



2022

**PROJETO DE CONSULTORIA
EMPRESARIAL**



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO DE EXTENSÃO

ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO

Canal Business Way

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MAIO 2022

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO DE EXTENSÃO

ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO

Canal Business Way

MÓDULO DE ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO

Gerenciamento de Projetos e Processos – Prof. Celso Antunes de Almeida Filho

Gestão Estratégica de Custos – Prof. Rodrigo Simão da Costa

Administração de Produção – Prof. Thiago Nogueira

Logística Integrada – Prof. Elaina Cristina Paina Venâncio

Projeto de Gestão Estratégica - Prof. Dirceu Fernandes Batista

Alunos:

Adilson Roberto da Silva S. Júnior, RA 2100112

Danilo Henrique Monteiro de Araújo, RA 19001430

Igor Ryan Rodrigues Zanetti, RA 19001447

Isabela Anacleto, RA 19001477

Leticia Lino Dias, RA 19001437

Mentor:

Nome: Gabriel Carvalho Quesada, RA 19000499

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
MAIO 2022

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 DESENVOLVIMENTO DOS TRABALHOS	5
2.1 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	6
2.1.1- CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS	6
2.1.2- PORTFÓLIO DE PRODUTOS	7
2.1.3- CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO	7
2.2 MELHORIA NO(S) PROCESSO(S)	8
2.3 ANÁLISE FINANCEIRA	9
3 CONCLUSÃO	10
4 REFERÊNCIA	11

1 INTRODUÇÃO

A proposta fundamental deste trabalho de consultoria é a aplicação dos conteúdos trabalhados durante o semestre em uma empresa real com dores e metas.

Durante as reuniões com os sócios da empresa Canal BW, o grupo identificou alguns processos que podem ser otimizados, e o foco do grupo será esse, aplicar nossos conhecimentos e propor à empresa novos modelos de processos mais otimizados.

Para que o projeto fosse executado com excelência algumas etapas foram fundamentais, como conhecer a empresa e o segmento em que atua através das reuniões e pesquisa de mercado; diagnóstico das dores da empresa; os processos atuais; ferramentas e sistemas que auxiliam os processos na empresa; brainstorming com os integrantes da equipe para levantamento das ideias iniciais; primeira validação com os empresários para iniciar a aplicação; ajustes de alguns detalhes validação com os professores e mentor e por fim a estruturação final do projeto.

A junção das etapas listadas assim resultaram no trabalho realizado abaixo.

2 DESENVOLVIMENTO DOS TRABALHOS

Para o desenvolvimento do trabalho, foi fundamental a aplicação dos conceitos aprendidos durante o módulo. A disciplina Logística Integrada permitiu ao grupo fazer uma análise mais minuciosa sobre a logística de informações dentro da empresa, assim como as informações chegam a todos os envolvidos. Através dos conceitos aprendidos conseguimos sugerir melhorias para os processos internos, facilitando o fluxo de informações.

Na disciplina de Gestão Estratégica de Custo, podemos simular o ponto de equilíbrio que é um indicador essencial para a empresa, além de projetar vários cenários com algumas possibilidades de alavancagem operacional.

A disciplina de Administração da Produção, nos permitiu olhar de forma mais crítica para o processo produtivo da empresa, facilitando a identificação de pontos a serem trabalhados pelo grupo.

E por fim, na disciplina de Gerenciamento de Projetos e Processos nós conseguimos visualizar através do fluxograma como funciona o escoamento de informações e os processos.

A proposta fundamental deste trabalho de consultoria é a aplicação dos conteúdos trabalhados durante o semestre em uma empresa real com suas dores e suas metas.

2.1 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

Canal BW (Business Way)

A Business Way é uma empresa que atua no segmento de consultoria em marketing e vendas, trabalhando como uma aceleradora de resultados de pequenas e médias empresas, principalmente do segmento varejista através do marketing online e offline. Contando com uma equipe especialista em estratégias que fazem com que a empresa melhore seu posicionamento de mercado e seu branding, fazendo com que ela se torne mais acessível e conhecida pelo seu público-alvo e consequentemente aumente suas vendas e o faturamento que é o objetivo principal.

Os serviços principais são consultoria de marketing e vendas, treinamento e gestão de tráfego.

2.1.1- CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

A cadeia de suprimentos é alimentada por informações. Após o fechamento de uma venda pela equipe comercial, as informações sobre os serviços que serão prestados, quem são os envolvidos, o briefing da empresa do cliente e a preparação do cronograma circulam entre os colaboradores que com as informações já se organizam internamente para iniciar os trabalhos.

A empresa monta um cronograma, aprova com o cliente em reunião e após a aprovação, o conteúdo vai para a equipe que vai organizar a cobrança dos materiais. Quando o cliente envia o conteúdo, a equipe inicia o tráfego nas mídias sociais.

O principal fornecedor de informação é o próprio cliente que disponibiliza informações essenciais para a criação de uma estratégia de marketing eficiente e personalizada para o seu negócio.

A transformação das informações acontece dentro da empresa, que organiza os dados e transforma isso em estratégia.

A armazenagem de todos esses dados acontecem em um sistema interno da empresa onde todas as pessoas responsáveis pelas informações conseguem ter acesso.

E por fim, a distribuição da estratégia acontece por meio da gestão das mídias sociais e pela gestão de tráfego pago.

2.1.2- PORTFÓLIO DE PRODUTOS

Os serviços oferecidos pela empresa são estratégia online e offline, gestão e monitoramento, gestão de anúncio, estruturação do funil de vendas, treinamento da equipe comercial, direção e roteiro de vídeos, programação para eventos, aceleração de vendas, ações de remarketing, processo seletivo de vendedores. Esses são os serviços incluídos no pacote de consultoria de marketing e vendas.

2.1.3- CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO

O processo produtivo se inicia no momento do fechamento do contrato pela equipe comercial, que agenda a primeira reunião para análise da empresa, preenchimento da análise swot que é uma ferramenta essencial para o entendimento da situação atual do negócio. Essa reunião é bem imersiva e geralmente dura um dia todo.

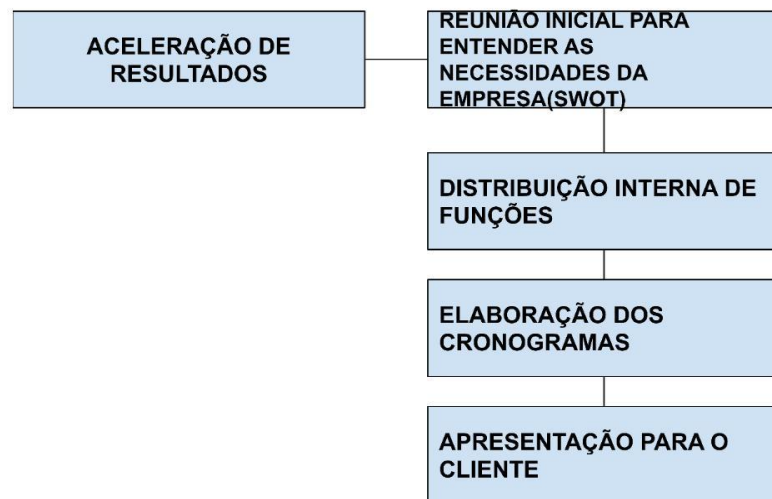
Após essa reunião a equipe se reúne para desenvolver uma estratégia macro para a empresa e também desenvolver o primeiro cronograma de postagens para ser validado com o cliente em reunião. Depois dessa reunião de validação, o cronograma é passado para a equipe organizar o processo de cobrança dos materiais que o cliente precisa enviar para as campanhas (fotos, vídeos).

O cronograma programado é executado ao longo dos 30 dias até a próxima reunião para a validação do próximo cronograma. Nessa reunião também acontece a análise de desempenho do cronograma anterior.

E dessa forma o ciclo se repete com reuniões para apresentação do novo planejamento e avaliação do desempenho do anterior.

2.2 MELHORIA NOS PROCESSOS

Após o entendimento aprofundado dos processos da empresa, o grupo montou um fluxograma para ilustrar e deixar mais visual o funcionamento dos processos e identificação de pontos de melhoria.



Um dos primeiros pontos identificados logo no início do processo, é a entrada de um novo cliente. Esse ponto gera uma grande demanda e mobilização de muitos colaboradores dentro da empresa. Para que o processo seja mais ágil, a nossa sugestão é preparar e informar antecipadamente o cliente sobre as informações que ele precisará passar sobre a empresa, para assim otimizar a reunião.

Outro processo citado pelo empresário como dificultoso é o envio dos conteúdos pelo cliente para a realização das campanhas, muitas vezes os clientes atrasam as ações

devido a falta de conteúdo ou até mesmo uma ação importante acaba não acontecendo devido a falta do conteúdo que ficou pendente pelo cliente. A gestão de conteúdos pendentes é feita pela plataforma Trello que é um software de gerenciamento de projetos e para facilitar esse processo de cobrança nossa sugestão principal é a criação de vídeos e treinamentos para que os clientes consigam usar a plataforma, já que muitos relatam sentir uma dificuldade.

Engajar os colaboradores da empresa do cliente nas ações de marketing é outra forma de facilitar o envio dos conteúdos, assim o empresário não fica sobrecarregado tendo o apoio de outra pessoa. Criar dentro da empresa uma cultura de mostrar a importância do marketing, as metas e mostrar que eles fazem parte disso e podem fazer o resultado acontecer.

Também identificamos que a equipe do atendimento recebia muitas dúvidas frequentemente dos clientes, então sugerimos que a empresa grave vídeos explicando conceitos e tirando dúvidas recorrentes para facilitar.

2.3 ANÁLISE FINANCEIRA

O principal ponto de melhoria sentido pela empresa será mais a longo prazo, pois a melhoria de alguns processos, os cliente vão ter a percepção de resultado muito maior, com todas as campanhas acontecendo no tempo determinado. A consequência disso será a retenção dos clientes por períodos maiores.

Outra proposta do grupo é a que a empresa faça prospecção ativa de cliente, o outbound marketing para aumentar o número de clientes. Abaixo segue a projeção de cenário feita pelo grupo.

Abaixo um levantamento criado com o valor de ticket médio e número de clientes fornecido pelo empresário, o restante dos dados foi feito utilizando dados gerais do mercado regional, como valor de aluguel, internet e etc.

Custos Fixos/Mês		Faturamento		Valor
Funcionários	R\$ 22.000,00	Receita Mensal		R\$ 60.900,00
Plataformas	R\$ 200,00	Ticket Medio		R\$ 2.900,00
Total de custos fixos	R\$ 22.200,00	Cientes nº		21
Despesas Fixas/Mês				
Luz	R\$ 800,00			
Aluguel	R\$ 2.500,00			
Internet	R\$ 150,00			
Total Despesas Fixas	R\$ 3.450,00			
Total de custos e despesas fixo	R\$ 25.650,00			
Lucro atual	R\$ 35.250,00			
Ponto de Equilíbrio				
RECEITA	R\$ 30.750,00			
C D VARIÁVEIS	R\$ 5.000,00			
MARGEM DE CONT.	R\$ 25.750,00			
C D FIXOS	R\$ 25.750,00			
RESULTADOS	R\$ 0,00			

Abaixo está uma simulação feita no caso que a empresa dobrasse o número de clientes mantendo o mesmo padrão de atendimento e o mesmo ticket médio.

Custos Fixos/Mês		Faturamento		Valor
Funcionários	R\$ 20.600,00	Receita Mensal		R\$ 121.000,00
Plataformas	R\$ 400,00	Ticket Medio		R\$ 2.900,00
Total de custos fixos	R\$ 29.000,00	Cientes nº		42
Despesas Fixas/Mês				
Luz	R\$ 950,00			
Aluguel	R\$ 2.600,00			
Internet	R\$ 200,00			
Total Despesas Fixas	R\$ 3.650,00			
Total de custos e despesas fixo	R\$ 32.650,00			
Lucro atual	R\$ 89.150,00			
Ponto de Equilibrio				
RECEITA	30750			
C D VARIÁVEIS	5000			
MARGEM DE CONT	25750			
C D FIXOS	25750			
RESULTADOS	0			

3 CONCLUSÃO

O trabalho realizado com a empresa Canal BW permitiu que o grupo colocasse em prática os conhecimentos teóricos do semestre, permitindo um grande aprendizado. Este contato com a empresa é benéfico para o grupo, pois com a produção do mesmo foi possível compreender as exigências do mercado e os diversos problemas que são enfrentados diariamente pelos administradores.

Foi possível sugerir muitas melhorias para o Canal BW, algumas das sugestões feitas durante o semestre pelo grupo já foram aplicadas na empresa, o que mostra que a qualidade das sugestões estão no patamar certo.

4 REFERÊNCIAS

Material da internet

UNOPAR, 2021, O que é logística empresarial?

<<https://blog.unopar.com.br/logistica-empresarial/>>

CLIENTES PELA INTERNET, 2018, Como funciona uma consultoria de marketing?

<<https://clientespelainternet.com.br/consultoria-de-marketing/>>

VOITTO, 2020, O que é fluxograma?

<<https://clientespelainternet.com.br/consultoria-de-marketing/>>