



**RELATÓRIO FINAL DE CONSULTORIA
LUIZA PAULA DE ALMEIDA BERGAMINI BÊTONICO**

**Belo Horizonte
2020**

LUIZA PAULA DE ALMEIDA BERGAMINI BÊTONICO

**RELATÓRIO DA CONSULTORA LUIZA PAULA DE ALMEIDA
BERGAMINI BÊTONICO APRESENTADO À EMPRESA LÚ MODAS
LTDA**

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

Professor: Maximiliano F. de Oliveira

Belo Horizonte

2020

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	4
3 RESUMO DE ATIVIDADES	8
4 DIAGNÓSTICO	10
5 RECOMENDAÇÕES.....	12
5.1 Recomendações implementadas.....	12
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	17
APÊNDICE A- COMPUTADOR DA LOJA	18
APÊNDICE B-PLANILHA CONTROLE DE ESTOQUE	19
APÊNDICE C-NICHO PARA ORGANIZAÇÃO DO ESTOQUE.....	20
APÊNDICE D- PÁGINA DA LOJA LÚ MODAS – FACEBOOK.....	21
APÊNDICE E- PÁGINA DA LOJA LÚ MODAS – INSTAGRAM.....	22
APÊNDICE F- GRUPO DA LOJA LÚ MODAS – WHATSAPP	23
APÊNDICE G- FOTO ANTES DA LOJA LÚ MODAS	24
APÊNDICE H- FOTO DEPOIS DA LOJA LÚ MODAS	25
APÊNDICE I- LINK DE APRESENTAÇÃO DO TRABALHO	26

1 INTRODUÇÃO

Este Projeto de Consultoria Empresarial está sendo realizada pela consultora Luiza Bergamini, na Loja Lú Modas, que iniciou no período de 26 de agosto de 2020. A empresa é atuante no ramo de comércio varejista de roupas femininas.

Em uma análise inicial da estrutura organizacional da empresa, foi possível constatar que a loja possui potencial para crescer, mais é necessário um planejamento que venha preparar a empresa, ajudando-a crescer de maneira organizada e sólida.

A intenção desta consultoria é propor soluções e estratégias para melhorar todo o processo de funcionamento da empresa, a mesma possibilitará a identificação de quais são os problemas que a empresa vem apresentando, e com base nisso adequar possíveis soluções e melhorias com baixo custo, qualidade e maior lucratividade.

Contudo, desafios insurgentes demandam novos esforços para garantir o crescimento sadio da Lú Modas e sua própria sobrevivência. Coloca-se então, a necessidade de realizar um planejamento adequado, buscando melhor preparar a empresa para enfrentar os difíceis momentos, quando muitos empreendedores não sobrevivem no mercado e às próprias limitações ocasionados, na maioria das vezes, por uma administração inadequada.

Ao final, apresenta-se uma proposta de implementação das ações sugeridas á empresa e se foram desenvolvidas ou não na organização.

2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A história da empresa teve início quando a sua primeira proprietária, que era aluna da Faculdade FAMIG, no ano de 2010, trazia algumas peças femininas indianas para vender nos intervalos para alunos e funcionários da instituição. Na época a aluna trabalhava em uma loja indiana no departamento financeiro, sua renda era baixa para pagar a faculdade e, também, tinha que ajudar seu esposo com as contas, porque tinham acabado de se casar. Foi quando ela teve a ideia de levar as roupas indianas para vender em todos os lugares, casa dos familiares, dos amigos e até na faculdade. A procura e a aceitação foi tão grande que ela sentiu a necessidade de expandir.

Pediu demissão na loja onde trabalhava e seu acerto na época foi em mercadorias. Foi quando abriu na Cidade de Lagoa Santa, sua loja em 2011 com o nome Lú Modas Ltda. Quando tudo se formalizou, a estudante se tornou um micro empreendedor individual MEI.

Muito empolgada com sua loja simples, ela desempenhava todas as funções: compras, vendas, organização do estoque e financeiro, assim ficou durante anos trabalhando sozinha.

Os anos foram se passando e a loja foi se tornando mais conhecida, o ponto comercial da loja não era estratégico, mais a empreendedora conseguiu destacar-se no local e conquistar clientes.

Todos adoravam os produtos indianos, os preços e o atendimento diferenciado. O nome da loja foi se tornando conhecido na cidade e, de repente, surgiu uma proposta interessante para vender a loja.

Naquele momento a proprietária resolveu aceitar a proposta, porque estava muito cansada e esgotada, foi assim que Mirian se tornou a segunda e única proprietária da loja, em agosto de 2019 e começou fazer parte da história da Lú Modas.

Com chegada da nova proprietária a loja foi reformulada e as diferenças foram

percebidas pelas clientes. A proprietária preferiu investir em produtos mais simples e baratos, deixou de comprar o produto principal da empresa, o carro chefe, as roupas indianas. Após alguns meses, Mirian sentiu uma queda nas vendas e reparou ausência das clientes fixas.

Foi quando buscou uma consultora para sanar essa diminuição e, assim, deu início a essa consultoria. Realizamos algumas reuniões e foram identificados alguns pontos negativos como atendimento deficitário ao cliente, estoque defasado, inexistência de campanhas de marketing digital e a necessidade de reconfiguração do layout da loja.

Após o diagnóstico, será traçado um planejamento e novas estratégias, focando na captação de novas clientes e reaproximação dos fidelizados, aumento nas vendas e competitividade de mercado.

Missão

Oferecer produtos femininos que atenda às necessidades das clientes em vestuários, oferecendo-lhes produtos de qualidades, bons preços e sempre focando na excelência no atendimento, visando no crescimento da empresa e a satisfação dos clientes.

Visão

Se tornar a melhor loja com produtos indianos na cidade de Lagoa Santa e região, buscando sempre novidades com qualidade e preço custo, para que possa atender todo o seu nicho de mercado com um grande diferencial.

Imagem 1- Interna da loja (Lú Modas Ltda)



Fonte: Própria Autora (2020)

Imagem 2- Lateral interna da loja (Lú Modas Ltda)



Fonte: Própria Autora (2020)

3 RESUMO DE ATIVIDADES

No dia 26/08/2020 a consultora Luiza Bergamini realizou a primeira visita na empresa Lú Modas e através do nosso encontro foi demonstrado para a empreendedora que consultoria empresarial é uma estratégia muito utilizada pelas empresas para garantir aumento da lucratividade, diminuir as despesas e satisfazer as necessidades dos clientes. A consultoria pode auxiliar na identificação dos problemas na loja.

Na segunda reunião realizada no dia 18/09/2020, o propósito era identificar as necessidades, sugerir soluções e definir prioridades para o correto funcionamento da loja. Foi apurado que o atendimento ao cliente precisa ser aprimorado, o estoque estava defasado, não existia um marketing digital e a loja necessitava de reconfiguração do layout.

Após esse diagnóstico, foi traçado um planejamento e novas estratégias, focando na captação de novas clientes e reaproximação dos fidelizados, aumento nas vendas e competitividade de mercado.

Na terceira visita realizada no dia 16/10/2020, foram demonstrados para proprietária Mirian, as estratégias do planejamento desta consultoria, que será realizada de forma simples, funcional e com baixo investimento. E neste encontro, Mirian entendeu a necessidade de fazer cursos e treinamentos, para compreender melhor as necessidades de suas clientes. Também percebeu que o estoque da loja precisava de controle, organização e necessita melhorar a qualidade dos produtos e assim voltar conquistar o público feminino.

A loja não utilizava as redes sociais e nenhum meio de comunicação para divulgar a empresa. Iremos criar acessos nas plataformas virtuais e investir na propaganda regional para a loja Lú Modas voltar aparecer na cidade de Lagoa Santa-MG e região. Outra mudança significativa é no layout da loja, melhorar visual da loja com baixo investimento e assim alcançar o objetivo geral desta consultoria empresarial, conquistar mais clientes e aumentar a lucratividade.

Na quarta e última reunião ocorreu no dia 06/11/2020 e foram apenas para verificar quais das propostas apresentadas foram bem aceitas e estavam sendo desenvolvidas na loja.

4 DIAGNÓSTICO

As informações para realização deste diagnóstico foram extraídas em reuniões e visitas na empresa Lú Modas. Nestes encontros foi identificada uma empresa que necessita de planejamento com ações de melhorias, foram identificados problemas relevantes que estão afetando o desempenho e saúde da empresa.

A loja não possuía organização em quase nada na empresa. Por isso precisava de consultoria empresarial para sanar os problemas existentes e ajudar melhorar as vendas.

Será necessário elaborar um planejamento estratégico com intervenções nas áreas citadas abaixo.

Atendimento ao cliente

Os responsáveis pelo atendimento ao cliente é a Mirian e seu esposo Luiz, ambos não possuem muita habilidade em vendas e no atendimento ao público feminino.

Não é necessário ter muita experiência em vendas, mas é fundamental entender a necessidade do seu cliente. No momento do atendimento é essencial expor as informações de forma clara, direta, perceber se a informação foi transmitida de forma que não confunda o cliente, passar segurança e confiança é muito importante, o comprador não espera buscar ajuda com alguém cheio de dúvidas e incertezas.

Estoque

A administração do estoque é dividida entre a Mirian e o esposo. Ela realiza as compras e o Luiz fica encarregado de organizar o estoque. Atualmente o controle de estoque da empresa é péssimo, o estoque da loja é defasado, com escassez na quantidade de peças, com baixa qualidade nos produtos e, deste modo, prejudicando as vendas. As peças estão sem identificações, gerando assim atrasos na hora da venda.

Marketing

Não tem ninguém responsável pelo marketing na loja. Infelizmente a Loja Lú Modas não está conectada ao mundo virtual, seria muito importante a presença da empresa nas principais plataformas virtuais, como no Facebook, Instagram, no aplicativo Whatsapp e outros meios de comunicação.

Layout

É notória a ausência dos responsáveis da empresa em se tratando da estrutura interna e externa da loja. Foi observado que o layout não está convidativo. Para chamar atenção do cliente que passa na porta do estabelecimento e fazê-lo entrar na loja, para conhecer ou até mesmo efetuar uma compra. São necessárias uma entrada e uma vitrine atraente, bonita e chamativa. Precisa melhorar a iluminação, a decoração, os móveis e manequins.

5 RECOMENDAÇÕES

5.1 Recomendações implementadas

Quadro 1- Recomendações implementadas no atendimento ao cliente

Recomendação:	Aos responsáveis pelo atendimento ao público, foi indicado realizar cursos e treinamentos para aprimorar o atendimento ao cliente. Aprender os princípios de como atender bem seus clientes. Saber analisar o perfil de cada cliente, como fidelizar sua clientela, melhorar a comunicação verbal e ética profissional.
Evidências:	Foi verificado que os responsáveis pelo atendimento ao cliente, não possuía muita experiência em vendas e nem com o público feminino. E após esse diagnóstico a consultora Luiza orientou os responsáveis fazer cursos para ampliar o atendimento ao público na empresa. A proprietária está aproveitando este momento da pandemia para fazer vários cursos online, da Fundação Bradesco Escola Virtual (Atendimento ao público, Desenvolvimento Profissional, Postura e Imagem Profissional) para aperfeiçoar o atendimento na loja.
Resultado:	A Mirian (proprietária) e o Sr. Luiz (esposo) encontram-se confiantes com o curso que estão fazendo. No curso estão aprendendo a lidar melhor com os clientes de forma clara e objetiva, a comunicação verbal melhorou bastante. As clientes avaliaram de forma positiva as alterações que foram implementadas no atendimento.

Fonte: Própria Autora (2020)

Quadro 2- Recomendações implementadas no estoque

Recomendação:	Organização e controle do estoque (entrada e saída de mercadorias), estabelecer critérios para efetuar as compras com fornecedores, negociar preços melhores e peças com mais qualidades e realizar promoções com estoque defasado.
Evidências:	<p>A consultoria constatou que a organização do estoque não estava correta. O estoque da loja estava com poucas opções, com qualidade inferior. A loja só estava vendendo peças básicas e isso estava afetando suas vendas.</p> <p>Exemplos das roupas comercializadas na loja antes da consultoria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Calças legging. Calças flare. Blusas de malha. Regatas. Vestidos longos. Vestidos curtos. <p>As peças estavam sem identificações, gerando, assim, atrasos na hora da venda. Após as orientações da consultoria, a proprietária da loja providenciou um computador para deixar na loja para realizar o controle correto do estoque e através de planilhas de (entrada e saída). A organização das peças agora está certa, tudo com etiquetas e separadas por tamanho. E o estoque antigo, a empreendedora está realizando promoções semanais para acabar com ele. Aprendeu escolher melhor os produtos e negociar os valores das peças, solicitar descontos antes finalizar um pedido e estender os prazos de pagamentos com fornecedores. Conforme Apêndice A, B, C.</p>
Resultado:	A mudança no controle estoque foi um avanço, agora a proprietária tem controle total de suas mercadorias, através da planilha e consegue identificar as peças e as quantidades. A planilha possibilita a verificação de quando o estoque estiver

	<p>acabando de uma determinada peça e antes não tinha esse controle. Podendo agora antecipar suas compras antes de zerar o estoque.</p> <p>Colocamos nichos para separar as peças por tamanho e assim manter a organização nas mercadorias. Mirian está escolhendo melhor suas mercadorias e preços, voltou a vender as peças indianas e ampliando seu mix de produtos. O estoque da loja além de organizado, atualmente possui variedades de roupas básicas, indianas e acessórios femininos.</p> <p>Exemplos de roupas comercializadas na loja após a consultoria:</p> <p>Vestidos longos lisos, estampados e indianos.</p> <p>Vestidos curtos lisos, estampados e indianos.</p> <p>Batas lisas e estampadas indianas.</p> <p>Blusas de malha.</p> <p>Blusas de viscose bordadas.</p> <p>Blusas ciganinhas.</p> <p>Blusas Jeans.</p> <p>Blusas de renda.</p> <p>Blusas de tricô.</p> <p>Kaftas de viscose e indianas.</p> <p>Regatas lisas e estampadas.</p> <p>Calças legging.</p> <p>Calças flare.</p> <p>Shorts.</p> <p>Saída de praia de algodão.</p> <p>Brincos.</p> <p>Colares.</p> <p>Cintos.</p> <p>Após as mudanças propostas de diversificação dos produtos, houve potencial fomento nas vendas e ampliação da cartela de clientes e assim elevando o lucro.</p>
--	--

Fonte: Própria Autora (2020)

Quadro 3- Recomendações implementadas no marketing

Recomendação:	<p>Incluir a empresa nas principais plataformas virtuais, no Facebook e Instagram. E através de sua cartela de clientes criar um grupo pelo aplicativo WhatsApp para promover a loja e, também, divulgar promoções semanais.</p> <p>O marketing regional pode trazer resultados positivos, divulgação nas revistas e jornais local.</p>
Evidências:	<p>Conforme discriminado no diagnóstico, o marketing não tinha responsável, por isso, infelizmente, a Loja Lú Modas não está conectada ao mundo virtual e outros meios comunicação. Foi muito importante para empresa a criação das páginas no Facebook e Instagram. A partir das mídias digitais, a proprietária pode ampliar as vendas, com divulgação de coleções novas, promoções com estoque antigo e também realiza reservas pela internet. Também incluímos a empresa no jornalzinho da cidade para divulgar a loja e seus produtos diferenciados. Criou um grupo pelo aplicativo WhatsApp para a loja, com ele iniciou-se as divulgações de promoções semanais e descontos para as clientes. Conforme Apêndice D,E,F.</p>
Resultado:	<p>A exposição dos produtos pelos meios de comunicação ajudou muito, as vendas aumentaram bastante. A loja conquistou mais clientes novas de Lagoa Santa e região. E por isso pensa em contratar uma vendedora para ajudar atender a demanda para o final do ano.</p>

Fonte: Própria Autora (2020)

Quadro 4- Recomendações implementadas no layout

Recomendação:	Foi recomendado melhorias nas vitrines principalmente, da entrada da loja e apostar nas cores para chamar atenção dos clientes. Aumentar a iluminação da loja e se for possível trocar alguns manequins e móveis.
Evidências:	Foi observado que o layout não está convidativo. Era preciso melhorar a entrada do estabelecimento e outros itens de decoração. Foi necessário reformular essa parte do projeto, porque a proprietária não possuía investimento suficiente para realizar todas as mudanças, então improvisamos com que ela já possuía na loja. Na vitrine colocamos um blindex que estava em desuso na entrada, usamos os manequins de corpo inteiro com braços e neles colocamos as peças da coleção nova para atrair atenção dos clientes. Foi necessário pintar a loja com uma tinta de tom pastel para clarear o ambiente e trocamos as luminárias para melhorar a iluminação da loja. Os móveis simplesmente foram envernizados para melhorar aparência. Conforme Apêndice G,H.
Resultado:	Organizar o espaço de forma estrategicamente foi um desafio. Constituiu todo planejado de forma mais econômica e criativa, usamos quase tudo da loja, os manequins simplesmente mudaram de lugar e os móveis foram reutilizados. Apostamos no potencial da vitrine principal com cores vibrantes, clareamos o ambiente com tom pastel e trocamos as luminárias para valorizar a parte interna loja, pequeno detalhe que simplesmente valorizou toda loja e a deixando mais charmosa. O resultado foi ótimo, a proprietária ficou muito satisfeita com mudanças implementadas no layout e as clientes ficaram encantadas com as modificações.

Fonte: Própria Autora (2020)

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após diagnóstico das deficiências do estabelecimento, foi estipulado em reuniões com a proprietária ações as serem desenvolvidas com finalidade de atração de novos clientes, fidelização dos clientes habituais, buscando mais lucratividade. Acelerar a rotatividade do estoque, com pleno controle deste, buscando vantagens na aquisição dos produtos com melhores preços e qualidade, fato que trará competitividade no mercado, além de aprimorar as técnicas de atendimento ao cliente.

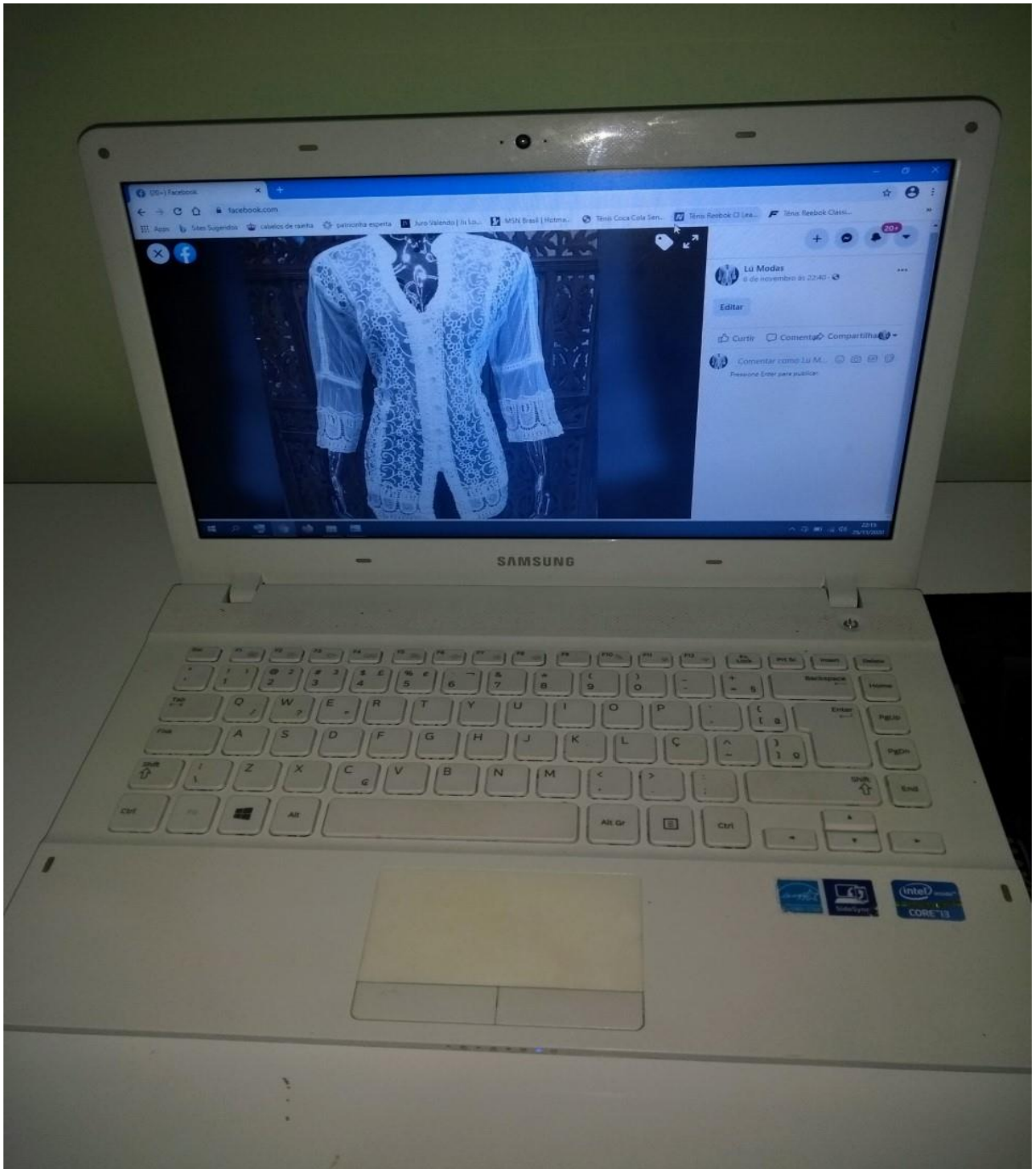
Outros pontos que mereceram atenção desta consultoria foram à melhora do espaço físico e apresentação das mercadorias ao cliente e, também, a ampliação do marketing em veículos de mídia ainda não explorados. Neste sentido desenvolvemos um planejamento de forma simples, funcional e com baixo investimento.

No atendimento ao cliente, os responsáveis realizaram cursos on-line gratuitos para ampliar o desempenho no atendimento. No estoque criamos soluções acabar com descontrolado das mercadorias e organização. Aumentamos a visibilidade da empresa nas redes sociais, criamos formas de divulgação da loja no marketing da cidade e no layout da empresa foi quase todo modificado, com quase nada de recursos financeiros conseguimos alcançar os objetivos, chamar atenção dos clientes e modificar a loja.

Por fim, analisamos que as ações tiveram resultados esperados. De forma geral avaliamos positivamente as ações implementadas com a satisfação da proprietária do comércio e grande receptividade dos clientes com aumento considerável das vendas e perceptível aumento da circulação e interesse dos clientes em visitas a loja.

Sendo assim, agradeço a disposição que a empresa Lú Modas propôs para que ambas as partes tanto da consultora quanto da empresa levantar informações e fornecer dados para a realização deste projeto gerando um resultado bastante satisfatório e benéfico para todos os envolvidos.

APÊNDICE A- COMPUTADOR DA LOJA



APÊNDICE B-PLANILHA CONTROLE DE ESTOQUE

PLANILHA CONTROLE DE ESTOQUE - LÚ MODAS OUTUBRO 2020			
PRODUTO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO (R\$)	QUANT x VALOR UNITÁRIO
VESTIDO LONGOS DE ALGODÃO ESTAMPADOS	123	R\$ 70,00	R\$ 8.610,00
VESTIDO LONGOS DE ALGODÃO LISOS	65	R\$ 70,00	R\$ 4.550,00
VESTIDO GRIPPI/LINHO	16	R\$ 70,00	R\$ 1.120,00
VESTIDO CURTOS DE ALGODÃO LISOS	23	R\$ 60,00	R\$ 1.380,00
VESTIDO CURTOS DE ALGODÃO ESTAMPADOS	40	R\$ 65,00	R\$ 2.600,00
VESTIDO LONGOS DE VISCOSE	14	R\$ 60,00	R\$ 840,00
VESTIDO CURTOS DE VISCOSE	4	R\$ 55,00	R\$ 220,00
VESTIDO BRANCO DE RENDA	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
MACAQUINHO DE VISCOSE	5	R\$ 50,00	R\$ 250,00
MACAQUINHO DE MALHA FRIA	12	R\$ 30,00	R\$ 360,00
BATA DIVERSAS	85	R\$ 0,00	R\$ 0,00
BATA DE R\$ 40,00	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00
BATA DE R\$ 50,00	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00
BATA DE R\$ 60,00	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00
BLUSA DE MALHA FRIA (PLUS SIZE)	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
BLUSA DE MALHA FRIA (DE ALÇA)	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
BLUSA DE ALGODÃO/MALHA DE R\$ 20,00	4	R\$ 20,00	R\$ 80,00
BLUSA VISCOSE BORDADA - COD 216	17	R\$ 25,00	R\$ 425,00
BLUSA CINGANINHA DE VISCOSE	10	R\$ 25,00	R\$ 250,00
BLUSA JEANS	19	R\$ 35,00	R\$ 665,00
BLUSA DE RENDA	8	R\$ 50,00	R\$ 400,00
BLUSA DE TRICO	9	R\$ 20,00	R\$ 180,00
KAFTA DE VISCOSE	2	R\$ 40,00	R\$ 80,00
KAFTA INDIANA	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00
REGATA DE R\$30,00	24	R\$ 30,00	R\$ 720,00
REGATA DE R\$10,00	14	R\$ 10,00	R\$ 140,00
CALÇAS LEG	56	R\$ 25,00	R\$ 1.400,00
CALÇAS FLARE	45	R\$ 40,00	R\$ 1.800,00
SAIDA DE PRAIA	5	R\$ 30,00	R\$ 150,00
	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00
TOTAL	609	R\$ 990,00	R\$ 26.480,00

APÊNDICE C-NICHO PARA ORGANIZAÇÃO DO ESTOQUE



APÊNDICE D- PÁGINA DA LOJA LÚ MODAS – FACEBOOK



The image shows a screenshot of a mobile phone displaying the Facebook profile page for 'Lú Modas'. At the top, the status bar shows various icons including Facebook, Instagram, a clock, 4G signal, Wi-Fi, and the time 17:39. Below the status bar is a navigation bar with a back arrow, a search bar containing 'Lú Modas', and a settings gear icon. The main header area features the name 'Lú Modas' in a large, bold font, followed by a three-dot menu icon. Below the name are three tabs: 'Visão geral' (with a blue dot), 'Anúncios', and 'Notificações'. The main content area displays a photograph of a clothing store interior. The photo shows a white counter with the 'Lú Modas' logo in red cursive, a white table, and racks of colorful clothing. A semi-transparent 'EDITAR' button is overlaid on the top left of the photo. At the bottom of the page, there is a profile picture of a white lace top, the name 'Lú Modas', and the handle '@lumodasagoasanta'.

17:39

← Lú Modas ⚙️

Lú Modas ⋮

📄 Visão geral 🔊 Anúncios 🔔 Notificações

📷 EDITAR

 **Lú Modas**
@lumodasagoasanta

APÊNDICE E- PÁGINA DA LOJA LÚ MODAS – INSTAGRAM



APÊNDICE F- GRUPO DA LOJA LÚ MODAS – WHATSAPP



APÊNDICE G- FOTO ANTES DA LOJA LÚ MODAS

APÊNDICE H- FOTO DEPOIS DA LOJA LÚ MODAS



APÊNDICE I- LINK DE APRESENTAÇÃO DO TRABALHO

<https://youtu.be/ZVq6iAeLnPc>