



**RELATÓRIO FINAL DE CONSULTORIA
SALÃO CHARME**

Belo Horizonte
2020

**Daniel Henrique Carvalho Garcia Mol
Leonardo Pereira de Oliveira
Thalita Hellen Fernandes Timóteo**

RELATÓRIO DE CONSULTORIA SALÃO CHARME

Relatório final de consultoria apresentado à disciplina CONSULTORIA EMPRESARIAL, do curso superior de Graduação em Administração, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professor: Maximiliano F. de Oliveira

Belo Horizonte
2020

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	3
2.	CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	4
3.	RESUMO DE ATIVIDADES	5
4.	DIAGNÓSTICO	7
4.1.	Gestão da Empresa.....	8
4.2.	Marketing e Vendas.....	9
4.3.	Aquisições e Estoque	9
5.	RECOMENDAÇÕES.....	11
5.1.	Recomendações implementadas.....	11
5.1.1.	GESTÃO.....	11
5.1.2.	MARKETING	11
5.2.	Recomendações a implementar	12
5.2.1.	GESTÃO.....	12
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	13
7.	REFERÊNCIAS.....	14
	ANEXO A - PROPOSTA.....	15
	ANEXO B - ENDEREÇO DO VÍDEO DE APRESENTAÇÃO	19
	APÊNDICE A - PLANILHA PARA DESENVOLVIMENTO DE INDICADORES	20
	APÊNDICE B - ANÁLISE SWOT SALÃO CHARME	21

1. INTRODUÇÃO

Este é o relatório final apresentado à disciplina de Consultoria Empresarial, desenvolvida no 8º período do curso de Administração da faculdade FAMIG.

Foi desenvolvido um trabalho de consultoria pelo grupo, composto pelos alunos Daniel Henrique Carvalho Garcia Mol, Leonardo Pereira de Oliveira e Thalita Helen Fernandes, na empresa Salão Charme, no período entre 20/08/2020 á 20/11/2020.

Este trabalho tem como objetivo apresentar a prestação do serviço de consultoria para essa empresa. Através de visitas e pesquisas realizadas, foram identificados pontos de melhoria e foram propostas soluções que agregam valores aos serviços prestados pelo salão e melhoram os resultados.

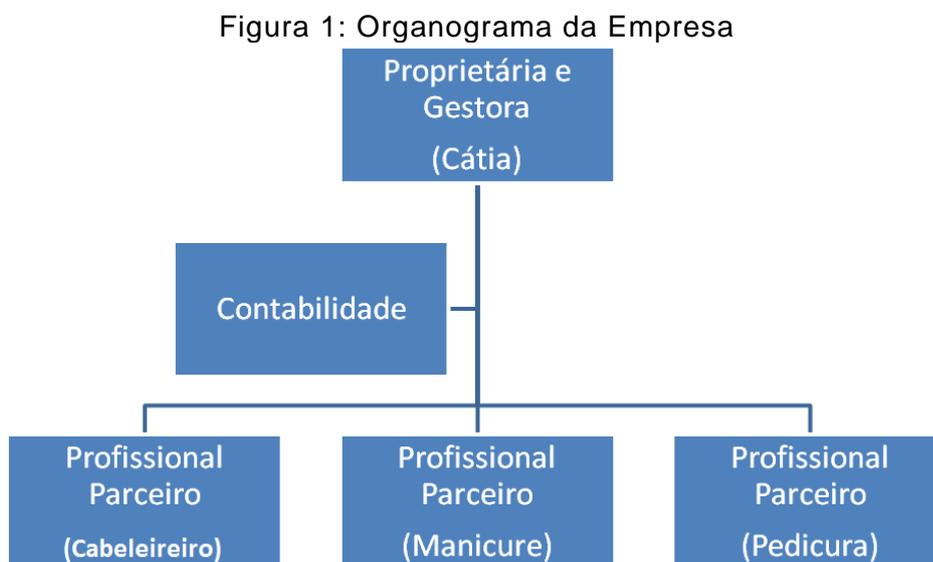
Neste relatório está registrado uma breve apresentação da empresa, diagnóstico realizado, resumo das atividades desenvolvidas pelo grupo e as sugestões de melhorias identificadas.

Ao final, apresenta-se uma proposta de implementação das ações sugeridas e que ainda não foram trabalhadas.

2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

O Salão Charme existe há 8 anos e se caracteriza como uma pequena empresa familiar que presta serviços no ramo da beleza. Esse, iniciou-se a partir da profissão de sua proprietária, Sra. Cátia Regina Marques Fernandes, que já atua no segmento há mais de 32 anos.

Localizado em um ponto atrativo, próximo à Avenida Antônio Carlos e o Bairro Jaraguá, o salão também conta com a contribuição de outros profissionais da área, como cabeleireiro, manicure e pedicura e uma contabilidade terceirizada, conforme Figura 1 a seguir.



Fonte: Autores (2020)

Desde seus 12 anos de idade, ela já trabalhava como manicure, pedicura e cabeleireira. Trabalhou 24 anos na região do bairro Buritis em Belo Horizonte. Após o falecimento de sua mãe, decidiu iniciar seu próprio negócio. Empreendedora e comunicativa, realiza a gestão da empresa como única proprietária, sem sócios, e, também, trabalha como profissional do ramo.

Como mãe e empreendedora, sonha em ver seus filhos crescidos e bem sucedidos. Seus valores são pautados no Evangelho. Suas principais características são a proatividade e persistência, que proporcionam a longevidade do negócio.

3. RESUMO DE ATIVIDADES

No dia 05/09/2020 o grupo visitou a empresa para o primeiro contato e conhecimento da organização, onde conheceu a proprietária da empresa, sua história de vida, mais sobre a empresa, seu surgimento no mercado, os projetos futuros de curto, médio e longo prazo, além dos objetivos alcançados.

Identificou-se que a empresa já fez a adequação necessária para combater o novo Coronavírus, cumprindo, assim, os padrões sanitários exigidos pela vigilância sanitária para a reabertura.

O diagnóstico inicial foi realizado no dia 11/09/2020, na segunda visita, na qual foi possível verificar que a empresa tinha alguns problemas operacionais de agendamento, estoque e marketing digital. Neste diagnóstico reconheceram-se três problemas: conflito nos agendamentos de clientes, problemas de estoque (o que comprar, quantidade ideal, estoque parado, PEPS (primeiro que entra, primeiro que sai), e nenhum marketing digital.

No dia 17/10/2020, na terceira visita, foram propostas algumas melhorias a proprietária do salão baseadas no diagnóstico da visita anterior. Foi apresentada a possibilidade de informatização do salão, aquisição de um programa voltado a gestão de pequenos negócios do segmento da beleza.

Foi sugerido, também, investir mais no marketing digital, usando as mídias sociais para a divulgação do salão, dos seus serviços, novidades, criação de promoções, sorteios para as seguidoras, e preços mais acessíveis adquirindo pacotes de serviços fechados.

Essas sugestões visam solucionar problemas diagnosticados que podem insatisfações para os clientes, como ausência de estoque em um momento necessário ou conflitos nos horários agendados. Além disso, possibilitam otimizar a gestão do salão fornecendo informações importantes, como fluxo de caixa, perfil dos clientes, entre outras.

Também foi sugerida a venda de produtos como: cosméticos tipo Natura e Avon; roupas íntimas; semi joias e a prestação de outros tipos de serviços como estética facial, massagem, depilação e drenagem linfática, com o intuito de aumentar a receita de vendas e atrair mais clientes.

Através de uma pesquisa realizada na região, foi constatado que os preços dos serviços prestados pelo Salão Charme estão compatíveis com o mercado. Conforme o QUADRO 1 o único serviço que está com preço menor que os demais é a progressiva. Isso se justifica pelo objetivo da proprietária de atender maior demanda para aumentar a receita.

QUADRO 1: TABELA DE PREÇOS

Serviço	Preço			
	Salão Charme	Instituto de Beleza Maria Clara	Accanto Saúde e Beleza	Debora Studio Hair
Pé e mão	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 35,00	R\$ 30,00
Pé ou mão	R\$ 18,00	R\$ 17,00	R\$ 19,00	R\$ 18,00
Corte	R\$ 30,00	R\$ 60,00	R\$ 100,00	R\$ 30,00
Selagem	R\$ 80,00	R\$ 95,00	R\$ 90,00	-
Botox Capilar	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 100,00	-
Progressiva (a partir de)	R\$ 80,00	R\$ 195,00	R\$ 250,00	-
Hidratação (a partir de)	R\$ 35,00	R\$ 50,00	R\$ 40,00	R\$ 50,00
Sobrancelhas	R\$ 25,00	R\$ 30,00	R\$ 25,00	-
Sobrancelhas com rena	R\$ 30,00	R\$ 35,00	R\$ 30,00	-

Fonte: Autores (2021)

No dia 27/10/2020, na última reunião, foi acertado com a proprietária os benefícios de implantar a curto e sugerido para solucionar os problemas diagnosticados. A proprietária irá analisar a proposta para implantar. Posteriormente, deverá investir em marketing digital com criação de canais de divulgação do salão, criação de vídeos dos serviços prestados, e lançamento de novos cortes, tinturas, sorteios de pacotes de produtos para quem participar das *lives*, etc.

4. DIAGNÓSTICO

Na consultoria prestada ao Salão Charme, observaram-se alguns pontos falhos que tem prejudicado o desempenho da empresa no mercado.

A empresa que funciona há 08 anos no bairro São Francisco em Belo Horizonte, sofre com problemas de gestão no que se refere aos conflitos de horários nos agendamentos dos horários causa insatisfação nas clientes. A ausência de informatização, torna esse processo ineficaz.

O salão sofre também com problemas de estoque, devido a falta de controle não é possível analisar a rotatividade dos produtos para aquisição de mais mercadorias no momento mais propício. Desta forma, ocorre a perda de produtos vencidos, excesso de produtos que não são tão utilizados e até mesmo a falta de determinado item durante o atendimento das clientes.

Segundo Ballou (2015, p. 2014), “a armazenagem de mercadorias prevendo seu uso futuro exige investimento... o ideal seria a perfeita sincronização entre oferta e demanda de maneira a tornar a manutenção de estoques desnecessárias”.

Assim, os investimentos sugeridos para solucionar esses problemas, quais sejam, informatização e sistematização, possibilitam a previsão do uso dos produtos armazenados, por meio da análise de informações geradas baseadas no histórico dos atendimentos realizados.

Ainda identificamos que o marketing digital não é utilizado pela empresa. No cenário atual, as redes sociais permitem exposições de fotos dos serviços realizados, captação de clientes por meio de promoções expostas nesses meios de comunicação, entre outras estratégias de marketing com um custo acessível ou gratuito. Isso poderia ser explorado pela empresa para captar e fidelizar clientes.

De acordo com o Olhar Digital (2019), o Brasil está no topo do ranking de países da America Latina, quando se trata do uso das redes sociais. Cerca de 80% da

população brasileira tem acesso ao Youtube, Facebook, Instagram e demais redes sociais.

Kotler (2015) define o uso desses recursos como marketing direto e destaca que as empresas estão reforçando seus esforços nesta nova modalidade. Elas lançam blogs, criam redes sociais e comunidades on-line, para obter maior engajamento com os clientes.

Isso demonstra a preferência da população pelo uso dos meios digitais e como as empresas têm aproveitado essa oportunidade. Assim, foi constatada essa fraqueza no salão que precisa ser desenvolvida para proporcionar a continuidade do negócio neste ambiente competitivo.

O fato de poder visualizar o resultado dos serviços prestados em outras clientes nas redes sociais, potencializa a criação de desejo no público alvo. Por isso, divulgar os resultados dos serviços já realizados é fundamental para alcançar novos clientes. Os meios digitais possibilitam esse feito.

O ideal é que o empreendedor ofereça no seu salão todos os serviços com bom atendimento, preços satisfatórios e profissionais qualificados e cordiais. É um ramo rentável à medida que o profissional se torna conhecido no mercado.

Para isso, investimento é fundamental. Buscar novas técnicas, inovação, ambiente agradável, profissionais capacitados, cordiais, tudo isso conta no diferencial buscado pela empresa para se manter no mercado.

4.1. Gestão da Empresa

Verificou-se que a empresa tem problemas de gestão. Por não ser informatizada ela se dispõe de agenda de papel e anotações manual dos horários, não controla o estoque, não analisa o financeiro e perde oportunidades de se relacionar melhor com os clientes.

A empresa, devido a pandemia, dispensou os serviços da recepcionista e, com isso, o controle de agendamentos tem sido feito pela proprietária que em algumas situações se confundiu nos agendamentos gerando choque de horários entre clientes.

A empresa também não estipula metas aos seus associados/colaboradores e faz poucas reuniões para levantar questões que possam ser importantes dentro da empresa.

4.2. Marketing e Vendas

Não existe uma política de preços cobrados pelo Salão Charme. Esses, geralmente são estipulados de acordo com a concorrência e não existe uma sistemática definida para concessão de descontos, podendo aplicá-los de acordo com cada cliente e o volume de serviço que ele contrataria naquela ocasião. Não está sendo utilizado um método de fidelização de clientes. A empresa acredita que por ser prestado um bom atendimento é o suficiente para o cliente retornar.

A empresa desenvolve treinamento para seus colaboradores, permitindo que eles se especializem mais e busquem se profissionalizar ainda mais com as tendências e novidades do mercado.

Também foi verificado que a forma utilizada de divulgação, panfletos e indicações, não gera resultados desejados. A empresa precisa investir mais no marketing digital para expor os serviços, as novidades para as mídias digitais, fotos, vídeos, *Lives*, sorteios e promoções.

4.3. Aquisições e Estoque

Foi observado que não há controle de estoque pela empresa. A proprietária tem dificuldades em adquirir os produtos na quantidade certa, ela se confunde nas compras de materiais, que leva a gerar em muitas vezes um estoque desnecessário de produtos que se tornam obsoletos.

Verificado também que produtos, que estão há algum tempo em estoque, precisam ter rotatividade para que eles não percam a validade comprometida e ser devam ser descartados. A proprietária, em muitas das vezes, não sabe o que comprar, a quantidade ideal de cada produto, quais produtos compensa estocar e o que fazer com os produtos parados no estoque.

5. RECOMENDAÇÕES

5.1. Recomendações implementadas

5.1.1. GESTÃO:

Recomendação:	Foi sugerida a criação de indicadores chave para melhor entendimento do serviço e identificação de pontos de melhorias para o estabelecimento de metas. Exemplos: tempo médio de atendimento por tipo de serviço; valor médio por serviço; quantidade serviços realizados por dia, separados por categoria.
Evidências:	Foi desenvolvida uma planilha para registro dos atendimentos realizados para geração de relatórios para análise. Após o preenchimento de um mês dessa planilha, o grupo se disponibilizará para auxiliar na análise, como amostra da consultoria.
Resultado:	A Sra. Cátia gostou da ideia e já está preenchendo a planilha, conforme Apêndice A.

5.1.2. MARKETING:

Recomendação:	Compreender o cenário em que a empresa está inserida para identificar oportunidades de melhorias e investimento. Também foi sugerida a venda de produtos de marcas que possam agregar valor a atividade do negócio: cosméticos Avon, Natura, etc.
Evidências:	Foi realizada pelo grupo uma análise SWOT para melhor entendimento dos ambientes externos e internos do mercado em que a empresa está inserida, conforme Apêndice B. Verificou-se como fraqueza o não uso das Redes Sociais para divulgar a qualidade dos serviços prestados pela empresa. Também foi sugerido que seja feita uma troca com influenciadoras modelos da região no Instagram, oferecendo

	crédito em serviços em troca de seguidoras, potenciais clientes.
Resultado	<p>A proprietária teve melhor entendimento do cenário atual em que o mercado se encontra. Ela já está empenhada em criar uma página no Instagram. O grupo poderá prestar consultoria nesta área, conforme proposta no Anexo A.</p> <p>Será feito um teste no período de 90 dias de venda de produtos do ramo da beleza.</p>

5.2. Recomendações a implementar

5.2.1. GESTÃO:

Sugestão:	Implantar sistemas de gestão para melhor controle do negócio.
Justificativa:	Os sistemas possibilitam melhor relacionamento com os clientes e fornecem informações importantes para agregar valor ao serviço prestado e redução de custos. Conforme diagnóstico, a princípio, o foco será solucionar os problemas com as agendas de horários e auxiliar no controle de estoque do Salão.
Quem poderá fazer:	A empresa poderá pesquisar no mercado pelo menos 3 Softwares para adquirir a licença. O uso será feito pelos próprios colaboradores da empresa.
Recurso (Custo):	O investimento necessário é a aquisição da licença do sistema e o dispositivo necessário para executá-lo (computador, tablet, etc.). Caso seja necessário, treinamento para o entendimento dos processos necessários, o grupo poderá prestar horas de consultoria, conforme proposta contida no Anexo A.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho serviu como experiência positiva para o grupo. A sensação de colocar em prática o conhecimento obtido ao longo do curso de Administração como forma de consultoria foi muito prazerosa, pois demonstrou que o conhecimento pode otimizar um negócio existente e ainda gerar receita em forma de prestação de serviço.

Além disso, o desenvolvimento deste trabalho foi fundamental para a complementação da formação como administrador. Por isso, o grupo agradece a Sra. Cátia Regina Marques Fernandes, proprietária do Salão Charme pela experiência concedida.

Quanto as ações tomadas, espera-se que a implementação de um sistema de gestão de salão possa agregar valor aos serviços prestados pela empresa e ajudar a controlar a qualidade e custo dos produtos utilizados. Também, espera-se que o Salão Charme possa obter mais clientes através das redes sociais.

No Anexo A, consta uma proposta para o desenvolvimento das ações aqui sugeridas, caso a empresa se interesse em implementá-las com o auxílio do grupo; no Anexo B, o endereço do vídeo de apresentação deste trabalho.

7. REFERÊNCIAS

BALLOU, Ronald H. **Logística Empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. São Paulo: Atlas, 2015.

Brasil é o país que mais usa redes sociais na América Latina. **Olhar Digital**, 2019. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/brasil-e-o-pais-que-mais-usa-redes-sociais-na-america-latina/87696>>. Acesso em: 05 de Nov de 2020.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Person Educacional do Brasil, 2015.

ANEXO A - PROPOSTA

PROPOSTA DE CONSULTORIA

1. IDENTIFICAÇÃO DO OBJETO

Consolidar a implementação de um sistema de gerenciamento de Salão de Beleza, com os objetivos de melhor relacionamento com os clientes, controle de estoque e redução de custos. Alinhar o planejamento estratégico da empresa com definição de metas e indicadores para monitorar o desempenho das atividades da Empresa. Desenvolver o marketing direto da empresa através do Instagram através de estratégias efetivas para melhor engajamento com os clientes e clientes em potencial.

2. REGIME DE EXECUÇÃO

O projeto será desenvolvido em home office de segunda a sexta feira, entre os horários de 08:00 às 18:00 horas. Os consultores se responsabilizaram por fornecer formulários em mídias digitais. Será feita uma visita semanalmente ao estabelecimento para acompanhar o progresso das atividades envolvidas.

É de responsabilidade do contratante realizar as melhorias sugeridas pelos consultores.

O cronograma do projeto tem a duração de 90 dias corridos. Podendo se estender, através de uma nova proposta de consultoria.

3. METAS A SEREM ATINGIDAS

Estabelecer, nas duas primeiras semanas, processos para que a agenda de clientes seja fiel aos horários agendados com uma taxa de 90% de pontualidade em relação aos atendimentos.

Otimizar o controle de estoque para que não falte e nem se desperdice produtos devido a validade.

Criar estratégias para que, no prazo de três meses, o Instagram da empresa tenha pelo menos 300 seguidores que sejam reais clientes em potencial.

4. EQUIPE DE CONSULTORES

Daniel Henrique Carvalho Garcia Mol

Leonardo Pereira de Oliveira

Thalita Helen Fernandes

* Graduandos em Administração - 8º período, Faculdade de Minas Gerais - FAMIG

5. ETAPAS DE EXECUÇÃO

1. Alinhar os processos da empresa ao sistema a ser implantado e ao planejamento estratégico.

Os colaboradores serão treinados para que o sistema seja utilizado de maneira eficaz. A proprietária receberá instruções de como extrair relatórios inteligentes do sistema.

2. Estabelecer metas e indicadores de desempenho.

A empresa deverá registrar e fornecer as informações dos formulários fornecidos pelos consultores. Após a análise dos dados, serão discutidos os pontos mais interessantes para o Salão e assim, serão criadas metas e indicadores para medir o desempenho das atividades que serão determinadas.

3. Definir um modelo de gestão de estoque, alinhado às funcionalidades do sistema a ser implantado.

Após a escolha da empresa de um sistema de gestão de salão e os colaboradores receberem treinamentos para uso mais eficaz do sistema, será avaliado pelos consultores o método de gestão estoque que mais adapte ao ambiente organizacional.

4. Impulsionar o Instagram da empresa, com o intuito de captar clientes em potencial.

Serão avaliadas alternativas pagas, nas quais a empresa necessitará investir para

obter o retorno esperado, ou alternativas que sejam necessárias ações promocionais por parte da empresa. Também serão realizados treinamentos com a gestora da empresa para ferramentas gratuitas de edição de imagem para melhor resolução das publicações no Instagram da empresa.

6. CRONOGRAMA

Caso aprovado, o projeto desta consultoria terá início em 30/11/2020 e terá a duração de 90 dias corridas. O horário de atendimento será de segunda a sexta-feira entre 08:00 e 18:00 horas. Devido a pandemia do COVID-19, a consultoria será prestada na maior parte do tempo por vídeo conferências, Whatsapp, e-mail e demais recursos digitais. Uma vez por semana ou quando houver necessidade, será agendada a visita com antecedência.

30/11/2020 a 31/12/2020 = Serão fornecidos formulários digitais que o contratante deverá alimentar neste período.

30/11/2020 a 04/12/2020 = Serão realizados os treinamentos para o uso correto do sistema de gestão. Recomenda-se que neste período a empresa já o tenha adquirido e que esteja em condições de iniciar suas atividades.

07/12/2020 a 11/12/2020 = Será avaliado o modelo de gestão de estoque a ser implantado e a proprietária receberá o treinamento.

14/12/2020 a 28/02/2021 = Iniciaram as estratégias para impulsionar as redes sociais. Serão fornecidos treinamentos de edição de imagem. As demais atividades serão acompanhadas para se observar a evolução do projeto.

04/01/2020 a 28/02/2021 = Serão estabelecidas as metas e os indicadores desempenho através dos dados fornecidos pelos formulários preenchidos pela empresa. Essas metas serão observadas e monitoradas pelos consultores até o final do projeto. O salão deverá continuar a alimentar os formulários.

7. PREÇOS E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Para receber os benefícios apresentados neste projeto, a empresa contratante deverá fazer um investimento no valor de R\$ 9.000,00.

Este valor poderá ser pago de três vezes no boleto, sendo o primeiro boleto com vencimento em 30 dias após o início do projeto.

8. DIREITOS E RESPONSABILIDADES DAS PARTES

A combinar.

9. JUSTIFICATIVA

Conforme as metas explicadas no item 3. a empresa desfrutará dos benefícios de otimização dos processos internos que possibilitaram melhor relacionamento com os clientes, fidelização de novos clientes, maior controle das atividades e dos estoques, podendo gerar redução de custos e aumento dos lucros.

Além disso, poderá agregar valor aos seus produtos e serviços de maneira que se destaque da concorrência.

ANEXO B - ENDEREÇO DO VÍDEO DE APRESENTAÇÃO

Relatório de Consultoria Salão Charme. Disponível em:
<https://youtu.be/0_v1E5j95SI>.

APÊNDICE A - PLANILHA PARA DESENVOLVIMENTO DE INDICADORES

Data	Cliente	Tipo	Serviço	Especificações	Preço	Horário Inicial	Horário Final	Tempo do Serviço
02/11/2020	Luana	Cabelo	Escova	Cabelo Grande	R\$ 50,00	11:00	11:40	00:40
02/11/2020	Jéssica	Cabelo	Luzes	Cabelo Médio	R\$ 120,00	14:00	15:00	01:00
02/11/2020	Michelle	Cabelo	Corte	Cabelo Grande	R\$ 30,00	16:00	16:30	00:30
02/11/2020	Michelle	Mãos	Unhas de gel	Todas as unhas	R\$ 80,00	16:30	17:20	00:50

Fonte: Salão Charme (2020)

APÊNDICE B - ANÁLISE SWOT SALÃO CHARME

Ambiente Interno	Forças	Fraquezas
	<ul style="list-style-type: none"> - Profissionais experientes; - Boa localização; - Investimentos em capacitação; - Investimentos em inovação; - Contato constante com clientes por Whatsapp; - Preço compatível com o mercado; - Bom clima organizacional: os colaboradores gostam de trabalhar na empresa; - A empresa se preocupa com as responsabilidades ambientais e sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> Ausência de controle financeiro; São utilizadas poucas estratégias de Marketing nas redes sociais: como Instagram e Facebook. - A empresa não realiza planejamentos, metas e indicadores; - Não há controle de estoque dos produtos utilizados e vendidos. - A empresa não utiliza o marketing digital para captar e fidelizar clientes (redes sociais).
Ambiente Externo	Oportunidades	Ameaças
	<ul style="list-style-type: none"> - Mais fornecedores na Internet, com preços mais acessíveis. - Incentivos fiscais para empresas que adotem projetos sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Medidas Legais devido a Pandemia do COVID - Afastamento social devido a pandemia; - Muitos concorrentes no mercado; - Facilidade para o surgimento de novos concorrentes; - Avanço tecnológico na área (surgimento de produtos que permitem ao cliente se auto atender).

Fonte: Autores (2020)