meeple

ESAMC

INTERDISCIPLINAR

MEEPLE - QUEM PEDE EFICIÊNCIA, PEDE MEEPLE

UBERLÂNDIA - MG
2023

ESAMC

Laura Figueiredo - RA 223284 - Design Gráfico
Rayssa Rosa - RA 223362 - Design Gráfico
Gustavo Martins - RA 223377 - Publicidade e Propaganda
Amanda Cristina - RA 223174 - Psicologia
Vitória Caetano - RA 223103 - Psicologia
Guilherme Araújo - RA 223292 - Administração
Danielly Carolina - RA 223146 - Direito
Gabrielly Alves - RA 223269 - Direito
Luís Otávio - RA 223213 - Arquitetura
Bruna Assis - RA 223201 - Arquitetura
Lucas Eduardo - RA 223032 - Arquitetura
Felipe Henrique - RA 223428 - Psicologia
Matheus Fidel - RA 223404 - Sistemas de Informação

OBJETO DE TRABALHO: AWAKEN GIANTS GEEK STORE

Projeto Interdisciplinar 2023/2,
referente à disciplina Metodologia
Científica e Tecnologia de Projetos.
Orientador: Prof. Franklyn Batista do Nascimento

UBERLÂNDIA - MG
2023

Sumário

Sumário **2**
1. Definição do Squad **3**
1.1. Conheça a Meeple 3
1.2. Nossos Serviços **5**
1.3. Nossa Identidade Visual 5
2. Contextualização: **7**
2.1. Público atual do Cliente 8
2.2. Problemas do Cliente 9
3. Pesquisa de Público **9**
3.1. Questionário 9
3.2. Resultados Coletados 10
3.3. Público-Alvo 13
3.4. Personas 14
3.4. Mapa da Empatia 16
4. Dor do Mercado **17**
4.1. Problemas Enfrentados pelos Empreendedores 17
4.2. Tarefas do Cliente 17
5. Proposta de Valor **17**
6. Soluções Inovadoras **18**
7. Os Ps **19**
7.1. Protótipo MVP 19
7.2. Preço 24
7.3. Promoção 25
7.4. Praça 28
7.5. Produção Jurídica 30
7.6. Pessoas 32
- Seiton (Senso de Ordenação): 33
7.7 Conclusão **35**
8. Referências **36**
Anexos **36**

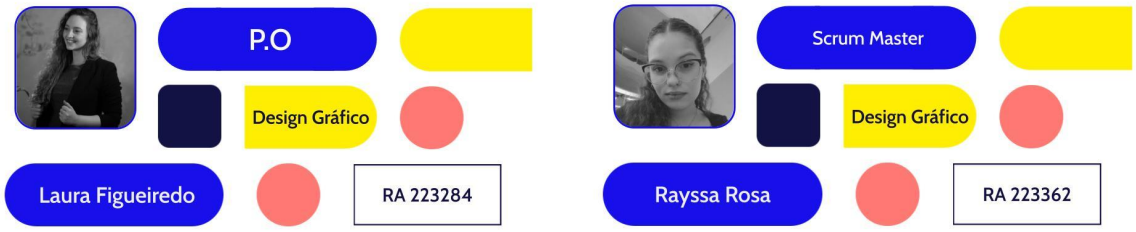
1. Definição do *Squad*

1.1. Conheça a Meeple

A Meeple é uma equipe especializada em consultoria de empresas de jogos que compreende as necessidades da sua loja no mercado. Com eficiência e criatividade, utilizamos abordagens práticas para melhorar a gestão e operação de sua empresa e desenvolvemos soluções inovadoras para criar experiências envolventes e atrativas. Nossa Missão é: transformar lojas e espaços para jogos em lugares únicos e lucrativos e auxiliar nossos clientes a construir comunidades.

Slogan: Quem pede eficiência, pede meeple

P.O: Laura Figueiredo - RA 223284 - Design Gráfico
SCRUM MASTER: Rayssa Rosa - RA 223362 - Design Gráfico
MARKETING: Gustavo Martins - RA 223377 - Publicidade e Propaganda
MARKETING: Amanda Cristina - RA 223174 - Psicologia
MARKETING: Vitória Caetano - RA 223103 - Psicologia
MARKETING: Guilherme Araújo - RA 223292 - Administração
ADVOCACIA: Danielly Carolina - RA 223146 - Direito
ADVOCACIA: Gabrielly Alves - RA 223269 - Direito
ARQUITETURA: Luís Otávio - RA 223213 - Arquitetura
ARQUITETURA: Bruna Assis - RA 223201 - Arquitetura
ENGENHARIA: Lucas Eduardo - RA 223032 - Arquitetura
DESIGN ESTRATÉGICO: Felipe Henrique - RA 223428 - Psicologia
DESIGN DE EXPERIÊNCIA: Matheus Fidel - RA 223404 - Sistemas de Informação



Marketing

Publicidade

Gustavo Martins

RA 223377

Marketing

Administração

Guilherme Araujo

RA 223292

Marketing

Psicologia

Amanda Cristina

RA 223174

Marketing

Psicologia

Vitória Caetano

RA 223103

Design Estratégico

S.I.

Matheus Fidel

RA 223404

Design Estratégico

Psicologia

Felipe Henrique

RA 223428

Arquitetura

Arquitetura

Bruna Assis

RA 223201

Arquitetura

Arquitetura

Luís Otávio Silva

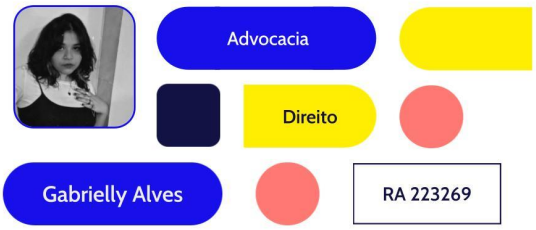
RA 223269

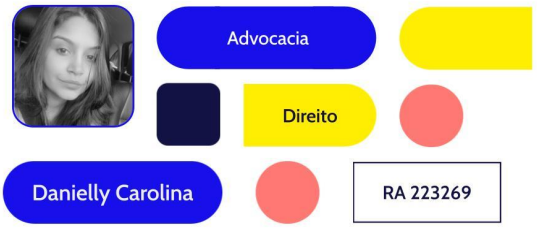
Arquitetura

Arquitetura

Lucas Eduardo

RA 223032





1.2. Nossos Serviços

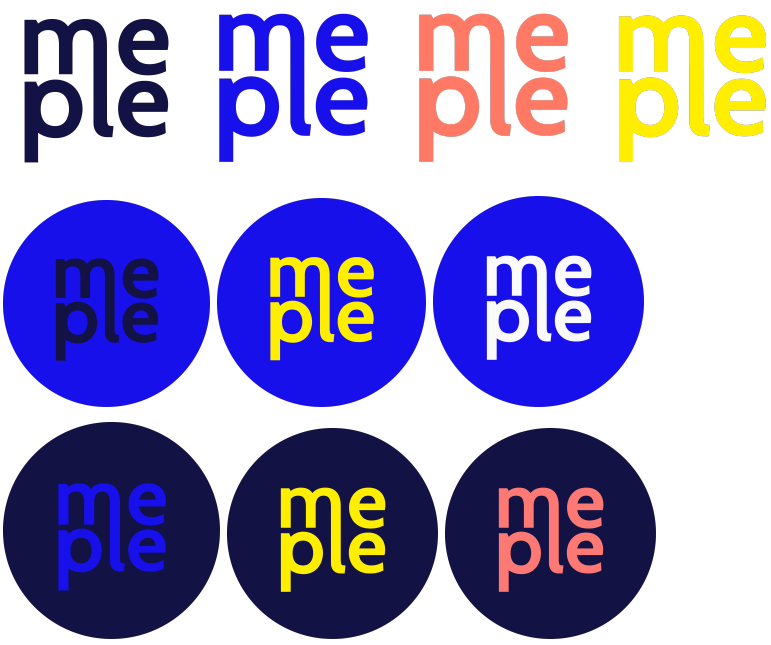
1. Consultoria de Gestão: Aprimoramos processos, otimizamos recursos e aumentamos a eficiência operacional.
2. Estratégias de Marketing: Desenvolvemos estratégias de marketing personalizadas para atrair e reter clientes.
3. Design de Interiores: Transformamos espaços em ambientes cativantes e temáticos.
4. Assessoria Jurídica: Garantimos que sua loja cumpra todas as normas e regulamentações.

1.3. Nossa Identidade Visual

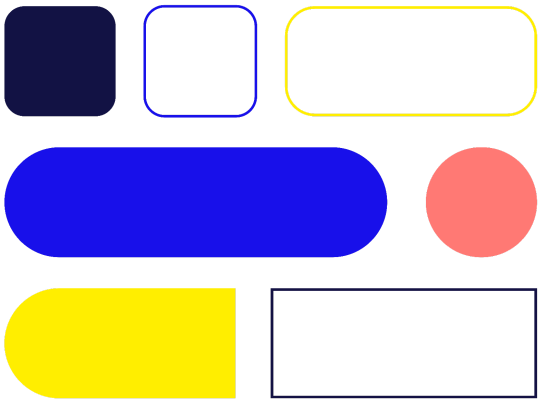
1.3.1. Logo

meeple meeple meeple meeple

1.3.2. Variações da Logo



1.3.3. Demais Elementos Gráficos



1.3.4. Aplicações

2. Contextualização:

Empresa: Awaken Giants

Hugo Nunes de Souza e Herbert Moraes de Oliveira sócios da loja Awaken Giants - Geek Store, localizada no bairro Tibery - Uberlândia, atualmente com uma demanda de **350 a 400** pessoas por mês. Inaugurada em maio de 2023, possui 4 pessoas na equipe: os sócios-proprietários na parte administrativa e interativa com os clientes, a Sandra na parte de alimentação e o Bruno no caixa.

A loja é dedicada a proporcionar experiências exclusivas aos amantes de jogos de cartas e tabuleiro. Oferecem diversos serviços como:

- Jogos de tabuleiro (para locação): Jogos pequenos R$25,00, jogos grandes R$35,00;
- Jogos de tabuleiro (para jogar na loja): R$50,00 (Se for consumido R$50,00 em lanches a taxa não será cobrada);
- Jogos de Videogame: Gratuitos;
- Espaço para jogos de RPG e de carta;
- Comes e bebes.

Além desses serviços, são realizados torneios, com datas específicas e premiações para 1° lugar, 2° lugar e 3° lugar, sendo a premiação um desconto proporcional no valor total do consumo.

Tabela 1: Premiação de acordo com a colocação para campeonatos

Colocação	Premiação
1° lugar	40%
2° lugar	30%
3° lugar	20%

Valores dos torneios:

- Pauper, realizado toda quarta-feira com o valor de inscrição de R$10,00
- Modern, é realizado duas vezes ao mês, normalmente sábado ou domingo e tem a inscrição no valor de R$30,00
- Commander day, é realizado toda quinta- feira e sábado, e não possui valor de inscrição
- Pré-release, normalmente ocorre a cada dois meses ou quando se tem nova edição lançada, e possui a inscrição no valor de R$200,00 a R$400,00
- Yu-Gi-Oh, é realizado duas vezes ao mês, sem dia fixo, com o valor da inscrição de R$10,00 a R$20,00

2.1. Público atual do Cliente

Público maculino;
Entre 20-40 anos;
A maioria já possui grupos formados para jogos;
Classe média/ média-alta;
Alguns já possuem uma família e emprego fixo, outros são estudantes.

2.2. Problemas do Cliente

Por estarem há pouco tempo no mercado e possuírem baixo investimento inicial, os sócios relatam que a estrutura é um dos principais fatores a ser aprimorado: o espaço possui uma má distribuição, portanto atrapalha na organização da loja. Há uma dificuldade na área de divulgação: as pessoas não possuem conhecimento do local, inclusive a comunidade geek.

3. Pesquisa de Público

3.1. Questionário

A empresa Meeple realizou uma pesquisa quantitativa/qualitativa através do Google Forms com possíveis clientes e consumidores de Jogos de Tabuleiro e de Cartas, com o intuito de obter dados numéricos que permitam verificar os principais problemas enfrentados pelos consumidores deste segmento de mercado.

Segue abaixo as questões realizadas no questionário:

- Você frequenta lojas que são especializadas na área ou já frequentou?

a) Sim
b) Não

- Você já passou ou teve algum problema ao consumir esse produto ou serviço?

a) Sim
b) Não

- Se sim, qual foi?

- Como você gostaria que esse problema fosse resolvido?

- Quais jogos você costuma jogar?

- Você participa de algum grupo ou comunidade relacionados a jogos de tabuleiro ou carta? (ex.: fóruns, redes sociais, WhatsApp)

a) Sim, tenho 1 grupo
b) Sim, tenho mais de um grupo
c) Não tenho

- Com que frequência você joga ou consome jogos de tabuleiro ou cartas?

a) Diariamente
b) Semanalmente
c) Mensalmente
d) Raramente
e) Nunca

- Onde você costuma comprar esses produtos? (ex.: Loja física, loja online, feira de jogos, compro com outros jogadores.

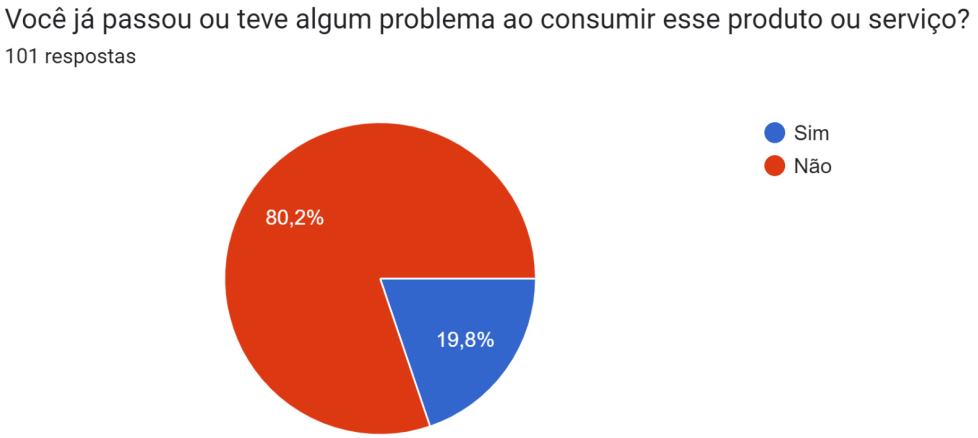
3.2. Resultados Coletados

A partir da pesquisa realizada através de um formulário digital e disseminada através das redes sociais dos integrantes, podemos concluir que o público consumidor de jogos de cartas e/ou tabuleiro na região não apresenta um padrão de idade e gênero, por exemplo. Entretanto, por mais diverso que seja o perfil dos consumidores deste nicho, os problemas relatados pelos mesmos apresentam uma certa semelhança, uma vez que, dentre esses relatos, sua majoritária parte têm relação a escassez de produtos e distribuição na região, dentre outros obstáculos, como a insegurança em relação a qualidade e procedência dos produtos, preço elevado e falta de ambientes confortáveis com estrutura capaz de comportar os torneios e competições. Ademais, os respondentes solicitam, como via de solução para estas problemáticas, mais produtos e variedade nos comércios relacionados, incitação do hobbie a população para que, através da demanda o mercado de distribuição se abra a região e traga preços mais acessíveis aos consumidores e também que haja melhores políticas entre os comerciantes para garantir a qualidade do produto final, como por exemplo, sempre vender com o lacre original da distribuidora.
Além dos fatores citados acima, mais de 62% dos entrevistados afirmam não fazer parte de nenhum grupo ou comunidade relacionados a jogos de tabuleiros ou cartas em fóruns, redes sociais, dentre outros canais de comunicação.

- **Você Frequenta Lojas que São Especializadas na Área ou Já Frequentou?**

A pesquisa foi compartilhada em meios onde se concentravam pessoas que já fazem parte do público alvo da empresa, sendo já esperado um maior número de participantes que já teria frequentado lojas especializadas em games, ainda assim, há uma boa parcela dos participantes que não frequenta esses espaços.

- **Você Já Passou ou Teve Algum Problema ao Consumir esse Produto ou Serviço?**



A porcentagem de participantes que teve algum tipo de problema ao consumir produtos e serviços desse nicho é expressiva: mais de 80% das pessoas que participaram. Dentre esses, 20 relataram seus problemas: a maior parte das reclamações são em relação à estrutura dos locais (5), problemas com distribuição dos produtos (5), elevado preço dos produtos (5). Aqueles que conseguem superar os demais problemas e desfrutar do hobbie, passam por outros relacionados à própria comunidade (4). Houve ainda um relato em relação à dificuldade em encontrar locais que forneçam esses produtos e serviços (1).

- **Como Você Gostaria que Esse Problema Fosse Resolvido?**

Dentre os consumidores do serviço/produto foram propostas soluções para problemas específicos. Para o problema com estrutura física: um local com mais espaço e mais opções para alimentação (como no relato “Uma loja de jogos com espaço para comer e jogar tranquilo, como um restaurante temático”); para problemas com produtos e distribuição: os consumidores acreditam que mais opções de distribuidores e vendedores solucionaria o problema, entretanto, esta solução foge do escopo do estabelecimento, já em relação ao preço dos produtos, uma solução proposta foi a disseminação do hobbie para que aumentasse a demanda, gerando assim a necessidade dos revendedores de realizar compras em maior volume e, por este meio, diminuir o preço de compra e também de venda dos produtos. Para melhorias na

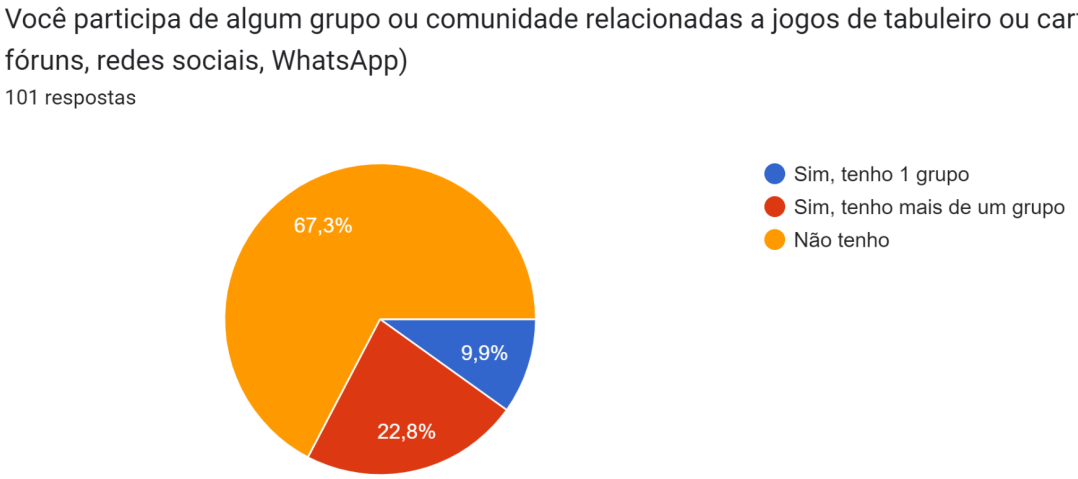
comunidade foi proposta a conscientização dos jogadores quanto ao respeito em relação aos demais participantes.

- **Quais Jogos Você Costuma Jogar?**

Houve uma grande diversidade de respostas. As mais recorrentes foram:

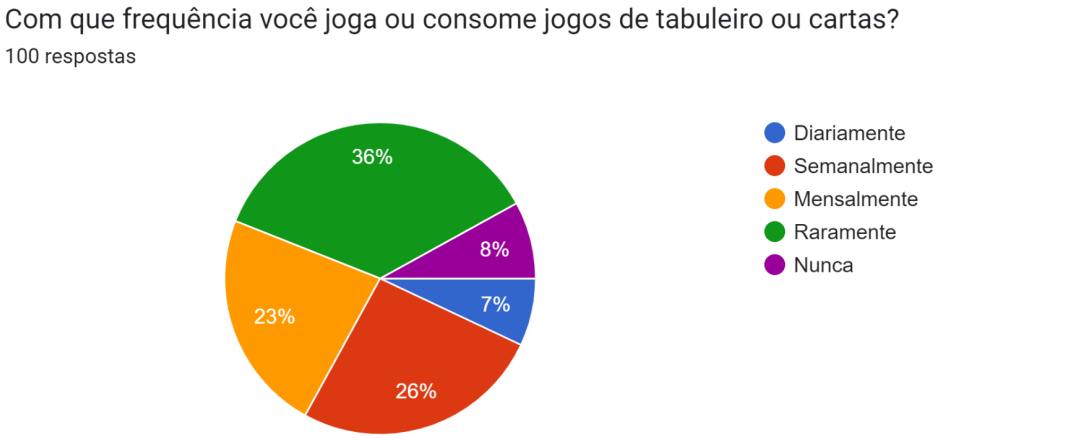
Magic : 22; Tabuleiro: 31; Uno: 18; Truco: 17; Ludo de mesa: 3; RPG: 8

Você Participa de Algum Grupo ou Comunidade Relacionados a Jogos de Tabuleiro ou Carta? (Ex.: Fóruns, Redes Sociais, Whatsapp)



A maior parte dos participantes não possui um grupo/comunidade para jogar (cerca de 67%), dos que possuem, a maioria participa de mais de um grupo.

- **Com que frequência você joga ou Consome Jogos de Tabuleiro ou Cartas?**



A maior parte dos respondentes jogam ou consomem jogos ao menos um vez por mês, correspondendo a 56% dos participantes. Apenas 36% jogam raramente, ou seja, não possuem uma frequência definida, porém, podem agregar à demanda deste mercado.

- **Onde Você Costuma Comprar esses Produtos? (Ex.: Loja Física, Loja Online, Feira de Jogos, Compro com Outros Jogadores.)**

O número de respostas para meios online (35) e físicos (33) não tiveram uma variação significativa. Muitos participantes informaram comprar através dos dois meios.

3.3. Público-Alvo

O estabelecimento já possui um público predominante que frequenta e consome seus produtos, entretanto ele não representa todo o público-alvo. A intenção é permanecer com o público predominante atual e adicionar um público feminino, que será atingido através de ações mais focadas.

Atualmente o público é majoritariamente masculino, com idade variada, sendo subdividido em homens um pouco mais velhos (entre 30 e 40 anos), que no geral já possuem uma família, emprego fixo e pertencem à uma classe média/ média-alta, sendo este um público com maior poder aquisitivo. A segunda subdivisão do público masculino, é um pouco menos expressiva, e estão na faixa etária dos 18 aos 25 anos; este público, por sua vez, apresenta menor poder aquisitivo, ainda que pertencentes à mesma classe social; no geral não possuem uma família formada e emprego fixo, sendo a maioria estudantes.

O público-alvo que ainda não faz parte do público atual é o público feminino, concentrado em uma faixa etária mais jovem (dos 18 aos 25) que já tenham algum tipo de interesse em assuntos afins, mas que não necessariamente foi introduzida aos produtos e serviços específicos do estabelecimento. No geral, são universitárias, sem uma família formada, podendo já ter um emprego fixo ou não.

3.4. Personas

PERSONA

NOME *Júlia Lopes*

IDADE *21*

ONDE *Bairro Santa Mônica*

O QUE FAZ *Artes Visuais - UFU*

SUA HISTÓRIA

Veio de Franca - SP, para estudar na UFU em Uberlândia - MG. Júlia é solteira divide o apartamento com uma amiga. Ela gosta de sair e se divertir com os amigos

MOTIVAÇÕES

Por influência de alguns amigos, ela conheceu uma comunidade na faculdade que é voltada para conhecer e jogar jogos de tabuleiro.

FRUSTRAÇÕES

Como ela conheceu o universo dos jogos recentemente ela não conhece nenhum estabelecimento que ela possa jogar. Ela também gostaria de conhecer uma comunidade de meninas para jogar.

A EXPERIÊNCIA IDEAL

Um ambiente respeitoso e inclusivo com o público feminino e que tenha experiências mais atrativas além dos jogos, como bebidas e lanches.

PERSONA

NOME *Eduardo Takahasi*

IDADE *29*

ONDE *Bairro Tibery*

O QUE FAZ *Analista de dados*

SUA HISTÓRIA

Eduardo é natural de Uberlândia - MG, é casado há 7 anos e tem uma filha, Anna de 2 anos. Ele se formou em Sistemas de Informação e trabalha na área desde então. Gosta de jogar MTG nas horas vagas para desestressar.

MOTIVAÇÕES

Conheceu Magic the gathering no ensino médio por meio de amigos e se apaixonou pelo hobbie.

FRUSTRAÇÕES

Ele gosta de jogar campeonatos, mas não acha tantos para participar.

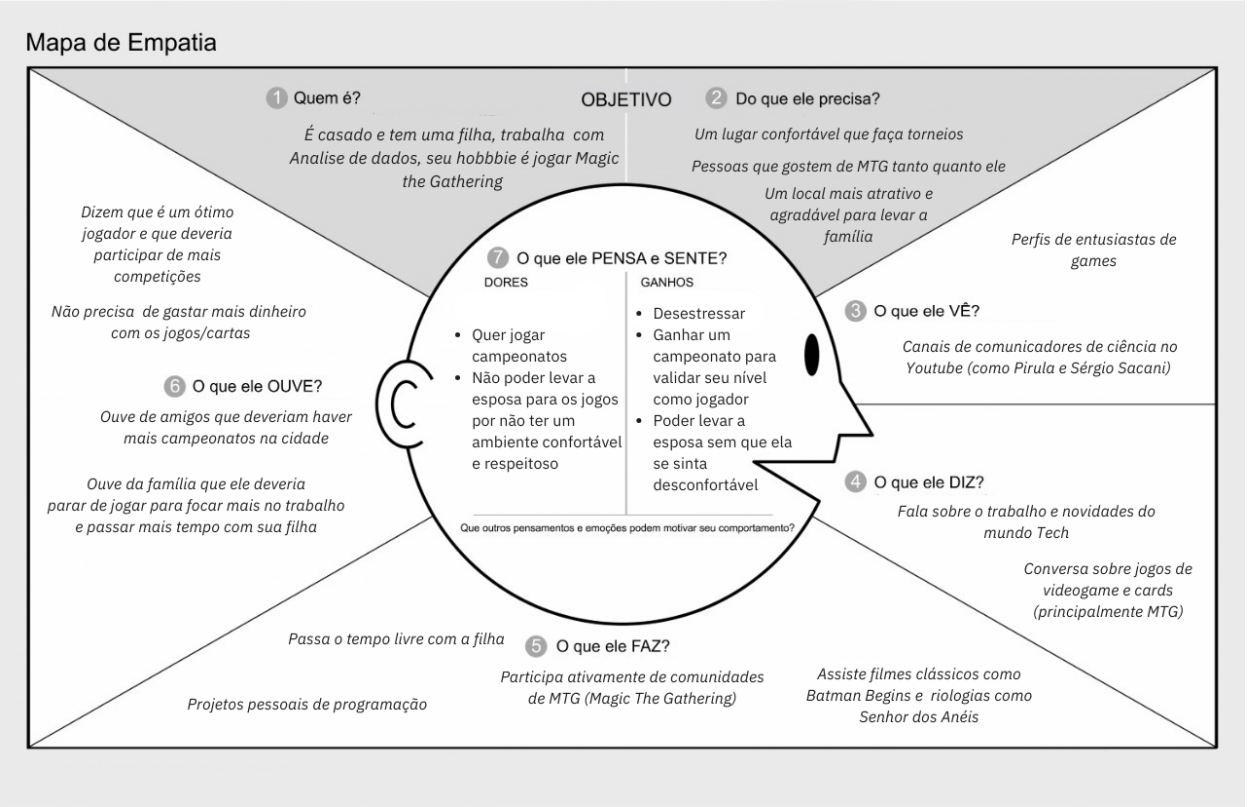
A esposa costuma acompanhar ele, então ele quer o lugar seja confortável para ela ir.

A EXPERIÊNCIA IDEAL

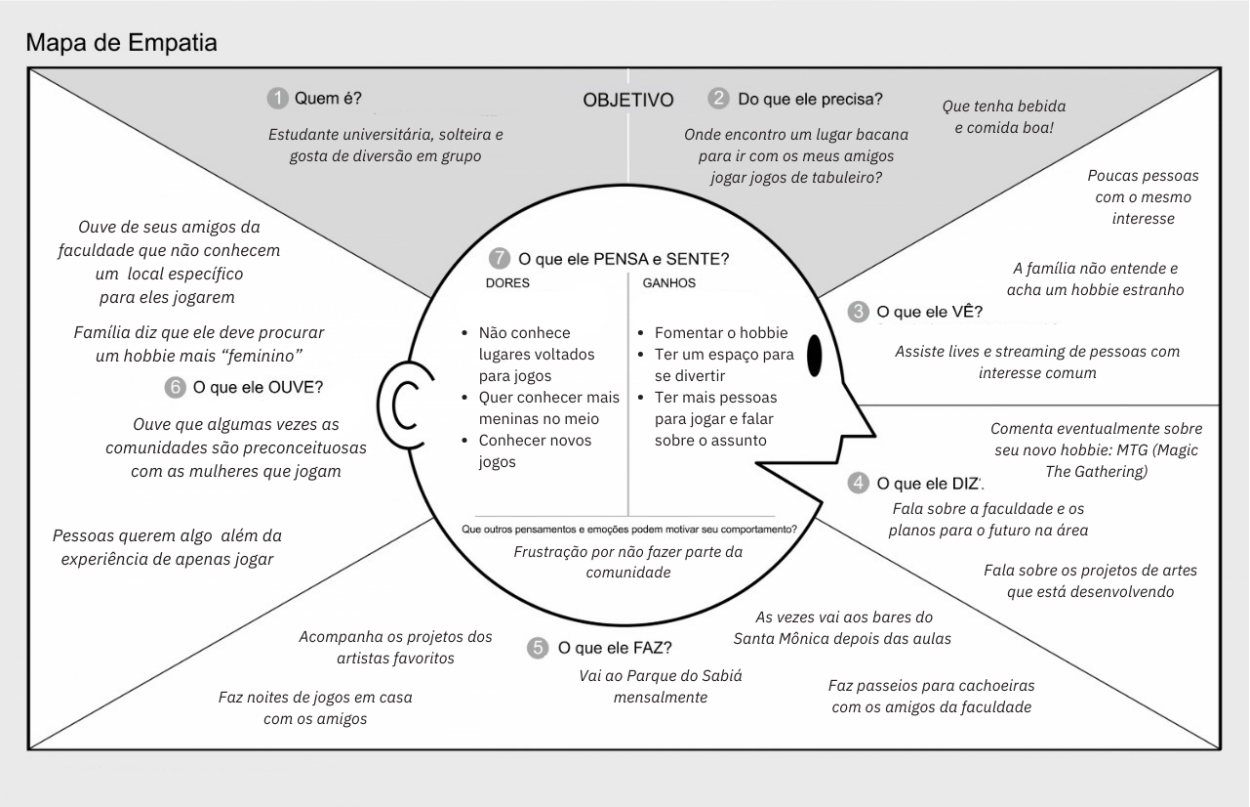
um lugar confortável que sempre faça torneios, com uma comunidade amigável

3.4. Mapa da Empatia

- Eduardo Takahashi



- Júlia Lopes



4. Dor do Mercado

4.1. Problemas Enfrentados pelos Empreendedores

A partir da pesquisa realizada através de um formulário digital, pesquisas de mercado e com os proprietários do local, podemos concluir que o público consumidor de jogos de cartas e/ou tabuleiro na região apresenta um certo padrão de idade e gênero, por exemplo, a maioria dos consumidores do nicho se tratam de homens de 25 a 40 anos, salva algumas exceções.

Além disso, os empreendedores enfrentam desafios quanto à distribuição dos produtos na região, principalmente para jogadores menores e, o que consequentemente impede de trazer preços mais acessíveis e atrativos aos consumidores.Existe também uma dificuldade quanto às políticas entre os comerciantes para garantir a qualidade do produto final.

4.2. Tarefas do Cliente

Segundo nossa pesquisa realizada pelo formulário digital, mais de 67% dos entrevistados afirmam não fazer parte de nenhum grupo ou comunidade relacionados a jogos de tabuleiro e cartas. Podemos considerar que muitos jogadores apesar de apoiarem e gostarem do *hobbie*, não participam da ampliação da modalidade e não fomentam esse mercado na mesma intensidade que os jogadores mais ativos e que fazem parte de algum grupo.

Outro aspecto percebido é a falta de conhecimento por parte das pessoas em relação a esse tipo de comércio. Por não se tratar de um mercado tão amplo, o engajamento obtido em publicidades não entregam tantos resultados pois tendem a chegar em consumidores que já são clientes e com interesse nos serviços oferecidos pela empresa, dessa forma, não “furaria a bolha” criada pela própria comunidade consumidora, logo, deve ser realizado um trabalho mais intenso na divulgação dos produtos e serviços, podendo impor valor aos possíveis novos clientes.

5. Proposta de Valor

Awaken Giants Geek Store é uma loja que oferece um universo de jogos de tabuleiro e cartas para todos os tipos de jogadores, principalmente aqueles que gostam de Magic: The Gathering e do mundo geek em geral, oferecendo experiências e um ambiente acolhedor que todo jogador gostaria de ter. Um dos diferenciais que o espaço possui é o fato de que ele pode unir as pessoas, ou seja criar uma comunidade para todos aqueles que apreciam esse mundo e que tem o interesse de conhecer outros jogadores ou até mesmo levar amigos para jogar e passar um tempo comendo alguns lanches e conversando, já que é um local que respeita a opinião e interesse de todos.

Além disso, é realizado frequentemente torneios com algumas premiações para aqueles que são mais competitivos e têm vontade de colocarem suas habilidades em uma competição. Além do mais, possuem uma boa mercadoria de cartas, deixando seu jogo cada vez mais forte e divertido.

6. Soluções Inovadoras

As soluções propostas para a empresa Awaken Giants são fundamentadas em 3 pilares: **Espaço Físico**, **Presença Online** e **Hospitalidade** (Alimentos & Bebidas e atendimento). Todos os pilares serão paramentados por uma Identidade de Marca coerente e robusta, voltada para o público alvo que a empresa deseja atingir.

Para o espaço físico as principais mudanças ocorrerão na decoração. A empresa possui um amplo catálogo de jogos, que pode ser agrupado de acordo com o tipo, sendo que suas respectivas salas serão ambientadas de acordo com temas dos jogos. Serão feitas 3 salas: sala exclusiva para Magic, chamada de Campo de Batalha; sala exclusiva para jogos de RPG de mesa, chamada de Sala Taberna; e a sala Awaken, que comportará jogos de tabuleiro e de videogame.

A presença online será feita principalmente através do Instagram. A ideia é que a loja seja divulgada não apenas diretamente pela empresa, mas influencie os próprios consumidores a serem impulsionadores do local. Os posts de divulgação serão feitos de acordo com uma programação utilizando uma estratégia para cada formato da plataforma (feed, story e reels). Os espaços serão “Instagramáveis” para aumentar a divulgação orgânica por meio dos clientes, além disso, será instalada na recepção da loja, um quadro com Ranking de melhores colocados (por tipos de jogos). Será utilizado também, o grupo de Whatsapp e Discord para compartilhar assuntos mais específicos, promoção de venda e aumentar a proximidade com a comunidade.

A hospitalidade envolve tudo que possa contribuir para que o cliente se senta bem no ambiente, sendo assim, esse pilar inclui a melhoria do cardápio e das opções de alimentos e bebidas oferecidas; treinamento da equipe para um atendimento padronizado, eficiente e cortês; e oferecer soluções que minimizem as dores dos clientes, como exemplo, a inclusão de uma página que pode ser acessada por QrCode, que conte com o cardápio de alimentos e bebidas e um cardápio de jogos com uma breve explicação de cada jogo.

Além disso, para fortalecer a percepção de comunidade dos clientes mais próximos ao fundo de funil, será criado uma assinatura. O assinante receberá o nome de Awaken Giant, será isento da taxa de utilização do local, receberá desconto na consumação em alimentos e bebidas e receberá um brinde exclusivo para membros.

7. Os Ps

7.1. Protótipo MVP

7. 1. 1. Identidade Visual

Conceito

Uma mudança estratégica no nome do negócio foi proposta, sem que a empresa perdesse sua identidade. O nome fantasia passa de Awaken Giants para Giants, para facilitar a pronúncia e identificação do público com a marca.

A Identidade Visual da empresa foi desenvolvida com base em uma análise de público e concorrentes/similares. O posicionamento escolhido dá um tom de voz mais maduro, se afastando de um visual mais infantil visto em alguns negócios do mesmo nicho.

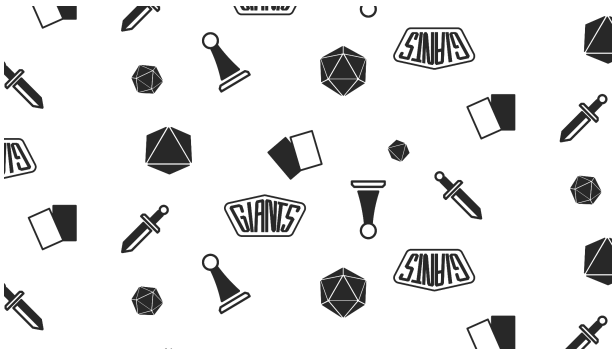
O símbolo principal foi feito com lettering exclusivo que usa a perspectiva para criar a ideia de que a logo está sendo vista de baixo para cima, como um gigante seria visto por pessoas de estatura regular.

Cores

A paleta de cores escolhida é mais sóbria: duas variações de cinza e a cor de destaque: amarelo. Apenas o “amarelo suave”é utilizado nas variações da logo.

Amarelo Suave	Amarelo Intenso	Cinza Claro	Cinza Chumbo
#efdf84	#eab01f	#efefef	#282828
R: 239 G: 223 B:132	R: 234 G: 176 B: 31	R: 239 G: 239 B: 239	R: 40 G: 40 B: 40
C: 7% M: 7% Y: 59% K: 0%	C: 8% M: 31% Y: 100% K: 0%	C: 5% M: 3% Y: 3% K: 0%	C: 71% M: 65% Y: 64% K: 68%

Patterns



Símbolos

A biblioteca de símbolos foi feita com base na forma principal da logo, criando mais congruência entre elas.

Aplicações

As demais aplicações foram feitas dentro da mesma identidade, de modo a atender as necessidades práticas da empresa.

Brindes

Material promocional destinado aos clientes da assinatura ou em casos de premiação.

Bottom e meia personalizada.

Alimentação

Materiais para auxiliar na venda dos lanches e operação da cozinha.

Caixa para hambúrguer e porção.

Avental: uniforme personalizado para a equipe da cozinha.

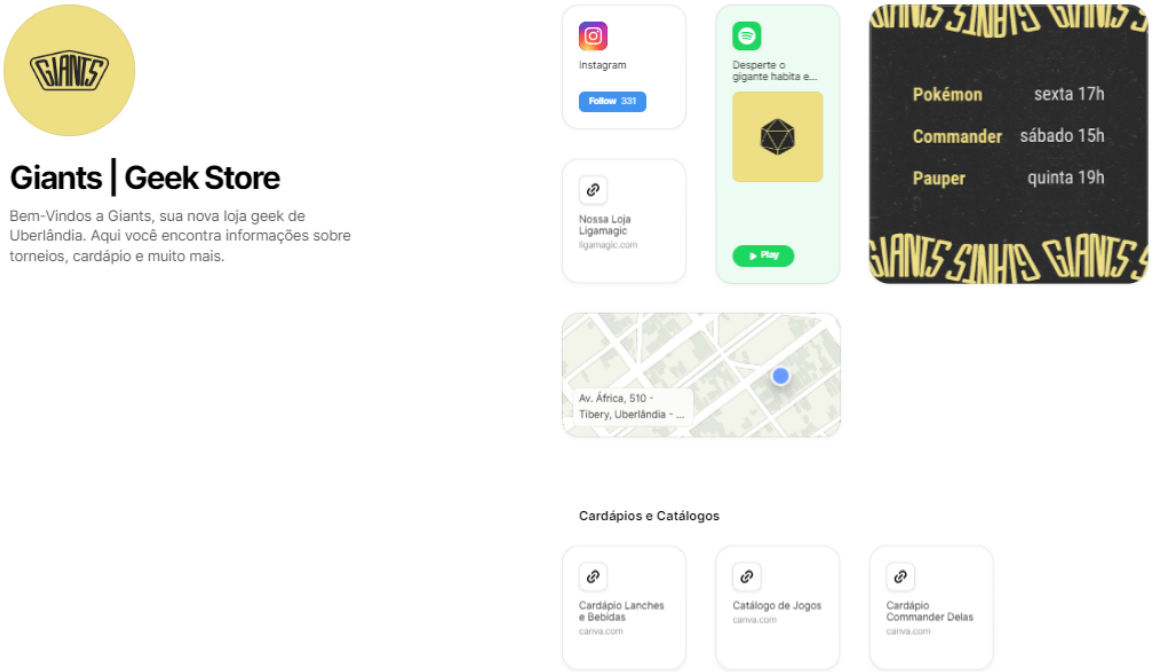
Cardápio físico com opções de lanches, porções e bebidas.

Cardápio Digital

Modelo de Cardápio e Catálogo digital com cardápio tradicional, cardápio do Commander delas (dia dedicado ao público feminino e LGBTQI +) e catálogo com os jogos.

O link também possui um link para a playlist que toca na loja, localização e redes sociais. Pode ser acessado por link URL ou QrCode.

bento.me/giantsgeekstoremeeple



Layout do link de direcionamento.

7.2. Preço

A Awaken Giants, por não possuir um ponto comercial próprio, possui gastos com o aluguel, despesas mensais fixas como: água, energia, funcionários, dentre outros e custos variáveis com mercadorias e suprimentos.

Tendo como base o projeto apresentado no presente trabalho, propusemos um orçamento para a implementação do mesmo. A tabela contempla preços atualizados e a adição de novos produtos com o intuito de aprimorar as vendas e alavancar os lucros do estabelecimento.

Categoria	Produto	Preço	Quantidade	Valor final
Brindes	Botton	R$ 3,97	50	R$ 198,50
Brindes	Meia personalizada	R$ 13,00	50	R$ 650,00
Alimentos	Cardápio impresso - folha única	R$ 15,00	20	R$ 300,00
Alimentos	Embalagem para hambúrguer e lanches	R$ 3,06	400	R$ 1.224,00
Alimentos	Copo descatável de papel personalizado (500ml)	R$ 0,98	200	R$ 196,00
Alimentos	Porta Copos	R$ 0,49	200	R$ 98,00
Alimentos	Uniforme cozinha	R$ 37,00	5	R$ 185,00
Alimentos	Luva térmica (EPI)	R$ 88,00	2	R$ 176,00
Alimentos	Sapato cozinha (EPI)	R$ 77,00	2	R$ 154,00
Atendimento	Camiseta simples unissex personalizada	R$ 59,00	10	R$ 590,00
Decoração	Placa fachada luminosa	R$ 149,00	1	R$ 149,00
Comunicção	Panfleto A6 impressão 4x0, papel Offset 90g sem acabamento	R$ 0,13	300	R$ 39,00
Total				R$ 3.959,50

Categoria	Descrição	Preço	Quantidade	Valor Final
Móvel	Balcão de MDF	R$ 1.000,00	1	R$ 1.000,00
Móvel	Balcão de MDF (bar)	R$ 3.500,00	1	R$ 3.500,00
Móvel	Banquetas de metalon	R$ 110,00	25	R$ 2.750,00
Móvel	Mesas de MDF	R$ 1.200,00	8	R$ 9.600,00
Móvel	Armários em MDF planejados	R$ 6.800,00	1	R$ 5.000,00
Eletrodoméstico	Geladeira brastemp Frost Free Duplex 375lts Inox	R$ 4.000,00	1	R$ 4.000,00
Eletrodoméstico	Freezer Vertical Philco 201lts Inox	R$ 2.600,00	2	R$ 5.200,00
Eletrodoméstico	Cervejeira Metalfrio 256lts Inox	R$ 5.000,00	2	R$ 10.000,00
Eletrodoméstico	Freezer horizontal Metalfrio 546lts branco	R$ 3.400,00	2	R$ 6.800,00
Eletrodoméstico	Cooktop 5 bocas brastemp preto	R$ 900,00	1	R$ 900,00
Eletrodoméstico	Forno de embutir elétrico Electrolux 80L	R$ 2.500,00	1	R$ 2.500,00
Eletrodoméstico	Chapa bifeteira 100m Venacio	R$ 1.380,00	1	R$ 1.380,00
Eletrodoméstico	Coifa de parede infinity Digital Touch 90cm Inox	R$ 1.200,00	1	R$ 1.200,00
Eletrodoméstico	Microondas Brastemp Espelhado c/ grill 32L Inox	R$ 900,00	1	R$ 900,00
Estética	Bancada em granito	R$ 1.300,00	1	R$ 1.300,00
Estética	Pia em granito	R$ 900,00	1	R$ 900,00
Móvel	Estante de MDF	R$ 700,00	3	R$ 2.100,00
Móvel	Cadeiras tramontina	R$ 180,00	24	R$ 4.320,00
Móvel	Mesa oval	R$ 2.300,00	1	R$ 2.300,00
Móvel	Mesas pequenas	R$ 300,00	4	R$ 1.200,00
Móvel	Puffs	R$ 160,00	4	R$ 640,00
Eletro	TV Samsung 42"	R$ 2.000,00	3	R$ 6.000,00
Reforma	Lavabo + banheiros	R$ 5.000,00	2	R$ 10.000,00
Reforma	Fachada	R$ 18.000,00	1	R$ 18.000,00
Reforma	Mão de obra (pintor e pedreiro)	R$ 10.000,00	1	R$ 10.000,00
Reforma	Pintura	R$ 5.000,00	1	R$ 5.000,00
Total				R$ 116.490,00

Tabela de preços para implementação das melhorias.

7.3. Promoção

7.3.1. Marketing Digital

A promoção será feita através de um conjunto de marketing digital, utilizando redes sociais, e marketing offline, promovido por mudanças no espaço físico e nos serviços oferecidos.

- Instagram:

Posts no feed: criado com calendário de posts semestral, que contemple todos os temas convenientes de serem abordados e datas comemorativas pertinentes. O planejamento de conteúdo para feed será diário, dividido por temas: exposição dos

jogos; divulgação da agenda de funcionamento e eventos; divulgação dos lanches e bebidas.

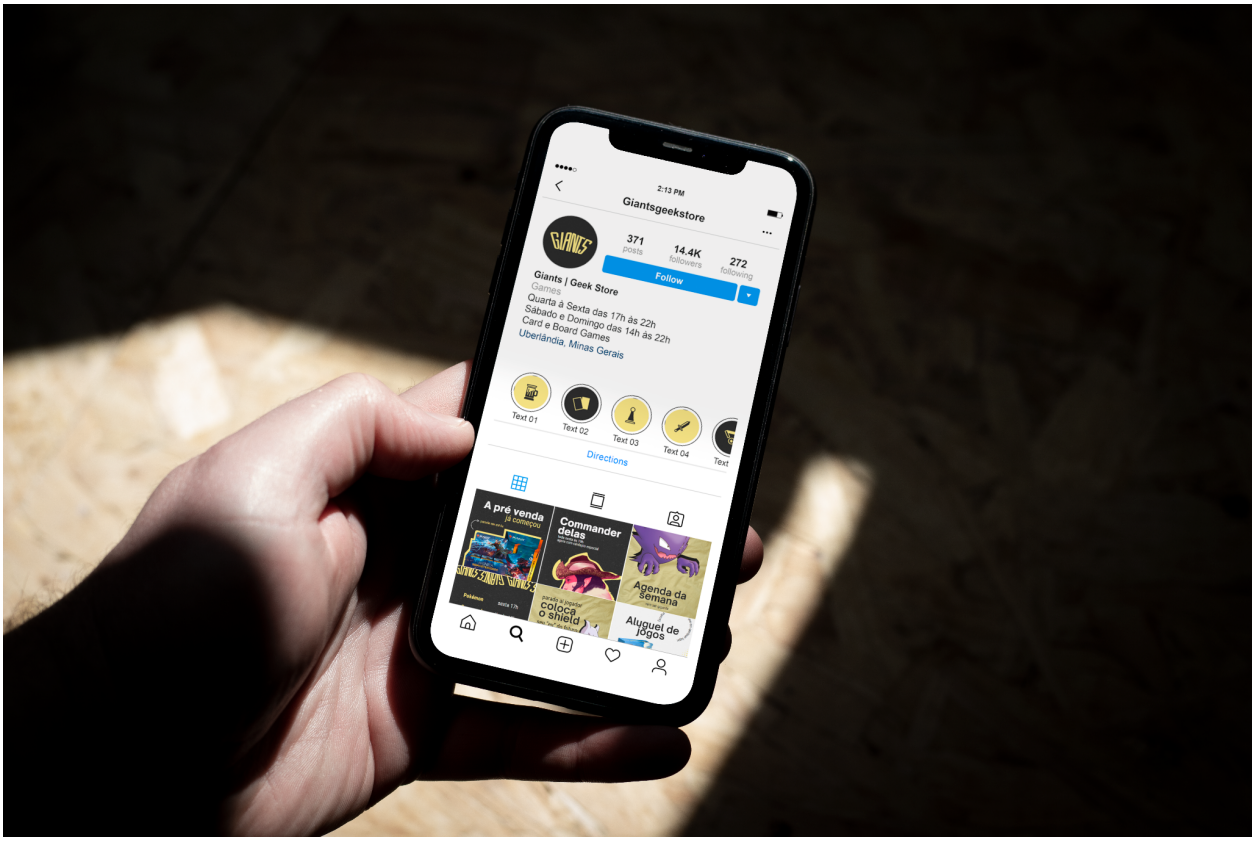
Stories: compartilhamento da agenda/eventos; novidades e bastidores.

Reels: vídeos com explicação dos jogos; curiosidades sobre personagens e jogos e demonstração dos serviços da loja.

Destaques: destacar os stories mais explicativos que auxiliam os clientes a compreender o espaço e serviços oferecidos.

Tabela 2: Planejamento semanal de acordo com o tema abordado em cada dia

Dias da Semana	**Segunda**	**Terça**	**Quarta**	**Quinta**	**Sexta**	**Sábado**	**Domingo**
Tipo de post	Meme sobre jogos	Curiosidade sobre algum personagem/jogo	Explicação do funcionamento de algum jogo	Espaço físico	Divulgação de lanches do cardápio	Espaço físico e lanche	Divulgação da itens da loja



- Grupo no Whatsapp:

Um canal de comunicação que proporciona mais proximidade com o público e possibilita enviar novidades e manter o público mais fiel atualizado.

- Comunidade no Discord:

Plataforma com possibilidade de criar vários espaços separados por jogos, para organizar comunicações mais específicas, fomentar discussões e organizar atividades.

- Google Maps:

Manter informações atualizadas que facilite a loja a ser encontrada pelos clientes já interessados e aumente a chegada de novos clientes por SEO.

7.3.2. Marketing Offline

- Espaço físico:

Criação de salas temáticas de acordo com os tipos de jogos:
Sala Taberna - Jogos de RPG
Sala Campo de Batalha - Magic
Sala Awaken - Jogos de tabuleiro e videogame

- Clube de Membros Giants:

Assinatura mensal para membros para utilização do espaço.

- Ranking de campeões:

Quadro exposto em local de destaque com os melhores colocados para impulsionar a participação dos clientes e compartilhamento nas redes sociais.

- Torneios:

Agenda feita com torneio semestral fixo de Magic, dividido por níveis de jogadores, com prêmios em consumação na loja.

- Noite das Mulheres e LGBTQIA +

Evento mensal para promover a maior participação de mulheres e pessoas da comunidade LGBTQIA +.

7.4. Praça

A Awaken Giants, como analisado anteriormente, busca ser, para seus clientes, um local agradável para fãs e pessoas com curiosidade em conhecer card games no geral, seja eles do mais complexo ao mais simples. Atualmente, a empresa se situa na Rua África, 510, bairro Tibery, Uberlândia, uma região extremamente residencial da cidade e, sem grandes pontos de referência por perto, o que pode dificultar a captação de novos clientes que podem passar por perto em determinados momentos. Entretanto, isso não parece ser um empecilho aos clientes atuais que, sem questionar a localização geográfica, sempre se fazem presentes e fiéis, uma vez que os mesmos tratam os card games como um estilo de vida.

Para melhorar o espaço físico da Awaken Giants, foi pensando que a estrutura do local pode ser dividida do seguinte modo:

- Fachada:

Entrada em forma de arco, estrutura semelhante a um castelo medieval, com paredes feitas de tijolinhos, para que o público se envolva totalmente no mundo imaginário dos games.

- Recepção:

Balcão de MDF para recepção e caixa e 5 cadeiras.

- Salão de jogos integrado com o bar:

Salão: 8 mesas com 4 banquetas em cada, feitas de MDF com pés de metalon.

Bar: balcão em MDF com banquetas, para criar um ambiente descontraído e funcional, parecido com um bar comum.

- Cozinha:

Armários planejados em MDF, geladeira, fogão, freezer, chapa, coifa, bancada em granito e pia.

- 3 salas para jogos:

Sala 1: Denominada Campo de Batalha, é destinada ao jogo Magic. Decorada com cores que remetem ao jogo, contém uma mesa grande em MDF com cadeiras e uma estante de madeira com intuito funcional e decorativo.

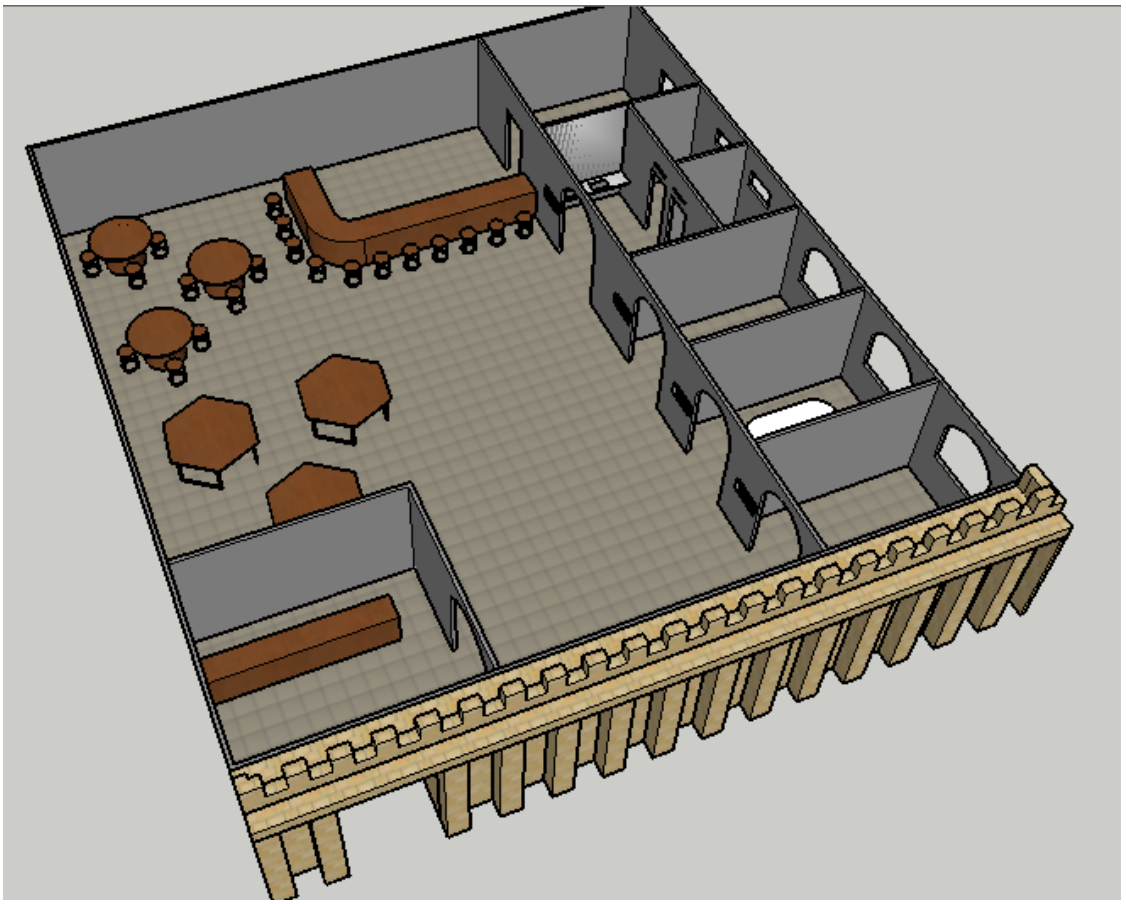
Sala 2: Denominada Taberna, criada para o jogo de RPG, é decorada baseada na série Strangers Things, já que a sala e a série possuem temáticas relacionadas.

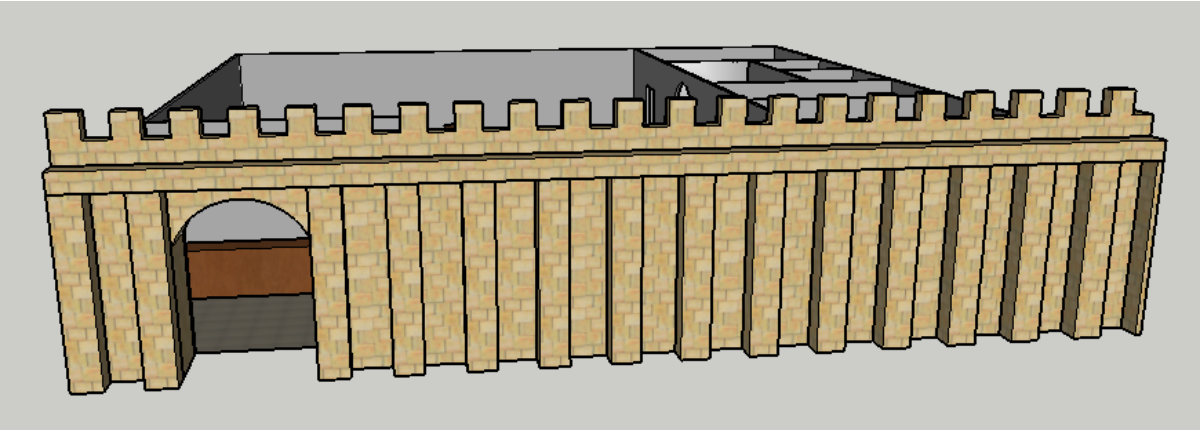
Contém uma mesa em formato oval com cadeiras confortáveis e uma estante em parede total decorativa e funcional.

Sala 3: Denominada Awaken, destinada para tabuleiros e consoles, contém 4 puffs na cor amarela, com painel em MDF, TV, 4 mesas pequenas com 4 cadeiras para os jogos de tabuleiros, estante de madeira funcional e decorativa.

- Sanitários integrado com lavabo:

Sanitário feminino e masculino, integrados ao lavabo dividido em duas partes: para o banheiro masculino e feminino, ambas com bancadas em granito e cubas duplas e espelhos em cima.





7.5. Produção Jurídica

Em vista dos diversos problemas, já documentados no presente trabalho, enfrentados pela empresa Awaken Giants, esta procurou os serviços de Consultoria da Meeple, que trouxe diversas soluções inovadoras para combater os desafios da empresa de jogos. Para documentar e oficializar os direitos e obrigações de cada uma, foi assinado um contrato entre as duas empresas (anexo 1), bem como um termo de parceria (anexo 2).

Na atualidade, para a abertura de uma empresa, é necessária uma gestão e planejamento prévio para se obter sucesso. Dessa forma, é fundamental, por exemplo, ter conhecimento sobre os tipos de empresa que existem no país e em qual desses

tópicos a sua empresa se adequa. No Brasil, atualmente existem diversos tipos de empresas, são elas: Eireli, MEI, Sociedade Limitada (LTDA), Sociedade Anônima (S/A), entre outras.

A empresa de natureza jurídica Sociedade Limitada (LTDA) possui diversos pontos positivos, e por isso é a mais utilizada no Brasil. Ela é formada por dois ou mais sócios, e a responsabilidade financeira é limitada ao capital social do negócio, ou seja, os bens particulares dos sócios ficam separados do empreendimento, não podendo ser utilizados em casos de problemas com a empresa e protegendo o capital dos sócios. Além disso, outro aspecto positivo deste tipo de empresa é que as formalizações são realizadas através de um contrato social, onde serão estabelecidas as atribuições de cada sócio, suas partes nos lucros e nos investimentos ou as possibilidades em caso de falência. Por isso, a elaboração do contrato social é imprescindível, e deverá ser o primeiro passo a ser seguido na abertura de uma LTDA.

Destarte, a empresa Meeple, no exercício de seu serviço de Consultoria, notou a falta de uma Contrato Social que dispunha, claramente, sobre os devidas informações da empresa Awaken Giants — caracterizada como Sociedade Limitada Tradicional (LTDA) — e, portanto, se dispôs à elaboração jurídica do mesmo, contendo informações dos sócios, investimentos, lucros, percentuais e outras informações necessárias.

Além do contrato social (anexo 4) que foi entregue aos sócios, foi proposta uma solução em relação à locação dos jogos para com os clientes: a Meeple formulou um contrato de locação e um termo de responsabilidade (anexo 3), onde foi informado sobre os valores dos objetos, multas em caso de inadimplência ou perda dos objetos, e outras informações relevantes como a situação dos jogos antes da locação. O objetivo é assegurar maior controle e organização das informações sobre os jogos, bem como a coleta dos dados dos clientes, garantindo maior segurança para a empresa.

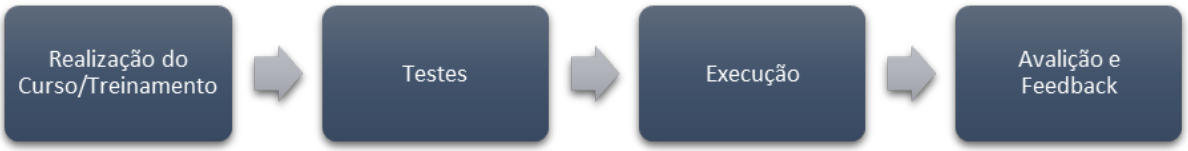
Outro óbice jurídico detectado pela Meeple foi a respeito da Lei n° 13.709, de 14 de agosto de 2018, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. A Empresa de Consultoria notou que os dados dos clientes no momento do aluguel dos jogos eram armazenados no Microsoft Excel, e eram recolhidos os seguintes elementos: nome, CPF, número de telefone e jogo locado. Ou seja, não havia nenhuma segurança a respeito da proteção da divulgação dos dados dos clientes. Visto assim, foi adicionada uma cláusula no Contrato de Locação assegurando esta proteção jurídica e privacidade dos clientes.

7.6. Pessoas

Os Desenvolvimentos da Empresa Meeple

Os sócios-proprietários da empresa Awaken Giants, afirmam que não possuem um planejamento de treinamentos e capacitação para os seus colaboradores, mas entendem que é um processo de grande valia, tendo em vista que contribuem para uma maior organização empresarial.

Planejamento da execução dos treinamentos:



Treinamentos

O treinamento é um processo de aprendizagem, que deve ser aplicado tanto aos novos quanto aos antigos funcionários, capacitando-os para o exercício de suas funções ou melhoramento no desempenho de suas tarefas.

Apresentamos quatro treinamentos principais que farão parte do planejamento para a empresa:

- Treinamento de Atendimento ao Cliente;
- Treinamento de 5S;
- Treinamento de Normas de Boas Práticas de Fabricação;
- Treinamento do uso de EPI / EPC

Treinamento Atendimento ao Cliente

O atendimento ao cliente é um grande diferencial competitivo, tanto para atrair quanto para manter a clientela. O treinamento de atendimento ao cliente visa o aperfeiçoamento de padronização do atendimento focado na satisfação do cliente e alinhamento da abordagem e resolução de conflitos com os valores da empresa.

O treinamento possibilita aumentar a produtividade dos colaboradores; contribui para a melhora do clima organizacional e contribui para a satisfação dos clientes, possibilitando maior fidelização. O treinamento, pode ainda, aumentar a motivação dos funcionários, que se sentem mais capacitados para atender e solucionar problemas (COSTA; SANTANA; TRIGO; 2015).

Treinamento 5S

Esta metodologia, de origem japonesa, é um sistema organizacional com foco na eficiência, produtividade e qualidade do ambiente de trabalho. É amplamente utilizada e consolidada em empresas de todo o mundo.

Os cinco “S” representam cinco princípios: Seiri (Senso de Utilização), Seiton (Senso de Ordenação), Seiso (Senso de Limpeza), Seiketsu (Senso de Padronização) e Shitsuke (Senso de Disciplina) (Rodrigues et. al, 2015).

- Seiri (Senso de Utilização):

Consiste na eliminação do que é desnecessário no ambiente de trabalho.

Na prática, itens, ferramentas, documentos ou materiais que não são essenciais para as atividades diárias devem ser identificados e removidos, a fim de manter o espaço apenas com o que é essencial e assim, evitar desperdícios de espaço e tempo.

- Seiton (Senso de Ordenação):

Os itens identificados como essenciais na etapa anterior devem ser organizados de maneira mais eficiente. Cada tipo de item deve ser sistematicamente organizado. Isso poupa tempo e traz mais clareza ao ambiente.

- Seiso (Senso de Limpeza):

Limpeza e manutenção do ambiente de trabalho, que deve ser aplicada tanto ao espaço físico quanto ao operacional. De acordo com esse método, um ambiente mais

- Seiketsu (Senso de Padronização):

A padronização de práticas e processos é o que garante que as mudanças propostas nas etapas anteriores sejam sustentadas.Sendo assim, devem ser criadas regras e quanto a forma de utilização do ambiente de trabalho, incluindo a forma de limpar e organizar.

- Shitsuke (Senso de Disciplina):

A disciplina é uma parte importante deste sistema, sendo o último “S” o compromisso com os princípios anteriores, com a criação de uma cultura organizacional na empresa, que valorize os outros princípios do sistema.

Treinamento de Normas de BPF

As Boas Práticas de Fabricação (BPF), são uma série de condutas baseadas no *Codex Alimentarius* e que convergem com a legislação brasileira para produção de alimentos, como RDC 216/2004 e RDC 275/2002. São procedimentos padronizados, que visam a qualidade e segurança na produção de alimentos e bebidas para consumo humano e regulariza aspectos que vão da matéria prima à distribuição dos alimentos.

A elaboração de um BPF deve ser feita por um profissional capacitado (nutricionista, técnico em alimentos, biólogo ou veterinário), contemplando a realidade do local. A implementação dessas normas possibilita mais segurança para os clientes e funcionários.

Treinamento EPI / EPC

O uso de EPI (Equipamento de Proteção Individual) e EPC (Equipamento de Proteção Coletiva), visa a segurança dos colaboradores, clientes e todos que utilizam o ambiente; prevenção de acidentes e melhoria do ambiente de trabalho. O treinamento se faz essencial, para que todos tenham clareza dos riscos envolvidos em cada procedimento e a necessidade de utilização de cada equipamento de proteção para minimizá-los. O treinamento deve estar sob responsabilidade de um profissional, geralmente um técnico de segurança do trabalho.

7.7 Conclusão

A Meeple é uma empresa de consultoria focada em melhorias por meio de soluções inovadoras, cujos pilares são eficiência e criatividade. Nesse contexto, ao exercer serviços à Awaken Giants, empresa focada em jogos de tabuleiro com sede em Uberlândia foi possível perceber, logo de início, que esta possui uma proposta inovadora, pois o aluguel de jogos de tabuleiro e de cartas proporciona entretenimento e interação presencial, aprimorando relacionamentos de grupos sociais como amigos e família. Ademais, o ponto principal que torna essa empresa extremamente promissora é o fato de que ela obtém o monopólio do mercado uberlandense, ou seja, é única e exclusiva na região, não possuindo concorrente no ramo.

Foi realizada uma pesquisa de público regional com pessoas que já consumiam algum tipo de jogo ou tinham familiaridade com o nicho. Com os resultados da pesquisa e a observação direta do negócio, foi possível perceber os três principais problemas que cercavam os empreendimentos deste mercado: estrutura dos locais, distribuição e preço dos produtos. Além disso, foi realizada uma visita à empresa, bem como um estudo detalhado que permitiu a execução de dois clientes ideais, Júlia e Eduardo, possibilitando que a empresa consultora pudesse criar estratégias de marketing mais específicas.

Nossa Consultoria idealizou soluções com base na análise de mercado e público-alvo. A Meeple trouxe para a Awaken Giants um visual mais dinâmico, instagramável e convidativo para os clientes, mudando desde o nome da empresa para maior facilidade de identificação e pronúncia, até o seu layout interno, buscando maior aproveitamento de espaço. Além disso, foi sugerida a criação de um novo Instagram para a empresa, grupo no Whatsapp, comunidade no Discord e um plano de assinatura mensal para tornar os clientes mais engajados e fiéis. Desta forma, a Meeple pretende a resolução dos óbices, garantindo à empresa resultados reais e satisfatórios.

7.8. Nossa experiência

O interdisciplinar é uma matéria exclusiva para o primeiro período na Esamc. Uma experiência desafiadora, que nos ensina a trabalhar em equipe, com pessoas de cursos, pensamentos, objetivos e histórias diferentes. Não é uma tarefa fácil, mas, ao

longo do semestre, conseguimos manter um trabalho harmonioso entre os integrantes, aproveitando o melhor que cada um poderia oferecer.

O tema proposto no interdisciplinar é o empreendedorismo, com isso, tivemos a oportunidade de conhecer a empresa AWAKEN GIANTS. Foi necessário imergir de fato no universo da empresa, entender seus problemas, pontos negativos e positivos e observar como poderíamos ajudar a melhorar e resolver os problemas. Com base nas pesquisas realizadas e conversas com os sócios-proprietários, chegamos ao consenso de quais eram os problemas e algumas possibilidades de solucioná-los.

Foram feitos projetos para melhoria de espaço, melhoria de comunicação para divulgar e apresentar o local, que era pouco conhecido. Um novo cardápio foi proposto e a implementação de um catálogo de jogos para auxiliar os clientes e melhorar o fluxo de atendimento.

Por fim, vivenciar o interdisciplinar e poder aplicar alguns dos conhecimentos que já possuímos e os que adquirimos ao longo do semestre em outras disciplinas foi engrandecedor e gratificante. O aprendizado proporcionado pelas experiências do Interdisciplinar sobre a importância de um trabalho em equipe ficará marcado.

8. Referências

COSTA, A. C.; SANTANA, L. C. de; TRIGO, A. C. Qualidade do atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações. **Revista de Iniciação Científica – RIC Cairu**, v. 2, n. 2, p. 155-172, 2015.

RODRIGUES, D. D. R.; SILVA, M. V.; BATISTA, M. D. S.; SENNA, P. Contribuição da metodologia 5S em uma creche pública. **Anais dos Encontros Nacionais de Engenharia e Desenvolvimento Social - ISSN 2594 - 7060**, v. 12, n. 1, 2015.

Anexos

Anexo 1: Contrato de Prestação de Serviços.pdf

Anexo 2: Termo de Parceria

Anexo 3: Contrato de Locação.pdf

Anexo 4: Contrato Social.pdf

ESAMC

METODOLOGIA CIENTÍFICA E TECNOLOGIA DE PROJETOS (PROJETO INTERDISCIPLINAR)

ICE - Iniciativa Comercial Empreendedora

INICIATIVA COMERCIAL EMPREENDEDORA

Uberlândia - MG

2023

Alícia Estefani Feitosa Pereira - RA 223011 - Arquitetura e Urbanismo
Bruno Campos Guimarães - RA 223291 - Administração
Cacio de Jesus Silva Filho - RA 223141 - Arquitetura e Urbanismo
Cássio Augusto Marques Alves Fonseca - RA 223090 - Design Gráfico
Diena Paula Melo Rodrigues - RA 223427 - Direito
Franklin Eudes Eleutério Pontes - RA 223079 - Sistemas da Informação
Guilherme Rocha Galvão - RA 223322 - Publicidade e Propaganda
Jayne Vitória de Souza Marques - RA 223304 - Design Gráfico
Juscelma Braga Oliveira - RA 223334 - Sistemas da Informação
Leticia Silva dos Santos - RA 223015 - Direito
Maria Carolina da Silva Santos - RA 223051 - Publicidade e Propaganda
Mariana Ferreira Alves - RA 223099 - Sistemas da Informação
Yasmim Zardine Araújo Crispim de Menezes - RA 223064 - Psicologia

METODOLOGIA CIENTÍFICA E TECNOLOGIA DE PROJETOS

ICE - Iniciativa Comercial Empreendedora

Projeto Interdisciplinar referente à disciplina de Metodologia Científica e Tecnologia de Projetos da Faculdade ESAMC Uberlândia.

Orientadores: Franklyn Nascimento e Vinicius Rezende

Uberlândia
2023

Sumário

1. Squad....6
1.1. Slogan....6
1.2. Atribuições do Squad....6
1.3. Marca....7
1.4. Peças de comunicação....7
2. A empresa....9
2.1 “Favorita - Pães e Doces”....9
2.2 Pesquisa de mercado....10
3. Persona....15
4. Dor de Mercado....19
5. Proposta de Valor....21
6. Soluções Inovadoras....22
7. Os Ps....23
7.1. Protótipo MVP (Produto)....23
7.1.1. Identidade visual....23
7.1.2. Café Colonial....25
7.1.3. Arquitetura e espaço físico....26
7.1.3.1. Fachada do Edifício....26
7.1.3.2. Materiais e Texturas....29
7.1.3.3. Ambiente Pet Friendly....29
7.1.3.4. Reorganização do espaço....31
7.1.3.5. Ambiente “Instagramável”....32
7.1.4. Site para delivery....32
7.1.5. Modernização....34
7.1.6. Contratações....35
7.2. Preço....36
7.3. Promoção....39
7.4. Praça....42
7.5. Produção Jurídica....42
7.5.1. Direito Civil....42
7.5.2. Sociologia Geral e Jurídica....43
7.5.3. Direito Penal....44
7.5.4. Direito Contemporâneo....44
7.5.5. Ciência Política....45
7.5.6. Teoria Geral do Direito....45
7.5.7. História do Direito....45
7.6. Pessoas....47
7.6.1. Recrutamento e Seleção....47
7.6.2. Propostas para segurança e bem-estar dos colaboradores....49
8. Conclusão....52
9. Referências Bibliográficas....54

Sumário de Figuras

Figura 1 - Logomarca da ICE....7
Figura 2 - Aplicação da marca ICE em camisetas.... 7
Figura 3 - Peças de comunicação da ICE....8
Figura 4 - Fachada e interior da Favorita Pães e Doces....10
Figura 5 - Gráfico: Faixa etária dos entrevistados.... 11
Figura 6 - Gráfico: Nível de importância do serviço de panificação no cotidiano.... 11
Figura 7 - Gráfico: Frequência de utilização do serviço....12
Figura 8 - Gráfico: Tipos de consumo.... 12
Figura 9 - Gráfico: Produtos mais consumidos....13
Figura 10 - Gráfico: Quantidade de entrevistados que enfrentaram problemas em panificadoras.... 14
Figura 11 - Imagem fictícia da Persona Cleide....15
Figura 12 - Mapa de Empatia - Persona 1....16
Figura 13 - Imagem fictícia da Persona Gabriel.... 17
Figura 14 - Mapa de Empatia - Persona 2....18
Figura 15 - Canvas Proposta de Valor....21
Figura 16 - Logomarca anterior da Favorita.... 23
Figura 17 - Nova logomarca da Favorita desenvolvida pela ICE....24
Figura 18 - Esboço da nova fachada proposta pela ICE.... 27
Figura 19 - Proposta de fachada elaborada pela ICE....28
Figura 20 - Moodboard de materiais e texturas para o projeto.... 29
Figura 21 - Projeto do ambiente pet friendly.... 30
Figura 22 - Moodboard de ambientes pet friendly para o projeto....30
Figura 23 - Planta da nova disposição do espaço....31
Figura 24 - Moodboard de propostas para o ambiente instagramável.... 32
Figura 25 - Site de delivery da Favorita....33
Figura 26 - Aplicação da marca em cartões....39
Figura 27 - Novas peças de comunicação da Favorita (Parte 1)....40
Figura 28 - Novas peças de comunicação da Favorita (Parte 2)....41

Sumário de Tabelas

Tabela 1 - Investimento total.....36
Tabela 2 - Ticket Médio Café Colonial.....37
Tabela 3 - Ticket Médio Aplicativo.....37
Tabela 4 - Ticket Médio Total.....38
Tabela 5 - Lucro.....38
Tabela 6 - Prazo de Retorno do Investimento - PRI.....39

1. Squad

Somos a *Iniciativa Comercial Empreendedora*, ou *ICE*. Atuamos no mercado de Consultoria, ofertando serviços de auditoria interna e gestão da qualidade para empresas de diversos segmentos. Nosso objetivo é, através de estudos analíticos e estatísticos, identificar e levantar oportunidades, oferecendo um plano de ação ao cliente que vise melhorias e o crescimento geral do cliente, ao considerar suas principais dores e dificuldades.

1.1. Slogan

"A iniciativa já está no nome."

1.2. Atribuições do Squad

Gestão:
- Product Owner: Jayne
- Scrum Master: Yasmim

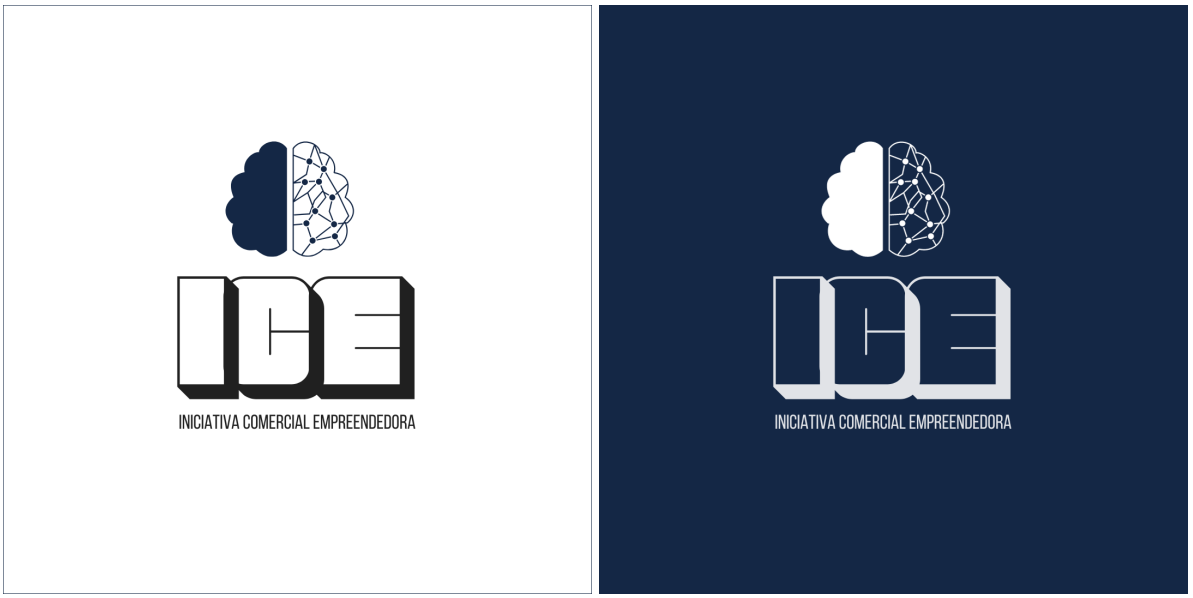
Negócio:
- Marketing: Guilherme
- Designer estratégico: Juscelma e Mariana
- Arquitetos: Cácio e Franklin

Técnico:
- Designer de Experiência (UI/UX): Maria Carolina e Cássio
- Engenheiros: Alícia e Bruno
- Advogadas: Letícia e Diena

1.3. Marca

Identidade visual:

Figura 1 - Logomarca da ICE



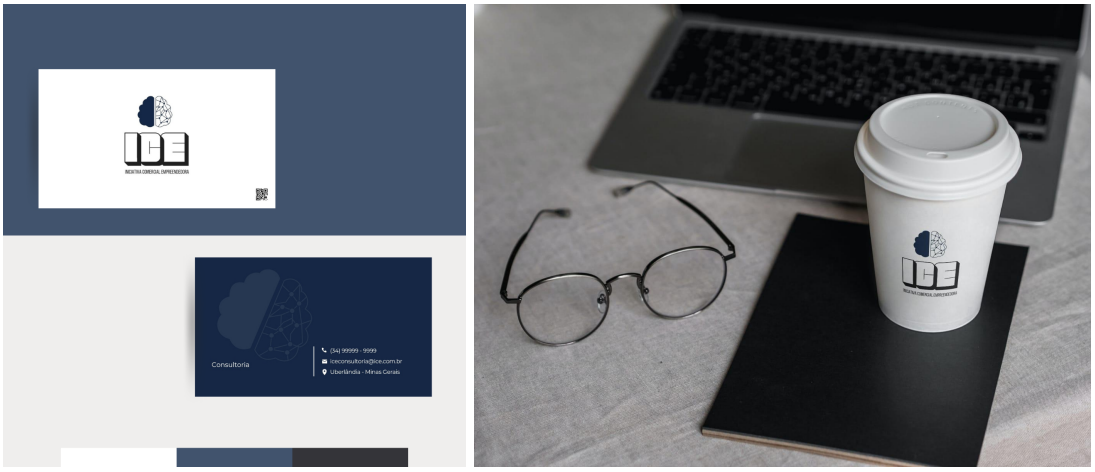
Fonte: Autoria própria

1.4. Peças de comunicação

Figura 2 - Aplicação da marca ICE em camisetas

Fonte: Autoria própria

Figura 3 - Peças de comunicação da ICE



Fonte: Autoria própria

2. A empresa

2.1 “Favorita - Pães e Doces”

A Favorita Pães e Doces nasceu em 09 de Abril de 2016 como Beatriz Pães e Delicatessen. Diante da rápida evolução dos negócios no referido ano, da forte concorrência e da necessidade de um espaço físico maior para melhor atender o público, chegou-se à conclusão de que era o momento de expandir. Tendo como Missão levar seus produtos com qualidade e sabor irresistível para a mesa de seus clientes, a Favorita Pães e Doces, no dia 12 de Fevereiro de 2021, inaugurou sua nova unidade no bairro Santa Mônica (Avenida Ana Godoy de Souza n° 1869). Visando a satisfação dos seus clientes através de Valores como: honestidade, ética e respeito, a Favorita torna-se referência na cidade de Uberlândia, tendo como destaque seu atendimento, higiene, segurança alimentar, além de um ambiente agradável, familiar e aconchegante.

Os dois sócios, hoje casados, se conheceram no mercado da panificação. Elizandro, padeiro chefe, é especializado na área e possui cursos de panificação e confeitaria, enquanto a sócia Dayane é formada em Administração pela faculdade ESAMC.

Na Favorita Pães e Doces, dentre toda a variedade de produtos que é ofertada, os pães caseiros (milho, brioche, batata, mandioca), pão de queijo e pão francês são os que têm mais saída. Os lanches na chapa e capuccinos são os de maior procura para consumo no local e são identificados como diferenciais pela empresa, que considera o capricho no preparo de um bom lanche, unido ao preço acessível, uma estratégia bastante atrativa ao público.

"Foi um longo caminho até aqui, são quatro anos, mas quatro anos de muitas lutas, aprendizados, trabalho duro. Entretanto, é muito gratificante ter um negócio, gerar emprego e renda, movimentar a economia do nosso bairro, da nossa cidade. Vivenciamos no ano de 2020 experiências jamais vividas por ninguém, fomos obrigados a nos reinventar como pessoas, nos adaptar à nova realidade da pandemia. No mundo dos negócios não foi diferente, vimos que as empresas precisam estar preparadas para atender seus clientes mesmo que de forma virtual. O delivery se consolidou e temos que estar preparados para entregar nossos produtos com a máxima qualidade e agilidade na casa das pessoas.

Mas isso tudo vai passar e o que fica são as lições e as novas formas de trabalhar, vender, atender e entregar." - Sócia proprietária Dayane Alves, 2021.

Figura 4 - Fachada e interior da Favorita Pães e Doces

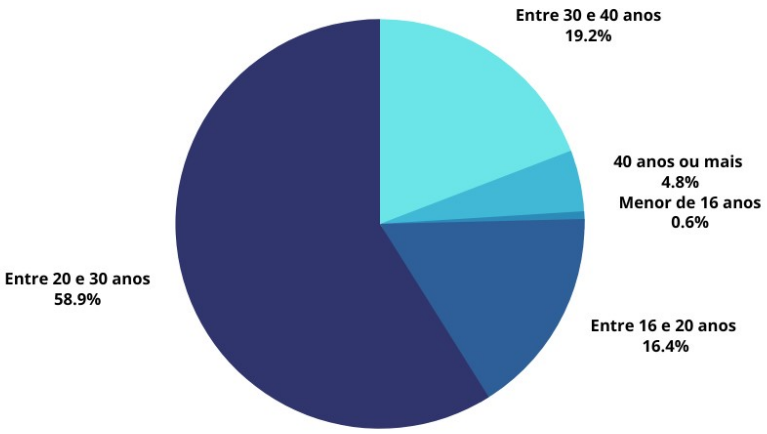
Fonte: Arquivo pessoal dos proprietários

2.2 Pesquisa de mercado

A fim de compreender o público e identificar oportunidades de mercado, foi desenvolvida uma pesquisa completa que auxiliasse na compreensão do perfil do cliente, bem como de suas dores e necessidades. Foi possível mensurar qual a média de idade dos consumidores, a frequência que vão a padarias e panificadoras, os produtos mais requisitados, além das principais dores e pontos de melhoria.

Primeiramente, considerando um total de 168 pessoas que participaram desta pesquisa, 58,9% têm entre 20 e 30 anos, sendo a faixa etária mais presente no cenário em questão, seguido pelos que têm entre 30 e 40 anos, que representam 19,2% da amostragem.

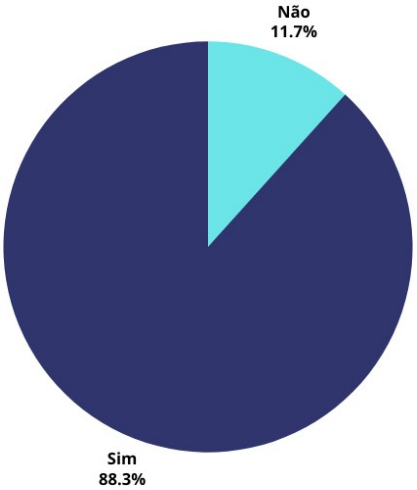
Figura 5 - Gráfico: Faixa etária dos entrevistados



Fonte: Autoria própria a partir de pesquisa desenvolvida pela ICE

Este público considerou, com um total de 88,3%, os produtos e serviços de panificadoras como importantes ou essenciais em seu dia a dia.

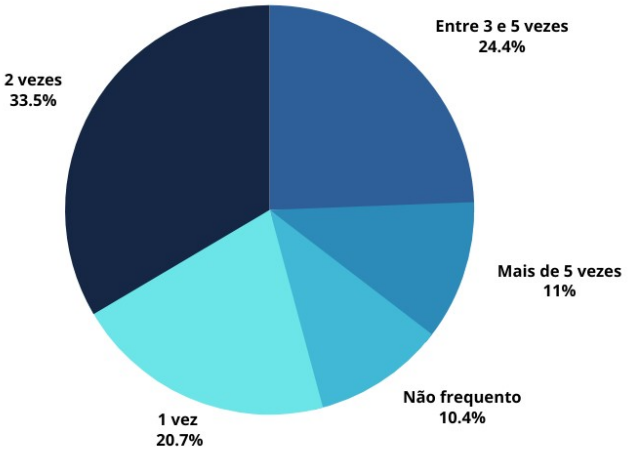
Figura 6 - Gráfico: Nível de importância do serviço de panificação no cotidiano



Fonte: Autoria própria a partir de pesquisa desenvolvida pela ICE

No que diz respeito à frequência, confirmando o resultado anterior acerca da importância desse serviço, 33,5% das pessoas afirmaram que vão a panificadoras 2 vezes por semana, enquanto 24,4% vão entre 3 e 5 vezes por semana.

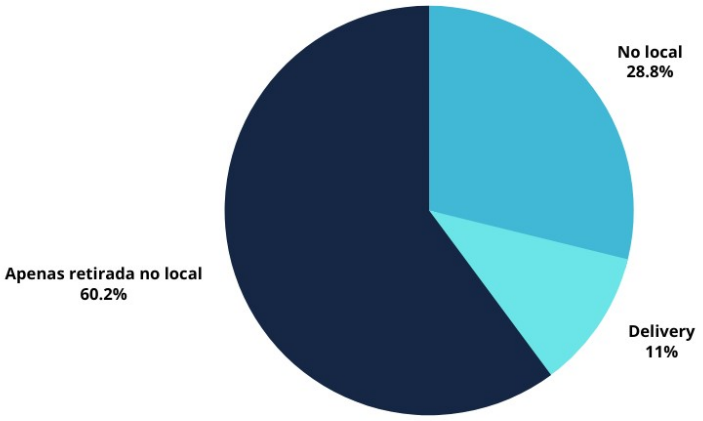
Figura 7 - Gráfico: Frequência de utilização do serviço



Fonte: Autoria própria a partir de pesquisa desenvolvida pela ICE

Quando questionados sobre a forma de consumir os produtos, 60,2% das pessoas afirmaram que preferem retirar no local e consumir em casa, enquanto 28,8% preferem usufruir da estrutura da panificadora e 11% preferem serviços de delivery.

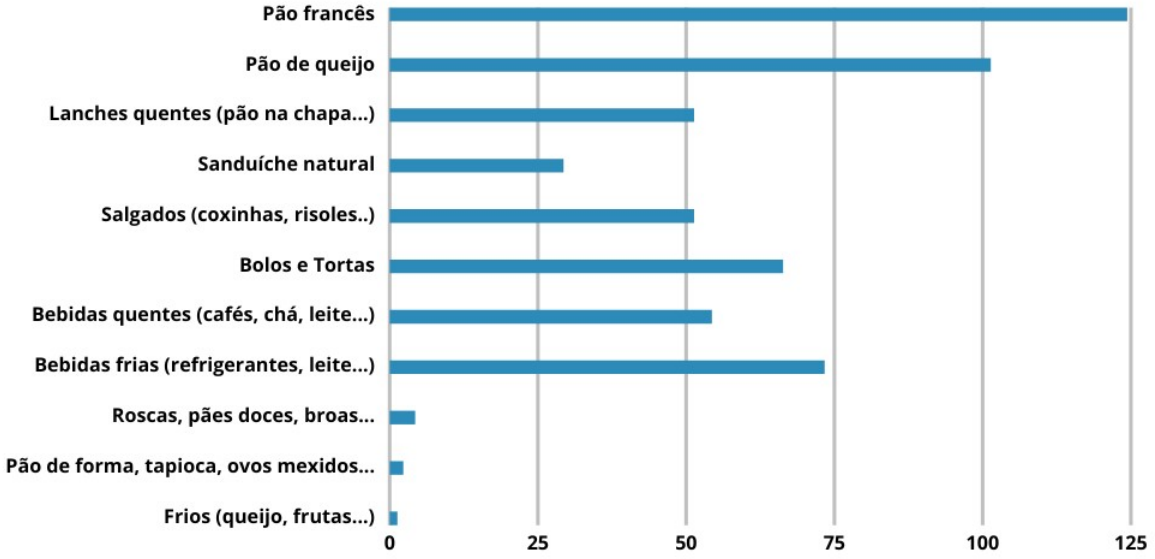
Figura 8 - Gráfico: Tipos de consumo



Fonte: Autoria própria a partir de pesquisa desenvolvida pela ICE

Foi perguntado também quais produtos de padaria esse público mais consome. Majoritariamente, 124 pessoas afirmaram que o que mais consomem é o clássico Pão Francês, seguido pelo Pão de Queijo (101), e bebidas, quentes ou frias.

Figura 9 - Gráfico: Produtos mais consumidos



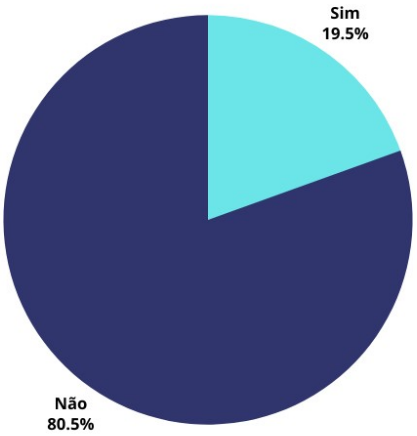
Fonte: Autoria própria a partir de pesquisa desenvolvida pela ICE

Os entrevistados também compartilharam tipos de produtos ou serviços que já consumiram em alguma panificadora mas têm dificuldade de encontrar e gostariam de poder comprar de forma mais facilitada e acessível. Foi percebido que a grande maioria opta pelos produtos regionais como pão de queijo, pão francês, bolos e até mesmo pamonha. Entretanto, foram listadas opções mais diferenciadas como: rodízio de café (da manhã ou da tarde) com grande variedade de alimentos e de bebidas - quentes e frias -; opções práticas e acessíveis de alimentos veganos e frutas frescas; pão de queijo recheado; opções que derivam da cultura americana como waffle, panquecas doces e torta holandesa.

Outra sugestão recebida diz respeito ao serviço de entrega e logística, propondo a possibilidade de entrega programada, em que todo o processo seria tratado entre cliente e padaria, sem intermédio de nenhum aplicativo comum do ramo alimentício.

Por fim, foi perguntado aos entrevistados se já passaram por algum problema relacionado ao atendimento ou produtos de panificadoras. Surpreendentemente, apenas 19,5% das pessoas informaram que enfrentaram dificuldades durante alguma experiência.

Figura 10 - Gráfico: Quantidade de entrevistados que enfrentaram problemas em panificadoras



Fonte: Autoria própria a partir de pesquisa desenvolvida pela ICE

Quanto a esses problemas, os entrevistados informaram qual foi a situação e a forma que gostariam que fosse resolvida. Após análise das respostas, as dificuldades reportadas com maior frequência foram:

- Atendimento de má qualidade, sendo destacada a falta de cordialidade dos atendentes e demora na prestação do serviço, não respeitando o tempo repassado ao cliente;
- Qualidade duvidosa ou comprometida dos produtos, estando, por vezes, fora da validade para consumo;
- Poucas opções de produtos frescos;
- Falta de higiene no local, com balcões sujos e expositores com moscas;
- Ambiente desorganizado e sem controle de qualidade.

3. Persona

Como público-alvo, a ICE considera, para esse projeto, pessoas de 15 a 70 anos residentes em Uberlândia, de classe média a alta que, independente do gênero, apreciem e consumam produtos de panificação e confeitaria, os considerando como essenciais no cotidiano. Assim, a fim de analisar os perfis de públicos com idade e interesses distintos, foram desenvolvidas duas *Personas*, que, apesar das diferenças, possuem, em comum, o fato de consumirem o serviço em questão. Ademais, para cada uma, foi elaborado um *Mapa de Empatia*.

Cleide Francisca Duarte, 60

Uberlândia, Jardim Karaíba

Figura 11 - Imagem fictícia da Persona Cleide Duarte feita por Inteligência Artificial

Cleide Francisca tem 60 anos de idade, mas ao longo de sua vida teve grandes conquistas e, por isso, atualmente mora na cobertura de um dos apartamentos mais luxuosos do Jardim Karaíba, em Uberlândia, Minas Gerais. Durante sua infância, teve experiências rurais, crescida na fazenda Coronel Duarte na cidade de Poconé, no interior do Mato Grosso, uma herança de família, ordenhava vacas para ajudar os pais e, todos os dias nos finais de tarde, sua mãe fazia roscas e bolos, que Cleide se recorda como quentes e fofinhos, para agradecer a filha por ajudar nos trabalhos, demonstrando a importância da filha de forma afetiva. Porém, aos 10 anos de idade, seu pai decidiu se mudar para Uberlândia, visto que a fazenda não estava gerando os lucros esperados e, sendo assim, a vendeu para ir atrás de novas oportunidades no estado de Minas Gerais. Assim que chegaram, compraram um terreno e começaram a construir a própria casa, sua mãe começou a trabalhar como secretária de uma empresa e o pai com negócios. Dessa forma, sua rotina mudou drasticamente e, quando sua mãe deixava algumas moedas sob a mesa de cabeceira, Cleide sabia que poderia se lembrar de casa indo até a padaria do bairro para comprar pães e alguns bolos. A garota cresceu, se casou, teve dois filhos e seus hábitos

de infância não mudaram, ir à padaria se tornou um costume desde a infância de seus filhos. Porém, quando eles ainda estavam na infância, aos 35 anos de idade, Cleide foi diagnosticada com diabetes, e mesmo indo a padaria com os filhos, se restringiu de inúmeros prazeres alimentícios entre pães e os mais variados produtos devido à sua saúde. Assim, quando seus filhos cresceram, sempre procuravam uma forma de agradar a mãe, agora divorciada, comprando ou fazendo algo que Cleide pudesse comer, mas a agora senhora, não sentia a mesma sensação de satisfação, por serem produtos industrializados ou sem a vida que tinham nas vitrines das panificadoras. Por fim, Cleide e seu cachorro de estimação, Alfredo, moram sozinhos hoje, entretanto, a senhora se acostumou com as opções que tem, porém, ainda espera sentir as emoções da infância ao comer o que pode, mas com sabores inesquecíveis.

Figura 12 - Mapa de Empatia - Persona 1

Fonte: Autoria própria

Gabriel Henrique Paiva, 15

Uberlândia, Santa Mônica

Figura 13 - Imagem fictícia da Persona Gabriel Henrique feita por Inteligência Artificial

Gabriel reside no bairro Santa Mônica junto com seus pais, onde nasceu e cresceu. Estuda na Escola Estadual Segismundo Pereira e está no primeiro ano do ensino médio e sua matéria preferida é o recreio, no qual ele passa muito tempo com seus amigos, os mesmos que o acompanham para um lanche todos os dias depois das aulas em uma padaria perto do colégio. Este é um costume antigo desse grupo de amigos porque, como estudaram juntos a vida inteira, suas mães sempre promoveram lanches coletivos e eles, frequentemente, se reuniam para consumir quitandas como bolos, pães de queijo, baurus, cookies e sucos, que são muito comuns nos gostos das crianças. Agora adolescentes, o grupo se reúne todos os dias e cada amigo é responsável por pagar em algum dia da semana. Gabriel sempre paga às quartas, e essa é sua maior motivação para não faltar às aulas, ele detesta perder o lanche com os amigos. Entretanto, a padaria de sempre está fechando e todos estão à procura de um novo local para as reuniões diárias que tenha lanches tão gostosos, ou até melhores, quanto os da lanchonete anterior. Além disso, os encontros não ficam restritos aos pós aula, aos finais de semana depois do futebol de sábado o lanche da tarde é sempre certeiro!

Figura 14 - Mapa de Empatia - Persona 2

Fonte: Autoria própria

4. Dor de Mercado

Após entrevista completa e conversa com os sócios-proprietários da panificadora Favorita Pães e Doces, os quais são os maiores conhecedores da rotina do negócio, a ICE analisou cautelosamente e pôde encontrar e destacar os principais problemas que a empresa enfrenta atualmente.

O primeiro fator observado é o fato de os clientes não levarem os produtos para serem pesados na balança do balcão de atendimento e se direcionarem diretamente ao caixa, gerando, assim, um possível tumulto e maior tempo de espera no atendimento. Ainda relacionado à logística, percebe-se uma grande dificuldade ao fazer pedidos quando o comércio está cheio, uma vez que são feitos manualmente e, dado o número de funcionários, não é possível remanejá-los para essa função devido às demais demandas.

Além disso, quanto aos produtos, é notado grande desperdício, visto que o estabelecimento produz determinados alimentos perecíveis em alta quantidade e estes não são vendidos dentro do prazo estabelecido, gerando, também, um déficit no lucro da empresa. Ainda, foi possível observar desperdício também por parte dos clientes, no que diz respeito ao consumo no local.

Ademais, há o fato de os clientes colocarem seus animais de estimação próximos à bancada com os alimentos, podendo gerar contaminação e, até mesmo, desconforto a outros consumidores.

Sobre atendimento e comportamento dos funcionários, foram identificados dois problemas: o primeiro deles é o não comparecimento sem aviso prévio ou justificativa, notando-se falta de compromisso e, tratando de uma pequena empresa, o desligamento de um colaborador é complicado no que diz respeito a gastos e burocracia. Outrossim, uma crítica constantemente recebida pela panificadora é a demora no atendimento online e entrega por aplicativo de *Delivery*. Isto se deve ao quadro reduzido de colaboradores, porque não há, hoje, uma pessoa responsável por este serviço, bem como pela parte de *Social Media* e abastecimento de conteúdo para as redes sociais.

Esses pontos são confirmados ao analisar a pesquisa de mercado feita anteriormente, que aponta as principais insatisfações dos clientes que frequentam padarias com assiduidade. As informações coletadas mostram problemas recorrentes diversos, como por exemplo: demora no atendimento, produtos com o prazo de validade próximo ao vencimento, mesas e bancadas de consumo sujas por conta do alto fluxo de clientes, comandas manuais que interferem na praticidade, entrega demorada por *Delivery* de aplicativo, pedidos que se

perdem e, consequentemente, não chegam ao cliente, produtos que precisam ser pesados no balcão, vitrines com muitos espaços vazios, demora do atendimento online e ausência de kits de festa em pronta entrega.

Tendo em vista essas avaliações, é possível notar padrões nas respostas dos entrevistados, visto que, mesmo consumindo com muita frequência em um estabelecimento, ainda sim possuem insatisfações que, apesar de aparentar serem problemas de pequeno porte, quando acontecem com frequência podem desencadear diversos efeitos negativos no comércio e na reputação da empresa, como:

- *Perda de clientes e fidelidade:* Os clientes insatisfeitos vão tender a procurar outras opções de panificadoras que ofereçam produtos e serviços de melhor qualidade, ou até mesmo deixar de consumir determinados produtos devido à tal insatisfação. Além disso, podem espalhar comentários negativos sobre a empresa em seus ciclos sociais, nas redes sociais ou em plataformas de avaliação online, o que pode afastar potenciais clientes e prejudicar a imagem da empresa.
- *Redução de receita e lucro:* A perda de clientes implica em redução das vendas e da receita da empresa, o que pode comprometer sua sustentabilidade financeira e sua capacidade de investir em melhorias. Ademais, a panificadora pode ter que arcar com custos adicionais relacionados a devoluções, reclamações, indenizações ou multas por não cumprir as normas sanitárias ou de qualidade.
- *Dificuldade de recrutamento e retenção de talentos:* Os funcionários que trabalham em uma empresa com problemas de qualidade e relacionamento podem se sentir desmotivados, estressados ou insatisfeitos com seu trabalho, o que pode afetar seu desempenho, produtividade e saúde. Outrossim, o colaborador pode buscar outras oportunidades de emprego em empresas melhor avaliadas ou mais reconhecidas no mercado. Isso pode gerar alta rotatividade de *staff* e dificuldade de recrutar e reter talentos qualificados para a empresa.

5. Proposta de Valor

Para elaboração da proposta de valor deste projeto, foi necessário considerar as tarefas exercidas pelo cliente, as dores sentidas por eles e os ganhos propostos.

Primeiramente, a partir das personas elaboradas e da definição do público-alvo, as tarefas do cliente consistem em consumir produtos de panificação em ampla variedade, sentindo-se confortável, seguro e acolhido, principalmente no que diz respeito à aceitação de animais de estimação no estabelecimento, e a realização de pedidos em modalidade delivery.

Quanto às dores, foram consideradas as entrevistas com os proprietários e as pesquisas de mercado. As principais insatisfações são referentes à ausência de serviço de entrega ou delivery de má qualidade, pouca variedade de produtos, poucas novidades e a dificuldade de encontrar ambientes pet friendly na cidade.

Por fim, os ganhos são baseados nas soluções propostas pela ICE e consistem na proposta de valor. Os diferenciais propostos neste projeto são: site próprio com catálogo completo e mídias sociais com conteúdo frequente, grande variedade de produtos, espaço pet friendly e local moderno, seguro, com uso de comandas digitais e serviço de Café Colonial aos domingos.

Figura 15 - Canvas Proposta de Valor

Fonte: Autoria própria

6. Soluções Inovadoras

Tendo em vista as dores dos clientes, dos proprietários e as oportunidades de mercado identificadas, a ICE desenvolveu soluções que visam o crescimento do negócio e seu destaque frente à concorrência, com diferenciais que comprovam o valor da marca.

Primeiramente, foi necessário construir uma nova identidade visual para a Favorita Pães e Doces, trazendo um novo olhar para a marca, ressaltando sua seriedade e seu posicionamento de mercado. Além de uma nova logomarca, foi desenvolvido todo um portfólio com a aplicação da marca no novo cardápio e em mockups gerais.

Estabelecemos, também, como diferencial, a inserção do serviço de Café Colonial, em que o cliente paga um valor fixo, podendo consumir uma variedade de produtos de café da manhã e brunch à vontade. Acontecerá apenas aos domingos pela manhã, estando a critério do cliente aderir a este serviço ou não. O Café Colonial proporciona ao consumidor uma experiência completa de café da manhã com as melhores quitandas e lanches produzidos na Favorita.

Ademais, foi feito um planejamento completo de reestruturação do espaço físico pelo nosso time de arquitetura que contará com nova disposição do ambiente, espaço pet friendly, itens decorativos e uma ilha destinada ao serviço de Café Colonial. Também foi elaborado um projeto de modernização do ambiente, com a inserção de catracas, comandas digitais e autoatendimento.

Por fim, será necessário providenciar a contratação de dois funcionários. O primeiro será um social media, uma vez que hoje não há alguém designado para divulgação, atendimentos digitais e manutenção e abastecimento das redes sociais da panificadora. Além disso, é necessário contratar um entregador porque será implementado novo site para delivery próprio. Isso proporciona total controle da empresa desde a produção até a entrega. A longo prazo, visamos o lançamento de um aplicativo próprio, tendo em vista o alto custo de investimento.

7. Os Ps

7.1. Protótipo MVP (Produto)

7.1.1. Identidade visual

A ICE desenvolveu nova identidade visual para a marca Favorita Pães e Doces, cuja logomarca anterior era simplista, sem muita complexidade gráfica e, de certa forma, infantilizada devido ao uso de um "emoji". A nova identidade traz um novo olhar para a marca, ressaltando sua seriedade e seu posicionamento de mercado. Além de uma nova logomarca, foi desenvolvido todo um portfólio com a aplicação da marca no novo cardápio e em mockups gerais.

Para esse projeto, optamos por uma fonte clássica, remetendo ao sutil e direto. As letras retas sem curvatura demonstram a simplicidade e elegância, tanto na imagem, como também na realidade da panificadora. Ademais, foi colocado como forma de demonstração visual a imagem de um padeiro segurando um pão, com o intuito leve de mostrar que o básico, o que, em grande parte das vezes, permite que haja uma fidelização real e simultânea entre proprietário e cliente.

As cores selecionadas foram definidas pensando em um ambiente rústico e neutro. Por isso, pensando na elegância e sutileza, a cor preta foi escolhida como complemento da cor marrom, que remete o conforto, à casa, no que se diz respeito à natureza. Além disso, o amarelo, para refletir a alegria, e em seguida, o bege, que causa o efeito de tranquilidade e suavização visual.

Figura 16 - Logomarca anterior da Favorita

Fonte: Arquivo fornecido pelos proprietários

Figura 17 - Nova logomarca da Favorita desenvolvida pela ICE

Fonte: Autoria própria

7.1.2. Café Colonial

O Café Colonial tornou-se uma grande e forte tendência em grandes centros como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. A proposta recebeu este nome advindo da história dos senhores de engenho que, ao saírem para o trabalho no campo, se alimentavam com um café da manhã farto e completo, com grande variedade de alimentos, carnes, pães, doces, frutas, bolos etc. O que sobrava da refeição era servido aos serviçais da casa, por isso o nome "Café Colonial".

Neste projeto, a ICE aponta como uma possibilidade de melhoria e inovação para a Favorita Pães e Doces a proposta do Café Colonial. Nosso time de arquitetos estruturou o espaço físico da padaria para comportar a logística e dinâmica da proposta.

No Café Colonial será servido uma variedade de produtos, tais como: frios (presunto e muçarela) , pães (francês, caseiro, de mandioca, integral, de batata), bolos caseiros, quitandas, tortas doces e salgadas, uma variedade de frutas da estação além de molho de salsicha e bacon. Como proposta de bebidas, teremos as opções quentes: café, cappuccino (servido pelo cliente), leite e chá; e geladas: suco de laranja natural(fixo) e mais uma opção de suco variável de acordo com a disponibilidade.

A mesa ficará montada e exposta no centro da padaria para que seja de fácil acesso aos clientes e funcionários. Em alinhamento com a proprietária, definiu-se que o valor deste serviço, inicialmente será aplicado por pessoa no valor de R$45,90 e o cliente poderá se servir à vontade durante o período determinado. Crianças com idade entre 7 e 8 anos pagarão R$18,90, enquanto, para os que possuem entre 1 e 6 anos, o valor será de R$12,90. Estes valores serão comunicados de forma clara e objetiva e serão exibidos em diversos locais do estabelecimento para evitar qualquer possível transtorno ao cliente ou colaborador.

O Café Colonial será servido aos domingos, entre 08h30 e 11h30. É importante ressaltar que este serviço não exclui a possibilidade de o cliente solicitar qualquer item do cardápio à parte, uma vez que estará a critério do cliente aderir a este novo serviço ou não. O projeto será implementado aos poucos, considerando um público que está localizado em um bairro tradicionalista da cidade.

7.1.3. Arquitetura e espaço físico

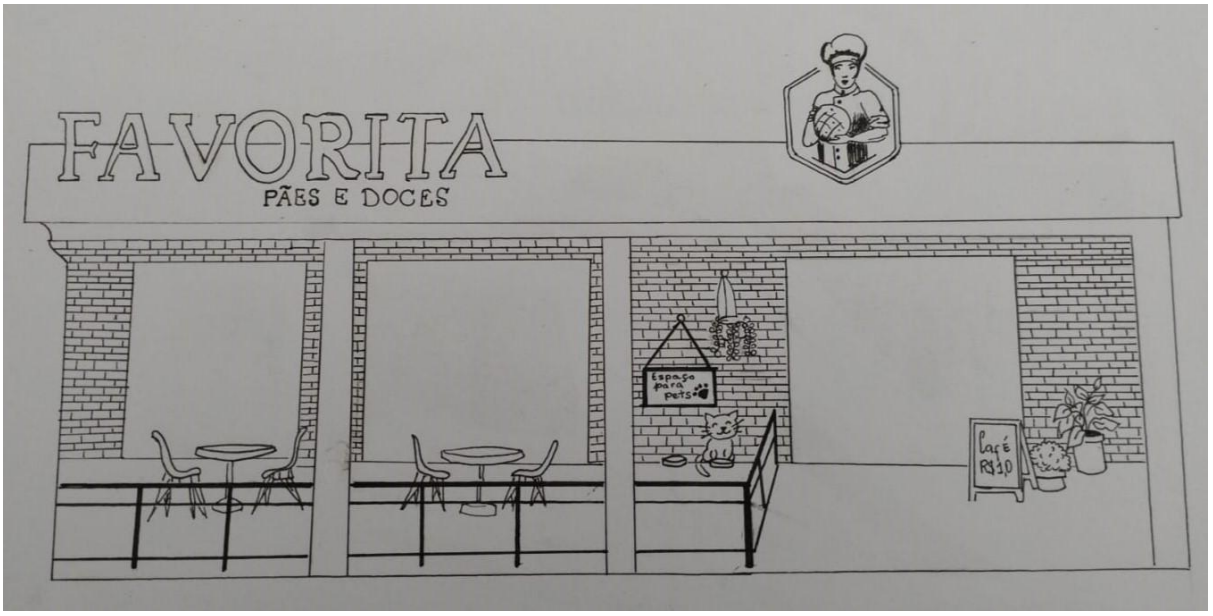
É de extrema importância usarmos a comunicação visual a nosso favor, para transformar não só o ambiente, mas a forma com que o cliente enxerga a empresa, serviço, ou produto a ser oferecido. Tendo isso em vista, criamos um novo projeto a ser desenvolvido, através dele será possível comunicar toda a profissionalidade da panificadora e, assim como um pão quentinho, a sensação de afeto e conforto para os clientes.

7.1.3.1. Fachada do Edifício

Com o objetivo de tornar o local mais atrativo ao primeiro olhar dos consumidores, tomamos a iniciativa de produzir uma nova fachada para a empresa. Nossa intenção é gerar a sensação de um local familiar, agradável, para que o cliente se sinta atraído e confortável em realizar uma primeira interação. Além disso, para adequar o espaço ao novo método de atendimento do"Café Colonial", e solucionar algumas queixas dos proprietários e clientes,

precisamos remanejar as instalações, mesas, gôndolas e outros. Sugerimos centralização da mesa principal, onde será servido o café colonial, e nova disposição para as mesas dos clientes, visando o fácil acesso à área central do estabelecimento, e um melhor controle das mesmas.

Figura 18 - Esboço da nova fachada proposta pela ICE



Fonte: Autoria própria

Figura 19 - Proposta de fachada elaborada pela ICE

Fonte: Autoria própria

7.1.3.2. Materiais e Texturas

Escolhemos os materiais que serão usados no local, sempre visando nosso objetivo principal. Para tornar esse projeto o mais viável possível, procuramos encaixar essas adequações, com instalações já existentes no ambiente, visando a economia sem perder a harmonia entre os materiais. Idealizamos para a parte externa paredes com o revestimento em "tijolinhos" que, juntamente aos detalhes em madeira, trazem sensação de conforto. Também propomos utilizar plantas e flores para trazer frescor e tranquilidade ao ambiente, tornando-o mais vivo.

Figura 20 - Moodboard de materiais e texturas para o projeto

Fonte: Compilado de autoria própria com imagens retiradas do site Pinterest

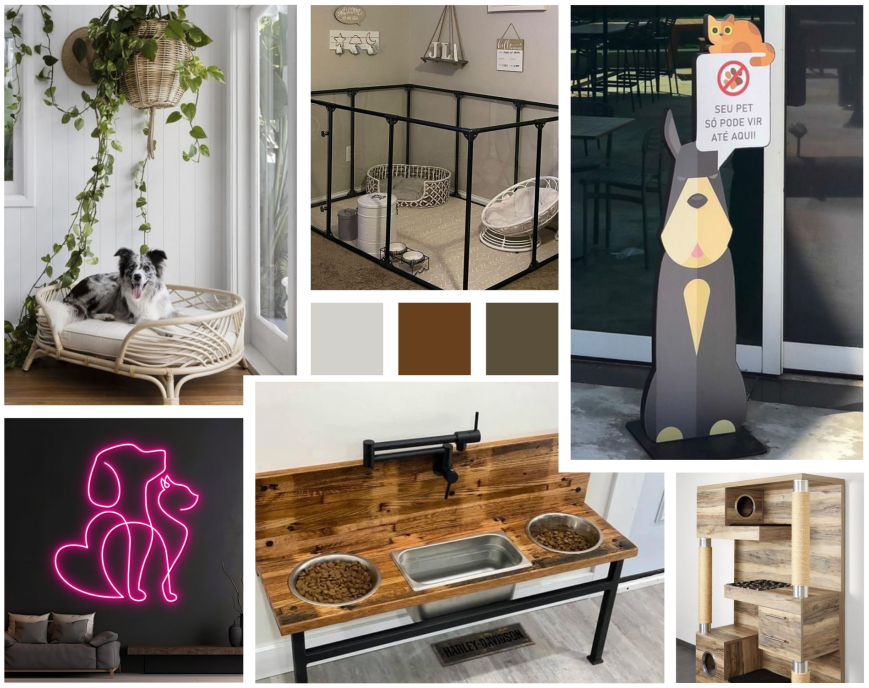
7.1.3.3. Ambiente Pet Friendly

Visando solucionar o problema dos animais de estimação circulando dentro do ambiente próximos à bancada com alimentos, propomos a criação de um espaço designado a eles. Parte do ambiente externo será modificado para receber as necessidades dos animais, mantendo seus donos tranquilos enquanto fazem seus pedidos. Para que se torne explícito a não aceitação da entrada dos animais na parte interna, sinalizaremos com placas decorativas, que serão integradas com naturalidade ao ambiente.

Figura 21 - Projeto do ambiente pet friendly

Fonte: Autoria própria

Figura 22 - Moodboard de ambientes pet friendly para o projeto

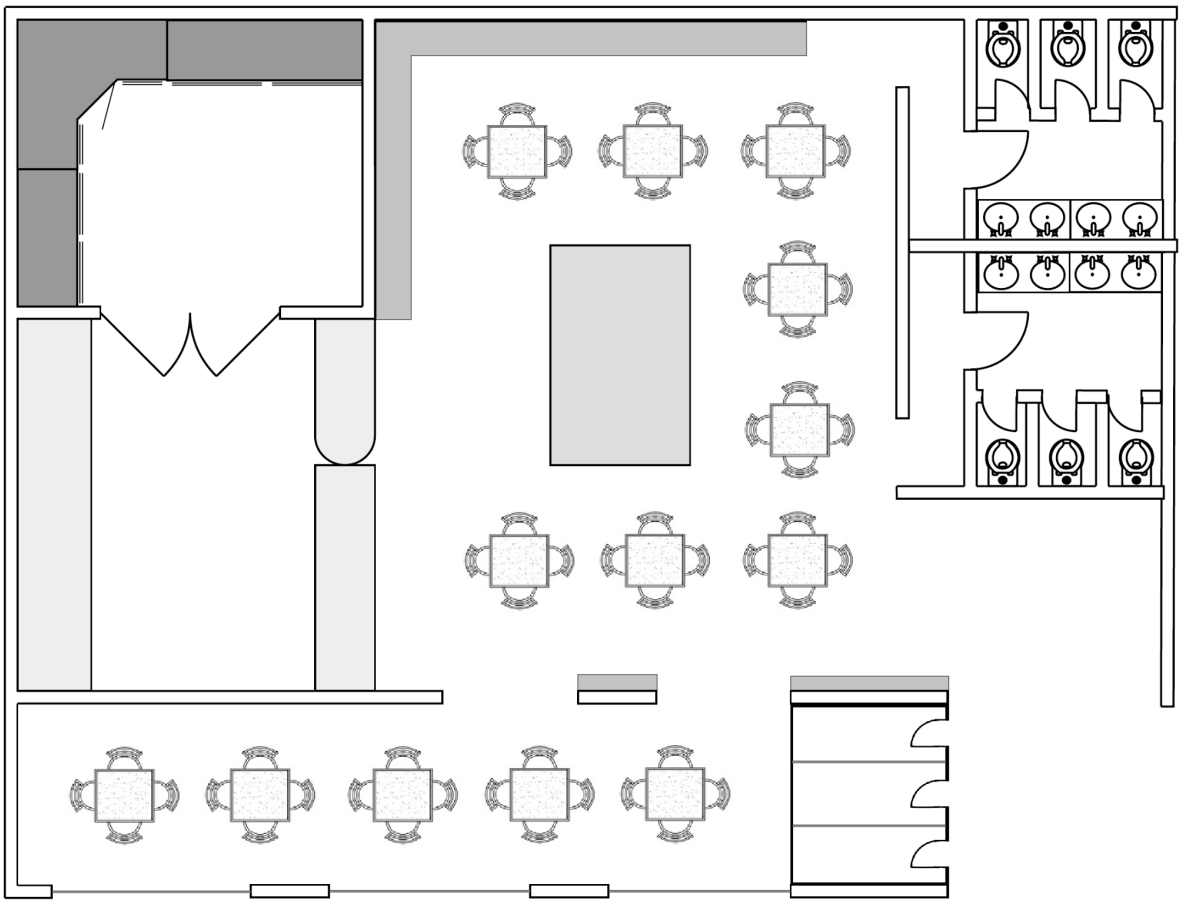


Fonte: Compilado de autoria própria com imagens retiradas do site Pinterest

7.1.3.4. Reorganização do espaço

Para adequar o espaço ao novo serviço de "Café Colonial" e solucionar algumas queixas dos proprietários e clientes, precisamos remanejar as instalações, mesas, gôndolas e outros. Como é possível ver na planta baixa, centralizamos a mesa principal, onde será servido o café colonial, e montamos uma nova disposição para as mesas dos clientes, visando o fácil acesso à área central do estabelecimento, e um melhor controle das mesmas.

Figura 23 - Planta da nova disposição do espaço



Fonte: Autoria própria

7.1.3.5. Ambiente “Instagramável”

Um dos pilares cruciais para um bom marketing orgânico é a interação com os clientes nas redes sociais. Para incentivar os mesmos a realizar posts mencionando a panificadora, é necessário criarmos um ambiente que desperte essa vontade nos consumidores.

Figura 24 - Moodboard de propostas para o ambiente instagramável

Fonte: Compilado de autoria própria com imagens retiradas do site Pinterest

7.1.4. Site para delivery

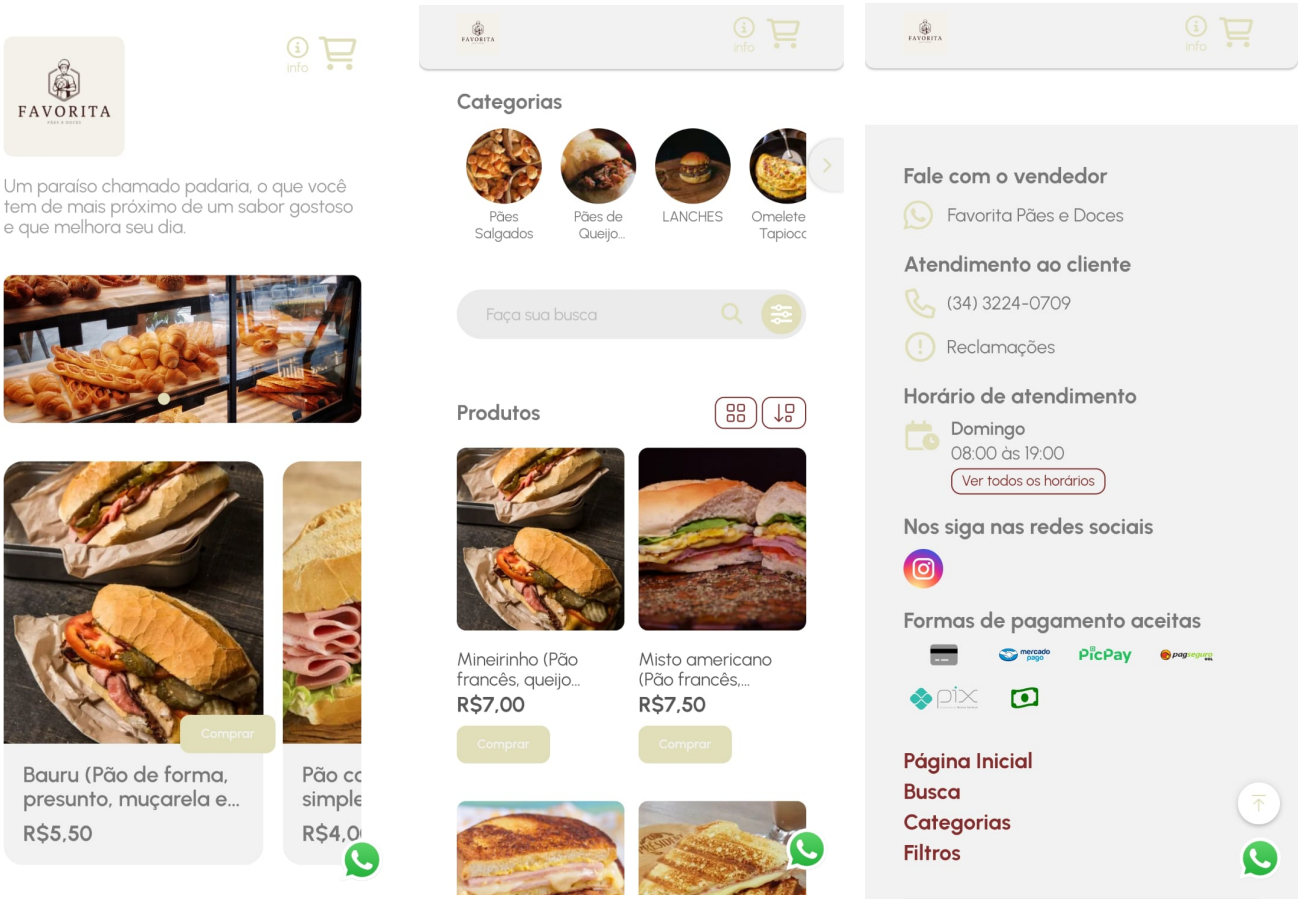
A partir da opinião dos proprietários e também do público consumidor, notou-se a necessidade de a Favorita realizar o serviço de entregas de forma própria. Atualmente, o delivery é feito através de aplicativos parceiros como o iFood e o Uber Eats. No entanto, devido a problemas enfrentados anteriormente com entregadores parceiros, a empresa foi gradualmente reduzindo a oferta nestes aplicativos e hoje conta com baixo volume de entregas. Sendo assim, visando o menor impacto financeiro, foi elaborado um catálogo virtual com serviço de entrega próprio e na plataforma Vendizap. A longo prazo, visamos o desenvolvimento de um aplicativo próprio destinado a substituir o site, a fim de tornar ainda

mais única a experiência digital com a Favorita e proporcionar os mesmos ganhos, porém de forma mais exclusiva.

Acreditamos que a simplicidade é essencial para atingir o público-alvo, por isso projetamos uma plataforma intuitiva e amigável para que todos possam acessar e utilizar facilmente. Os principais diferenciais da interface são o design elegante e moderno em uma funcionalidade inovadora que simplifica a vida do usuário.

URL: https://favoritapaesedoces.vendizap.com/

Figura 25 - Site de delivery da Favorita



Fonte: Autoria própria, imagens retiradas do catálogo online

7.1.5. Modernização

Durante a análise técnica realizada pela ICE, foram identificadas algumas dificuldades enfrentadas tanto pela empresa, quanto pelos clientes. Um destes problemas é a complexidade no que diz respeito à comanda, ao lançamento de pedidos e ao pagamento no caixa. Com o objetivo de solucionar essas questões, foi elaborado um projeto de modernização completa da padaria.

Para iniciar as melhorias no estabelecimento, é crucial considerar as quatro formas pelas quais os clientes fazem seus pedidos e consomem produtos na panificadora:

1 - O próprio cliente retira os produtos diretamente das geladeiras ou gôndolas para consumo imediato.
2 - O cliente se dirige ao balcão de atendimento e faz o pedido aos atendentes.
3 - O cliente se acomoda em uma mesa e aguarda que o atendente registre seu pedido.
4 - O cliente adquire produtos na padaria para levar.

Desta forma, o projeto foi elaborado de acordo com os tipos de consumo hoje realizados no estabelecimento.

Primeiramente, para a informatização dos pedidos, um computador será instalado na área de atendimento. Nesse computador, estarão registrados todos os produtos vendidos na padaria. O uso dessa máquina será exclusivo dos atendentes, que registrarão os pedidos diretamente no balcão de atendimento em suas respectivas comandas. Para os pedidos feitos nas mesas, será utilizado um dispositivo móvel corporativo, vinculado ao mesmo sistema de registro de pedidos feitos no balcão e ao caixa da padaria.

Será instalada uma catraca para controlar a entrada e saída do estabelecimento, além de controlar o número de clientes que entram e saem da padaria, proporcionando mais segurança e comodidade tanto aos clientes, quanto aos colaboradores. Esse sistema facilitará o controle de pedidos e comandas, uma vez que, ao passar pela catraca, o cliente receberá seu cartão/comanda.

1 - Com o cartão/comanda em mãos, o cliente terá livre circulação no estabelecimento. Se desejar adquirir produtos das geladeiras, gôndolas ou vitrines, poderá fazê-lo e, em seguida, se dirigir ao balcão de atendimento, onde o atendente registrará o código do produto em sua comanda.

2 - Os pedidos também poderão ser feitos diretamente no balcão de atendimento. Nesse caso, o cliente se dirigirá ao balcão, consultará o cardápio e fará o pedido ao atendente, que registrará o pedido na comanda do cliente e no sistema para preparação.

3 - Os clientes também poderão fazer seus pedidos diretamente da mesa onde estiverem sentados. Nesse caso, a atendente se dirigirá à mesa para anotar o pedido, e o registro será feito através de um aplicativo de pedidos em um celular que estará em posse do próprio atendente. O pedido será registrado no sistema para preparo e automaticamente na comanda do cliente.

4 - Muitos clientes vão à padaria com intuito de levar os produtos para consumo em casa. Nesse caso, ao entrar no estabelecimento, o cliente poderá fazer o pedido no balcão ou retirar produtos das gôndolas e registrar no balcão de atendimento. Após o registro pelas atendentes, o cliente se dirigirá ao caixa com os produtos e sua comanda para efetuar o pagamento.

Será de suma importância aprimorar a identidade visual interna da padaria, incluindo placas de sinalização e informações para que o cliente não se sinta desorientado durante sua experiência. Considerando o preço e o custo-benefício, a experiência do cliente deve ser priorizada, uma vez que, ao lidarmos com atendimento e prestação de serviços, pressupõe-se que o cliente busca boas experiências, um atendimento de qualidade, satisfação ao consumir produtos e preços justos. Portanto, a sinalização adequada da padaria com informações essenciais para orientar o cliente e explicar o funcionamento do estabelecimento desde o primeiro contato torna-se fundamental, considerando os aspectos mencionados anteriormente.

7.1.6. Contratações

Após análise na dinâmica de funcionamento da empresa, a ICE considerou necessário realizar a contratação de dois novos funcionários a fim de proporcionar melhorias gerais e suprir necessidades que foram apontadas.

Primeiramente, será contratado um profissional de Social Media, que será responsável pelos atendimentos online e criação de conteúdo para as redes sociais, uma vez que uma das principais queixas dos clientes e dos proprietários é a demora no atendimento digital. Ademais, o público se queixa de não receber com frequência as novidades da panificadora e

os produtos que foram produzidos no dia. Por isso, este novo colaborador fará postagens diárias com fotos e vídeos dos produtos e do ambiente e atuará nas divulgações referentes a todas as novidades implementadas na padaria após esta consultoria.

Além disso, com a criação do site para delivery próprio, surge a necessidade de contratar um entregador para realizar o serviço de delivery, visto que, anteriormente as entregas eram feitas por parceiros das plataformas utilizadas.

7.2. Preço

Com o objetivo de expandir os negócios e potencializar a imagem da panificadora, a ICE pressupõe a contratação de novos funcionários, melhoria na estrutura física, a oferta do *Café Colonial* aos domingos, e o desenvolvimento de um aplicativo. Simulando o custo monetário que deve ser levado em conta, investido na elaboração da proposta, é necessário considerar os respectivos gastos:

Tabela 1 - Investimento total

DESCRIÇÃO DOS ITENS	CUSTO MONETÁRIO
Aplicativo	40.000,00
Contratação de Funcionário - Social Media	1.800,00
Contratação de Funcionário - Entregador	1.500,00
Obras de Adaptação	30.000,00
INVESTIMENTO TOTAL	73.300,00

Fonte: Autoria própria

Como consequência da perspectiva de investimentos é necessário comprovar a viabilidade de nosso projeto. Sendo assim, o Prazo de Retorno do Investimento (PRI), tempo necessário para recuperação do valor investido, será apresentado através das seguintes tabelas:

1. Para identificar o Ticket Médio Café Colonial: Foi realizada a simulação considerando o atendimento apenas aos domingos:

Tabela 2 - Ticket Médio Café Colonial

CLIENTE	QUANTIDADE	VALOR CAFÉ COLONIAL	TICKET MÉDIO
Adulto	60	45,90	60 X 45,90 = 2.754,00
Criança	7	18,90	7 X 18,90 = 132,30

TICKET MÉDIO DIÁRIO CAFÉ COLONIAL
2.754,00 + 132,30 = 2.886,30

TICKET MÉDIO MENSAL CAFÉ COLONIAL
2.886,30 X 4 = 11.545,20

TICKET MÉDIO ANUAL CAFÉ COLONIAL
11.545,20 X 12 = 138.542,40

Fonte: Autoria própria

2. Para identificar o Ticket Médio – Entrega Diária (Aplicativo): Foi realizada a simulação considerando uma perspectiva de entrega diária:

Tabela 3 - Ticket Médio Aplicativo

REFEIÇÕES	QUANT. PEDIDOS	VALOR	TICKET MÉDIO PEDIDOS APLICATIVO
Misto Quente	30	4,00	30 X 4,00 = 120,00
Misto com Ovo	35	5,50	35 X 5,50 = 192,50
Pão de Queijo G - Recheio Requeijão	32	4,00	32 X 4,00 = 128,00
Pão de Queijo G - Recheio Presunto/Muçarela	32	5,00	32 X 5,00 = 160,00

TICKET MÉDIO DIÁRIO PEDIDOS APLICATIVO
120,00 + 192,50 + 128,00 + 160,00 = 600,50

TICKET MÉDIO MENSAL PEDIDOS APLICATIVO
600,50 X 30 = 18.015,00

TICKET MÉDIO ANUAL PEDIDOS APLICATIVO
18.015,00 X 12 = 216.180,00

Fonte: Autoria própria

3. Após a identificação diária, mensal e anual do Ticket Médio Café Colonial e Ticket Médio – Entrega Diária (Aplicativo), a seguir também, o Ticket Médio Total (valor monetário mensal e anual previsto para gasto dos clientes):

Tabela 4 - Ticket Médio Total

TICKET MÉDIO MENSAL CAFÉ COLONIAL
2.886,30 X 4 = 11.545,20

TICKET MÉDIO MENSAL PEDIDOS APLICATIVO
600,50 X 30 = 18.015,00

TICKET MÉDIO MENSAL CAFÉ COLONIAL + TICKET MÉDIO MENSAL PEDIDOS APLICATIVO = VALOR TOTAL TICKET MENSAL
11.545,20 + 18.015,00 = 29.560,20

VALOR TOTAL TICKET MENSAL X 12 = VALOR TOTAL TICKET ANUAL
29.560,20 X 12 = 354.722,40

Fonte: Autoria própria

4. Com o intuito de estimar a capacidade da empresa de gerar recursos financeiros para financiar novos investimentos, projetos de expansão e potencialização da imagem da empresa, apresentaremos o cálculo do Lucro Líquido proporcional que é fundamental para o planejamento e comprovação para que se alcance o êxito. Desta forma levamos em consideração um percentual de acréscimo em 43% nas despesas para cálculo do Lucro.

Tabela 5 - Lucro

DEMONSTRATIVO	DESCRIÇÃO	VALORES
RECEITA BRUTA	VALOR TOTAL DO TICKET MENSAL	29.560,20
DESPESA FIXA	ALUGUEL + ÁGUA + ENERGIA + PRÓ-LABORE(11.000,00)	11.731,00
DESPESA VARIÁVEL	MATÉRIA PRIMA + ITENS DE LIMPEZA + OUTRAS	6.880,00
TOTAL DE DESPESAS	DESPESA FIXA + VARIÁVEL	18.611,00
LUCRO BRUTO	RECEITA - DESPESA	10.949,20
IMPOSTOS	IRPJ + CSLL	-
LUCRO LÍQUIDO	LUCRO BRUTO - IMPOSTOS	10.949,20

Fonte: Autoria própria

5. Nesta última tabela apresentaremos o Prazo de Retorno do Investimento (PRI) – indicador que demonstra em quanto tempo é possível recuperar o valor investido, estabelecidos através da estimativa de Lucro Líquido e Investimento Total.

Tabela 6 - Prazo de Retorno do Investimento - PRI

Prazo de Retorno do Investimento: ICE R$ 73.300,00 (Investimento Total) / R$ 10.949,20 (Lucro Líquido) = 6,69 meses*	* Aproximadamente 7 meses. Por se enquadrar no período de curto prazo o PRI é considerado atrativo e viável.

Fonte: Autoria própria

Assim, fica comprovada financeiramente a viabilidade e rentabilidade de nosso projeto, levando em conta as mudanças ocorridas no mundo alimentício, é interessante estarmos também sempre buscando o novo, seja tecnologicamente ou no meio visual.

7.3. Promoção

Como peças de divulgação, foram desenvolvidos mockups de aplicação da nova identidade visual desenvolvida para a marca. As aplicações foram feitas em cartões, copos, adesivos, camisetas, caixas e sacolas de acordo com a nova logomarca, cores e outros símbolos da identidade da marca.

Figura 26 - Aplicação da marca em cartões

Fonte: Autoria própria

Figura 27 - Novas peças de comunicação da Favorita (Parte 1)

Fonte: Autoria própria

Figura 28 - Novas peças de comunicação da Favorita (Parte 2)

Fonte: Autoria própria

7.4. Praça

A Favorita Pães e Doces está localizada na Avenida Ana Godoy de Souza n° 1869, bairro Santa Mônica, na zona leste da cidade. O bairro é visado por muitos que ali habitam ou tem o desejo de adquirir um imóvel na região. Muitas incorporadoras estão desenvolvendo projetos habitacionais que valorizam cada vez mais o bairro. A origem do bairro Santa Mônica está atrelada a forte presença do catolicismo na região e recebeu este nome em homenagem a uma santa da igreja que foi mãe do Santo Agostinho, Mônica Hipona. Como principal referência no bairro, há a Universidade Federal de Uberlândia que traz consigo uma perspectiva jovial e atrai estabelecimentos como farmácias, bares, supermercados, padarias, sacolões, suprindo as necessidades da população universitária e das famílias que ali residem e priorizam sua qualidade de vida.

7.5. Produção Jurídica

7.5.1. Direito Civil

O Direito Civil executa um papel importante na sociedade, estabelecendo regras e princípios que regem a validação de contratos e acordos, garantindo que as partes envolvidas tenham direitos e responsabilidades claramente definidos, fornecendo uma estrutura legal necessária para definir e regular os negócios jurídicos. O código civil determina normas envolvendo o direito privado, organizando as relações jurídicas relacionadas a negócios, empreendimentos comerciais e empresariais, sendo uma fonte normativa abrangente de áreas relevantes, tais como: contratos, locações, responsabilidades civis e direitos empresariais, o código civil oferece sua proteção jurídica necessária para clientes e investidores além dos empresários, sendo fundamental para o funcionamento e desenvolvimento saudável do ambiente de negócios.

A PANIFICADORA ALVES & FRANCA LTDA, cujo nome fantasia é FAVORITA PÃES E DOCES, teve sua sua personalidade jurídica criada em 22/03/2016 através do seu ato constitutivo, onde nele estão descritos os dados importantes da empresa, é representada por DAYANE ALVES MONTEIRO e ELIZANDRO DE SOUZA FRANCA, atuando como sócios administradores onde cada um tem suas responsabilidades e direitos formalizados a serem obedecidos por meio deste ato.

No contrato social da empresa, são listadas as seguintes atividades econômicas, conforme a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE):

1. 47.21-1-02 - Padaria e confeitaria com predominância de revenda.
2. 47.12-1-00 - Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns.

Essas informações esclarecem o tipo de negócio e as atividades em que a FAVORITA PÃES E DOCES está envolvida. É importante ressaltar que a empresa segue rigorosamente as normas sanitárias e regulamentações de segurança estabelecidas na Lei nº 17.771/2022 bem como nas demais diretrizes de higiene e segurança, garantindo a qualidade e a segurança de seus produtos. Isso inclui medidas como a proteção contra roedores e insetos nos depósitos de farinha de trigo, a instalação de lavatórios na área de produção com sabão líquido e toalhas descartáveis, lixeiras com pedal para garantir um descarte higiênico e o alinhamento com a NR 12 para equipamentos de panificação e confeitaria.

7.5.2. Sociologia Geral e Jurídica

A Sociologia do Direito encontra-se intrinsecamente ligada à interação entre o sistema jurídico e a sociedade, desempenhando um papel fundamental na compreensão de como as normas legais exercem influência sobre os fatores sociais, culturais e políticos, ao mesmo tempo em que são moldadas por esses mesmos elementos. Tal abordagem contribui para uma sociedade mais esclarecida e justa, estando em sintonia com a relevância da Sociologia na sociedade e no mundo dos negócios. Dessa maneira, podemos analisar as dinâmicas sociais e aplicá-las aos princípios sociológicos, destacando, por exemplo, sua importância na gestão de recursos humanos para a criação de ambientes inclusivos e produtivos.

Essa perspectiva sociológica desempenha um papel central na construção de relacionamentos bem-sucedidos entre empresas e consumidores, fomentando práticas éticas, inclusivas e benéficas. Isso pode resultar em vantagens como a resolução eficaz de conflitos e o desenvolvimento de produtos e serviços mais adequados às necessidades do público consumidor. Essa constatação evidencia como a Sociologia se torna uma valiosa ferramenta para compreender e aprimorar as interações sociais em diversas esferas da vida.

7.5.3. Direito Penal

O Direito Penal estabelece um equilíbrio entre a punição, a proteção dos direitos individuais e a busca por julgamentos justos. Além disso, ele desempenha um papel significativo na prevenção do crime em prol de uma sociedade justa e segura, com ênfase na manutenção do equilíbrio entre a aplicação da lei e o respeito pelos direitos humanos.

7.5.4. Direito Contemporâneo

O Direito Contemporâneo, também referido como Direito atual ou moderno, representa a evolução das normas jurídicas e práticas legais. Este campo sofreu diversas alterações e modificações ao longo das décadas, as quais têm uma relevância significativa. O Direito contemporâneo é de extrema importância, pois graças a essas transformações e evoluções, o Direito foi adaptado ao nosso tempo para atender às nossas necessidades. As leis e normas resultantes dessas mudanças desempenham um papel crucial em nossas vidas, e as normas que as panificadoras seguem são um exemplo de regulamentações oriundas do Direito contemporâneo.

A relação entre o Direito, a sociedade e as empresas é fundamental para o bom funcionamento do sistema. É o Direito que estabelece as regras e normas que orientam e mantêm uma boa relação entre a sociedade e as empresas que a compõem. Uma relação harmoniosa entre o Direito, a sociedade e as empresas é de grande importância, uma vez que o Direito é moldado pela sociedade e pelas necessidades das empresas, ao mesmo tempo em que estabelece as bases para o funcionamento dessa convivência.

As empresas e os serviços que elas prestam na sociedade desempenham um papel essencial, não apenas por sua influência na economia, mas também por gerar empregos e impactar a vida dos cidadãos. Isso acontece tanto pelo uso da mão de obra quanto pela criação de oportunidades de emprego, além da prestação de serviços que beneficiam a sociedade como um todo. A existência do Direito é o que nos permite manter um relacionamento saudável entre as empresas e a sociedade, já que, por meio de suas leis e regulamentos, o Direito controla os abusos cometidos pelas empresas, protegendo assim os interesses da sociedade.

7.5.5. Ciência Política

A Ciência Política é a disciplina que se dedica ao estudo da teoria política, analisando as estruturas, processos e dinâmicas políticas em uma sociedade humana. Nesse contexto, é importante compreender o contratualismo, uma teoria filosófica e política que aborda um tipo de pacto entre os indivíduos, resultando no chamado contrato social. Este contrato social é o documento essencial para conferir personalidade jurídica às empresas.

No caso da Panificadora Alves & Franca LTDA, cujo nome fantasia é Favorita Pães e Doces, sua personalidade jurídica foi estabelecida em 22 de março de 2016 por meio de seu ato constitutivo. O registro empresarial da empresa encontra-se devidamente formalizado na junta comercial. Destaca-se que, neste contexto, não é necessário o auxílio de assessoria jurídica.

7.5.6. Teoria Geral do Direito

A Teoria Geral do Direito tem como principal objetivo a exploração de conceitos, princípios e estruturas do direito, independentemente da área jurídica específica. Por meio da Teoria Geral do Direito, surgem análises e perspectivas sobre o funcionamento da sociedade legal como um todo, examinando o direito, suas propriedades e responsabilidades civis. Nesse contexto, são considerados elementos como a legislação, jurisprudência, doutrina e costumes.

Esta área examina a maneira como as leis são aplicadas pelos tribunais e como os juízes interpretam e decidem os casos. Portanto, é de suma importância, uma vez que está diretamente relacionada às empresas, aos negócios jurídicos e aos contratos. Essa análise é fundamental para entender o que rege a formação, validação e eficácia dos contratos, desempenhando um papel crucial nas operações de uma empresa.

No caso da panificadora Favorita Pães e Doces, suas bases legais são estabelecidas pelo Estado e passam pelo crivo dos agentes do direito que fazem parte de sua formação jurídica.

7.5.7. História do Direito

A História do Direito revela extrema importância visto que, por meio dela, é possível estudar o direito com base na compreensão da evolução da Constituição ao longo da história.

Isso estabelece uma base sólida para analisar o desenvolvimento legal que influenciou e se incorporou à constituição moderna. Através desse estudo, é possível compreender por que determinadas leis e normas são aplicadas nos dias de hoje e como elas surgiram, incluindo suas bases e outras informações relevantes. Essas leis e normas desempenham um papel fundamental não apenas na existência das empresas, mas também no seu adequado funcionamento e nas relações com a sociedade e os serviços prestados.

Esse estudo auxilia na prevenção e controle de abusos por parte das empresas e, por meio dele, podemos citar exemplos como o surgimento das leis trabalhistas. Graças a análises históricas, baseadas nos abusos sofridos pela sociedade ao longo dos anos, essas leis foram criadas. Além disso, leis relacionadas aos direitos do consumidor, como o Código de Defesa do Consumidor, desempenham um papel essencial na garantia dos direitos dos clientes que utilizam os serviços das empresas. Essas legislações são fundamentadas em análises históricas que destacam a necessidade dessas medidas ao longo dos anos, considerando os abusos sofridos, as experiências vivenciadas e as normas e práticas que já não são mais aceitas na sociedade, como, por exemplo, a Lei das Doze Tábuas em Roma.

Sem o estudo da história, seria impossível compreender por que são necessárias leis, regulamentos e a proteção de direitos, bem como como chegamos ao ponto em que estamos atualmente. Esse conhecimento também é essencial para entender como eram as normas e como eram aplicadas na sociedade no passado, o que, por sua vez, deu origem à nossa legislação atual.

7.6. Pessoas

Compreender e implementar efetivamente a Saúde e Segurança no Trabalho (SST) é de extrema importância para as empresas e organizações, pois além de promover um ambiente de trabalho seguro e saudável, contribui para o bem-estar dos colaboradores, aumenta a produtividade, reduz os custos relacionados a acidentes e doenças, e fortalece a imagem e reputação da empresa perante funcionários, clientes e a sociedade em geral.

A segurança no ambiente de trabalho e o uso adequado dos Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) desempenham um papel crucial na preservação da saúde e bem-estar dos trabalhadores. Priorizar a segurança não apenas reduz riscos de acidentes, mas também aumenta a produtividade, promove um ambiente de trabalho mais saudável e contribui para a satisfação dos funcionários.

Para uma panificadora, que lida com equipamentos perigosos como fornos, facas, e outros, é ainda mais importante garantir que seus colaboradores estejam seguros. Além disso, treinamentos regulares sobre segurança no trabalho podem ajudar a reduzir o número de acidentes e doenças ocupacionais. Isso pode levar a uma equipe mais saudável e feliz, o que pode se traduzir em maior produtividade e satisfação do cliente.

7.6.1. Recrutamento e Seleção

1. Planejamento de Recrutamento

O processo de recrutamento começa com um planejamento cuidadoso, no qual é necessário identificar as necessidades de pessoal da empresa, definir o perfil do candidato ideal e determinar o número de vagas a serem preenchidas.

2. Análise de Cargos

A análise de cargos é uma etapa crucial que envolve a identificação das tarefas e responsabilidades inerentes a cada cargo, a determinação dos requisitos de habilidades e conhecimentos necessários para o desempenho eficaz do cargo, e o estabelecimento de qualificações mínimas exigidas.

3. Fontes de Recrutamento

Para atrair candidatos qualificados, é essencial explorar diversas fontes de recrutamento, como a publicação de vagas em sites de emprego, o uso estratégico de redes

sociais para divulgar oportunidades e a criação de parcerias com universidades e escolas técnicas.

4. Triagem Curricular

A triagem curricular é um processo de avaliação dos currículos recebidos, onde se busca verificar se os candidatos atendem aos requisitos mínimos do cargo. Os candidatos mais adequados são selecionados nessa etapa.

5. Entrevista de Seleção

Nas entrevistas de seleção, os candidatos selecionados são avaliados. São feitas perguntas que visam aferir as habilidades e conhecimentos dos candidatos, além de verificar se seu perfil está alinhado com a cultura da empresa.

6. Testes Psicológicos

A aplicação de testes psicológicos é uma etapa importante para avaliar a personalidade e aptidões dos candidatos. Testes padronizados são utilizados para garantir a objetividade na avaliação, e os resultados são analisados em conjunto com outras informações sobre o candidato.

7. Verificação de Referências

A verificação de referências consiste em entrar em contato com as referências fornecidas pelo candidato, a fim de confirmar a veracidade das informações fornecidas e obter informações adicionais sobre o desempenho do candidato em trabalhos anteriores.

8. Exame Médico Admissional

Nesta fase, são realizados exames médicos para assegurar que o candidato está apto para desempenhar as funções do cargo. É importante verificar a presença de doenças ou condições que possam afetar o desempenho no trabalho e garantir que o candidato não represente riscos à saúde dos demais funcionários.

9. Proposta de Emprego

Após a seleção, é feita uma proposta de emprego ao candidato escolhido. Nesse momento, as condições de trabalho, salário e benefícios oferecidos pela empresa são esclarecidas, e uma data para o início das atividades é estabelecida.

10. Levantamento de Necessidades de Treinamento

No contexto do treinamento e desenvolvimento, a primeira etapa envolve identificar as necessidades de treinamento dos funcionários, determinar quais habilidades e conhecimentos precisam ser desenvolvidos e estabelecer objetivos claros para o treinamento.

7.6.2. Propostas para segurança e bem-estar dos colaboradores

A segurança e o bem-estar dos colaboradores são fundamentais para o sucesso de qualquer empresa. Investir em programas que promovam a saúde física e mental dos colaboradores pode ajudar a reduzir o estresse, melhorar a produtividade e aumentar a satisfação no trabalho. Além disso, oferecer um ambiente de trabalho seguro e saudável pode ajudar a reduzir os riscos de acidentes e doenças ocupacionais.

São opções para garantir a segurança e o bem-estar dos colaboradores:

1. Garantir a segurança no ambiente de trabalho

Os empregadores têm a responsabilidade de criar e manter um ambiente de trabalho seguro e saudável para seus colaboradores. Isso envolve identificar riscos, implementar medidas de controle e prevenção, e promover práticas seguras de trabalho, como normas da NR-17 e roupas adequadas ao ambiente (dress code).

2. Promover o bem-estar físico e mental

Oferecer programas de saúde e bem-estar, como ginástica laboral, massagem, yoga, meditação, atendimento com psicólogos, entre outros, pode ajudar a reduzir o estresse e melhorar a saúde física e mental dos colaboradores.

3. Incentivar a alimentação saudável

Oferecer opções saudáveis de alimentos e bebidas pode ajudar a melhorar a saúde dos colaboradores. Além disso, é importante incentivar os colaboradores a fazerem pausas regulares para se alimentarem adequadamente durante o expediente.

4. Oferecer treinamentos e capacitações

Investir em treinamentos e capacitações pode ajudar os colaboradores a se desenvolverem profissionalmente, aumentando sua motivação e satisfação no trabalho.

5. Reconhecer o bom desempenho

Reconhecer o bom desempenho dos colaboradores pode ajudar a aumentar sua motivação e satisfação no trabalho. Isso pode ser feito por meio de elogios públicos, bônus ou outras formas de reconhecimento.

6. Estabelecer uma cultura forte

Estabelecer uma cultura forte que valorize a diversidade, inclusão, respeito mútuo e ética profissional pode ajudar a criar um ambiente de trabalho positivo e acolhedor.

7. Oferecer benefícios personalizados

Oferecer benefícios personalizados que atendam às necessidades individuais dos colaboradores pode ajudar a aumentar sua satisfação no trabalho. Isso pode incluir opções flexíveis de horário, home office, plano de saúde, entre outros.

8. Feedback regular

Fornecer feedback regular aos colaboradores pode ajudá-los a entender suas forças e fraquezas, bem como identificar áreas para melhoria. O feedback também pode ajudar a aumentar a motivação e o engajamento dos colaboradores.

9. Estabelecer metas claras

Estabelecer metas claras para a equipe pode ajudar a aumentar o foco e a motivação dos colaboradores. As metas devem ser específicas, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e com prazo definido.

10. Promover um ambiente de trabalho positivo

Promover um ambiente de trabalho positivo que valorize a diversidade, inclusão, respeito mútuo e ética profissional pode ajudar a criar um ambiente de trabalho positivo e acolhedor.

11. Incentivar o trabalho em equipe

Incentivar o trabalho em equipe pode ajudar a melhorar a comunicação, aumentar a criatividade e melhorar o desempenho geral da equipe. Isso pode ser feito por meio de atividades em grupo, projetos conjuntos ou outras iniciativas que promovam o trabalho em equipe.

Portanto, a segurança e o bem-estar dos colaboradores são fundamentais para o sucesso de qualquer empresa. Investir em programas que promovam a saúde física e mental dos colaboradores pode ajudar a reduzir o estresse, melhorar a produtividade e aumentar a satisfação no trabalho. Além disso, oferecer um ambiente de trabalho seguro e saudável pode ajudar a reduzir os riscos de acidentes e doenças ocupacionais.

Investir em programas que promovam a capacitação dos colaboradores pode ajudar a melhorar a qualidade do atendimento ao cliente, aumentando a satisfação e fidelidade dos mesmos. Além disso, oferecer vagas para PCD pode ajudar a promover a inclusão e diversidade no ambiente de trabalho.

Os testes psicológicos podem ajudar a avaliar a personalidade e aptidões dos candidatos, garantindo que eles sejam adequados para o cargo ou os direcionando para uma melhor área de atuação. Ter colaboradores que morem perto pode ajudar a reduzir o tempo de deslocamento e melhorar o equilíbrio entre vida pessoal e profissional.

Além disso, investir em treinamentos e capacitações pode ajudar os colaboradores a se desenvolverem profissionalmente, aumentando sua motivação e satisfação no trabalho. Oferecer benefícios personalizados que atendam às necessidades individuais dos colaboradores pode ajudar a aumentar sua satisfação no trabalho. Isso pode incluir opções flexíveis de horário, home office, plano de saúde, entre outros.

8. Conclusão

Desde sua fundação, a ICE considera, como missão, auxiliar empreendedores no processo de crescimento, melhoria e profissionalização de seus negócios, a partir de uma consultoria detalhada, pensada especificamente para cada cliente. Para a Favorita Pães e Doces, foi mantido o mesmo padrão de atendimento, com o intuito de impulsionar o cliente, tornando-o destaque no mercado.

Após pesquisa de mercado completa e entrevista com os proprietários da panificadora, foram identificados alguns pontos de melhoria que se destacam, configurando a dor de mercado que será explorada para o desenvolvimento da proposta de valor. Primeiramente, foi apontada demora no atendimento virtual, pouca criação de conteúdo nas redes sociais e ausência de um cardápio digital, uma vez que não há um funcionário específico para essas funções e os demais não têm tempo hábil devido às outras atividades.

Na pesquisa de mercado foi apontado interesse generalizado do público em serviços de delivery para panificadoras, o que não é oferecido hoje pela Favorita, deixando uma grande brecha de mercado inexplorada. Ademais, os consumidores demonstraram uma necessidade crescente de novidades e variedades no ramo de panificação, buscando, também, segurança e conforto. Por fim, foram relatadas queixas quanto à dificuldade em encontrar padarias pet friendly, ou seja, que aceitem animais de estimação na cidade.

A partir disso, a ICE desenvolveu soluções a fim de conceituar uma proposta de valor que estabeleça um diferencial da Favorita perante à concorrência. Primeiramente, será realizado um projeto completo de modernização do espaço, com reorganização e redecoração do espaço, nova fachada e aplicação de uma nova identidade visual, agora mais moderna e séria. Serão instaladas catracas e a panificadora passará a utilizar comandas digitais, a fim de facilitar processos rotineiros, otimizar tempo e garantir mais segurança à empresa e ao cliente.

O projeto também abrange a elaboração de um ambiente pet friendly destinado a clientes acompanhados de seus animais de estimação, localizado em um espaço externo do local, a fim de evitar contaminações e desconfortos com outros clientes, mas mantendo a inclusão deste público. Como principal diferencial de mercado, além do espaço moderno, será oferecido o serviço de Café Colonial aos domingos, em que o cliente, por um valor único, poderá desfrutar à vontade de uma mesa completa de café da manhã, sendo este um serviço ainda pouco explorado em Uberlândia. Além disso, foi elaborado um site para realização do serviço de delivery próprio, com cardápio completo e atualizado com as opções

de menu oferecidas diariamente. Assim, será necessário providenciar a contratação de, além de um entregador, também de um novo funcionário que será responsável pela parte de atendimento digital, manutenção das redes sociais e administração dos pedidos advindos do site.

Dessa forma, foi feita, também, análise financeira das soluções propostas que aponta que, dado o investimento necessário, o prazo de retorno do investimento é de 7 meses, comprovando a viabilidade financeira do projeto entregue à Favorita Pães e Doces.

9. Referências Bibliográficas

Artigo, Prazo de Retorno de Investimento. Portal Sebrae. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/prazo-de-retorno-do-investimento-pri,90da5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD. Acesso em 21 de setembro de 2023.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: Do tradicional ao digital. Edição padrão. Editora Sextante, 24 de julho de 2017.

Pinterest. Disponível em: https://pin.it/3lj6WVR. Acesso em 27 de outubro de 2023.

Pinterest. Disponível em: https://pin.it/wAaBERJ. Acesso em 27 de outubro de 2023.

Pinterest. Disponível em: https://pin.it/2Fv5lTo. Acesso em 27 de outubro de 2023.

Pinterest. Disponível em: https://pin.it/5J4wHhZ. Acesso em 27 de outubro de 2023.

Pinterest. Disponível em: https://pin.it/39PuHcO. Acesso em 27 de outubro de 2023.

Pinterest. Disponível em: https://pin.it/4AtNWEs. Acesso em 27 de outubro de 2023.

Pinterest. Disponível em: https://pin.it/2O57iC5. Acesso em 27 de outubro de 2023.

Pinterest. Disponível em: https://pin.it/563tUML. Acesso em 27 de outubro de 2023.

Pinterest. Disponível em: https://pin.it/4OrHRui. Acesso em 27 de outubro de 2023.

Pinterest. Disponível em: https://pin.it/16EcSd8. Acesso em 27 de outubro de 2023.

Portal Sebrae. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/. Acesso em 21 de setembro de 2023.

NE
NEWEXO

ESAMC

INTERDISCIPLINAR

NEWEXO

NOVAS FORMAS DE ESTRUTURAR SEU FUTURO

OBJETO DO TRABALHO: KAREN GONÇALVES (KG)

UBERLÂNDIA-MG
ESAMC / 2° SEMESTRE 2023

SQUAD

Eliabe Martins de Melo - RA 223288 - Direito

Glória Araújo Pires - RA 223130 - Psicologia

João Mateus Marques Lima - RA 223274 - Administração

Jonathan Cleber Ferreira Queiroz - RA 223351 - Design gráfico

Julia de Araújo Gomes - RA 223092 - Design Gráfico

Lucas de Oliveira Moreira - RA 223263 - Direito

Ludmila Rodrigues Rosa - RA 223264 - Direito

Maria Eduarda Santos Loureiro - RA 223182 - Psicologia

Maria Rita de Cássia Campos - RA 223095 - Direito

Mikaella Fernanda Vieira Nascimento - RA 223120 - Administração

Pedro Henrique Ferreira Alves - RA 223229 - Administração

Silvania de Souza Nepomuceno - RA223187 - Psicologia

Tiago Augusto Porto - RA 223336 - Administração

Victor Leandro Pereira Silva - RA 223323 - Design Gráfico

Yago Tadeu Rezende - RA 223209 - Administração

Sumário

INTRODUÇÃO 5
Sobre a marca - *NewExo* 5
Slogan - Novas Formas de Estruturar seu Futuro 6
Logo - Representação Gráfica 6
SETORES E DIVISÃO 7
SOBRE O EMPREENDIMENTO 8
PESQUISA 9
PERSONA 11
MAPA DA EMPATIA 11
CLIENTES 12
DOR DO MERCADO 14
PROPOSTA DE VALOR 15
SOLUÇÕES INOVADORAS 17
1. Tecnologia e Aplicativos 17
2. Treinamento Contínuo 18
3. Atendimento Personalizado 19
4. Programa de Fidelidade 20
5. Novos Pacotes de Serviços 20
6. Divulgação Online 21
7. Parcerias Estratégicas 22
8. Feedback dos Clientes, QR code 23
OS Ps 24
PREÇO 25
PROMOÇÃO 26
TÉCNICAS 27
PACOTES PROMOCIONAIS 29
PRAÇA 31
PRODUÇÃO JURÍDICA 32
PESSOAS 37
TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO 38
ENDOMARKETING VOLTADO PARA OS CLIENTES 39
CONCLUSÃO 40

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é o processo de identificar oportunidades de negócios, desenvolver ideias inovadoras e criar empreendimento com o objetivo de gerar valor econômico e/ou social. É um conceito que abrange a capacidade de empreender, ou seja, de iniciar, gerir e expandir projetos ou empresas. O empreendedorismo feminino está em ascensão com geração de empregos e renda nas regiões em que os negócios estão localizados. Um dos motivos pelo qual mulheres se tornam empreendedoras é a independência financeira e, de preferência em associação com um negócio que proporciona a flexibilidade de tempo.

O setor de estética no Brasil está em crescimento e é bastante dinâmico abrangendo uma ampla gama de serviços e produtos relacionados à beleza e ao bem-estar. O mercado de design de sobrancelhas e cílios é uma subcategoria do mercado de beleza e estética que tem experimentado um crescimento notável nos últimos anos e que consequentemente foi o que nos trouxe ao negócio escolhido. No Brasil, o mercado movimentou cerca de R$ 1 bilhão em 2022, e a expectativa é que esse valor continue crescendo nos próximos anos. Diante deste cenário, empreendimentos relacionados ao design de sobrancelhas e cílios necessitam um destaque da concorrência além da oferta de serviços e produtos de qualidade. Para isso, muitas empresas têm buscado o apoio de consultorias especializadas como esta.

Este trabalho tem como objetivo apresentar os resultados de uma consultoria realizada em uma empresa de extensão de cílios. A consultoria teve como foco a melhoria dos processos internos da empresa, a otimização dos recursos e o aumento da satisfação dos clientes. Para isso, a metodologia utilizada na consultoria foi composta por entrevistas com os colaboradores e clientes, e protótipos de produtos e serviços. Desta forma, a empresa Newexo teve como objetivos analisar os processos internos da empresa e identificar oportunidades de melhoria, otimizar a gestão dos recursos, incluindo tempo, dinheiro e materiais para melhorar a satisfação dos clientes.

Sobre a marca - *NewExo*

O nome da empresa emergiu da junção das palavras *New* (novo) e *Exo* (exoesqueleto), com a ideia de levar uma nova estrutura e um novo começo para os nossos clientes. A empresa de consultoria *NewEx*o surgiu de interesses particulares e comuns de profissionais de diferentes áreas em colaborar com o desenvolvimento de empreendedores. Nossa missão é apoiar, orientar e inspirar, oferecendo conhecimentos sólidos e essenciais para a expansão da atividade

fim, ajudando a transformar visões em realidade, desafios em oportunidades e sonhos em conquistas.

Slogan - Novas Formas de Estruturar seu Futuro

Reflete a necessidade de buscar abordagens inovadoras para enfrentar as mudanças rápidas do mundo atual, incentivando as pessoas a serem proativas na construção de um futuro promissor. Evoca um senso de possibilidades e o pensar de maneiras diferentes, explorando novas oportunidades com seu próprio negócio ou empreendimento.

Logo - Representação Gráfica

Com o uso de ferramentas gráficas, tentamos expressar a essência da empresa e para isso, utilizamos imagens que representam a evolução do mundo *business* com a tecnologia do mercado digital e a inteligência artificial. Nesse sentido, a mão robótica representa o futuro assim como a mão comum representa essa união do futuro com os empreendedores. Sendo assim, as linhas azuis em camadas representam as estruturas (exoesqueleto, sustentação) e realça a ideia de tecnologia. A intenção é levar uma nova estrutura, e um novo começo para os nossos clientes.

SETORES E DIVISÃO

A empresa é constituída por um conjunto de pessoas que, nas relações, projetam soluções para seus empreendedores. Cada integrante atua a partir da sua formação e área de especialidade. Somos um grupo que nos subdividimos a partir do foco Gestão, Negócio e Técnico, e ligados às funções a seguir:

Gestão

Product Owner:

- Eliabe Martins de Melo

Scrum Master:

- Yago Tadeu Rezende

Negócios

Marketing:

- Julia de Araújo Gomes
- Victor Leandro Pereira Silva

Designer Estratégico:

- Jonathan Cleber Ferreira Queiroz

Arquiteto:

- Maria Eduarda Santos Loureiro
- Mikaella Fernanda Vieira Nascimento
- Tiago Augusto Porto

Técnico

Designer de Experiência:

- Glória Araújo Pires
- João Mateus Marques Lima

Engenheiro:

- Pedro Henrique Ferreira Alves
- Silvania de Souza Nepomuceno
- Ludmila Rodrigues Rosa

Advogado:

- Lucas de Oliveira Moreira
- Maria Rita de Cássia Campos

SOBRE O EMPREENDIMENTO

A empreendedora selecionada foi Karen de Paula Gonçalves, nascida em São Gotardo, no interior de Minas Gerais, uma cidade pequena com cerca de 40.000 habitantes. Logo aos 12 anos mudou-se para Uberlândia com os pais e irmãos. Casou-se e foi mãe aos 18 anos, e teve seu segundo filho aos 23 anos. Além das atividades domésticas que incluíam cuidar das crianças, esposo e seu lar, sempre teve o sonho de se encontrar e se realizar profissionalmente. Atinente a isso, a área da beleza e saúde era o que lhe atraía. Formou-se no SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) em Uberlândia como cabeleireira, onde atuou durante 4 anos, atendendo em domicílio e conciliando com outro emprego em uma empresa privada e claro com as atividades domésticas. Após isso, foi encantada pelos procedimentos de design de sobrancelhas, onde encontrou facilidade em atender a domicílio sem precisar carregar materiais pesados, material este que cabia numa pequena bolsa, o que trazia maior custo-benefício. Começou atendendo em 2012 em domicílio, após fazer o curso na Escola de Estética do Triângulo.

De 2013 até 2021 parou com os atendimentos para dedicar-se à empresa do seu esposo. Com a chegada da pandemia percebeu que já não era tão útil na empresa, e decidiu voltar-se para a área que já tinha formação e pela qual se encantava. Desta forma, estudou o mercado, atualizou-se com cursos e inovações na área, viu que poderia agregar também em seu negócio a extensão de cílios. Esse procedimento de curvatura de cílios que usa produtos que não só modificam os próprios cílios das clientes como também permite a estilização das sobrancelhas deixando-as mesmas volumosas e alinhadas foi uma ótima oportunidade para o reinício na área.

Após o intervalo de 2013 a 2021 retorna a atender com um espaço próprio e com maior capacitação profissional. O primeiro espaço próprio foi num bairro de baixa renda, o qual não teve retorno esperado. Dessa forma, a empreendedora decidiu ir para um espaço mais próximo de sua casa e mais bem localizado, fazendo uma parceria com uma profissional já estruturada na área de unhas a qual alugou uma sala no seu estúdio e a ajudava com a experiência que já tem na captação de clientes.

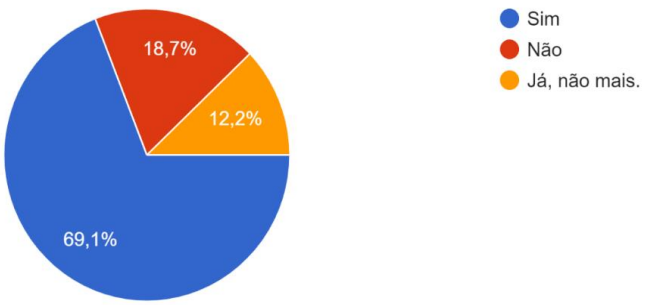
Assim, a partir de um contrato firmado entre as partes em 2023, a *NewExo* presta o serviço de consultoria profissional para a esteticista e Empreendedora Karen de Paula Gonçalves. Pontuado isto, reunimos em entrevistas, diálogos e conversas para entendimento do contexto tanto do mercado dos procedimentos que ela oferece como do público que se utiliza dele.

PESQUISA

Os componentes da *NewExo*, elaboraram um questionário no *Google Form*s contendo 7 perguntas, onde nestas, 2 eram discursivas. O propósito do questionário foi investigar a procura do cliente pelos tratamentos estéticos propostos na empresa escolhida, os principais problemas observados nos atendimentos e sugestão de solução para os problemas citados. O questionário foi aplicado no início de setembro de 2023. O público desta coleta abrangeu potenciais futuros clientes e a amostragem total foi de 123 respostas ao questionário. As questões de 1 a 6 variaram, entre questões de múltipla escolha e questões abertas, podendo o pesquisador escolher dentre as opções previamente citadas.

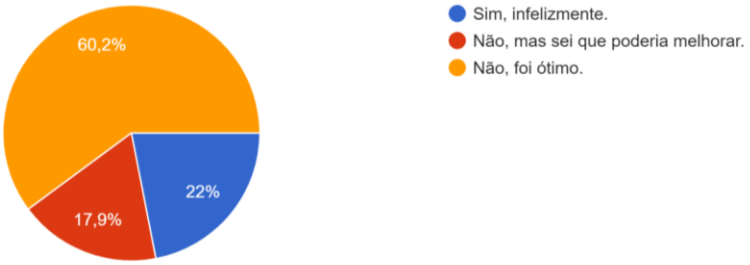
Os questionários foram vinculados às principais redes sociais dos componentes da *NewExo*. Tratou-se de uma coleta de dados quantitativa, qualitativa e expositiva. Diante dos dados coletados observamos que 69,1% dos entrevistados frequentam locais com o serviço de Design de Sobrancelha, 18,7% não frequenta e 12,2% já esteve no local, mas não frequenta mais (Figura 1).

Figura 1 - Porcentagem de pessoas que procuram o serviço de design de sobrancelha



Na segunda pergunta do questionário foi constatado que 22% dos pesquisados já tiveram algum problema com o serviço prestado, 17,9% não tiveram nenhum tipo de problema, mas tem pontos que gostariam de algum tipo de melhoria e 60,2% dos pesquisados não tiveram nenhum tipo de problema (Figura 2).

Figura 2 - Porcentagem de pessoas que já tiveram algum problema ou incômodo com o serviço prestado

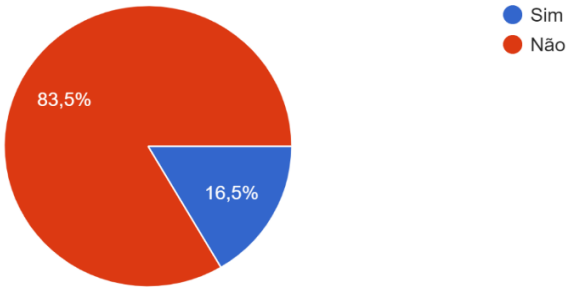


Quando foram questionados sobre qual o tipo de problema encontrado observamos que a resposta mais recorrente na nossa pesquisa foi a de que o profissional não realizou o atendimento de acordo com o que foi pedido pela cliente, há exemplos como “afinar demais a sobrancelha”, “design incorreto (sobrancelhas tortas ou com falhas)”. Não tivemos resposta em relação aos cílios.

As sugestões para solucionar os problemas encontrados, segundo dados da pesquisa, foi a capacitação dos profissionais da área, e que eles avaliassem melhor os pedidos dos clientes antes do atendimento, para certificar de que tenham entendido o design imaginado. Além disso, um ponto de pós-venda foi também mencionado, o de receber e avaliar melhor o feedback do cliente ao final do atendimento, para que possam melhorar a qualidade do serviço e os procedimentos prestados.

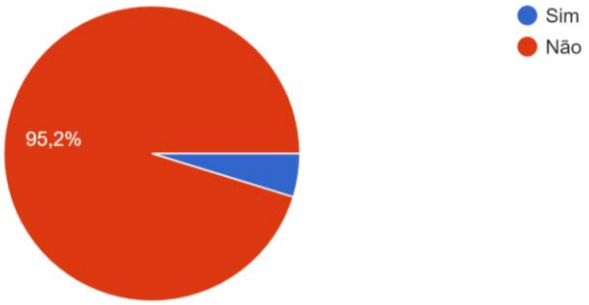
Na quinta pergunta do questionário foi constatado que 16,5% dos pesquisados já fizeram o procedimento de alongamento de cílios e 83,5% nunca realizaram o procedimento (Figura 3).

Figura 3 - Porcentagem de pessoas que realizaram o alongamento de cílios



No questionamento sobre problemas de alergia com alongamento de cílios, a equipe do *NewExo* constatou que 95,2% dos pesquisados não tiveram nenhum tipo de reação alérgica ao procedimento e 4,8% dos pesquisados tiveram reações alérgicas (Figura 4).

Figura 4 - Porcentagem de pessoas que tiveram ou não reação alérgica



Com a análise das respostas a conclusão é de que existem diversos pontos que podem ser trabalhados como oportunidade de melhoria. Ainda assim, a capacitação dos profissionais é a melhor oportunidade para a melhoria do serviço segundo as respostas em geral.

Após a pesquisa analisamos o público-alvo do empreendimento, assim como qual é de fato parte de suas características. Com o entendimento do público que frequenta e busca o tipo de serviço podemos fazer sugestões para atender nossa cliente.

PERSONA

Público-alvo

- Mulheres;
- Renda média de dois salários e meio;
- Idade abrangente de 15 a 75 anos;
- Pessoas com personalidade extrovertida;
- Ativas em redes sociais.

MAPA DA EMPATIA

CLIENTES

Joana Machado Silva

- Casada, 64 anos, reside em Uberlândia-MG.
- 3 filhos casados
- Superior completo
- Professora de inglês
- Renda mensal de 4.500$
- Viaja todo semestre
- Autocuidado consigo mesma
- Alimentação saudável
- Falta de tempo para seu novo curso de designer de moda
- Acompanha influenciadoras digitais da beleza
- Gosta de praticidade

Aline Ribeiro

- Cabeleireira, 33 anos, reside em Uberlândia-MG.
- 3° período de moda
- Cantora aos fins de semana
- 1 filho de 5 anos
- Renda de 2.500$
- Vaidosa
- Faz musculação às 6:00 da manhã
- Faz compras online
- Acompanha influenciadoras digitais de beleza

DOR DO MERCADO

Nossa equipe, inicialmente, conduziu uma investigação sobre o público que frequenta o tipo de serviço oferecido pela empresa-alvo. Com base na pesquisa inicial e na análise do mapa da empatia, identificamos duas principais questões. A primeira delas diz respeito à fidelização do cliente, que tem sido um desafio, principalmente devido a outra preocupação levantada: a qualidade do serviço prestado muitas vezes não atende às expectativas do cliente.

Em diálogo com a empreendedora, ela mencionou para nossa empresa, que a maior dificuldade enfrentada pelo empreendimento da empresa é a captação de clientes e a fidelização destes. Ela também expressou o desejo de expandir sua base de clientes e, como resultado, aumentar a rentabilidade do seu negócio. É importante notar que esses desafios não são únicos, sendo comuns entre seus parceiros de negócios e na concorrência. Além disso, a sazonalidade é uma questão a ser considerada, com flutuações na demanda ao longo do ano, exigindo adaptações na oferta de serviços e promoções para otimizar a utilização dos períodos de alta e baixa demanda. Em uma indústria altamente competitiva, como a de beleza, especialmente na cidade de Uberlândia, lugar onde a oferta de serviços é significativa, é crucial oferecer diferenciais que atraiam o público, principalmente através de um atendimento e serviços de qualidade.

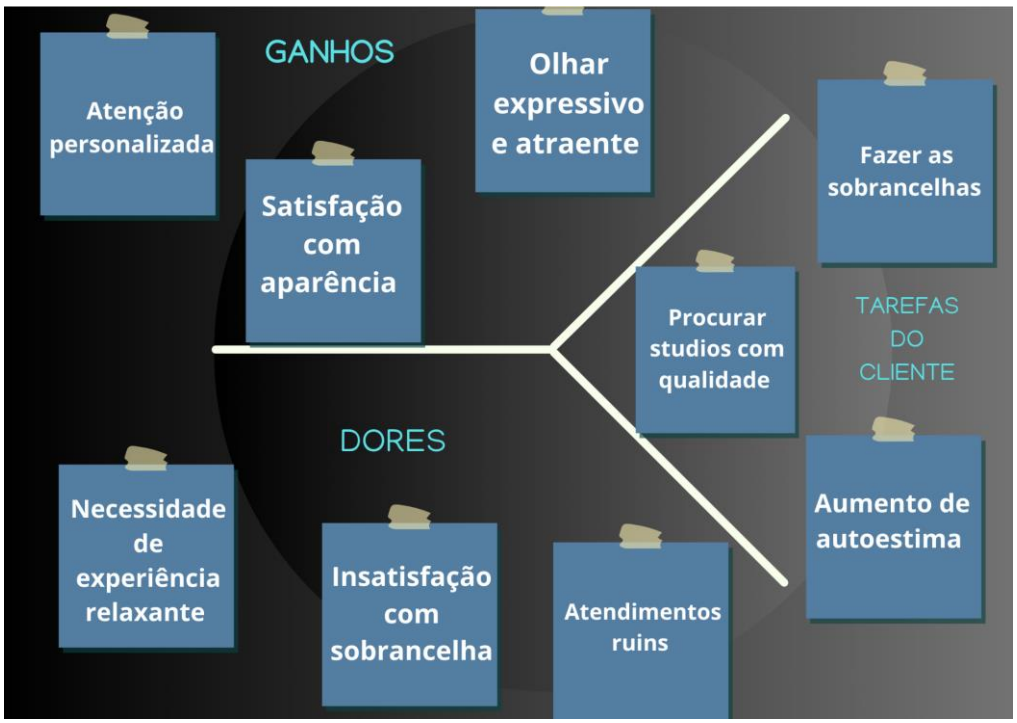
Manter-se atualizado com as tendências em beleza e tecnologia é essencial para atrair e manter clientes, demandando investimentos contínuos em desenvolvimento profissional e a implementação eficaz de estratégias de marketing para promover os serviços prestados. Em termos gerais, empreendedores almejam alcançar sucesso tanto pessoal quanto profissional ao estabelecer firmemente seus negócios no mercado e conquistar o reconhecimento de seu empreendimento.

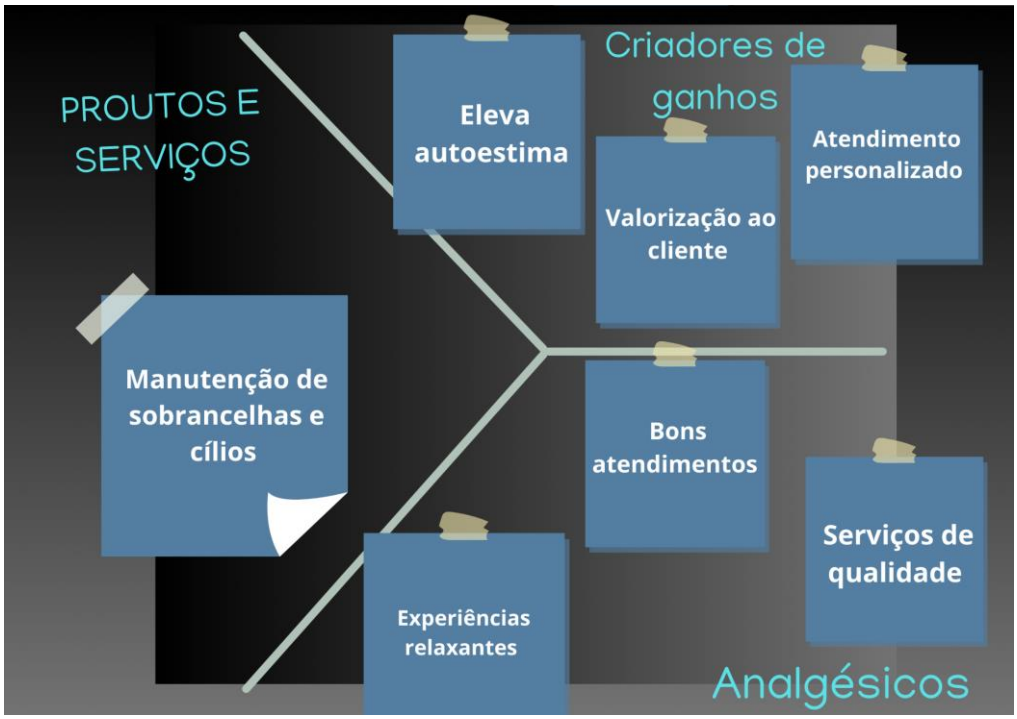
Os clientes, por sua vez, expressam a necessidade de cuidados com a aparência e buscam um estúdio que seja confiável e qualificado, especialmente devido a experiências desfavoráveis que tiveram em outros estabelecimentos que oferecem serviços similares. Isso coloca uma demanda adicional sobre a empreendedora, exigindo dela um entendimento mais profundo dos procedimentos, dos riscos associados e dos custos envolvidos. Isso é fundamental para assegurar que os clientes não enfrentam os mesmos problemas encontrados em outros estúdios.

Em um ambiente que passa por tantas transformações, estratégias eficientes dependem, cada vez mais, de verdadeiras imersões nas “dores” dos consumidores, o que pensam, gostam, agem, entendendo assim seus comportamento e hábitos. Valorizar a

experiência do cliente é essencial para identificar os problemas que eles percebem na empresa e, consequentemente, buscar soluções eficazes.

PROPOSTA DE VALOR





Clientes de estúdios de cílios e sobrancelhas buscam principalmente um olhar expressivo e atraente que eleve sua autoestima. A estética dos olhos desempenha um papel fundamental na confiança pessoal e na satisfação com a própria aparência. Para atender a essa necessidade, os clientes procuram um serviço que ofereça atenção personalizada. Valorizar o cliente como indivíduo, compreendendo suas características faciais e preferências, é essencial para garantir satisfação e fidelização.

No entanto, os clientes frequentemente enfrentam desafios, como atendimentos insatisfatórios e ausência de experiências relaxantes durante os procedimentos. Resultados insatisfatórios podem abalar a autoestima e minar a confiança nos estúdios estéticos. A necessidade de uma experiência relaxante é inerente à busca por serviços de estética. Eliminar essas dores exige a criação de um ambiente acolhedor e relaxante, desde a entrada no ambiente até o término do serviço. O atendimento de qualidade e o profissionalismo são fundamentais para garantir que os clientes saiam do estúdio com uma sensação de bem-estar e satisfação.

As tarefas do cliente envolvem a manutenção regular das sobrancelhas e cílios, a busca por estúdios de estética qualificados e o desejo de elevar a autoestima. Manter sobrancelhas e cílios requer dedicação e cuidados regulares, consumindo tempo e esforço. Os clientes também enfrentam o desafio de encontrar estúdios de estética que atendam às expectativas de serviços de qualidade. A fidelização do cliente é alcançada quando as tarefas do cliente são simplificadas. Nesse sentido, os estúdios de cílios e sobrancelhas podem oferecer horários flexíveis, serviços eficientes e criar um ambiente acolhedor. O aumento da autoestima é o objetivo final, e os estúdios desempenham um papel crucial nesse processo, garantindo que os resultados atendam às expectativas, contribuindo para ganhos emocionais e psicológicos significativos.

Para garantir a fidelização do cliente, é essencial que os estúdios de cílios e sobrancelhas funcionem como analgésicos, eliminando atendimentos ruins e proporcionando experiências relaxantes. Atendimentos de qualidade, personalizados e ambientes relaxantes são os principais analgésicos que compõem aquilo que pode transformar a experiência do cliente. Eliminando as dores, como atendimentos ruins e a falta de uma experiência única, os estúdios garantem que seus clientes saiam com satisfação e bem-estar, fortalecendo a lealdade do cliente e incentivando a recomendação dos serviços para outros.

SOLUÇÕES INOVADORAS

A inovação desempenha um papel fundamental no âmbito da beleza, sendo crucial para diferenciar os serviços prestados e alcançar o sucesso da empresa. Especificamente, nos serviços de Brow Lamination, Extensão de Cílios e Design de Sobrancelha, nos quais a estética é de importância suprema, a busca por práticas e estratégias inovadoras é essencial para melhor atender os clientes. As soluções inovadoras têm o potencial de elevar a qualidade dos serviços, aprimorando a experiência do cliente. Desde na implementação de tecnologia de ponta e investimento constante em treinamento, até a execução de estratégias de marketing eficazes, essas soluções podem verdadeiramente transformar, proporcionando inovação e elevando a satisfação das clientes a um novo patamar.

Propusemos tópicos para aprimoramentos na empresa, tais como, tecnologia e aplicativos, treinamento contínuo, atendimento personalizado, programa de fidelidade, novos pacotes de serviços, divulgação online, parcerias estratégicas e feedback dos clientes.

1. Tecnologia e Aplicativos

Na era da beleza e autocuidado, a tecnologia é a chave para aprimorar a experiência das clientes. Nosso aplicativo oferece agendamento inteligente, escaneamento facial para personalização, alertas de agendamentos e acesso a vídeos de beleza e autocuidado. Além disso, nosso recurso de chat e registro de histórico de serviços garantem atendimento personalizado e objetivo. Estamos comprometidos em elevar o padrão de excelência na prestação de serviços de Brow Lamination, Extensão de Cílios e Design de Sobrancelha por meio da inovação tecnológica.

- **Agendamento Inteligente:** O agendamento inteligente oferecido pelo aplicativo permite que as clientes reservem serviços de Brow Lamination, Extensão de Cílios e Design de Sobrancelha de forma conveniente e flexível.
- **Escaneamento Facial para Personalização**: A tecnologia de escaneamento facial é uma inovação notável. Permite que as clientes tenham uma experiência altamente personalizada. Análise de características faciais exclusivas de cada cliente, o aplicativo pode sugerir tratamentos e produtos que melhor se adequam em suas necessidades específicas. Isso torna os serviços mais eficazes e satisfatórios.
- **Alertas de Agendamentos:** Os alertas de agendamento fornecem para as clientes lembretes importantes sobre datas e horários de compromissos. Isso reduz a

probabilidade de faltas e cancelamentos de última hora, ajudando a manter uma agenda organizada e maximizar a eficiência do estabelecimento.

- **Acesso a Vídeos de Beleza:** A disponibilidade de vídeos de beleza diretamente no aplicativo é uma forma de manter as clientes informadas sobre as últimas tendências, dicas de cuidados com a pele e técnicas de maquiagem. Isso demonstra um compromisso com a educação das clientes, ajudando-as a manter seu bem-estar e beleza entre as visitas ao estabelecimento.
- **Recurso de Chat:** O recurso de chat oferece um canal direto de comunicação entre as clientes e o estabelecimento. Isso permite que as clientes façam perguntas, esclareçam dúvidas ou forneçam informações importantes antes de suas visitas. Um atendimento personalizado é valorizado e contribui para a satisfação do cliente.
- **Registro de Histórico de Serviços:** O registro de histórico de serviços é essencial para oferecer um atendimento personalizado. Ao manter um histórico de tratamentos anteriores, o estabelecimento pode acompanhar as preferências e necessidades de cada cliente, garantindo que cada visita seja adaptada de acordo com as experiências anteriores.
- **Elevação do Padrão de Excelência:** O compromisso com a inovação tecnológica demonstra uma busca contínua pelo aprimoramento e excelência nos serviços de Brow Lamination, Extensão de Cílios e Design de Sobrancelha. Isso contribui para a diferenciação no mercado, a fidelização de clientes e a atração de novos públicos.

2. Treinamento Contínuo

Em um mundo onde a beleza e o cuidado pessoal estão em constante evolução, mantendo sempre atualizados com as últimas tendências e técnicas é essencial para o sucesso na indústria. Apresentando o compromisso com o treinamento e aperfeiçoamento contínuos, oferecendo instrutores especializados, que ministram vídeo aulas especializadas regularmente.

- **Qualidade dos Serviços:** Com instrutores especializados, aprimorando as habilidades e oferecer serviços de alta qualidade aos clientes. Treinamentos com técnicas mais recentes, garantindo resultados satisfatórios.
- **Satisfação do Cliente:** Clientes que recebem tratamentos de alta qualidade ficam satisfeitos e são mais propensos a retornar. Isso cria uma base leal de clientes e promove o crescimento dos negócios.

- **Inovação e Diferenciação:** Manter-se sempre atualizado com as últimas tendências é o que permite que a empresa inove e se diferencie no mercado. Isso pode atrair clientes em busca de experiências inovadoras.
- **Treinamento:** Treinamento contínuo estão bem posicionadas para se destacar e superar a concorrência.
- **Credibilidade e Confiança:** Os clientes confiam em profissionais que demonstram conhecimento atualizado e habilidades aprimoradas. Isso contribui para a credibilidade da empresa.

3. Atendimento Personalizado

A abordagem é centrada nas necessidades das clientes. Iniciando com atendimentos presenciais para compreender as preferências. A partir dessas conversas, cria desenvolvimentos de planos para tratamento personalizados e agendamentos de retornos, garantindo que cada cliente receba um serviço sob medida e eficaz. O atendimento e a personalização para proporcionar serviços de Brow Lamination, Extensão de Cílios e Design de Sobrancelha excepcionais.

- **Atendimento Presencial:** Início das interações com atendimentos presenciais, criando uma conexão direta com as clientes.
- **Compreensão das Preferências:** Durante os atendimentos presenciais, a equipe compreende as preferências individuais, necessidades e expectativas das clientes.
- **Planos de Tratamento Personalizados:** Com base nas conversas, são criados planos de tratamento personalizados, levando em consideração as características únicas de cada cliente.
- **Agendamentos de Retornos:** Os planos incluem agendamentos de retornos, garantindo que cada cliente receba tratamentos contínuos e progressivos.
- **Serviços Sob Medida:** A personalização visa fornecer serviços de Brow Lamination, Extensão de Cílios e Design de Sobrancelha sob medida para atender às necessidades e desejos específicos de cada cliente.
- **Excelência e Satisfação:** Essa abordagem promove a excelência nos serviços, resultando em satisfação do cliente e fidelização, à medida que as clientes veem suas necessidades atendidas de maneira eficaz e única.

4. Programa de Fidelidade

Oferecendo um programa de fidelidade que recompensa as clientes com descontos após a realização de uma quantidade específica de serviços. Além disso, com incentivos de novas tendências e orientações para que possam continuar seus cuidados em casa.

- **Programa de Fidelidade:** A implementação de um programa de fidelidade é uma estratégia eficaz para recompensar as clientes por sua lealdade. Ao acumular carimbos, pontos ou completar um certo número de serviços, as clientes recebem descontos como recompensa. Isso cria um forte incentivo para que elas retornem ao estabelecimento, aumentando a retenção de clientes.
- **Descontos Após Acúmulo de Serviços:** Os descontos concedidos após a realização de uma quantidade específica de serviços incentivam as clientes a continuar a escolher o estabelecimento para suas necessidades de beleza.
- **Incentivo para Atender as Necessidades das Clientes:** Além dos descontos, o programa de fidelidade demonstra um compromisso em atender às necessidades das clientes. Acumulando serviços específicos, as clientes têm a oportunidade de receber tratamentos adicionais que se alinham com suas preferências e objetivos de beleza.
- **Promoção de Autocuidado Contínuo:** Além do programa de fidelidade, o incentivo com novas tendências e orientações é valioso. Isso mostra que o estabelecimento se preocupa com o autocuidado das clientes não apenas durante as visitas, mas também entre elas. Oferecer dicas sobre cuidados em casa, novas tendências e produtos relevantes ajuda as clientes a manter sua beleza e bem-estar.
- **Construção de Relacionamento a Longo Prazo:** Essas estratégias não apenas incentivam a fidelidade a curto prazo, mas também contribuem para a construção de relacionamentos duradouros com as clientes.
- **Promoções:** A oferta de descontos e orientações para o autocuidado em casa, as clientes perceberam que estão recebendo um benefício extra além dos tratamentos no estabelecimento.

5. Novos Pacotes de Serviços

Inovação ao criar pacotes que oferecem uma combinação exclusiva de serviços com descontos significativos. Pacotes são adaptados para atender diversas necessidades, seja para tratamentos intensivos ou ocasiões especiais, com flexibilidade e a personalização.

- **Adaptação para Diferentes Necessidades:** A inovação se destaca na adaptação dos pacotes para diversas necessidades. Isso pode incluir pacotes para tratamentos intensivos, ideais para clientes que buscam resultados rápidos, ou pacotes destinados a ocasiões especiais, como casamentos ou eventos.
- **Personalização dos Pacotes:** A capacidade de personalização dos pacotes é uma parte importante da inovação. Os clientes podem escolher pacotes que atendam às suas necessidades específicas, tornando-os uma opção altamente flexível e adaptável.
- **Ampliação das Ofertas:** A introdução de pacotes inovadores amplia a gama de ofertas do estabelecimento, fornecendo uma variedade de escolhas aos clientes. Isso pode atrair um público diversificado, desde aqueles que procuram serviços intensivos até aqueles que desejam experiências exclusivas em ocasiões especiais.
- **Valor Percebido pelos Clientes:** A criação de pacotes não apenas proporciona economia real aos clientes, mas também cria um valor percebido. As clientes veem que estão recebendo um pacote personalizado que atende às suas necessidades, o que aumenta sua satisfação.
- **Diferenciação no Mercado:** A inovação na criação de pacotes diferencia o estabelecimento no mercado de beleza e cuidados pessoais. Isso atrai a atenção de clientes em busca de experiências únicas e vantajosas.

6. Divulgação Online

Estratégia de marketing, destacando pela presença ativa e atualizações regulares nas redes sociais. Além disso, utilizando anúncios pagos nas redes sociais para ampliar o alcance e atingir um público mais diversificado, com compromisso com a visibilidade e o engajamento.

- **Presença Ativa nas Redes Sociais:** Uma presença ativa nas redes sociais é crucial para manter os clientes envolvidos e informados. Publicar regularmente conteúdo relevante, como dicas de beleza, informações sobre serviços e atualizações do estabelecimento, mantendo as páginas sociais dinâmicas e atrativas.
- **Atualizações Regulares:** As atualizações regulares nas redes sociais demonstram um compromisso com a comunicação constante com os seguidores. Isso mantém o público informado sobre as últimas novidades, eventos e promoções.
- **Anúncios Pagos nas Redes Sociais**: O uso de anúncios pagos nas redes sociais é uma estratégia eficaz para ampliar o alcance. Esses anúncios permitem segmentar um

público específico com base em características demográficas, interesses e comportamentos, atingindo pessoas que podem não conhecem o estabelecimento.

- **Alcance de Público Diversificado:** O uso de anúncios pagos é particularmente eficaz para alcançar um público mais diversificado. Isso pode incluir diferentes grupos etários, localizações geográficas e interesses, garantindo que a mensagem do estabelecimento chegue a clientes em potencial.
- **Compromisso com a Visibilidade e o Engajamento:** A estratégia de marketing destaca o compromisso com a visibilidade e o engajamento nas redes sociais. Isso envolve responder a comentários, interagir com seguidores e manter um diálogo ativo. O engajamento fortalece o relacionamento com os clientes e promove a fidelidade.
- **Feedback e Avaliações:** As redes sociais também oferecem canal para feedback e avaliações dos clientes. Isso ajuda o estabelecimento a avaliar a satisfação do estabelecimento e sugestões de melhorias contínuas.
- **Construção de Marca e Reconhecimento:** A presença nas redes sociais e o uso de anúncios pagos contribuem para a construção da marca e o reconhecimento. Os clientes associam a marca a uma presença ativa e envolvente nas mídias sociais.

7. Parcerias Estratégicas

Estabelecendo parcerias estratégicas em outras empresas de beleza temos como objetivo para o alcance de público e maior relevância, salões de cabeleireiro e outros para referências mútuas e benefícios recíprocos. Além disso, oferecendo descontos vantajosos para clientes referidos por parceiros ou indicações diretas das clientes, fortalecendo a valorização da fidelidade das clientes.

- **Estabelecimento de Parcerias Estratégicas:** A estratégia começa com a criação de parcerias estratégicas com outras empresas de beleza, como salões de cabeleireiro. Isso envolve a colaboração ativa e a identificação de oportunidades de referências mútuas. Essas parcerias podem ser baseadas em interesses compartilhados e na complementaridade de serviços.
- **Benefícios Recíprocos:** As parcerias visam a criação de benefícios recíprocos para ambas as partes. Isso pode incluir o encaminhamento de clientes entre os estabelecimentos, compartilhamento de recursos, promoções conjuntas e outras iniciativas colaborativas.

- **Descontos Vantajosos para Clientes Referidos:** Como parte das parcerias, é oferecido descontos vantajosos para clientes referidos por parceiros. Isso cria um incentivo para que os clientes experimentem os serviços do estabelecimento e promove a fidelidade, tanto entre os clientes existentes quanto os recém-chegados.
- **Indicações Diretas das Clientes:** Além das parcerias, a estratégia valoriza as indicações diretas das clientes. Quando uma cliente indica o estabelecimento a amigos, familiares ou conhecidas, a cliente é recompensada com descontos ou benefícios adicionais. Isso fortalece a valorização da fidelidade das clientes e cria um ciclo positivo de referências.
- **Fidelização de Clientes:** O oferecimento de descontos e benefícios reforça a fidelização de clientes existentes, que se sentem valorizados e recompensados por sua lealdade.
- **Aumento da Base de Clientes:** A estratégia de parcerias e descontos vantajosos contribui para o aumento da base de clientes. Isso é benéfico para o crescimento do estabelecimento e para a ampliação da rede de clientes satisfeitos.

8. Feedback dos Clientes, QR code

Simplificação de obtenção de feedback dos clientes, proporcionando links e QR code para aprimorar e medir a satisfação deles. Além disso, otimizando a eficiência por meio da automatização de tarefas administrativas, como lembretes e solicitações de avaliações nas redes sociais, por busca contínua pela excelência e novas abordagens.

- **Obtenção Simplificada de Feedback dos Clientes:** A estratégia começa com a simplificação da obtenção de feedback dos clientes. Isso envolve a criação de um processo fácil e acessível para que os clientes compartilhem suas opiniões e avaliações. Isso pode incluir o uso de links e QRcodes direcionando para formulários de feedback online.
- **Medição da Satisfação dos Clientes:** Além de simplificar a obtenção de feedback, a estratégia visa medir a satisfação dos clientes de forma sistemática. Isso permite que o estabelecimento avalie o desempenho, identifique áreas de melhoria e atenda às expectativas dos clientes.
- **Excelência e Novas Abordagens:** A busca contínua pela excelência é um princípio-chave da estratégia. Através da análise do feedback dos clientes e da identificação de

oportunidades de melhoria, para adotar novas abordagens e aprimorar a qualidade dos serviços.

- **Valorização da Opinião dos Clientes:** As clientes se sentem ouvidos e apreciados quando sua opinião é solicitada, e isso contribui para a satisfação e fidelização.

OS Ps

PROTÓTIPO: MVP

O BrowPerfect é um protótipo de aplicativo de última geração que fornece uma experiência mais completa no alongamento de cílios e modelagem da sobrancelha. Com isso, ele oferece em seu aplicativo o escaneamento de sobrancelhas, alarme de novos serviços com novas dinâmicas de tratamento e um agendamento customizado. Ademais, o app faz o escaneamento de face, agendamento inteligente, alerta com o intuito de agendamentos futuros do serviço com descontos e vídeos mostrando cursos para autocuidado dos procedimentos executados. Outra proposta seria o uso de uma pasta contendo uma ficha com anamnese do cliente junto com o molde de acetato e a relação dos procedimentos de manutenção. Desse modo, o cliente terá uma experiência completa com tudo automatizado e rápido o que pode vir a ser uma maneira de fidelização.

DESIGN DE
Sobrancelhas

Nome:_____ Nascimento:___/___/___
Atividade:_____ Indicação:_____
Endereço:_____
Telefone: (__)_____ Email:_____
RG:_____ CPF:_____

Avaliação:
É gestante? ( ) Sim, atualmente com_____semanas ( ) Não
Possui queda de pelos? ( ) Sim ( ) Não
Possui alergia à henna/cosméticos/outros? ( ) Sim ( ) Não
Especifique:_____
Faz uso de algum medicamento? ( ) Sim ( ) Não
Especifique:_____
Existe algum problema que julgue ser necessário informar ao profissional antes do procedimento? _____
Autorizo o registro fotográfico do "antes" e "depois", para documentação e divulgação da profissional. As declarações acima são verdadeiras, não cabendo ao profissional a responsabilidade por informações omitidas nesta avaliação.
Em ___/___/___ Ass.:_____

Características:
E.S. Espaço entre sobrancelhas:_____
E.G. Espaço entre glândulas:_____
A.I. Altura inicial:_____
A.C. Altura central:_____
A.F. Altura final:_____
P.I. Ponto inicial:_____
P.A. Ponto alto:_____
P.F. Ponto final:_____
Cor da henna:_____
Espessura das sobrancelhas:_____
Formato dos olhos:_____
Formato do rosto:_____
Tipo de pele:_____

Cuidados com sua
Extensão de Cílios

- Não molhar nas primeiras 24 horas;
- Evitar contato com sauna e banhos quentes;
- Não usar curvex;
- Não usar rimel;
- Não usar demaquilante oleoso;
- Cuidado ao esfregar os cílios;
- Cuidado para não amassar enquanto dorme;
- Penteie diariamente com a escovinha;
- Lave diariamente com água fria ou morna e shampoo para bebê;
- Faça manutenção ou remoção apenas com sua lash designer;

PREÇO

Gastos

Para definição de valores nossa empresa iniciou verificando os gastos semanais e mensais. Desta forma, é possível ter um controle dos gastos e do estoque e garantir que não falte produtos para execução dos serviços.

Produtos	**Preço (**R$)	**Unidade**
Algodão compactado 70 g	8,00	1
Pente de sobrancelha	10,50	1
Cílios para alongamento	30,00	1
Demaquilante	15,00	1
Pinça	50,00	1
Tesoura sem ponta	2,38	1
Luvas descartáveis	12,00	1
Removedor de cola de cílios	25,00	1
Escuma de cílios 700 ml	50,00	1
Máscara descartável	12,00	1

Soprador de cílios	17,50	1
Toucas descartáveis	16,00	100
Hastes flexíveis	2,00	100
Toalha descartável	27,00	200
Lenço de papel	11,00	150
Micropore	15,00	1
Espelho para cola	13,00	1
Cola para aplicação de cílios	60,00	1
Kit para permanente de cílios	100,00	1
Pinça grande de ponta fina curva	50,00	1
Óculos de proteção	5,00	1
Total	531,38	

Além dos produtos teremos gastos fixos como: aluguel, maquininha, água, energia.

Gastos fixos	Valor (R$)
Aluguel (água, energia, internet incluso)	500,00
Máquina de cartão	80,00
Total	580,00

A partir da demanda mensal nos informado sobre os gastos mensais pudemos encontrar os lucros mensais.

Serviço	**Valor por sessão (R$)**	**Sessões feitas**	**Total mensal (R$)**
Design de sobrancelhas	40,00	20	800,00
Extensão de cílios	240,00	1	240,00
Lash lifting	200,00	4	800,00
Brow lamination	140,00	3	420,00
Total			2.260,00

Finalizamos fazendo a soma de todos os gastos variáveis e fixos e subtraindo pelos lucros chegando ao valor que a empreendedora lucra com seus serviços em um período de um mês: R$ 2260,00 - R$ 1111,8 = R$ 1148,2. Assim tendo o lucro de R$1148,62.

PROMOÇÃO

O "P" de Promoção é uma das quatro variáveis do marketing mix, juntamente com Produto, Preço e Praça. Ela se refere às estratégias e táticas usadas para promover um produto ou serviço e criar conscientização, interesse e desejo entre os consumidores. A promoção

engloba uma ampla gama de atividades de marketing, incluindo publicidade, relações públicas, promoções de vendas, marketing digital, eventos, entre outros.

A promoção é fundamental para o sucesso de um produto ou serviço, pois ajuda a informar o público sobre sua existência e benefícios, persuadir os consumidores a considerá-lo e, por fim, levá-los à ação de compra. Isso envolve a criação de mensagens persuasivas e a escolha dos canais certos para atingir o público-alvo de forma eficaz.

A estratégia de promoção deve ser cuidadosamente planejada, levando em consideração fatores como o mercado-alvo, a concorrência, o orçamento disponível e os objetivos de marketing. É importante criar uma mensagem coerente e atraente que destaque os diferenciais do produto ou serviço. Além disso, o marketing digital desempenha um papel cada vez mais importante na promoção, com a ascensão das redes sociais, publicidade online e influenciadores digitais. As empresas agora têm uma variedade de ferramentas e canais para promover seus produtos de maneira eficaz e direcionada.

Em resumo, a "P" de Promoção é essencial para alcançar o público-alvo, criar interesse e impulsionar as vendas de um produto ou serviço, sendo uma parte crucial do mix de marketing que as empresas utilizam para atingir seus objetivos de negócios. Após a análise do público e do mercado, o grupo *NewExo* identificou que o melhor meio de comunicação para a empresa são as redes sociais, com isso foi desenvolvido uma campanha promocional com 4 pacotes de promoção, que podem ser divulgados em diversas redes sociais.

TÉCNICAS

- **Design de Sobrancelhas**

O design de sobrancelhas é uma técnica estética que busca realçar a beleza dos olhos e do rosto, equilibrando a forma das sobrancelhas com os traços naturais da pessoa e suas preferências pessoais.

- **Técnica Brow Lamination**

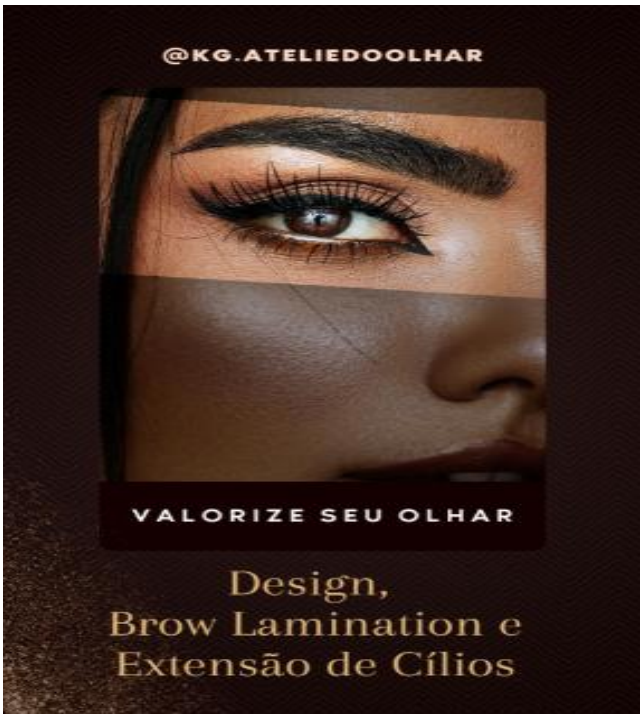
A Brow Lamination, também conhecida como Lash Lift para sobrancelhas, é um procedimento estético que remodela e melhora o formato das sobrancelhas, sendo uma opção popular para correção de sobrancelhas desalinhadas ou com falhas, usando produtos químicos suaves, geralmente com queratina.

- **Extensão de Cílios**

A Extensão de Cílios é um procedimento que aplica cílios artificiais individuais para criar um visual mais longo, volumoso e curvado, sendo uma opção popular para quem busca cílios dramáticos sem recorrer ao uso de rímel.

PACOTES PROMOCIONAIS

Pacote 1: Com a compra deste pacote você ganha três cupons para concorrer a uma diária no Hotel L'acqua diRoma II em Caldas Novas-GO.



Pacote 2: Adquirindo este pacote você ganha um cupom para concorrer a uma diária no Hotel L'acqua diRoma II em Caldas Novas-GO.

Pacote 3: Neste pacote fazendo a extensão de cílios você ganha o retorno de manutenção

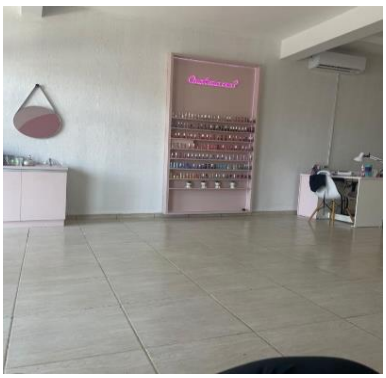
Pacote 4: Com a compra deste pacote você ganha grátis um batom.

PRAÇA

O estúdio de beleza sob a gestão de Karen Gonçalves, situado na cidade de Uberlândia-MG, especificamente no Bairro Tibery, proporciona uma abordagem verdadeiramente única e personalizada no que diz respeito ao tratamento profissional de sobrancelhas e cílios. A estratégica localização no seio de um bairro que se encontra convenientemente próximo ao centro da cidade, viabiliza um acesso descomplicado e eficaz aos clientes, tornando a jornada até o estúdio incrivelmente acessível e conveniente.

O atendimento presencial, embora envolva a necessidade de deslocamento dos clientes até o estúdio fornece uma interação mais próxima e personalizada com os profissionais de beleza. A proximidade do bairro em relação ao centro urbano da cidade e próximo ao shopping acrescenta uma conveniência, simplificando o acesso aos serviços de beleza.

Um dos aspectos notáveis do estúdio é a organização do ambiente e a atenção ao conforto. Ao organizar cuidadosamente o espaço, criou-se um ambiente acolhedor que inspira confiança desde o primeiro momento em que o cliente entra no estúdio. Isso é fundamental para garantir a satisfação dos clientes e contribui para que eles recomendem os serviços a outras pessoas. O foco na organização e na conveniência demonstra um compromisso com a qualidade da experiência do cliente.



PRODUÇÃO JURÍDICA

No Brasil, não só a abertura, como também a manutenção de um empreendimento são processos cheios de formalidades, burocracias e documentações que exigem uma atenção especial para evitar problemas de ordem legal. Nesse sentido, é fundamental uma Assessoria Jurídica a fim de resguardar os direitos do empreendedor e, consequentemente, da pessoa jurídica aí formada. Nesse sentido, o papel da Assessoria Jurídica pode auxiliar o empreendedor na identificação e prevenção de riscos do negócio. Os conceitos adquiridos no primeiro semestre do curso de Direito, na ESAMC, serão abordados aqui como parte da contribuição na formação do Projeto Interdisciplinar.

Língua Portuguesa

A ampliação e o domínio da língua portuguesa e da linguagem, que são construídas nas relações sociais, é imprescindível para uma efetiva atuação como cidadão e estão relacionados às experiências linguísticas do cotidiano. Neste sentido, a linguagem altera a forma como se expressa, como capta e envia mensagens, demonstrando a relevância da interpretação mais precisa do que o outro quis dizer.

O âmbito do Direito tem sua própria linguagem e é através das palavras ou signos que se exterioriza as normas jurídicas e os combinados entre as partes, por isso a declaração da vontade é um dos elementos estruturais e um requisito de existência no negócio jurídico. Neste contexto, os interlocutores precisam ter uma visão clara do conteúdo de suas declarações e a forma como elas são expressas, sendo importante averiguar o contexto no qual os integrantes estão inseridos a fim de evitar qualquer tipo de lacuna no entendimento de ambas as partes no negócio jurídico.

Contudo, o sistema comunicativo necessita ser vivo e dinâmico, presente em diferentes contratos sociais. A linguagem deve ser utilizada de forma culta, porém de acesso democrático, possibilitando aos agentes melhor compreensão de seu conteúdo e, por consequência, uma participação mais informada, consciente e apta a influenciar o resultado do processo.

História do Direito

O objeto de estudo é o próprio Direito, com o papel de relatar, descrever e comentar sobre o que efetivamente vigorou como direito em cada época e lugar. A partir dos estudos entendemos as principais definições do Direito, suas fontes, seus instrumentos e principalmente a LINDB (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro).

Neste sentido, é básico desenvolver um raciocínio generalizante acerca do Direito, a partir de uma matriz analítica e com destinação crítica; prosseguir na construção do conhecimento jurídico a partir de postulados científicos e de base, sendo a aplicação da hermenêutica; avançar para além do normativismo legalista; iniciar um raciocínio generalizante acerca dos Direitos Fundamentais.

Assim como citado na Constituição Federativa do Brasil de 1988, os Direitos Fundamentais, ligados aos valores da nossa sociedade, é de nosso total respeito, interesse e apreço, tais quais os Direitos Humanos que são inerentes a todos indepen-dente de sua raça, sexo, nacionalidade, etnia, idioma, religião ou qualquer outra condição, segundo a Declaração Universal dos Direitos Humanos em 1948.

Portanto, é essencial discorrer sobre as bases dos valores que a nossa socieda-de replica e respeita. Destacamos que uma das atitudes do nosso negócio visa um atendimento individual e humanizado, buscando satisfazer as necessidades e interesses dos seus clientes.

Ciência Política (Teoria Geral do Estado)

A ciência política é responsável por entender e moldar as regras de convivência entre as pessoas que são questões relativas ao poder na sociedade, estabelecendo normas e preceitos para o pleno funcionamento das instituições sociais, da economia, do Estado e do sistema jurídico. Estas compreensões são discutidas pelos filósofos Thomas Hobbes, John Locke e Jean-Jacques Rousseau.

Além desses pensadores, podemos observar a ideia de Montesquieu acerca das regras e leis para os indivíduos conviverem em comunidade. Para ele, a lei é uma relação necessária que decorre da própria natureza das coisas, o que salienta o quão fundamental é a lei para assegurar a liberdade. Nesse sentido, uma empreendedora para ter seus direitos garantidos necessita agir baseada nas leis.

Também se torna pertinente a visão de mundo de Maquiavel na obra “O príncipe”, na qual fala sobre um bom governante e no que se refere a virtù, que nosso trabalho associamos com a empreendedora, em que o príncipe tem a capacidade de controlar as ocasiões e acontecimento do seu governo, das questões do principado. O governante com grande virtù constrói uma estratégia eficaz de governo capaz de sobrestar as dificuldades impostas. Desta forma, o bom empreendedor deve ser capaz de criar estratégia diante do inesperado.

Seguindo esse pensamento, observamos que em todo empreendimento é importante o contrato social, uma vez que eles definem os direitos e deveres, por exemplo, dos fornecedores

e consumidores de serviços prestados, além da delimitação de responsabilidades de cada uma das partes.

Sociologia Geral e Jurídica

A Sociologia é uma ciência que estuda a relação humana abrangendo as relações pessoais, profissionais e políticas numa sociedade regulada pelo ordenamento jurídico. Diante desse conceito, podemos compreender o funcionamento e organização da empresa que estamos prestando assessoria baseando, inicialmente nas relações profissionais que é regida pelo direito híbrido que possui normas dispositivas e cogentes. Além disso, a relação pessoal também é observada na livre iniciativa da empreendedora, essa relação é regida pelo direito privado e possui a norma dispositiva e autonomia da vontade. Um cliente busca porque ele quer o serviço que a empresa tem para oferecer. Observamos também que se trata de um ambiente agradável, receptivo, o que proporciona uma interação social entre os que ali frequentam. A finalidade da Sociologia geral e Jurídica é auxiliar o direito na tutela do vulnerável, ou seja, todos aqueles que têm necessidade (no caso, a empreendedora e seus clientes).

Em relação aos princípios constitucionais fundamentais consta no Artigo 1º Inciso III da CF/88 a importância do trabalho e da livre iniciativa. Nesse aspecto, a empreendedora em questão é livre para conduzir suas atividades econômicas com responsabilidade social. Ademais, o empreendedorismo é fundamental para concretização dos objetivos destacados no Art. 3º principalmente o inciso II e III na garantia do desenvolvimento (social, econômico e cultural) nacional colaborando na redução da pobreza e das desigualdades sociais.

É notório que para o empreendedor não basta somente dominar o conhecimento técnico das ferramentas de gestão, mas também é necessário conhecer e entender as pessoas, como elas se relacionam entre si, quais as atitudes e valores são predominantes num determinado grupo social.

Teoria Geral do Direito

O Direito surge a partir da ação humana através de um fato social e histórico que regulamenta as relações sociais em suas diversas formas. O empreendedorismo, sendo uma ação do homem que depende de interações entre pessoas e inclui a viabilização e articulação de recursos de diferentes tipos, irá requerer a incidência de leis, além da necessidade de negociações, contratos e tributos.

A disciplina Teoria do Direito aborda a importância do Direito para a regulamentação das relações sociais e dentro da atividade desenvolvida no interdisciplinar destacamos a

necessidade da existência de leis capazes de regular as relações jurídicas e resguardar a situação do fornecedor dos produtos (empreendedora), do consumidor (cliente) e do objeto (prestação de serviços).

A empreendedora Karen Gonçalves atualmente ocupa um espaço no Quartzo Rosa Studio Nails. No local encontra-se exposto no estabelecimento o Código de Defesa do Consumidor que é ferramenta fundamental para a garantia dos direitos do consumidor referente a produtos e serviços disponíveis. Ademais, apresenta a Licença de Funcionamento junto à Vigilância Sanitária, estrutura, equipamentos adequados e biossegurança com o uso de materiais estéreis e descartáveis de forma a oferecer o melhor atendimento a seus clientes.

Direito Civil

O Direito Civil tem como objetivo, determinar regras e condutas tanto da pessoa física como também da jurídica, dessa maneira observando o contexto em sociedade, as obrigações civis e mercantis são estendidas ao direito privado, demonstrando flexibilidade e interdisciplinaridade entre os ramos do direito brasileiro. Sendo assim, o Código Civil em seu rol taxativo, regulamenta e exemplifica o início e fim da vida civil, personalidade, sociedade, execução e extinção de contrato, entre outros tópicos que garantem a salvaguarda do negócio jurídico.

Sendo assim, na abordagem atual, o Código Civil a partir do livro II, determina os direitos da empresa e empresário respectivamente, ademais a empresa *NewExo* que tem por finalidade, prestação de serviços de consultoria empresarial, se enquadra em sociedade, pois, observando o art. 981 do C.C., “Celebram contrato de sociedade as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir, com bens ou serviços, para o exercício de atividade econômica e a partilha, entre si, dos resultados”.

Somando a isso, a contratante Karen Gonçalves que em sua finalidade visa a prestação de serviços no âmbito do tratamento facial com o objetivo de melhoria estética se enquadra na vida civil, portanto, a empresa parceira *NewEx*o, em parceria firmada em contrato, visando abordagens e mudanças inovadoras, orienta a abertura do cadastro nacional da pessoa jurídica (CNPJ) ou seja a inscrição do ato constitutivo, art. 45 e 985 do C.C , e por conseguinte a abertura do microempreendedor individual (MEI), pois a partir do aumento de demanda, os clientes e empresas vão necessitar de nota fiscal entre outros recursos que só uma empresa consegue emitir e também

Por fim, o Código Civil é notável no dia-a-dia, tais regras e princípios são palpáveis, pois são de fácil percepção em cada momento do cotidiano, por exemplo, no estabelecimento

da contratante Karen Gonçalves, a rampa de acesso do cadeirante, as relações de contrato de aluguel, todos os exemplos anteriores são enquadrados e definidos no Direito Civil e suas leis complementares ,assim, essa variedade é classificada como fato jurídico, ou seja, tem previsão em norma jurídica.

Direito Penal

Ao falarmos sobre o Direito Penal estamos falando sobre uma gama de elementos que regem parâmetros sobre a defesa do direito e da justiça como um todo. Ele rege as legislações de sua disciplina mas enfaticamente é quem nos traz em seus princípios a verdadeira *"ultima ratio",* aquilo que na raiz do direito penal é então o nosso último recurso, assim como é o empregado real de consequências severas.

Tendo-se em vista o contexto de consultoria jurídica é necessário ressaltarmos a importância da compreensão do código de defesa do consumidor, como uma ferramenta básica para o entendimento de como funciona a relação entre o prestador de serviços e o cliente (usuário). Nesse sentido, mesmo com grande número de processos contra os procedimentos de design de sobrancelha e extensão de cílios, a simples insatisfação com o resultado dos procedimentos configura mero dissabor e aborrecimento, não gera danos morais passíveis de indenização.

Um dos pontos a desenvolver pela pessoa física Karen Gonçalves é a necessidade de cumprir com as obrigações fiscais como a arrecadação tributária, assim como o cuidado, caso seja necessário, com importações de produtos de sua possibilidade de descaminho. Para desenvolver-se estes pontos o que foi preciso construir como fundamento no empreendimento é essa compreensão de um olhar jurídico para suas relações e prestações de serviços. Como ponto focal ao trazer e ressaltar as diretrizes do código de defesa do consumidor, bases fundamentais para a conexão empresa x consumidor.

Após o desenvolvimento focal em diretrizes de normas e compreensão do código do consumidor, reforçamos as necessidades de efetuar aquisições e importações mantendo-se em dia com as obrigações fiscais tributárias. Logo após, ressaltamos a necessidade da compreensão destas informações pela obrigação como estabelecimento e como prestadora de serviços para apresentar-se irrepreensível perante a lei. E com essa oportunidade foi como fundamentamos o que era necessário de ser ensinado e informado. E como uma solução conseguimos imaginar um treinamento, mentoria e monitoria seja ele de um departamento jurídico à parte ou não, assim como a utilização de um serviço de contabilidade para uma boa gestão melhor aplicada assim que se desenvolve melhor seu negócio para o auxílio e produção deste conhecimento às

nossas partes interessadas (Karen e outros empreendimentos). Finalizando assim nesse caso o processo da consultoria primária imaginada para serem adaptadas ao estabelecimento com relação aos assuntos desenvolvidos nas disciplinas cursadas no primeiro semestre de Direito.

PESSOAS

O Departamento de Recursos Humanos é um setor estratégico, guardião dos valores, onde preenche as lacunas da relação entre colaborador e empresa. O setor está presente desde a abertura da vaga, alinhamento de perfil para o processo de recrutamento e seleção, ambientação do novo colaborador, retenção de talentos e, até no processo de desligamento, visando melhorias, crescimento e sucesso do negócio.

Recrutamento e Seleção

Pensando no desenvolvimento do Ateliê do Olhar, é de suma importância o processo de recrutamento e seleção, para fazer a contratação de uma recepcionista/auxiliar administrativo, para ajudar nas demandas do cotidiano, como: cuidar da agenda, recepcionar as clientes e controle do caixa. Nesse processo é necessário visar o alinhamento de perfil, triar currículos de pessoas que tenham experiência na área e, a percepção no processo seletivo de que os valores entre candidato e empresa sejam compatíveis.

- **Alinhamento de perfil:** Deve conter informações de gênero, idade, tempo de experiência, cursos profissionalizantes. O intuito é ter uma base de qual perfil buscar para a vaga em aberto.
- **Divulgação da vaga:** É essencial para captar currículos para o processo seletivo, nesse momento é interessante apostar em sites de vagas, como: Indeed, Catho, Vagas.com. Redes sociais do Ateliê, Instagram e em grupos de WhatsApp dos bairros mais próximos.
- **Processo seletivo:** O processo seletivo consiste em um conjunto de técnicas, incluindo entrevista, que auxiliam na escolha do candidato mais adequado para a vaga. Durante a entrevista é muito importante deixar claro o horário de trabalho, salário, descrição das atividades e se a contratação é temporária ou não.
- **Admissão**: Após aprovação do candidato será necessária a entrega da documentação para a admissão.

- **Onboarding/Integração:** No dia da admissão, ou seja, no primeiro dia de trabalho é fundamental uma recepção para o novo colaborador e apresentar o estúdio e todo funcionamento.

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

O espaço 'Ateliê do olhar' é um local especializado em realçar a beleza dos olhos incluindo sobrancelhas e cílios, onde a qualidade dos serviços prestados é prioridade. Reconhecer que investir em treinamento e desenvolvimento é fundamental para manter a excelência e a inovação contínua. O projeto "Aprimorando o Brilho" busca trazer as habilidades e o bem-estar da profissional e dona do estúdio e dos futuros talentosos profissionais que estarão na empresa, proporcionando-lhes as ferramentas necessárias para se destacarem.

Treinamento online: Disponibilizar cursos online e recursos de aprendizado para que os outros profissionais possam acessar o treinamento de maneira flexível, de acordo com suas agendas.

Estágios e experiência prática: Oferecer oportunidades de estágio e experiência prática, permitindo que os novos colaboradores apliquem suas habilidades em situações reais sob supervisão.

Treinamento em grupo e oficinas colaborativas: Realizar sessões de treinamento em grupo, onde os funcionários podem compartilhar experiências e aprender uns com os outros.

Treinamento em habilidades de comunicação: Desenvolver habilidades de comunicação eficaz para interagir com os clientes de maneira profissional e amigável.

Treinamento em gestão de tempo e organização: Ensinar técnicas de gerenciamento de tempo e organização para garantir eficiência no trabalho diário.

Treinamento em técnicas de vendas: Treinamento em técnicas de vendas do seu serviço para aumentar a receita e a fidelização de clientes.

Treinamento de biossegurança no local de trabalho: Fornecer treinamento sobre segurança no local de trabalho e medidas de prevenção de acidentes, particularmente relevantes em ambientes de beleza e estética.

Treinamento em novos produtos e tecnologias: Manter a equipe atualizada sobre novos produtos e tecnologias relacionados a cílios e sobrancelhas que possam ser introduzidos no mercado.

Treinamento técnico especializado: Fornecer cursos personalizados que abordem as últimas técnicas em design de sobrancelhas e extensões de cílios, garantindo que nossa equipe esteja atualizada com as tendências da indústria.

ENDOMARKETING VOLTADO PARA OS CLIENTES

Voltado para ações internas da empresa, o Endomarketing é um conjunto de ações que visa desenvolver um bom ambiente de trabalho para os colaboradores. Mas, neste cenário atual da empresa iremos utilizar o endomarketing com outra finalidade, será para o engajamento e fidelização dos clientes, com lembrancinhas e promoções voltadas para as datas comemorativas relacionadas ao público feminino, por exemplo:

- **Dia internacional da mulher:** É uma data importante para celebrar a força e a importância das mulheres, nesse dia, muitas empresas promovem campanhas e ações voltadas para o público feminino. No Ateliê do Olhar poderá haver promoções, como: "Faça os cílios e ganhe uma hidratação labial".
- **Dia das mães:** ´´Faça qualquer procedimento e se levar a mãe para fazer junto ganhe 15% de desconto no procedimento dela. ``
- **Outubro rosa:** Entregar para todas as clientes um material de conscientização com brinco de pérola representando o corpo feminino.

Em resumo, as propostas com o cuidado com as pessoas, sendo cliente ou não, no Ateliê do Olhar, não só aprimoram as habilidades técnicas, mas também geram confiança, motivação e um ambiente de trabalho positivo. Isso, por sua vez, resulta em serviços de qualidade e satisfação do cliente, que são pilares essenciais para o crescimento e o sucesso contínuo da empresa no campo da estética. Esta abordagem de recursos humanos é um investimento na construção de um futuro brilhante e confiante para o estúdio.

CONCLUSÃO

O projeto consistiu em dar visibilidade e capacitação profissional para o empreendimento de Karen de Paula Gonçalves, onde vimos uma carência em retorno e fidelização ao cliente e divulgação dos seus serviços. Karen tem um estúdio com atendimento específico de design de sobrancelhas e cílios, e mesmo a empreendedora tendo se dedicado em estudar e oferecer um serviço de qualidade para seus clientes, observamos oportunidades de intervenção na divulgação da empresa e dos serviços prestados e na captação e fidelização de clientes.

Nossa empresa percebeu que o serviço prestado precisa de mais visibilidade e incluiu nas soluções marketing estratégico ações como o Engajamento nas Redes Sociais (layout) e Tráfego Pago e Orgânico (Google e Facebook). Para captação e fidelização dos clientes sueriu kit cliente e pacotes promocionais. Além das ações de marketing e fidelização, a NewExo também desenvolveu o aplicativo BrowPerfect, que oferece uma experiência mais completa para os clientes do estúdio. O app conta com recursos como escaneamento de sobrancelhas, agendamento customizado, alertas para agendamentos futuros e descontos, além de vídeos educativos sobre cuidados pós procedimentos além do feedback do cliente.