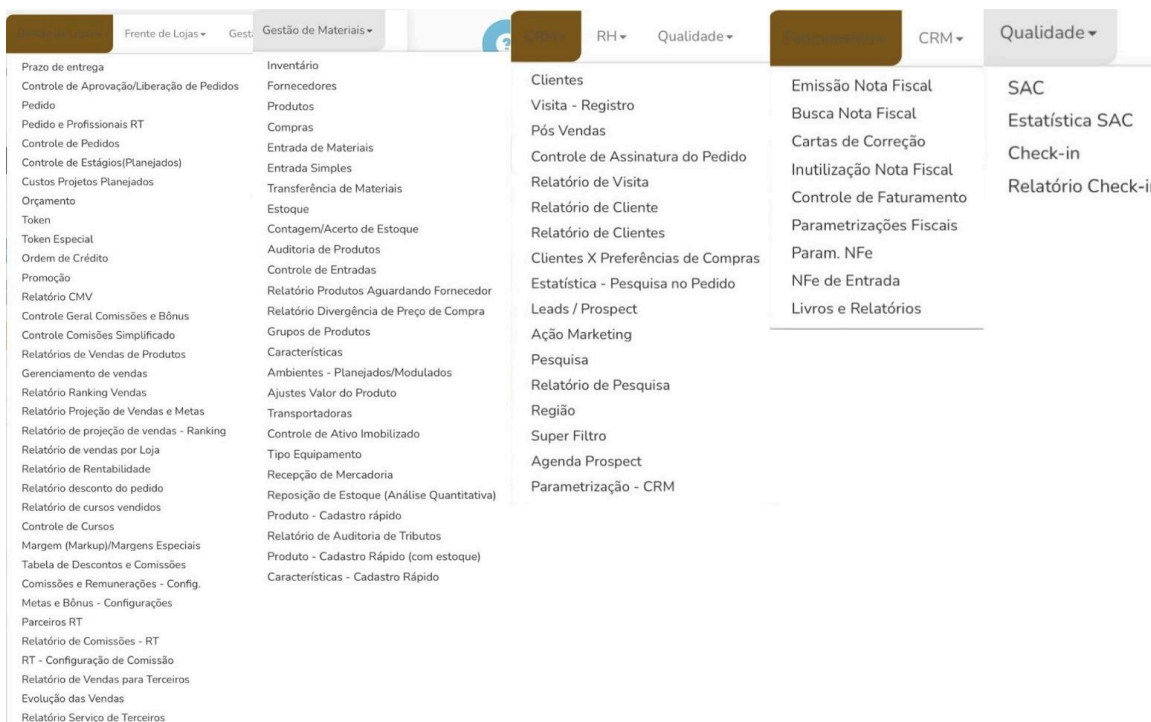
Fonte: produção própria

Figura 8- Alguns serviços oferecidos pelo software próprio

Controle de Receitas	Empresa	Controle de Atendimentos	Rel. Controle de Assistência Técnicas
Recebimentos - Alterações	Assinaturas Digitais - Configuração	Visita - Registro	Controle de Entregas
Aprovação Central	Unidades de Negócio / Lojas	Controle de Pedidos	Ordem de Entrega
Borderô de Cartões	Usuários	Liberar Financeiro (Aprovação Loja)	Agenda Entrega
Controle de Crediário	Grupos de Permissão	Fechamento de Caixa	Controle de Montagens
Contas a Receber	Permissões	Orçamento	Ordem de Montagem
Contas a Pagar	Importações	Pedido Endereço Entrega	Assistência Técnica
Despesas	Parametrizações do Pedido	Etiqueta Identificação Produto	Relatório de Montagens
Fluxo de Caixa	Param. de Impressões	Chamados internos	Custo de Montagem
Conciliação Bancária	Param. Rateios e Portes de Lojas	Relatório CMV	Cadastro de Veículos
Consolidação de Saldos	Param. Assistência Técnica	Relatório de Produtos	
Relatório de Caixa Consolidado	Param. Integração	Relatório de Comissões	
Relatório de Pagamento dos Pedidos	Centro de Custo	Relatório Vendas por Loja Gerente	
Rentabilidade Vendedores	Calendário e Feriados	Solicitação de Reembolso	
Demonstrativo Financeiro - Razão Analítico	Gráficos - Dashboard		
DRE	Ordenação dos menus		
Classificações			
Portadores / Bancos			
Tipos de Documentos			
Formas de Pagamentos			
Instituições / Bandeiras			
Relatório de Despesas			
Transferência entre Portadores			
Fornecedor / Prestador			

Fonte: produção própria

Figura 9- Alguns serviços oferecidos pelo software próprio



Fonte: produção própria

5.1.2 Planejamento anual

O planejamento anual é essencial para a empresa de arquitetura da empresária Gabriela Cristina, pois organiza metas, cronogramas e recursos, melhora a tomada de decisões e fortalece o crescimento sustentável e a eficiência nos projetos. Essa metrificação é o ponto crucial para dar um norte para as futuras atividades da empresa, pois irá fazer uma junção clara dos objetivos, além de estabelecer quais ações devem ser tomadas para atingi-los, tudo de forma clara, fomentando ainda mais o crescimento dos lucros.

De acordo com o site Sebrae, um bom planejamento anual requer vistas periódicas, de no mínimo 2 meses.

Para implementar essa medida no escritório, a Gabriela pode fazer autonomamente, mas esse processo requer uma pessoa especializada que trabalhe com o mercado externo para melhor afunilar as informações.

Como a empresária já possui convênio com um escritório de contabilidade, o essencial é integrar esse serviço com um consultor financeiro que tomará todas as providências para o planejamento anual.

O custo de um planejamento financeiro anual para uma empresa com um consultor financeiro pode variar, dependendo da complexidade do projeto, do tamanho da empresa e da experiência do consultor. Em geral, espera-se um investimento de R\$1.000,00 (mil reais). Porém, como a empresária já possui contato com uma contabilidade, esse valor pode ser negociado.

5.1.3 Precificação

Nos dias atuais, arquitetos costumam realizar a precificação dos seus projetos por meio da quantidade de horas trabalhadas em determinado serviço. Cada projeto se torna único, pois a necessidade do cliente varia e por isso o profissional de arquitetura deve se adequar.

De acordo com uma pesquisa de campo realizada pela Hygge, o valor médio cobrado por arquitetos da região do alto Tietê fica em média entre R\$200,00 (duzentos reais) a R\$500,00 (quinhentos reais) cobrados por hora dos serviços, mais a incrementação de custos fixos e indiretos como o valor do transporte para se deslocar até o local.

5.1.4 Política orçamentária

No contexto da consultoria Hygge aplicada à empresa Gabriela Cristina Arquitetura, foi proposta a implementação de uma política orçamentária que prevê a cobrança antecipada de uma taxa para a elaboração de orçamentos. Essa medida visa otimizar o tempo da arquiteta e empresária Gabriela Cristina, além de filtrar os clientes que apresentam real interesse nos serviços oferecidos. Atualmente, a reunião inicial para apresentação do orçamento tem duração média de 1h ou 2 horas, período no qual são levantados os principais requisitos do projeto, bem como alinhadas às expectativas do cliente. A cobrança antecipada da taxa tem o propósito de reduzir atendimentos sem compromisso, tornando o processo mais eficiente e profissional. A aplicação dessa política será gradual, com um período médio de adaptação estimado em 30 dias, enquanto a estabilidade e incorporação plena da medida na rotina da empresa estão previstas para ocorrer em até 90 dias. A consultoria Hygge identifica que essa mudança não apenas valoriza o tempo e o conhecimento técnico da arquiteta, mas também contribui para estabelecer uma

relação de maior comprometimento entre a empresa e seus clientes desde o primeiro contato.

Considerando esses parâmetros, a taxa de orçamento inicial pode ser estabelecida em torno de R\$150,00 a R\$500,00 (valores médios cobrados na cidade do Alto Tiête) valores que refletem o tempo e a expertise envolvidos na elaboração do orçamento. Após a estabilização da política e com base na demanda e no posicionamento da marca, é viável revisar esse valor, adaptando-o ao mercado e ao consumidor.

É importante que qualquer ajuste na taxa seja comunicado de forma transparente aos clientes, destacando os benefícios que essa mudança traz tanto para a qualidade do atendimento quanto para a otimização dos processos internos.

5.2 Plano de ação da Consultoria de Marketing

Para uma boa prospecção de clientes e desenvolvimento de processos para esse setor é imprescindível estratégias de marketing e comunicação definidas e claras para todos, afim de conseguir uma boa relação com os clientes dos escritório e a manutenção para novos.

5.2.1 - Branding e Manual de Marca

Mediante a alguns desafios do escritório relacionados ao setor de marketing e relacionamento, foi identificado a necessidade de implementar um plano de Branding e Manual de Marca, não só para a proprietária Gabriela Cristina, mas também para todo o funcionamento e escalonamento da empresa.

Iniciada a busca por uma empresa que pudesse captar toda essência da empresa e de forma profissional e autêntica criasse uma identidade visual plena e eficiente para a empresa, a HYGGE identificou grande destaque na empresa destacada abaixo:

Figura 10- Exemplificação do serviço oferecido pela empresa



Fonte: <https://www.instagram.com/mamdesign.brand?igsh=aXA4eHBsYjQ1ajNm>

A MamDesign é especializada em criação e desenvolvimento de marcas e identidade visual, no mercado desde 2018, Amanda é a proprietária, idealizadora e profissional responsável pela criação das identidades de muitas empresas do Alto Tietê. Por ser administrada pela proprietária a empresa consegue atuar de forma bem humanizada e realizar grandes trabalhos no setor, elevando o nível visual das empresas contratantes de forma autêntica e exclusiva. Com a MamDesign é realizado os seguintes serviços: Identidade de marca (Logotipo, Logomarca, logo, manuais de design e etc), manual de marca (fontes, posicionamento, cores, etc).

Foi realizado uma pesquisa de identificação de Antes X Depois de marcas que contrataram esse serviço:

Figura 11- Resultado I antes vs depois - Dra. Sônia Abrão



Fonte: <https://www.instagram.com/mamdesign.brand?igsh=aXA4eHBsYjQ1ajNm>

Figura 12- Resultado II antes vs depois - CTPES (Centro de Tratamento Podológico Especializado- Suzano)



Fonte: <https://www.instagram.com/mamdesign.brand?igsh=aXA4eHBsYjQ1ajNm>

Por fim, observa-se o trabalho realizado no reposicionamento de marca dessas empresas, que segundo pesquisas relacionadas é uma medida de extrema importância para posicionar uma empresa.

5.2.2 - Tráfego pago

Apesar de possuir uma grande quantidade de clientes interessados em seu serviços, o escritório de arquitetura e interiores atrai muitos orçamentos que não evoluíram em projetos reais, elaborar uma ação de reconhecimento de marca, a fim de atingir o máximo de pessoas possíveis e criar uma identidade no mercado de arquitetura, e metrificar o público alvo ideal por meio de pesquisas e análises periódicas de engajamento e geração de leads. A Hygge realizou uma pesquisa que

aponta que o tráfego pago desempenha um papel fundamental nas campanhas de reconhecimento de marca, sobretudo na fase inicial do funil de marketing, conhecida como Topo de Funil (ToFu). De acordo com Kotler e Keller (2012), “a construção de marcas fortes requer exposição consistente e repetida para gerar familiaridade e associações positivas na mente dos consumidores”.

No contexto atual, o tráfego pago potencializa essa exposição, permitindo que marcas alcancem públicos amplos e segmentados com rapidez e eficiência. Conforme explica Ryan Deiss (2017), “a publicidade paga não serve apenas para gerar cliques ou conversões imediatas, mas para moldar percepções e criar identidade de marca ao longo do tempo”. Assim, o tráfego pago em campanhas de reconhecimento é estratégico, pois não busca resultados imediatos em vendas, mas visa sedimentar valores, identidade e posicionamento da marca no imaginário coletivo. Esse investimento, embora de retorno indireto, é essencial para gerar reconhecimento e, posteriormente, influenciar decisões de compra.

5.3 Plano de ação da Consultoria de Recursos Humanos

Em uma empresa, onde o conhecimento e as pessoas são os principais ativos, o Plano de Ação de Recursos Humanos tem como objetivo alinhar a gestão de pessoas à estratégia do negócio. Por meio de ações em áreas como recrutamento, desenvolvimento, clima organizacional e desempenho, buscamos atrair, reter e desenvolver talentos, promovendo um ambiente de trabalho produtivo e alinhado aos objetivos da empresa.

5.3.1 Treinamento

O desenvolvimento das habilidades de um líder é primordial para a comunicação, tomada de decisão e resolução de conflitos dentro de uma empresa. Esse treinamento busca melhorar a eficácia da gestão e impulsionar o desempenho geral da equipe.

Ele ajuda os gestores a criar bons relacionamentos interpessoais e conexão emocional com seus funcionários. Contribuindo para fortalecer a Cultura organizacional e preparar esses profissionais para o mercado. Sendo assim,

Gabriela, irá conseguir passar suas ideias a seus funcionários sem qualquer desvio ou má informação.

Algumas ideias e formas de introdução de treinamento para o líder colocar em prática seu aprendizado, seria: cursos e workshops, treinamento online, dinâmicas e simulação, coaching e mentoria, participar de eventos de liderança, entre outros.

5.3.2 Comunicação organizacional interna e vertical

Ela promove a cultura corporativa, melhora a moral dos funcionários e facilita a colaboração e a tomada de decisão

Ademais, é eficiente para criar um ambiente de transparência, no qual os funcionários se sentem valorizados e parte dos integrantes dos objetivos da empresa.

Ela introduziria essa comunicação através de propagação de diálogo, como a permissão do espaço para se expressar, treinamento de liderança e canais de comunicação claros, como citado anteriormente.

Melhorar a comunicação vertical vai ajudar Gabriela a se comunicar com os níveis hierárquicos diferentes do dela dentro de sua organização, essa melhoria causa na transmissão de objetivos e políticas da administração e na coleta de feedbacks, nos quais ficaria mais clara.

5.3.3 Cultura de Comunicação

A valorização e transparência, trazem metas desafios e resultados o que incentiva os colaboradores na compartilhamento de ideias e feedbacks sem ter medo de uma resposta ofensiva, Com isso os é importante que os líderes sejam acessíveis e receptivos, levando em conta que nenhuma pergunta é “boba” ou irrelevante, e que erros devem ser discutidos de forma respeitosa, sem julgamentos. Fortalecendo o clima de confiança e promovendo a integração entre os colaboradores. Valorizando a colaboração e trabalho em equipe.

Para definir uma cultura de comunicação, Gabriela pode estabelecer canais de comunicação abertos e transparentes para promover o diálogo dentro de sua empresa. Alguns exemplos são os canais de comunicação aberto (murais, e-mails, plataformas de mensagens e intranet), envolvimento da liderança por meio da

comunicação direta (boca a boca), escuta ativa e feedback e feedback, oferecendo cursos e workshops de desenvolvimento da comunicação. Uma plataforma que pode aderir seria a Feedback House, realiza a gestão de feedback para empresas, com foco em gestão de pessoas e avaliação 360 graus, isso inclui avaliação de desempenho, metas e objetivos, pesquisa pulse, comunicação Interna, entre outros.

5.4 Plano de ação da Consultoria de Processos

A empresária apresentou algumas dificuldades do escritório que podem ser resolvidas com a criação ou melhoria de alguns processos. Abaixo estão alguns processos que podem ser implementados ou modificados para melhorar a performance da operação do escritório e reduzir as dificuldades que a empresária vem enfrentando.

5.4.1 Comunicação entre os departamentos

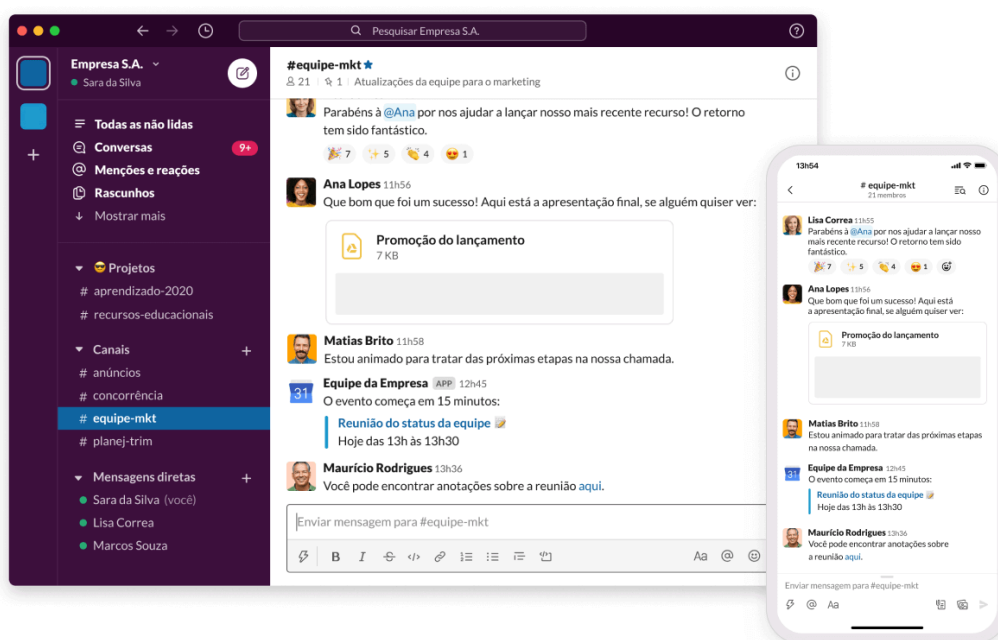
Em uma das reuniões com a empresária, ela relatou ter dificuldade na comunicação entre os setores da empresa, então, após algumas pesquisas foram elaboradas algumas maneiras de contornar esses obstáculos. Propõe-se a implementação de um processo de gestão colaborativa, com operação simples e de fácil adaptação para que todos os envolvidos consigam se adequar facilmente ao novo modelo, reduzindo assim o impacto organizacional. O novo processo foi estruturado em cinco etapas que se relacionam entre si e visam garantir a clareza, produtividade e fluidez. Cada uma dessas etapas é crucial para que o novo processo seja eficaz na empresa.

A primeira etapa consiste no mapeamento das equipes e suas funções para compreender quais são os fluxos de trabalho existentes, os seus responsáveis e os seus pontos de transição de responsabilidade. Para isso, é crucial a criação de um organograma funcional que identifique as áreas envolvidas e o responsável por cada uma delas. Esse mapeamento permite identificar onde ocorrem os principais gargalos de comunicação, podendo assim, definir em quais pontos interferir com mais urgência e intensidade.

Logo em seguida, na segunda etapa, envolve a definição de canais de comunicação padrão para a empresa. A falta de canais padrão de comunicação

entre as equipes faz com que haja perda de informação e como consequência podem haver retrabalhos. Três canais principais podem ser criados para padronizar a comunicação entre as equipes dentro do escritório. São eles: Um canal para informações rápidas e alinhamento de informação. Uma das opções é o Slack, essa é uma plataforma que tem como principal objetivo facilitar o diálogo entre membros da equipe, funcionando como um escritório virtual onde é possível tocar projetos, enviar arquivos e fazer reuniões. Dessa forma, as pessoas podem concentrar todos os assuntos relacionados ao trabalho em um único canal.

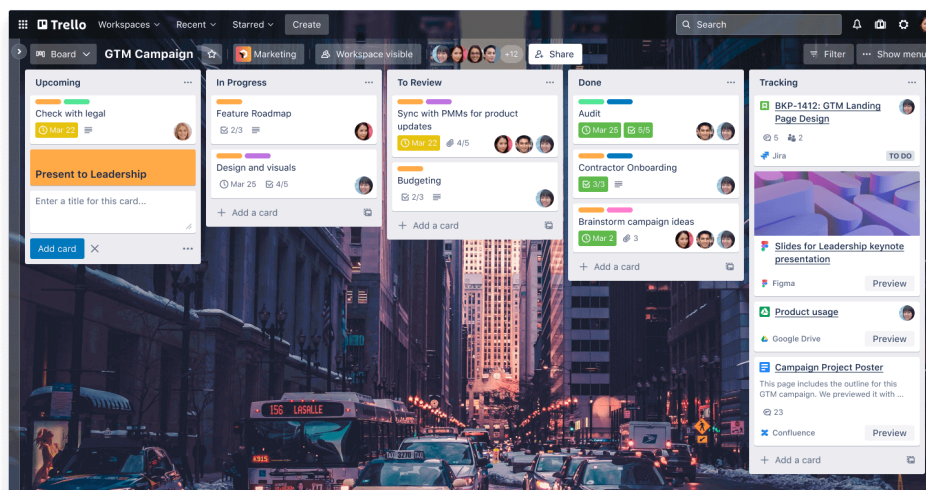
Figura 13- Exemplo do sistema de comunicação I



Fonte: <https://slack.com/intl/pt-br/downloads/windows>

Outra ferramenta de enorme importância para a gestão da empresa é para gestão de prazos e tarefas onde todos podem ser adicionados por meio da criação de equipes onde os processos podem ser acompanhados e atualizados por meio de um sistema de quadros, listas e cartões simples e de fácil compreensão.

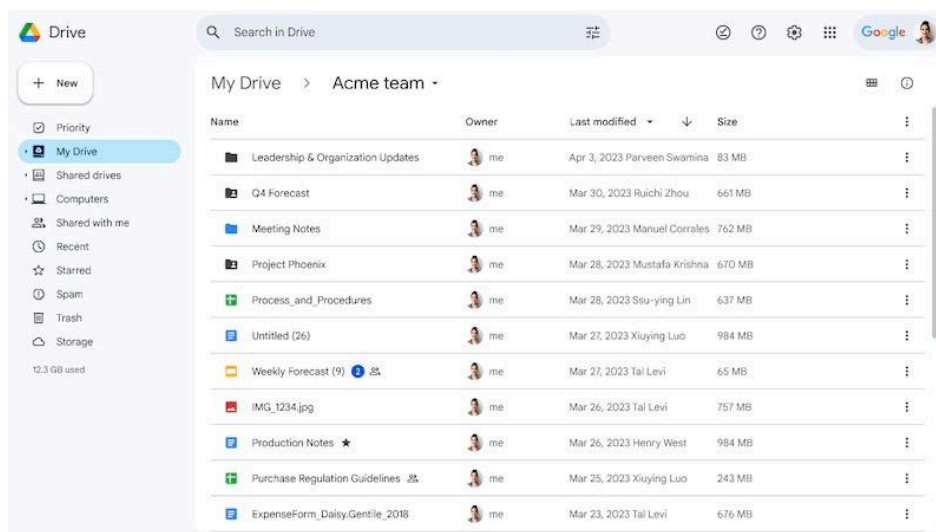
Figura 14- Exemplo do sistema de comunicação II



Fonte: <https://www.instagram.com/mamdesign.brand?igsh=aXA4eHBsYjQ1ajNm>

Também propõe-se a estruturação de um sistema padronizado de armazenamento de arquivos na nuvem. Para isso, pode-se usar o google drive com uma pastas e nomenclaturas estrategicamente organizadas por cliente e etapa de projeto.

Figura 15- Exemplo do sistema de comunicação III



Fonte: <https://drive.google.com/drive/>

A terceira etapa é a criação de um ritual semanal de alinhamento das equipes. Uma reunião com pauta e duração previamente definidos, é de extrema importância que a pauta e o prazo de duração seja cumprida para que não haja

devaneios e a reunião dure mais do que o planejado e atrase os outros processos da empresa. Esta reunião tem como o objetivo alinhar o que está sendo feito em cada uma das equipes e por qual etapa cada equipe está passando, delegar responsabilidades, compartilhar aprendizados e resolver pendências intersetoriais.

A quarta etapa consiste na criação de um canal de feedback contínuo para que a liderança da empresa consiga analisar e discutir em reuniões estratégicas para que ajustes possam ser realizados de forma contínua e participativa. As informações seriam coletadas por meio de um formulário anônimo, e aplicado mensalmente ou semestralmente com perguntas direcionadas à identificação de falhas, sugestões de melhoria e reconhecimento de boas práticas.

A implementação desse processo tem como objetivo permitir a comunicação clara e objetiva entre todas as equipes e a liderança. As ferramentas escolhidas para implementar esse processo são gratuitas e mesmo se o escritório tiver recursos limitados, ele conseguirá implementar e se adaptar ao processo de forma eficaz. A estimativa de tempo de implementação e adaptação desse novo processo é de até 6 meses.

5.5 Cronograma de execução das atividades

Para implementar as medidas propostas, é necessário que haja uma organização e planejamento do tempo hábil para a aplicação. Portanto, abaixo segue um cronograma estimado para o desenvolvimento das atividades corretivas:

Figura 16- Cronograma de execução das atividade

	Semana 01	Semana 02	Semana 03	Semana 04	Semana 05	Semana 06	Semana 07
	INSTALAÇÃO E CREDENCIAMENTO DO SISTEMA DE SOFTWARE	IMPLEMENTAR POLÍTICA ORÇAMENTÁRIA	FLUXOGRAMA DOS PROCESSOS	TREINAR COMUNICAÇÃO COM BASE NO MANUAL DE MARCA	CRATIVOS DE MARKETING		
	ANEXAR CONTAS NO SISTEMA DE SOFTWARE	ANEXAR CONTAS NO SISTEMA DE SOFTWARE	CONFERÊNCIA DOS DADOS DO SISTEMA DE SOFTWARE E SEU FUNCIONAMENTO	APROVAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE MARKETING	ANÁLISE DE ACEITAÇÃO DA POLÍTICA ORÇAMENTÁRIA		
RH							
MARKETING							
PROCESSOS	INSTALAÇÃO E CREDENCIAMENTO DO TRELLO	TREINAMENTO E IMPLEMENTAÇÃO: COMUNICAÇÃO INTERNA VIA TRELLO					IMPLEMENTAR CRM
FINANCEIRO							
	IDENTIDADE VISUAL E MANUAL DE MARCA	AJUSTE DA PRECIFICAÇÃO DOS PROJETOS	criação de CHECKLIST OPERACIONAIS				EXECUÇÃO DA CAMPANHA DE MARKETING
	REUNIÃO COM EQUIPE : NOVA FASE DA EMPRESA	criar MAPA MENTAL DOS PROCESSOS DE PROJETO	DEFINIR AGÊNCIA DE MARKETING				
	AGENDAR COM CONTABILIDADE PARA ESTRUTURAR O PLANEJAMENTO ANUAL	DEFINIR LÍDERES E SETORES	REUNIÃO COM AGÊNCIA DE MARKETING				
	REUNIÃO SEMANAL: ALINHAMENTO	REUNIÃO SEMANAL: ALINHAMENTO	REUNIÃO SEMANAL: ALINHAMENTO	REUNIÃO SEMANAL: ALINHAMENTO	REUNIÃO SEMANAL: ALINHAMENTO	REUNIÃO SEMANAL: ALINHAMENTO	REUNIÃO SEMANAL: ALINHAMENTO

Fonte: produção própria

O plano de ação desenvolvido pela Higge Consultoria para a empresa Gabriela Cristina Arquitetura foi estruturado em um cronograma de seis semanas com foco nos setores de RH, marketing, processos e financeiro.

Na primeira semana, serão realizadas ações de estruturação básica, como a instalação do sistema de software e da ferramenta de organização Trello. Também será iniciada a reformulação da identidade visual, feita uma reunião com a equipe sobre a nova fase da empresa, além do agendamento com a contabilidade para o planejamento anual.

Na segunda semana, dará-se continuidade à implantação do sistema de software escolhido e com a implementação da política orçamentária, o treinamento para uso do Trello e o início da comunicação interna pela ferramenta. Também serão definidos os líderes e setores da empresa, ajustar a precificação dos projetos e criar o mapa mental dos processos.

A terceira semana focou na organização interna, com a conferência de dados do sistema de software, criação do fluxograma de processos e checklist

operacionais. Será definido também o parceiro responsável pelo marketing da empresa.

Na quarta semana, a equipe passará por treinamento com base no novo manual de marca, a estratégia de marketing será aprovada e haverá uma reunião com a agência de marketing para alinhamento das próximas ações.

Já na quinta semana, serão avaliados os resultados da política orçamentária e iniciada a criação dos materiais de campanha (criativos de marketing).

Por fim, na sexta semana, ocorrerá a implementação do CRM e a execução da campanha de marketing previamente planejada. Durante todas as semanas, serão realizadas reuniões de alinhamento entre as equipes para garantir a integração e o bom andamento do projeto.

6 RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES DE DESEMPENHO

6.1 Consultoria Financeira

Na etapa 5, foi abordado o Plano de Ação esperado, o qual contempla quais são as medidas a serem tomadas pela Gabriela Cristina, indicadas pela Hygge Consultoria.

No âmbito financeiro, as medidas indicadas foram: Implementação de um software próprio, ajuste na precificação dos serviços, planejamento anual das atividades e metas, além da criação de uma política orçamentária para a empresa. Tais medidas buscam a conquista um nível superior de organização financeira, passando a gerir de forma mais clara e eficiente as entradas e saídas de recursos. A implantação de um software de controle personalizado, combinada à adoção de uma política orçamentária estruturada, contribui para padronizar a precificação dos serviços e dar maior relevância à fase de elaboração de orçamentos, o que amplia a competitividade da empresa e aumenta sua margem de rentabilidade.

O planejamento anual de metas e recursos possibilita que o escritório estabeleça objetivos mais concretos, acompanhe sua execução ao longo do tempo e alinhe seus investimentos às necessidades do negócio. Para assegurar que essas práticas resultem em melhorias contínuas, a consultoria introduz ferramentas de monitoramento de desempenho financeiro, entre elas:

- Fluxo de caixa projetado, que permite avaliar a capacidade de pagamento e prever necessidades futuras de capital;
- Demonstração de resultados (DRE), utilizada para medir a lucratividade e identificar os serviços mais rentáveis;
- Indicadores de liquidez, que mostram a saúde financeira no curto prazo;
- Análise de margem de contribuição, fundamental para verificar a real rentabilidade de cada projeto de arquitetura;
- Relatórios periódicos de desempenho, que consolidam as informações e oferecem uma visão global para tomadas de decisão mais seguras.

Com esses instrumentos, o escritório passa a identificar desvios com rapidez, corrigir falhas antes que se tornem críticos e definir estratégias com base em dados concretos, e não apenas em percepções subjetivas. Além de garantir maior

previsibilidade financeira, redução de riscos financeiros e crescimento de forma mais estruturada.

6.2 Consultoria de Marketing

A consultoria de marketing da empresa em questão é um passo fundamental para garantir a qualidade nos processos de captação e construção de uma carteira de clientes sustentáveis e com alto índice de satisfação e, logo, rentabilidade para a operação.

Espera-se com essas ações, a maior notoriedade do escritório, grande força de mercado, e presença de marca impactante, atraindo clientes interessados em fatores como, exclusividade, excelência nos processos, experiência premium e confiança no profissionalismo de toda a equipe. Parte desses resultados não só são esperados, como imprescindíveis para a estruturação de toda a empresa a longo prazo, a fim de nunca a mesma entrar em desafios voltados a baixa interação com possíveis clientes, ou falta de um fluxo de pessoas interessadas nos serviços prestados. Poderemos mensurar de fato os efeitos dessas mudanças, a médio prazo, com indicadores do setor que não só medem, mas precipitam as ações do mercado e capacitam a empresa a tomada de decisões. Desses indicadores, serão utilizados os: CSAT (Customer Satisfaction Score), LTV (Lifetime Value), e o ROI (Retorno sobre investimento), esses indicadores são reconhecidos no mercado por indicar a qualidade dos possíveis clientes de uma empresa, e mensurar a qualidade do trabalho de mídias sociais e marketing digital. De acordo com uma pesquisa realizada, através de canais digitais como, Revista Exame, Sebrae e Neo Assist, é possível afirmar que estas são as principais características dos indicadores abaixo:

- CSAT (Customer Satisfaction Score) - Esta métrica é utilizada para medir o nível de satisfação dos consumidores em determinados processos e interações na jornada de relacionamento com a empresa. Assim, através dela, é possível compreender e analisar quais estratégias estão obtendo bons resultados e quais ainda precisam de melhorias.
- ROI (Return on Investment) - É uma sigla para um termo em inglês (Return on Investment) que significa Retorno sobre Investimento. É uma métrica financeira, mas usada em diversas áreas de atuação, para avaliar a eficiência ou a rentabilidade de um investimento. Basicamente, devemos levar em

consideração o seguinte raciocínio: para cada um real investido, quantos reais voltaram? Sua indicação principal é naqueles casos onde há a relação entre saída e entrada de recursos. Há uma fórmula para fazer o cálculo do ROI: $(\text{receita gerada} - \text{custos e investimentos}) / \text{custos e investimentos}$ Essa métrica ajuda a determinar o quanto de lucro ou prejuízo um investimento gerou em relação ao seu custo: Um ROI positivo indica que os ganhos superaram os custos. Um ROI negativo indica que os custos superaram os ganhos Para saber o resultado em porcentagem, é só multiplicar o resultado por cem. Ao calcular o ROI, lembre-se de somar todos os valores gastos e inserir no campo de custos ou investimentos. Caso diferentes recursos tenham sido usados, todos devem ser considerados, para que o resultado esteja de acordo com a realidade.

- Lifetime Value (LTV) - é uma das métricas mais importantes para qualquer empresa que busca crescimento e sustentabilidade. Ele representa o valor financeiro total que um cliente gera ao longo do seu relacionamento com o negócio, ajudando-o a entender se os investimentos em aquisição e retenção de clientes estão realmente compensando. Para empresas de todos os setores, o LTV é essencial porque permite prever receitas futuras, otimizar estratégias de marketing e melhorar a alocação de recursos. Ao comparar essa métrica com o custo de aquisição de cliente (CAC), por exemplo, fica mais fácil determinar se um negócio está operando de maneira rentável ou se precisa ajustar sua abordagem para aumentar a rentabilidade. Imagine que uma empresa gaste R\$500,00 para adquirir um cliente e esse cliente gere R\$5.000,00 ao longo dos anos. Esse alto LTV indica que a estratégia de retenção está funcionando e que vale a pena continuar investindo nessa relação.

Através desses indicadores, será possível garantir a eficácia das ações tomadas e o maior controle para os impactos esperados com essas ações, a fim de reduzir ou minimizar riscos com as ações de marketing e comunicação digital elaboradas.

6.3 Consultoria de Recursos Humanos

A falta da delegação das funções seria solucionada por meio de diversas estratégias. Uma delas seria um sistema hierárquico bem definido, permitindo que cada colaborador identifique exatamente as suas competências e possua um líder a quem deve prestar contas. A empresa seria dividida em setores, cada um sendo liderado por um gestor. Caberia aos líderes de cada setor organizar e integrar os respectivos departamentos.

Já para resolver a falta de comunicação interna a empresa deve investir em um sistema de comunicação mais eficaz, ou seja, estruturar uma melhor cultura organizacional. Incentivar a interação entre as equipes, irão ajudar a superar o empecilho. Além disso, dar voz aos colaboradores para que expressem suas opiniões e fornecer feedbacks sobre a liderança contribui diretamente para uma comunicação mais eficaz.

A utilização de algumas plataformas auxiliaram nessa evolução no departamento de RH. Logo, o sistema de gestão de RH (HRIS/), que centraliza dados de colaboradores, registros de ponto, férias e/ou licenças, gestão de desempenho, entre outros. A plataformas como Trello, TaskWorld, Asana, entre outros similares, ajudam no gerenciamento de tarefas e projetos dentro da sua empresa para perceber o progresso e ajustar as delegações. Conseqüentemente, a empresa Gabriela Arquitetura poderá evoluir na comunicação interna de seu negócio.

Para ter os resultados a seguir , a consultoria Hygge indica formas de implementar um plano claro e conciso, porém aberto a ajustes futuros, essas maneiras seria:

Figura 17- Atividades e resultados esperados dos Recursos Humanos

Etapas	O que fazer?	Indicadores/ Métricas
Diagnóstico inicial	Mapear onde ela lacunas na delegação e falhas de comunicação	Pesquisa de clima, entrevistas com os colaboradores, análise dos processos atuais.
Definição de estrutura	Criar um organograma/ setores claros, definir funções, responsabilidades, lideranças, definir quais informações devem fluir entre quem e quando, além de definir os canais de comunicação	Documentos de papéis e responsabilidades, políticas de comunicação, manuais ou fluxos internos
Treinamento e capacitação	Treinar gestores para delegar da forma correta, todos para dar e receber feedbacks, treinamento para uma comunicação clara, cultura de abertura.	Numero de treinamentos feitos, participação, avaliação de satisfação dos participantes; observação em supervisão
Implantação dos canais de comunicação interna	Ferramentas ou praticas reuniões regulares, boletins informativos interno, intranet ou plataforma de comunicação e feedback, entre outros.	Frequência das reuniões; taxa de abertura/visualização dos comunicados; envolvimento nos canais de feedback; número de sugestões recebidas.
Estabelecimento de métricas de desempenhos	Definir indicadores chave (KPIs) tanto quantitativas quanto qualitativas: cumprimento de prazo, retrabalhos, turnover, engajamento, satisfação interna.	Por exemplo: taxa de retrabalho, número de conflitos de responsabilidade, índices de satisfação/em parte comunicação em pesquisa interna, turnover, absenteísmo
Monitoramento contínuo e ajuste	Reunioes de acompanhamento, revisão periodica das métricas; ajustar estrutura ou comunicação conforme feedback; reforçar praticas que funcionam.	Relatórios periódicos (mensais/trimestrais) com os indicadores; pesquisa de clima anual ou semestral; reuniões de feedback.

Fonte: produção própria

O departamento de RH tem um papel de extrema importância dentro de uma empresa, visto que ele não só administra processos de recrutamento e seleção, também é responsável por um amplo catálogo de atividades que abrangem o desenvolvimento organizacional, gestão de talentos, bem-estar dos funcionários e a aceitação legal.

Com isso, com a aplicação das atividades da consultoria Hygge poderíamos perceber a evolução da empresa. Em seguida, em seus resultados podemos esperar um aumento na iniciativa de delegação de função e na melhoria da comunicação interna, resultando em funcionários que sabem quais suas prioridades, prazos e resultados esperados. Logo, com uma maior eficiência e produtividade os operários não precisarão de realizar retrabalhos e confusões dentro da empresa irão diminuir, tornando tudo mais fluido; Um maior engajamento dos funcionários torna-se presente quando se sentem mais abertos a darem seus feedbacks, quando tiver dúvida, sabe perguntar para a pessoa certa e o poder de recomendações os tornam mais confiantes e engajados, sugerindo ideias melhores para os processos, inovações e apontam problemas que precisam ser resolvidos; A delegação de funções claras concede aos colaboradores habilidades novas ou aprofundem suas habilidades existentes, beneficiando a versatilidade da equipe; Além disso, a empresa acaba adquirindo uma cultura organizacional estável, o ambiente ficará confiante, transparente, colaborativo, ademais ocorrerão menos ruídos entre os diálogos dentro de companhia, isso acaba ajudando nos resultados financeiros da empresa, já que os processos ficarão mais eficientes, gerando a redução de custos, prazos melhores, atendimento de qualidade. Com uma comunicação interna melhor os anúncios importantes não se perdem, todo mundo está com as metas alinhadas e sabe o que está acontecendo dentro da empresa, tendo uma mudança positiva na entidade.

6.4 Consultoria de Processos

Para que a empresa possa alcançar o melhor desempenho em todos os setores é necessário que ela tenha processos muito bem definidos, padronizados e documentados para que cada colaborador consiga seguir a cadência correta de ações e evitar que no decorrer do trabalho haja a perda de informações e de tempo o que consequentemente afeta desde o faturamento da empresa até a saúde mental

dos seus colaboradores levando a empresa a falência. Com a consultoria de processos a Hygge buscou compreender todos os gargalos operacionais, retrabalhos e incoerências, além de outras dores que a empresária revelou que estava enfrentando, concluindo que havia um grande potencial de melhoria, isso por meio da criação de novos processos internos e também a melhoria e documentação dos processos que já existiam na empresa.

Após toda essa alteração nos processos da empresa são esperados os seguintes resultados:

- Aumento da eficiência operacional: Espera-se um aumento na eficiência operacional, com a otimização da gestão de processos internos, resultando em maior organização e aproveitamento do tempo da equipe, permitindo que o escritório atende mais clientes e execute projetos com maior fluidez.
- Comunicação: Espera-se uma melhora significativa na comunicação entre a proprietária e os colaboradores garantindo a compreensão por parte de toda a equipe sobre as expectativas e objetivos do escritório.
- Gestão de clientes e vendas: Espera-se o aumento na atração e conversão de leads qualificados e uma melhora significativa na experiência do cliente, desde o primeiro contato até a entrega do projeto também se espera uma maior escalabilidade.
- Organização Financeira: Espera-se maior controle do fluxo de caixa e a melhoria na gestão de pagamentos e recebimentos, oferecendo uma visão mais clara das finanças e proporcionando base sólida para decisões de crescimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste trabalho possibilitou a identificação, por meio da análise SWOT e de outros instrumentos de gestão, dos principais pontos fortes, fragilidades, oportunidades e ameaças que envolvem o escritório Gabriela Cristina Arquitetura. A partir desse diagnóstico, foram elaboradas propostas de intervenção voltadas aos setores financeiro, de marketing, de recursos humanos e de processos, com o intuito de estruturar práticas mais eficientes e adequadas às necessidades da organização.

As recomendações apresentadas buscam promover maior controle administrativo, otimização dos recursos disponíveis e fortalecimento da presença da empresa no mercado. Espera-se que, com a implementação das medidas sugeridas, seja possível alcançar uma gestão mais organizada, eficaz e sustentável, refletindo diretamente na qualidade dos serviços oferecidos.

De forma geral, este estudo evidencia a relevância da aplicação prática dos conhecimentos adquiridos no curso técnico de Administração, mostrando que ferramentas de gestão bem direcionadas podem contribuir de maneira significativa para o desenvolvimento organizacional. Assim, conclui-se que a consultoria proposta representa um caminho viável para apoiar a consolidação do escritório e favorecer sua evolução, especialmente no que se refere à melhoria administrativa e ao fortalecimento de sua atuação no setor.

REFERÊNCIAS

APPROACH. 08 ago. 2023. **Comunicação organizacional**: o que é, seus tipos e funções. Disponível em:

<https://www.approach.com.br/blog/comunicacao-organizacional/#:~:text=A%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20organizacional%20%C3%A9%20o,e%20os%20valores%20da%20empresa>. Acesso em: 14 mai. 2025.

AZUL, Conta. **Simplifique a gestão financeira da sua empresa**. Disponível em: https://experimente.contaazul.com/cadastro/?utm_source=google&utm_medium=cpc... Acesso em: 17 mai. 2025.

BARBOSA, Bruna. 23 ago. 2018. **8 dicas para minimizar falhas na comunicação interna**. Disponível em:

<https://syhus.com.br/2018/08/23/6-dicas-para-minimizar-falhas-na-comunicacao-interna-da-empresa/>. Acesso em: 01 jun. 2025.

BRASIL, Lira. 2024. **Consultoria de RH**: benefícios, tipos e quando contratar? Disponível em: <https://www.jobconvo.com/blog/consultoria-de-rh/#>. Acesso em: 14 abr. 2025.

CAMARGO, Robson. 15 out. 2018. **Escopo**: significado para o ciclo de vida do projeto. Disponível em:

<https://robsoncamargo.com.br/blog/Escopo-significado-para-o-ciclo-de-vida-do-projeto>. Acesso em: 29 abr. 2025.

AZUL, Conta. **O controle que sua empresa precisa. Em um só lugar**. Disponível em:

https://lp.contaazul.com/experimente-gratis-b?utm_source=google-ads&utm_medium=search_cpc&utm_campaign=ca_mkt_branding-exata_conversao_trial_gads-search_cpc_aon&utm_content=aberta_brasil_branding-exata-conta-azul_texto_V2&utm_term=conta%20azul&utm_placement=g&matchtype=e&campaignid=16393029502&adgroupid=181805081929&adid=758085395690&gad_source=1&gad_campaignid=16393029502&gbraid=0AAAAADkwJ9RqE4WO4ym17qYU-6DGr63fw&gclid=CjwKCAiAz

_DIBhBJEiwAVH2XwNmevgKV5CHGIIF3KtO1ocTXe2k2hL8ONhaB_dR-Vv2mFDDu
Hb23dxoCpQQAvD_BwE. Acesso em: 25 abr. 2025.

CONTENT ROCK. 2021. **7 cases de sucesso de marketing para sua empresa se inspirar.** Disponível em:
<https://rockcontent.com/br/blog/cases-de-sucesso-de-marketing/>. Acesso em: 14 abr. 2025.

DESIGN, **Estúdio de MAM.** Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/C71r0c9JchO/?igsh=bndzbnFsMThtZHll>. Acesso em: 23 mai. 2025.

DESIGN, **Estúdio de MAM.** Disponível em:
https://www.instagram.com/p/CtAUrP2Oocx/?img_index=1&igsh=MW03NW53b2Njma96NQ==. Acesso em: 23 mai. 2025.

DESIGN, **Estúdio de MAM.** Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/B7WEomaJNxb/?igsh=MTRxNjIzamRkY2cxeQ==>. Acesso em: 23 mai. 2025.

DRIVE, Google. **Home.** Disponível em: <https://drive.google.com/drive/>. Acesso em: 30 abr. 2025.

EQUALS. 03 mar. 2022. **O que é e como funciona uma consultoria financeira?** Disponível em:
<http://equals.com.br/blog/o-que-e-e-como-funciona-uma-consultoria-financeira/>. Acesso em: 14 abr. 2025.

GESTÃO, Gente e. 25 jul. 2024. **Treinamento de liderança: o guia completo para uma gestão eficiente.** Disponível em:
<https://www.gruposelpe.com.br/blog/treinamento-de-lideranca/...> Acesso em: 20 mai. 2025.

GUPY. **Comunicação empresarial: como ela pode impactar sua organização.** Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/comunicacao-empresarial>. Acesso em: 29 abr. 2025.

INSTAGRAM. **@mamdesign.brand.** Disponível em: <https://www.instagram.com/mamdesign.brand?igsh=aXA4eHBsYjQ1ajNm>. Acesso em: 27 abr. 2025.

INVESTIMENTOS, XP. 11 abr. 2024. **Markup:** O que é, sua importância e como calcular? Disponível em: <https://conteudos.xpi.com.br/aprenda-a-investir/relatorios/markup-o-que-e-como-calcular/>. Acesso em: 29 abr. 2025.

JUNIOR, UCJ Consultoria. 06 ago. 2021. **Gestão Orçamentária:** 10 vantagens que só ela pode te proporcionar! Disponível em: <https://ucj.com.br/blog/gestao-orcamentaria/>... Acesso em: 29 abr. 2025.

LIRA, M. 10 nov. 2021. **Slack:** como usar no trabalho remoto e home office. Disponível em: <https://blog.b2bstack.com.br/slack/>. Acesso em: 25 mai. 2025.

SANDER, Carlos. 02 ago. 2018. **Treinamento de liderança:** 5 tipos e como desenvolver um programa. Disponível em: <https://frons.com.br/blog/carreira/treinamentos-de-lideranca/>. Acesso em: 13 mai. 2025.

SEBRAE. 25 nov. 2022. **A importância da Análise SWOT para os negócios.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/>... Acesso em: 07 abr. 2025.

SERTMS. **Descrição de cargos:** o que se espera de um bom cargo na sua empresa. Disponível em: <https://sertms.com/blog/descricao-de-cargos/#:~:text=O%20que%20se%20espera%20de,...> Acesso em: 29 abr. 2025.

SIQUEIRA, Sabrina. 19 ago. 2024. **4 problemas de comunicação nas empresas e como solucioná-los.** Disponível em: <https://solides.com.br/blog/problemas-de-comunicacao-nas-empresas/>. Acesso em: 20 mai. 2025.

SLACK. **Downloads.** Disponível em: <https://slack.com/intl/pt-br/downloads/windows>. Acesso em: 29 abr. 2025.

TRELLO. **Traga o poder de uma perspectiva visual para sua equipe.** Disponível em: <https://www.atlassian.com/br/software/trello>. Acesso em: 25 mai. 2025.

WORKSPACE, G. 24 abr. de 2025. **Organização de arquivos simplificada com o novo seletor de local do Google Drive.** Disponível em: <https://workspaceupdates-pt.googleblog.com/2023/04/organizacao-de-arquivos-simplificada.html>. Acesso em: 25 mai. 2025.

ZENDESK. 27 mar. 2019. **Falta de comunicação interna:** como resolver o problema e melhorar os resultados da sua empresa. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/falta-de-comunicacao-interna/>. Acesso em: 29 abr. 2025.