



RELATÓRIO FINAL DE CONSULTORIA

Belo Horizonte

2020

LEANDRO PINHEIRO DE OILVEIRA
GABRIELA FERREIRA DO CARMO
MICHAEL JORDAN BARBOSA FERNANDES

RELATÓRIO DE CONSULTORIA
APRESENTADO À EMPRESA BARBEARIA DO
DIDI

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

Professor: Maximiliano F. de Oliveira

Belo Horizonte
2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	4
3. RESUMO DE ATIVIDADES	5
4. DIAGNÓSTICO	7
5. RECOMENDAÇÕES.....	9
5.1. Recomendações implementadas	9
5.2. Recomendações a implementar	10
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	12
REFERÊNCIAS	13
APÊNDICE A	14

1. INTRODUÇÃO

A consultoria foi prestada na Barbearia do Didi. Trata-se de uma barbearia pequena, localizada na região noroeste de Belo Horizonte, especificamente no bairro Nova Cachoeirinha. O seu proprietário é o Diogo dos Santos Souza, que também efetua os serviços prestados. Na barbearia, ele realiza cortes, alisamentos, tinturas, barba, sobrancelha, descoloração de cabelo e venda de produtos (pomada e gel).

Antes de empreender no seu negócio, Diogo trabalhou em uma desentupidora por aproximadamente dois anos. Depois deste período resolveu focar na barbearia. No início, Diogo atendia os clientes em sua própria residência. Com o crescimento do número de clientes, no ano de 2018 o empreendedor decidiu alugar uma pequena loja próximo a sua residência para a prestação do serviço. Assim, ele consegue atender normalmente toda a cartela de clientes feita até o presente momento. Na barbearia são atendidos homens, em sua maioria, moradores do bairro Nova Cachoeirinha (onde está estabelecido a barbearia), com idade entre 6 a 60 anos.

O grupo visitou o local onde encontra-se estabelecido a barbearia e conversou com o empreendedor sobre suas expectativas com a consultoria. Nesta visita, já foi diagnosticado alguns pontos de melhoria para o local como Layout interno e da fachada, possibilidade de entretenimento para os clientes enquanto espera pelo atendimento e realização do cadastro MEI (Microempreendedor Individual).

A Barbearia do Didi não tinha um CNPJ, então esta foi a primeira proposta para o empreendimento. Diogo concordou com a proposta e prontificou-se a disponibilizar os dados necessários para o preenchimento das informações. Logo após isso, ele expôs as maiores dificuldades do dia a dia e os principais objetivos que ele almeja com esta consultoria: controle financeiro.

2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

O empreendimento tem como nome fantasia Barbearia do Didi, razão social Diogo dos Santos Souza e atua no ramo de prestação de serviço. Por se tratar de MEI (Microempreendedor Individual), é Diogo quem realiza os serviços e cuida das outras questões do negócio. Tem aproximadamente 4 anos que atua na barbearia e realiza serviços como: cortes, alisamentos, tinturas, barba, sobrancelha, descoloração de cabelo. Também realiza a venda de pomadas e gel para cabelo.

Como primeiro emprego formal, Diogo trabalhou em uma desentupidora. Neste emprego ele permaneceu aproximadamente dois anos. Nos momentos livres, onde não estava prestando serviços na desentupidora, Diogo cortava o cabelo dos colegas mais próximos. Assim começou o seu interesse nos serviços deste setor de barbearia.

Conforme o tempo foi passando, os cortes foram tornando-se cada vez mais frequentes e Diogo acabou vendo neste ramo, uma possibilidade para abrir o seu próprio negócio. Neste momento, Diogo já acompanhava vídeos no YouTube para aprender novas técnicas de corte e para fazer barba. Com isso, viu a possibilidade de abrir a sua barbearia e ter o seu próprio empreendimento.

Decidido, Diogo pediu para sair do emprego que tinha para se dedicar totalmente aos serviços de corte e barba. Começou a atender os clientes na sua residência para começar a criar a sua própria cartela de clientes. Com o crescimento de sua demanda, o empreendedor avaliou a possibilidade de um novo local para seus atendimentos. Em 2018, Diogo alugou uma loja em frente a sua casa para tornar-se a sua atual barbearia.

Na barbearia, Diogo estabeleceu o seu principal foco no atendimento aos clientes do negócio. Desta forma, outros indicadores tornaram-se pontos de melhoria para o negócio.

O empreendedor não tem tanta noção de marketing, venda dos produtos e serviços e controle financeiro. Estas serão as principais áreas de diagnóstico e atuação para a consultoria.

3. RESUMO DE ATIVIDADES

A ideia de trabalhar nesse negócio foi do integrante Leandro, o mesmo morou durante muito tempo no bairro Cachoeirinha região Noroeste de Belo Horizonte, seus familiares e sua mãe até hoje residem no bairro. E na rua, existe uma barbearia de nome "Barbearia do Didi", seu sócio proprietário (Diogo) tem 23 anos e procurou o nosso amigo Leandro com o intuito de abrir um CNPJ e receber ideias de melhorias para seu empreendimento. Diogo atendia seus clientes em casa, e há quase 2 anos abriu uma pequena loja em frente a sua casa.

O grupo então se mobilizou para conhecer o empreendimento, os 03 integrantes realizaram uma chamada de vídeo pelo Whatsapp juntamente com Diego no domingo, 13/09 para conhecer a Barbearia e seu sócio. Esse primeiro encontro foi muito proveitoso o grupo pode entender um pouco da história de Diogo e seu dia a dia na Barbearia. Diogo já possui uma extensa carteira de clientes, pelo fato de executar um bom trabalho e a loja está instalada em um lugar estratégico.

No dia 26, sábado o grupo teve um novo contato com o empreendedor Diogo, onde ficou claro as maiores necessidades do seu negócio. Os integrantes do grupo entraram em contato com o Diogo através de vídeo chamada onde foi proposto a abertura do MEI (Microempreendedor Individual), explicado sobre as vantagens e a importância de um CNPJ. Diogo se mostrou interessado e ficou marcado para dia 01/10 (quinta-feira) uma visita no SEBRAE para criar o CPJN e sanar as dúvidas que possam surgir.

Ainda durante a reunião, Diogo, falou sobre a expectativa da consultoria prestada pelo grupo e apresentou as suas maiores dificuldades no momento. Não possui controle de pessoas atendidas, controle de caixa, demonstrou o interesse de mudar o layout do negócio a longo prazo e contratar uma mão de obra. Visto e analisado estas e outras questões, a primeira solicitação feita ao empreendedor foi realizar controle de pessoas atendidas. O grupo fez uma planilha para auxiliá-lo nesta tarefa. Sempre ao final do dia, ele encaminha a planilha para acompanhamento do grupo.

O grupo se reuniu no domingo, dia 25/10 para fazer a análise dos relatórios da barbearia. Nestes relatórios foram analisados, o tipo de serviço prestado, os valores e o número de

pessoas atendidas em média. Foram preenchidos 4 relatórios. O controle teve no dia 22/09 e encerrou no dia 24/10.

Diante dos dados apresentados, o grupo conseguiu identificar um valor aproximado, dos ganhos do empreendedor para propor as melhorias necessárias para o negócio.

Na segunda-feira (26/10), o grupo conversou com o Diogo sobre como o controle será realizado a partir de agora. Foi proposto a planilha manual (feita pelo grupo) ou um aplicativo chamado pedido OK. O empreendedor decidiu-se por permanecer com a planilha pelas próximas semanas.

Neste domingo dia 01/11, o grupo se reuniu com o empreendedor para realizar a apresentação dos dados colhidos e das propostas de melhoria para o negócio.

Foi lembrado as vantagens sobre a abertura do MEI como por exemplo: contratação de um empregado com tributação reduzida, imposto fixo e emissão de nota fiscal e ressaltado sobre a importância do controle financeiro diário com a planilha criada pelo grupo. Logo após, houve a apresentação das propostas de melhoria para a barbearia, onde o Diogo (empreendedor) avaliou o que acredita ser viável para implementar ao seu negócio.

4. DIAGNÓSTICO

Gestão da Empresa

Segundo Chiavenato e Sapiro (2003), sua função é cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos. A análise foi feita para o empresário ter noção do mercado que está inserido:

<u>Forças</u>	<u>Fraquezas</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Localização • Mix de serviços • Nome na praça 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de agilidade nos serviços; • Pouco espaço
<u>Oportunidades</u>	<u>Ameaças</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado em constate crescimento 	<ul style="list-style-type: none"> • Novas barbearias na região

Forças: A barbearia fica localizada na rua principal do bairro, o movimento de carros e pessoas é intenso. O profissional trabalha com um mix de serviços: cortes tradicionais e elaborados, barba, tintura, relaxamento, sobrancelha, desenhos, dentre outros. A barbearia possui uma popularidade grande no bairro, o número de clientes fieis é muito grande e isso só fortalece a marca.

Fraquezas: O Barbeiro Diogo relatou que possui uma certa lentidão na execução dos serviços, seus cortes, por exemplo, demoram cerca de uma hora para serem finalizados. Uma das soluções foi o aperfeiçoamento com cursos e capacitações nas horas vagas. Outro ponto a ser destacado é o pouco espaço que a loja tem, e uma das soluções seria a mudança para uma outra loja mais espaçosa e arejada, na mesma rua.

Oportunidades: Percebe-se que a cada dia que se passa os homens estão cada vez mais vaidosos e preocupados com sua beleza, e quem ganha com isso é as Barbearias, que recebem seus clientes até mesmo semanalmente, diferente de antes onde as visitas eram mensalmente.

Ameaças: O surgimento de novas barbearias é uma ameaça, e isso é incontrolável, porém quando se fala de “Barbearia” nota-se que muitos clientes são fiéis aos seus barbeiros. O empresário para manter essa fidelidade, precisa sempre prestar um atendimento de qualidade e trazer novidades para o negócio.

Marketing

O marketing também é conhecido como um processo de planejamento e execução, que se desenvolve a partir da sua concepção, orçamentação, promoção e distribuição de ideias de produtos e serviços para criar trocas satisfatórias sobre objetivos individuais e organizacionais. (COBRA, 2010)

O Marketing do negócio é divulgado na rede social de Diogo (instagram). Lá ele apresenta seu trabalho através de stories e publicações. O grupo trouxe a ideia de trabalhar um novo instagram para o empreendimento, essa página seria somente para o negócio, porém Diogo acredita não ser o momento para trabalharmos tal iniciativa, o sócio pensa que essa nova ferramenta de divulgação irá expandir o negócio a ponto de não conseguir controlar o fluxo de clientes, e no momento Diogo trabalha sozinho e sem a intenção de contratar funcionários.

Outro ponto que foi identificado é que de terça a quinta o fluxo de clientes é menor, os consultores então trouxeram a ideia de criar promoções nesses dias para atrair um número maior de clientes, e até mesmo desafogar o fluxo de pessoas na sexta e sábado.

Financeiro

Verificou-se que o empreendimento não utiliza nenhum tipo de apuração mensal de resultados e nem ferramenta para mensurar seus indicadores financeiros como fluxo de caixa, contas a pagar/receber e lucratividade do negócio.

O fluxo de caixa é primordial, porque ele significa a organização financeira da empresa. Sem esse método, não é possível calcular e dimensionar os recursos que entram e que saem do empreendimento, segundo Lawrence J. Gitman (1997) o fluxo de caixa é a espinha da empresa. Sem ela não se saberá quando haverá recursos suficientes para sustentar as operações ou quando haverá necessidade de financiamento bancários.

Como proposta de adequação dos demonstrativos de resultados mensais da empresa, o grupo propôs a implementação de sistema financeiro para gerir o controle de fluxo de caixa e desenvolveu um modelo de planilha para o controle manual da entrada e saída das receitas.

5.0 RECOMENDAÇÕES

5.1 Recomendações implementadas

GESTÃO:

Recomendação:	Abertura do CNPJ para a formalização do negócio.
Evidências:	Foi apresentado ao empreendedor, as vantagens possuir um CNPJ como: emissão de nota fiscal, imposto fixo, contratação de empregado com tributação reduzida e mais facilidade para solicitar financiamentos caso seja necessário.
Resultado:	No dia primeiro de outubro, o empreendedor registrou o MEI presencialmente no SEBRAE – CNPJ – 39.274.830/00001-42

FINANCEIRO:

Recomendação:	Foi sugerido a implementação de uma planilha de acompanhamento diário para controle de serviços e financeiro.
Evidências:	Foi criada uma planilha do Excel (imagem em anexo A) para preenchimento diário de forma prática diário de forma prática. Nesta planilha, foi considerada a venda dos produtos e os serviços prestados, possibilitando visualização rápida dos valores ganhos.
Resultado:	Com o acompanhamento de aproximadamente um mês, ficou registrado o valor de receita que o empreendimento ganha.

4.1. Recomendações a implementar

MARKETING:

Sugestão:	Implementar promoções para atrair clientes.
Justificativa:	De terça a quinta feira, o atendimento na barbearia possui um fluxo de clientes menor do que os finais de semana. Realizando um desconto no valor dos serviços e divulgação nas redes sociais poderá alcançar um maior número de clientes.
Quem poderá fazer:	O empreendedor, juntamente com o grupo pode avaliar qual a melhor sugestão de desconto para a promoção da barbearia nos dias com menor fluxo de clientes.
Recurso (Custo):	Para a implementação das promoções, será necessário organização e planejamento. Caso o número de clientes aumente consideravelmente, haverá a necessidade da contratação de mão de obra.

MARKETING:

Sugestão:	Criação de um Instagram
Justificativa:	A página fornece vários recursos para melhor divulgação do negócio.
Quem poderá fazer:	O próprio empresário
Recurso (Custo):	Nenhum, o empresário mesmo consegue criar a página sem a necessidade de recursos.

FINANCEIRO:

Sugestão:	Implementar um sistema de fluxo de caixa e controle financeiro.
Justificativa:	Com a implementação de um sistema dinâmico, com acompanhamento de vários indicadores facilitaria o acompanhamento dos gastos e dos ganhos para melhorar o controle financeiro que hoje é um ponto de melhoria para o empreendimento.
Quem poderá fazer:	Foi apresentado ao empreendedor um aplicativo chamado Pedido OK. Neste aplicativo é possível gerenciar os serviços prestados, os produtos vendidos, estabelecer metas, cadastrar clientes e salvar os históricos das transações.
Recurso (Custo):	O aplicativo é gratuito no primeiro mês. Logo após esse prazo, tem o custo de R\$ 19,90 por mês.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Logo no primeiro contato com o empresário, percebemos que sua maior necessidade seria a formalização do negócio. Diogo manteve a empresa durante muito tempo informal, e com isso deixou de ter alguns benefícios que formalização oferece. Com o apoio do SEBRAE – MG conseguimos abrir um CNPJ na categoria MEI trazendo mais segurança e benefícios para Barbearia.

Como o empresário não tinha controle sobre seus serviços, criamos uma planilha semanal bem didática para apurar a quantidade de clientes atendidos. Com esse controle, Diogo consegue mensurar não só o número de clientes, mas também qual foi o seu lucro.

Trouxemos outras propostas, como por exemplo: melhoria no design da fachada, reforma na parte interna, criação de uma rede social (Instagram), implantação de um sistema para controle financeiro, porém Diogo acreditou não ser o melhor momento para colocar essas propostas em ação.

Depois de muitos períodos apenas na teoria, foi muito gratificante poder aplicar um pouco do nosso aprendizado na prática, o grupo precisou de alguns encontros com o empresário Diogo para entender toda sua situação e, assim, trazer propostas de melhorias para o negócio. Agradecemos ao Diogo por abrir as portas da sua empresa (Barbearia do Didi) e nos receber com toda atenção, e ao nosso professor Maximiliano por todo apoio na elaboração desse projeto.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações. 1. ed. 13ª tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

COBRA, Marcos. Administração de Marketing: São Paulo: Atlas, 2010.

CAMPOS FILHO, Ademar. Demonstração dos fluxos de caixa: uma ferramenta indispensável para administrar sua empresa. SÃO PAULO: ATLAS, 1999

APÊNDICE A

Neste apêndice A, tem-se a planilha para um controle financeiro diário básico, que foi apresentada ao empreendedor. Nesta Planilha, Ele pode avaliar nos dias de atendimento da barbearia a quantidade de clientes atendimentos, quantos produtos foram vendidos, quais produtos, qual é o serviço mais solicitado e valor.

Imagem 1 - Controle de Atendimento

Terça-Feira:	Corte				Barba	Pezinho	Alisamento	obrancelh	Produtos	
	R\$ 10	R\$ 15	R\$ 20	R\$ 30					Gel	Pomada
Quarta-Feira:	Corte				Barba	Pezinho	Alisamento	obrancelh	Produtos	
	R\$ 10	R\$ 15	R\$ 20	R\$ 30					Gel	Pomada
Quinta-Feira:	Corte				Barba	Pezinho	Alisamento	obrancelh	Produtos	
	R\$ 10	R\$ 15	R\$ 20	R\$ 30					Gel	Pomada
Sexta-Feira:	Corte				Barba	Pezinho	Alisamento	obrancelh	Produtos	
	R\$ 10	R\$ 15	R\$ 20	R\$ 30					Gel	Pomada
Sábado:	Corte				Barba	Pezinho	Alisamento	obrancelh	Produtos	
	R\$ 10	R\$ 15	R\$ 20	R\$ 30					Gel	Pomada
Observação:										

Fonte: autores 2020

Link da apresentação: <https://youtu.be/AJcqnfMHdFY>