



RELATÓRIO FINAL DE CONSULTORIA



Belo Horizonte
2019

**LUÍS FELIPE
SAMUEL ALMEIDA
WELLINGTON UCHÔA**

RELATÓRIO DE CONSULTORIA DO GRUPO



EMPRESA PONTO MILITAR

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: Rômulo Manini.

Belo Horizonte

2019

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	4
2.	CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	5
3.	RESUMO DE ATIVIDADES	6
4.	DIAGNÓSTICO	8
	4.1. Gestão da Empresa	8
	4.2. Principais Pontos Fortes	9
	4.3. Principais Pontos Fracos	9
	4.4. Oportunidades	9
	4.5. Ameaças	9
	4.6. Financeiro	10
	4.7. Marketing e Vendas	10
	4.8. Aquisições e Estoque	11
5.	Recomendações	12
5.1.	Recomendações implementadas	12
5.2.	Recomendações a implementar	13
6.	Proposta Comercial	15
7.	Considerações Finais	18
	ANEXOS	19

1. INTRODUÇÃO

Este é o relatório final apresentado como forma de avaliação para disciplina de Consultoria, desenvolvida no 8º período do curso de Administração da faculdade FAMIG.

Foi desenvolvido um trabalho de consultoria pelo grupo Halk Consultoria, composto pelos alunos Luís Felipe, Samuel Almeida e Wellington Uchôa, na empresa Ponto Militar, no período entre 31 de agosto a 30 de novembro do corrente ano.

O principal objetivo do gestor para com esta consultoria foi o de criar métodos para realizar as vendas por meio Online e a divulgação de seus produtos por mídias sociais, no qual o grupo focou suas atenções para desenvolvimento das atividades, para atingir o objeto principal.

Neste relatório está registrada 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 Ponto Militar Comércio de Artigos Militares EIRELI, inscrita no CNPJ sob o nº: 10.964.059/0001-53, com sede na Rua Dos Timbiras, nº 3488-Bairro Barro Preto, na cidade de Belo Horizonte é uma empresa familiar dirigida pela senhora Conceição Pereira Gonçalves, e já está presente no mercado há 17 anos. Sua posição estratégica lhe possibilita uma maior visibilidade significativa por parte dos seus clientes, pois se encontra próximo aos quartéis do Exército e a Academia da Polícia Militar de Minas Gerais.

A organização comercialização de grande variedade de fardas, dentre outros equipamentos e acessórios, para militares do exército, bombeiro civil e militar, guardas municipais, agentes penitenciários, além de uma grande variedade de camisas, calças e adereços com estampas militares para aquele público que aprecia e gosta deste tipo de veste, além de equipamentos para camping como mochilas, facas, canivetes, kits sobrevivência, entre outros produtos.

Contudo, sob a ótica de seus proprietários, viram a necessidade de uma demanda e de orientações quanto ao marketing, tendo em vista que a proprietária deseja inserir um site para vendas online, e utilizar mídias sociais para venda e pós-vendas.

3. RESUMO DE ATIVIDADES

Em nossa primeira visita a empresa Ponto Militar em conversa como proprietário, o mesmo nos contou um pouco sobre a historia da empresa, como surgiu, a constituição e a gestão da organização que e feita por sua esposa a Senhora Conceição e por ele que cuida da parte financeira da empresa, e que atualmente a empresa realiza somente vendas presenciais em sua loja física, e que eles identificaram a necessidade da utilização dos meios digitais para alcançar mais clientes e acompanhar as tendências de mercado, dando origem a necessidade da consultoria empresarial.

Nesta data 21/09/19 realizamos o diagnostico inicial da empresa Ponto Militar, onde foi possível verificar que a principal demanda da organização era na inclusão de vendas Online e utilização de mídias sociais para vendas e pós-vendas. Onde de acordo com as orientações do professor, foram apontados todos os pontos da empresa que foram vistos na primeira visita, aspectos relevantes, pontos fortes e fracos, localização do empreendimento. Sobre a disposição dos produtos na loja, como fica à disposição de seus produtos exposto e em estoque, e como e realizada a venda e divulgação dos produtos.

Em 19/10/19 o grupo reuniu-se para pesquisar e desenvolver meios, No relatório de diagnostico que foi realizado a partir de uma discussão da melhor forma para atender a necessidade do cliente quanto a vendas e divulgação de sua loja para a forma online.

Com base nos conhecimentos adquiridos no decorrer de nossa formação acadêmica, mais especificamente com a meteria de marketing digital a melhor forma para divulgação e expandir negócios na era digital e criar redes sociais e começar a disponibilizar seus produtos para vendas online, onde todos em qualquer lugar do mundo que tenham acesso à internet pode adquirir um dos produtos vendidos pela Ponto Militar, como uma simples visita ao site, e adquirido o produto.

Na presente data 09/11/19 foram apresentadas as ferramentas e sugestões desenvolvidas pela equipe aos proprietários instruíram que para se vender online, não importa qual seja o negócio, é preciso satisfazer a necessidade do cliente. As vendas físicas também possuem a mesma dinâmica. Mas, para alcançar sucesso no mundo online, é preciso estar atento a fatores do mercado digital. Caso contrário, por maior que seja o esforço, as vendas na web podem não decolar. O back office de loja virtual inclui logística, gerenciamento de pedidos, estoque, relatórios e faturamento.

Após a criação do site para empresa realizar suas vendas online e um Instagram para divulgação e interação maior com seus possíveis clientes, levamos a ideia para os proprietários, para ver se eles comprariam a ideia.

Em nossa última visita, propusemos criação de duas métricas básicas (Crescimento mês a mês e Taxa de conversão de vendas) para serem aplicadas para verificar se houve um resultado positivo e ou negativo, se causou uma melhora nos processos de vendas que foram criados para este projeto de consultoria.

Uma boa maneira é começar e fazendo testes com pequenos investimentos e medindo os resultados, verificando se houve aumento de cliques, de visitas ao site e número de vendas. Há muitas maneiras de fazer anúncios na internet: por links patrocinados (destaques do empreendimento em mecanismos de busca como Google e Yahoo) ou pelas mídias sociais.

4. DIAGNÓSTICO

A empresa Ponto Militar é uma microempresa que desempenha atividades de comercialização de produtos de Camping, fardamentos e artigos militares em sua loja física localizada na região Centro-Sul de Belo Horizonte.

Atuando há 12 anos no mercado a empresa de origem familiar administrada desde sua inauguração pela matriarca da família, Senhora Conceição Pereira, surgiu com uma necessidade do Senhor Gerson, marido da fundadora, de adquirir artigos militares para o desempenho de suas funções laborais (militar do Exército), por vezes eles encontravam grandes dificuldades para localizar os produtos que ele precisava, tendo de se deslocar por longas distâncias, além de desembolsarem valores considerados altos devido à escassez de lojas que comercializavam esses produtos na época em Belo Horizonte, causando certo monopólio de mercado. O mesmo problema foi identificado como sendo comum entre os colegas de trabalho do Senhor Gerson, o que os impulsionou a tomar uma atitude em conjunto, e os fundadores foram visionários ao identificar a oportunidade de negócio em meio às dificuldades enfrentadas, negócio que facilitaria a vida não somente do Senhor Gerson como também dos colegas de trabalho, que passariam a encontrar os itens que precisassem com maior facilidade (disponibilidade em estoque), a comodidade de desfrutar de uma localização privilegiada da loja na rua do batalhão do Exército além de preços competitivos.

Atualmente a empresa realiza somente vendas presenciais em sua loja física, e seus gestores identificaram a necessidade da utilização dos meios digitais para alcançar mais clientes e acompanhar as tendências de mercado, dando origem a necessidade da consultoria empresarial.

4.1. GESTÃO DA EMPRESA

A gestão da empresa é centralizada e realizada principalmente pela proprietária, que conta com o auxílio do seu marido em algumas atividades ou todos os processos relacionados a cotações, compras, visual merchandising e finalização de vendas, é realizada pela proprietária Conceição Pereira, que se dedica

exclusivamente às atividades de administração da loja como um todo. De acordo com a visão dos gestores foram identificados os pontos abaixo:

4.2. Principais pontos fortes:

- Localização da loja
- Tradição
- Preços competitivos
- Estoque amplo e variado
- Expertise de profissional do ramo Militar

4.3. Principais pontos fracos:

- Imagem interna da loja (disposição dos produtos sem separação por seção)
- Falta de espaço para colocação de novos produtos ou linhas que queiram trabalhar
- Resistência a mudanças por parte da proprietária

4.4. Oportunidades:

- Criação de Site, Redes sociais
- Vendas Online
- Abertura de convênios com empresas de Paintball e Airsoft

4.5. Ameaças:

- Loja do mesmo segmento localizada nas proximidades
- Grandes redes varejistas esportivas como Decathlon, Centauro e lojas de pesca que trabalham com preços melhores devido ao grande volume de compras.

4.6. Financeiro

As atividades relacionadas à administração financeira da empresa são realizadas pelo Senhor Gerson, por meio de planilhas de controle de entradas e saídas do caixa da empresa, o setor é muito importante para a empresa, pois, nele que são definidas as estratégias de compras de materiais, novos investimentos e viabiliza o negócio da empresa.

Recentemente a empresa adquiriu um software integrado de gestão empresarial, onde se tem as funções de controle de estoques, relatórios de fluxo de caixa e emissão de notas fiscais, o que auxilia o gestor nas tomadas de decisões e um acompanhamento mais próximo de todas as movimentações que são realizadas na loja.

4.7. Marketing e Vendas

Atualmente o Marketing da empresa é realizado pelos gestores e funcionários de forma presencial, com promoções expostas na lojas, oferta de Mix de produtos no momento em que o cliente está na loja, a exposição dos produtos na loja é feita em balcões de vidro que facilitam a visualização e prateleiras abertas, afixadas nas paredes tornando o ambiente repleto de produtos pra estimular a compra.

A empresa ainda não utiliza de mídias sociais, e nenhum outro tipo de divulgações online, tornando a empresa praticante de estratégias do marketing tradicional feito no ponto de vendas.

As políticas de vendas adotadas pela empresa são seguinte forma, venda para pagamento à vista no dinheiro a empresa oferece um desconto de 5%. Para vendas a prazo, considera-se o pagamento no cartão de crédito parcelado em até três vezes, mas somente para compras de produtos acima de R\$ 200,00 reais.

4.8. Aquisições e Estoque

Conforme informado acima, a empresa implantou recentemente um sistema de gerenciamento de estoque e financeiro. Um sistema que está facilitando e muito atualmente o controle de estoque, vendas e fluxo de caixa da organização.

Pelo porte e estrutura organizacional da empresa, não possui uma definição de função bem estruturada, como por exemplo, o mesmo colaborador solicita a compra, faz o recebimento de mercadorias e entrada delas no sistema e ainda realiza as vendas e executa controle administrativo da empresa.

A empresa possui um estoque que fica localizado nos fundos do estabelecimento, onde todos os produtos encontram-se organizados em caixas, por tipos, modelos, e tamanhos de acordo com cada produto, pois possuem uma variedade de produtos como vestimentas, artigos e acessórios para militares, e para bombeiro civil e artigos de camping.

Não há distribuição ou entrega de produtos por encomenda, pois somente são realizadas vendas em sua loja, não tendo a possibilidade de realizar compras online ou de qualquer outra forma a não ser se o cliente se deslocar até a loja.

5. RECOMENDAÇÕES

5.1. Recomendações implementadas

MARKETING:

Recomendação:	Criação de Rede Social (Instagram). Criação de um site para abertura de presença digital da marca e realização de vendas on-line.	
Evidências:	Empresa realizava somente vendas presenciais e todas as atividades voltadas para mídia e merchandising eram realizadas de forma física, com cartões de visita, panfletos e folders trazendo menor visibilidade para a marca e para os produtos, limitando as divulgações somente aos clientes que visitavam à loja. Ver no anexo os prints do site e instagram que foram criados.	
Resultado:	Criação e lançamento de Site e Instagram Ponto militar, com plataforma de e-commerce, tornando a empresa tradicionalmente física, agora presente no mundo digital. Posicionamento da marca definido e fotos de alguns dos produtos chave da loja, postados para início das avaliações de visualizações, curtidas e conversão de vendas.	

5.2. Recomendações a implementar

GESTÃO:

Sugestão:	Implementar Métricas para acompanhar as vendas online: Crescimento mês a mês e Taxa de conversão de vendas.
Justificativa:	Uma das maiores vantagens da loja virtual é a ampla possibilidade de crescimento. Há poucas barreiras que inibem o processo do negócio, visto que os custos são menores e que toda a transação é feita online. Esta métrica está ligada à efetividade da operação de venda. O objetivo é entender quantas pessoas que visitaram sua loja virtual tornaram-se, efetivamente, compradores. Seu cálculo é relativamente simples.
Quem poderá fazer:	A própria empresa poderá desenvolver os indicadores. Será necessário dedicar-se ao estudo e pesquisa do tema. No entanto, sugere-se que seja desenvolvido por profissional com maior conhecimento e experiência no assunto.
Recurso (Custo):	A organização necessitará de tempo para a implementação. Caso queira contratar a consultoria, o custo será conforme proposta anexada.

Sugestão:	Melhor disposição de produtos (Visual Merchandising)
Justificativa:	<p>A partir da verificação do Layout interno da loja, percebe-se que os produtos estão dispostos em prateleiras, e balcões que comportam vários produtos de categorias diferentes juntos, o que dificulta a visualização dos produtos e autoatendimento por parte do cliente.</p> <p>Disponibilizar os produtos em seções pode facilitar a visualização e atratividade visual, além de facilitar o manejo dos produtos para apresentação ao cliente em momentos de loja cheia com mais agilidade.</p>
Quem poderá fazer:	A própria empresa poderá desenvolver os trabalhos de organização e separação. Será necessário dedicar-se ao estudo e pesquisa do tema. No entanto, sugere-se que seja desenvolvido por profissional com maior conhecimento e experiência no assunto, como por exemplo, consultoria de imagem comercial.
Recurso (Custo):	A organização necessitará de tempo para o levantamento das informações necessárias. Caso queira contratar a consultoria, o custo será conforme proposta anexada.

6. PROPOSTA COMERCIAL

Aos,

Prezados Gestores da empresa Ponto Militar

1. Descrição do problema

Durante o levantamento do diagnóstico, foi identificado que a empresa realiza vendas somente de forma presencial em sua loja física, culminando na necessidade da utilização dos meios digitais para estruturação da presença digital da marca e conseqüentemente a possibilidade de maior alcance de clientes e conversão de vendas.

Como parte do plano de Marketing digital, foi identificada a necessidade de criação de metas de visitas, curtidas, compartilhamentos e conversão vendas online, para mensuração dos resultados alcançados.

2. Metodologia ou plano de trabalho

Plano de ação de Marketing incluindo:

- Criação de contas nas principais Redes Sociais (Instagram e Facebook) e postagem inicial de 20 fotos escolhidas juntamente com o Gestor, em cada Rede social;
- Criação de conta na plataforma de vendas Mercado Livre e inserção de listagem inicial de produtos disponíveis para venda;
- Montagem de Site integrado com plataforma de e-commerce (ex. Loja Virtual, Shopify);
- Auxílio Consultivo na aquisição de Domínio de Site e e-mail personalizados (ex. Pontomilitar.com);
- Estruturação de indicadores de desempenho e acompanhamento dos resultados alcançados por 03 meses;

3. Resultados e benefícios esperados:

- Maior visibilidade da marca;
- Maior alcance de públicos alvo de regiões fora de Belo Horizonte;
- Indicadores de performance de vendas online atualizados semanalmente;
- Crescimento do faturamento total da empresa em 20% em 06 meses, por meio de vendas online;

4. Cronograma:

- Criação de contas nas Redes Sociais e postagem de fotos – Duração 03 dias
Período 02/12 a 04/12;
- Criação de conta no Mercado Livre e postagem de produtos – Duração 02 dias
Período 05/12 a 06/12;
- Montagem de Site e aquisição de domínio – Duração 10 dias
Período 09/12 a 13/12 – 16/12 a 20/12;
- Estruturação e implantação de indicadores – Duração 05 dias
Período 06/01/2020 a 10/01/2020;
- Acompanhamento dos resultados alcançados – Duração 03 meses
Período 13/01/2020 a 14/02/2020;

5. Experiência prévia dos consultores

Os consultores da Halk envolvidos no projeto da empresa Ponto Militar, em relação à qualificação técnica/teórica, são graduandos em Administração de empresas, cursando o último período do curso Superior.

Além da capacitação técnica os Consultores possuem ampla experiência prática no mundo empresarial, desempenhando funções em posições estratégicas/comerciais que incluem gestão de equipes de vendas, aplicação de treinamentos, gestão de relacionamentos sociais/empresariais, dentre outros, o que os habilita para esta prestação de serviço.

6. Equipe e carga horária:

Os Consultores Luis Castro, Samuel Almeida e Wellington Uchoa, se dedicarão exclusivamente aos trabalhos de consultoria da empresa Ponto Militar por 04 horas por dia durante o período contratado.

7. Suposições adotadas:

Para que o projeto de Consultoria seja bem-sucedido, serão necessários esforços de todos os Gestores e colaboradores da empresa com disponibilização de informações necessárias e aplicação prática de demais sugestões recomendadas pelos Consultores, além de recursos tecnológicos como Computador e acesso à Internet para a execução das tarefas do plano de Marketing.

8. Custos:

O custo total para o desempenho das atividades descritas já incluindo os impostos é de **R\$ 5.000,00 (Cinco Mil Reais)** que poderá ser pago em três parcelas, sendo uma entrada no valor de R\$ 2.000,00 (Dois Mil Reais) imediatamente ao início das atividades e mais 02 parcelas de R\$ 1.500 (Hum Mil e Quinhentos Reais) com prazos de pagamento de 30 e 60 dias após o pagamento da entrada.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste trabalho foi de suma importância tendo em vista a oportunidade de aplicar os conhecimentos adquiridos durante a formação de administrador.

Nesta consultoria, no que diz respeito a gestão, foram tomadas as ações acima elencadas, esperando-se um monitoramento mais próximo a fim de possibilitar um melhor controle e avaliação das práticas e conseqüentemente dos processos para que haja um alinhamento das ações com os objetivos propostos.

Em relação ao marketing, foi proposto a organização a criação de mídias sociais (Instagram) e um site para maximização da divulgação dos produtos e conseqüentemente das vendas ponto.com.

Buscou-se através das ações implementadas atender as demandas que foram apresentadas pela organização e por isso o grupo agradece aos Proprietários da empresa Ponto Militar Comércio de Artigos Militares pela experiência proporcionada.

ANEXOS

Figura 1 - Instagram Ponto Militar



Fonte: Elaborado pelos Autores

Figura 2 - Publicações Instagram



Fonte: Elaborado pelos Autores

Figura 3 - Site da Ponto Militar



Fonte: <https://samusantosa.wixsite.com/pontomilitar>

Figura 4 - Home do Site



Fonte: <https://samusantosa.wixsite.com/pontomilitar>