



ANDRÉ LUIS

MARCOS ANTONIO BAY

MATHEUS SANTINOR

RODRIGO RAMOS

RAFAEL HONORATO

**PROJETO INTEGRADOR EM
CONSULTORIA AO AGENDAMENTO DE CLIENTES**

CURITIBA

2021



ANDRÉ LUIS
MARCOS ANTONIO BAY
MATHEUS SANTINOR
RODRIGO RAMOS
RAFAEL HONORATO

**PROJETO INTEGRADOR EM
CONSULTORIA AO
AGENDAMENTO DE
CLIENTES DROZDZ GARAGE**
**Projeto Integrador do Curso de
Gestão
Comercial, para obtenção do Grau de
tecnólogo em Gestão Comercial,
turma
GC201P, sob a orientação do
Professor
Iron Lemes**

RESUMO

Este projeto integrador é uma assessoria completa da empresa Drozdz Garage, do ramo de serviços automotivos especializados em veículos automotores da linha Renault e em manutenções corretivas e preventivas. A empresa nunca buscou algum tipo de assessoria em sua vivência no mercado, devido a sua expansão inesperada e por contar com um único funcionário a empresa passa por dificuldades de atendimento e tem como a principal falha o agendamento de clientes. O objetivo desta assessoria foi identificar a situação atual da empresa, e propor sugestões de melhorias ao proprietário. Em consenso chegamos a proposta em seu sistema de agendamento de clientes sendo clientes novos ou clientes que já fazem parte de seus atendimentos. Com o software de agendamentos (Zapon) o cliente irá conseguir de forma rápida e assertiva agendar seus serviços desejados sem que haja problemas no atendimento e agendamento. Após a plataforma ser implementada e organizada em sua agenda a empresa se tornou organizada com seus processos de execução separados, evidenciando sua melhoria e neste projeto estamos evidenciando detalhadamente os processos de implementação e conclusão da análise de agendamento.

Palavras-chave: Marketing digital; Adequação de processos; Ferramentas; Consultoria; Mercado de automóveis; Zapon;

ABSTRACT

This integrative project is a complete assistance to Drozdz Garage, an automotive service company specialized in Renault motor vehicles and in corrective and preventive maintenance. The company has never sought any kind of advisory service during its experience in the market. Due to its unexpected expansion and because it has only one employee, the company is facing service difficulties and its main failure is customer scheduling. The objective of this consulting was to identify the current situation of the company, and to propose suggestions for improvements to the owner. In consensus we came up with the proposal in its client scheduling system, whether new clients or clients that are already part of its services. With the scheduling software (Zapon) the client will be able to quickly and assertively schedule the desired services without having problems with the service and scheduling. After the platform was implemented and organized in its agenda, the company became organized with its separate execution processes, evidencing its improvement and in this project we are evidencing in detail the implementation and conclusion processes of the scheduling analysis.

Keywords: Digital marketing; Adequacy of processes; Tools; Consultancy; Auto market; Zapon;.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fachada Drozdz Garage.....	14
Figura 2 - Interior da Drozdz Garage	14
Figura 3 - Localização da Drozdz Garage	21
Figura 4 - Modelo do questionário	44
Figura 5 - Fluxo de agendamento anterior	30
Figura 6 - Fluxo de agendamentos atual	31
Figura 7 - Relação clientes/fornecedores	31
Figura 8 - Fornecedores.....	32
Figura 9 - Análise de riscos	33
Figura 10 - Configurações	35
Figura 11 - Atendentes	35
Figura 12 - Relação de horários para agendamentos.....	36
Figura 13 - Folder com QR code.....	37
Figura 14 - Agendador	47
Figura 15 - Painel	48
Figura 16 – Agendamentos realizados	48
Figura 17 - Agenda.....	49
Figura 18 - Detalhes do agendamento	50
Figura 19 - Serviços	51
Figura 20 - Adicionando serviços	51
Figura 21 - Detalhes do agendamento	52
Figura 22 - Configuração do tempo de serviço	53
Figura 23 - Profissionais.....	54
Figura 24 – Descrição do serviço	55
Figura 25 - Aba Profissionais	56
Figura 26 - Adicionando profissionais	56
Figura 27 - Descrição do profissional	57
Figura 28 - Alterando informações do profissional.....	58
Figura 29 - Jornada de trabalho	59
Figura 30 - Personalização do horário.....	60
Figura 31 - Relatórios.....	61

Figura 32 - Relatório de serviços	62
Figura 33 - Ajustes	63
Figura 34 - Ajustes/agendamentos	63
Figura 35 - Ajustes/ horário e funcionamento	65
Figura 36 - Ajustes/horário de funcionamento.....	65
Figura 37 - Agendamentos	66
Figura 38 - Agendamento balcão	67
Figura 39 - Cadastrar novo cliente	68
Figura 40 - Serviços relaziados nos meses aferidos	72
Figura 41 - Serviços agendados e realizados de cada mês.....	72
Figura 42 - Serviços durante os dias da semana.....	73
Figura 43 - Cancelamentos.....	73

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Equipe do projeto	25
Tabela 2 - Papéis e responsabilidades	25
Tabela 3 - Cronograma.....	27
Tabela 4 - Orçamento do projeto.....	27
Tabela 5 - Fluxo interface (Atividade e informação) da situação atual	39
Tabela 6 - Avaliação de orçamento	70

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Eficiência do aplicativo.....	41
Gráfico 2 - Dificuldade no agendamento	41
Gráfico 3 - Tempo médio de agendamento	42
Gráfico 4 - Satisfação com novo formato de agendamento	42
Gráfico 5 - Conclusão dos serviços agendados pelo Zapon.....	43

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 OBJETIVOS GERAL	12
2.1 Objetivos específicos.....	12
3 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	13
3.1 Dados da empresa.....	15
3.2 Histórico	15
3.3 Porte da empresa.....	15
3.4 Atividades Secundárias	16
4 MODELO DE GESTÃO	16
4.1 Cultura	17
4.2 Diretrizes organizacionais	17
4.2.1 Missão.....	17
4.2.2 Visão.....	18
4.2.3 Valores.....	18
4.3 Processos da empresa	19
4.4 Comercialização	19
5 PRINCIPAIS ATIVIDADES	20
5.1 Metas de Desempenho.....	20
6 MONITORAMENTO DA CONCORRÊNCIA E SEGMENTAÇÃO	21
6.1 Ford center.....	22
6.1.2 Volkswagen (Servopa)	22
6.1.3 Chevrolet	22
6.1.4 Muniz Auto Center	22
6.1.5 Fórmula Renault	22
6.1.6 Oficina Hércules	23
6.1.7 Schinka Manutenções de veículos.....	23
7 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	23
7.1 Cargos, atribuições e atividades.....	24
7.2 Organograma	24
7.3 Fornecedores.....	24
7.4 Políticas de rh.....	24
8 EQUIPE DO PROJETO	25
9 ESTRUTURA.....	25

10 FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO PROJETO	26
11 ETAPAS DO PROJETO	26
12 CRONOGRAMA PRELIMINAR.....	27
13 PADRÕES DE DOCUMENTAÇÃO.....	27
14 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO ATUAL	28
15 DEFINIÇÃO DOS PROBLEMAS/GARGALOS.....	28
16 ANÁLISE DE RISCO	29
17 FERRAMENTAS A SEREM IMPLEMENTADAS	29
17.1 Fluxo/Interface (atividades e informação).....	30
17.2 Estrutura/Recursos com aprovação de clientes e fornecedores.....	31
17.3 Análise de risco/viabilidade	32
17.4 Plano de implementação;.....	34
17.5 Plano de comunicação	36
18 PESQUISA	37
18.1 Estrutura da pesquisa.....	38
18.2 Análise dos resultados	40
18.3 Questionário – DROZDZ GARAGE.....	44
19 PLANO DE TREINAMENTO.....	45
19.1 Treinamento Agendamento ZapOn	45
19.2 Descrição do treinamento	45
19.2.1 Carga-Horária do treinamento.....	45
19.3 Estrutura do curso.....	45
19.3.1 Agendador	46
19.4 Pannel	47
19.5 Agenda.....	48
19.6 Serviços	51
19.6.1 Inserindo um serviço / configuração	54
19.6.1.1 Ativo.....	54
19.6.1.2 Inativo.....	54
19.6.1.3 Profissionais	55
19.6.2 Lista dos serviços	55
19.7 Aba dos Profissionais	56
19.7.1 Adicionando novo Profissional	56
19.7.2 Alterando informações do Profissional	58

19.7.3 Jornada de trabalho.....	59
19.7.4 Personalização de horário por data específica.....	60
19.8 Relatórios.....	61
19.8.1 Relatórios de serviços.....	62
19.9 Ajustes	62
19.9.1 Grade de horários e reservas.....	63
19.9.3 Horário de funcionamento do seu estabelecimento.....	64
19.9.4 Horário de funcionamento Personalizado do seu estabelecimento	65
19.10 Agendamento.....	66
19.10 Agendamento balcão	67
19.10.1 Cadastrar novo cliente	67
20 Plano de contingência.....	68
21 EXECUÇÃO PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	69
22 CONTROLE DO PROJETO	69
22 APURAÇÃO DOS INDICADORES	69
24 AVALIAÇÃO DO ORÇAMENTO	70
25 AVALIAÇÃO DO PDCA.....	71
26 AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS	71
27 AÇÕES CORRETIVAS	74
28 AJUSTE DE FLUXO/INTERFACES EM POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS	74
29 APROVAÇÃO GESTORES	74
30 CONCLUSÃO.....	75

1 INTRODUÇÃO

O Brasileiro mesmo em tempos de crise, ainda têm buscado comprar o seu carro, segundo a Federação Nacional das Associações dos Revendedores de Veículos Automotores (FENAUTO), o mercado de carros usados no Brasil cresceu 55% em 2021. Durante a pandemia, muitas pessoas preferiram evitar o transporte público e os carros por aplicativo, decidindo investir em um veículo próprio. Outro motivo para a alta nas vendas é o fato das montadoras estarem demorando mais para entregar veículos novos.

Outro fator importante é a redução de produção de carros novos, segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), recuou em 31,6% durante o ano de 2020, isso impulsionou também a busca por carros seminovos e usados.

As consequências de mais carros usados circulando, é o aumento da necessidade de manutenção desses carros, segundo Instituto Mix, houve uma elevação de 23% nos serviços de mecânica em geral, de veículos.

Esses dados mostram o potencial que uma mecânica automotiva possui nos dias de hoje, apesar de vivermos um momento difícil no setor de veículos zero quilômetro, para quem presta serviços de manutenção a veículos usados e seminovos, é com certeza uma excelente oportunidade de negócio.

2 OBJETIVOS GERAL

Esse projeto integrador tem por objetivo realizar dentro da empresa DROZDZ GARAGE uma assessoria visando otimizar os processos de atendimento e agendamento dos clientes. Através da assessoria, apresentaremos pontos positivos, assim como as deficiências da empresa, com a finalidade de sanar os déficits através da implementação de estratégias viáveis de resolução para a empresa.

2.1 Objetivos específicos

1- Identificar os processos organizacionais por meio de entrevista com o gestor da empresa e visita “in loco” com análise presencial e documental dos procedimentos deficitários ou para melhorar com sua devida comprovação.

2- Analisar as respectivas deficiências e documentar suas falhas e pesquisar as indicações das ferramentas necessárias para adequar com os procedimentos corretos de gestão.

- 3- Apresentar ao gestor o resultado desta análise de processos, com os respectivos déficits e propostas de melhorias para que o mesmo opte por qual devemos atuar para sua correção e implementação.
- 4- Escolher as ferramentas de gestão e dos processos que serão utilizados para melhorar a área escolhida em conjunto com o gestor.
- 5- Identificar quais serão os indicadores de desempenho (KPI's) que serão utilizados para monitoramento dos resultados das ações de gestão na respectiva área escolhida.
- 6- Análise final dos resultados e propostas de ações futuras.

3 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A empresa Drozd Garage é uma empresa especializada e exclusiva na comercialização de peças e prestação de serviços para veículos automotores, iniciou suas atividades formalmente em 2016 atuando com manutenção e comercialização de peças novas, usadas e lubrificantes.

Devido sua eficiência na prestação de serviço sua agenda de atendimento expandiu gerando uma fila de espera extensa para atendimento, com este crescimento ascendente surgiu a oportunidade de ampliar o seu espaço físico, atualmente a empresa possui 80m² e está em fase de transição para um espaço com 300m², mantendo seu atendimento na cidade de Curitiba no bairro Parolin. Atualmente o quadro de funcionários é composto por apenas um funcionário/proprietário que é responsável por todos os processos gerenciais, visando o melhor atendimento e divisão de tarefas há uma necessidade de criar processos gerenciais.

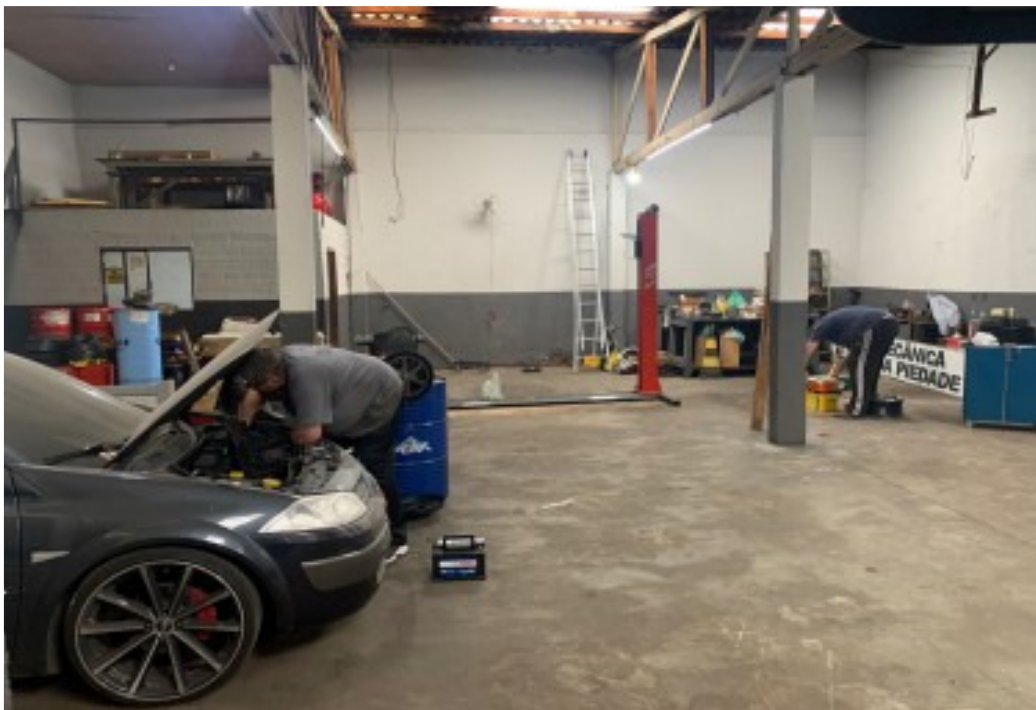
A figura 1 apresenta a foto da fachada da mecânica. A figura 2 apresenta o interior da mecânica.

Figura 1 - Fachada Drozdz Garage



Fonte: Fotografia registrada pela equipe do projeto

Figura 2 - Interior da Drozdz Garage



Fonte: Fotografia registrada pela equipe do projeto

3.1 Dados da empresa

DROZDZ GARAGE - Mecânica Drozdz - Especializada Renault

CNPJ: 23.994.083/0001-87

Rua João Parolin, 355 - Parolin, Curitiba - PR, 80220-290 Contatos: (41)

3082-0887 - (41) 98819-6070

3.2 Histórico

No ano de 2013, Sérgio drozdz atuava como engenheiro eletricista e como um profissional da área há anos enxergava que sua posição estava estagnada e então com a percepção de que a falta de mão de obra para realizar as manutenções em seu veículo começou a pesquisar sobre manutenções e realizá-las para si mesmo.

Iniciando os primeiros passos para sua empresa, na sua garagem com ferramentas emprestadas o mesmo efetuou a manutenção do seu carro, pelo fato de trabalhar como engenheiro na fábrica Renault e seu veículo ser da mesma linha, Sérgio começou a colher informações sobre linhas de montagem e desmontagem destes veículos e em páginas das redes sociais começou a dar seus primeiros passos a manutenções de veículos da linha Renault.

Logo a manutenção em seu carro se tornou uma renda extra, sendo possível realizar serviços a terceiros buscando sempre por peças genuínas e garantir a qualidade em seu processo de manutenção Sérgio começou a conquistar espaço em seu âmbito trabalhista e os agendamentos continuaram a crescer, e em 2016 a formalização da empresa foi implantada e sua nova ocupação criara forma.

Após um ano trabalhando em sua garagem em 2017 o empresário se mudou para um barracão de 80m2 permanecendo até agosto de 2021, realocando-se para um barracão de 200m2 onde exerce suas atividades atualmente.

Especializando-se em veículos da linha Renault e se tornando referência em sua cidade dedica seu tempo de forma integral na manutenção periódicas e possíveis contratempos relacionados a defeitos de funcionamento.

3.3 Porte da empresa

CNPJ: 23994083000187

Nome Fantasia: MECÂNICA DROZDZ

Tipo: MATRIZ

Natureza Jurídica: 2135 - EMPRESÁRIO (INDIVIDUAL)

Situação Cadastral: ATIVA

Data da Situação Cadastral: 18/01/2016

Data de Abertura da Empresa: 18/01/2016

Capital Social: R\$ 5.000

Atividade Principal: 4520001 - Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores.

3.4 Atividades Secundárias

4530704 - Comércio a varejo de peças e acessórios usados para veículos automotores.

4530703 Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores. 4732600 - Comércio varejista de lubrificantes.

4 MODELO DE GESTÃO

O modelo de gestão é correspondente a uma empresa familiar, tendo à frente uma única pessoa que executa todas as funções necessárias para o funcionamento da organização. Tratando-se de uma empresa formalizada no regime MEI.

Segundo o SEBRAE uma empresa MEI é constituída por um microempresário individual, no qual a sua ocupação autônoma passará a ter um cadastro de pessoa jurídica (CNPJ) que poderá auxiliar na emissão de notas fiscais e empréstimos bancários. O modelo de gestão da sua oficina mecânica é caótico, Sérgio não possui controle e ferramentas para organizar sua empresa, de forma precária agenda seus clientes boca a boca deixando trabalhos a serem acumulados.

Os agendamentos são realizados pelo proprietário que executa os serviços, atendendo e finalizando a venda sem cadastro de clientes. Utiliza das plataformas digitais para manter a comunicação sobre os serviços realizados. O capital da empresa se mescla com o pessoal dificultando o balanço patrimonial da empresa e sua saúde financeira, porém a programação de atendimentos é seguida à risca e a fila de espera pode chegar a 20 dias e com isso o faturamento da empresa é prejudicado. Por ordem de chegada os veículos são atendidos e independente do grau de complexidade do problema a preferência é de quem está na vez, as peças são genuínas compradas pelo proprietário da empresa e ao fim do processo são adicionadas no fechamento

4.1 Cultura

Por se tratar de uma empresa de pequeno porte e seu proprietário e fundador da empresa não é possível mensurar a cultura organizacional da empresa. Schein (1989), denominou cultura organizacional é o conjunto de idéias básicas de um grupo para descobrir ou desenvolver os problemas de adaptação interna ou externa, com a finalidade de ser capaz de reagir com conflitos nestas áreas.

Schein, citou três aspectos principais:

Produtos visíveis: Proveniente da área construída da empresa ou organização tais como: layout e comportamento das pessoas;

Valores: Com Características minimalistas, os valores são difíceis de mensurar já que para o autor pessoas expressam seu comportamento de diferentes maneiras seja elas racionais ou apenas idealizações;

Pressupostos básicos: De âmbito geral são de maneira espontâneas e involuntários, mas determinam a percepção, sentimentos de uma equipe.

4.2 Diretrizes organizacionais

Tavares (2005), detalha o que proporciona para empresa a melhor direção a ser seguida é um processo administrativo sustentado metodologicamente. Que tem como missão o aperfeiçoamento dos fatores externos de forma inovadora e diferente, que tem como diretrizes missão, visão e valores da empresa.

4.2.1 Missão

De acordo com Maximiano (2011, p. 64), apresenta que a empresa é diferente de missão já que a empresa sempre visualiza o lucro obtido através dos consumidores. No entanto, a missão tem como principal objetivo oferecer um produto ou serviço que atenda a necessidade do cliente. Tendo como pauta analisar qual o impacto da empresa na vida do cliente. Qual o nosso público alvo? Que tipo de produto iremos oferecer? E quais as responsabilidades para com a sociedade?

A empresa deve ter uma razão para que suas dúvidas e estratégias sejam compreendidas pelos consumidores.

Oliveira (2009), visando as atividades e áreas em que a empresa necessita de atenção futura definiu a Missão da empresa como uma maneira de interpretar valores e crenças na sua área a ser aplicada levando em consideração filosofias, tradições e áreas básicas relevantes.

4.2.2 Visão

A visão é um conceito que a empresa deve ser cautelosa, pois deverá se preocupar com onde chegar, segundo Tavares (2005), é um olhar "clínico" para oportunidades no futuro permitindo uma concentração de empenhos para alcançá-las.

Quando se define este conceito teórico da visão as empresas passam a basear se em metáforas, levando a acreditar de forma parcial ou individual nas explicações vivenciadas (Bethlem, 2009).

De acordo com Machado (2009, p. 31)

O processo de desenvolvimento da Visão é tão importante quanto seu resultado; as visões se definem melhor na linguagem dos protagonistas da ação; a Visão ajuda a focar o processo de planejamento estratégico e, portanto, precisa ser desenvolvida antes que o planejamento aconteça.

4.2.3 Valores

Geralmente se encontra nas empresas ideologias e costumes que referenciam as definições de valores, segundo Oliveira (2009) são o conjunto dos princípios e crenças que se enaltece para a tomada de decisão.

Segundo Oliveira e Tamayo (2004), apud Miguel e Teixeira (2009, p. 45), propõe a estrutura de valores organizacionais, por oito tipos de ferramentas motivacionais.

Fator 1 – Realização: a valorização da competência para o alcance do sucesso da organização e dos empregados. Fator 2 – Conformidade: valorização do respeito às regras e modelos de comportamento no ambiente de trabalho e no relacionamento com outras organizações. Fator 3 – Domínio: valorização do poder, tendo como meta a obtenção de status, controle sobre pessoas, recursos e mercado. Fator 4 – Bem-estar: valorização da satisfação dos empregados mediante a qualidade de vida no trabalho. Fator 5 – Tradição: valorização dos costumes e práticas consagradas. Fator 6 – Prestígio: valorização do prestígio organizacional na sociedade, mediante a qualidade de produtos. Fator 7 – Autonomia: valorização de desafios, a busca de aperfeiçoamento constante, a curiosidade, a variedade de experiências e a definição de objetivos profissionais dos empregados. Fator

8 – Preocupação com a coletividade: valorização do relacionamento com pessoas que estão próximas da comunidade.

Em decorrência dos fatos acima, por se tratar de uma empresa de pequeno porte constituída por um único funcionário, não é possível definir as diretrizes organizacionais da empresa.

4.3 Processos da empresa

Na abordagem de Oliveira (1996), processo é um conjunto de atividades sequenciais que apresentam relação lógica entre si, com a finalidade de atender e, preferencialmente, suplantando as necessidades e expectativas dos clientes externos e internos da empresa. Davenport (1994) conceitua um processo como uma ordenação específica das atividades de trabalho no tempo e no espaço, com um começo, um fim, inputs e outputs claramente identificados. Segundo o autor, tais atividades são estruturadas com a finalidade de agregar valor aos inputs, resultando em um produto para um cliente.

processo é um grupo de atividades realizadas numa sequência lógica com o objetivo de produzir um bem, ou um serviço que tem valor para um grupo específico de clientes. De acordo com Hammer e Champy (1994),

Adair e Murray (1996) citam que um processo consiste em um conjunto de tarefas executadas sequencialmente com a finalidade de gerar um resultado identificável, que pode ser um bem, um serviço, dados ou informações. O resultado do processo é sempre direcionado a um cliente – seja interno ou externo - que é quem define e avalia esse resultado. Hoje não há um processo definido pelo proprietário, as prestações de serviço acontecem de forma desordenada sem nenhum critério, aleatoriamente.

4.4 Comercialização

Para Levy e Wetz (2000) é preciso que o lojista realize um plano de compras, assim, identificar quais serão os produtos mais vendidos num determinado período, o que realmente precisará fornecer, o tempo de chegada das mercadorias, assim poderá garantir mercadorias disponíveis para os consumidores.

Os vendedores atravessam os limites entre a empresa de varejo e seus clientes. Mesmo a mercadoria mais atraente não se vende sozinha. Os varejistas precisam comunicar-se com seus clientes para estimular necessidades, fornecer informações para ajudá-los a avaliarem a mercadoria e encorajá-los a tomar decisões de compras. Essas comunicações são entregues por meio de anúncios, promoções de vendas, propaganda, sinais e exposições na loja e pelos vendedores. (LEVY, WEITZ, 2000, p. 521).

Sem planejamento o vendedor não consegue ter lucro em suas vendas. O responsável por colocar mercadorias na loja deve saber exatamente o que seus consumidores precisarão para que o produto chegue bem ao cliente final. A logística é uma fundamental ferramenta para o sucesso do lojista varejista (ANGELO, et al., 1994)

A empresa não realiza comercialização de produtos, focando apenas em prestação de serviços. As peças utilizadas para o reparo dos automóveis são encomendadas e distribuídas por fornecedores.

5 PRINCIPAIS ATIVIDADES

A principal atividade da empresa está ligada à prestação de serviços de manutenção de veículos automotores em específico na linha Renault incluindo os serviços de Manutenções preventivas e corretivas Injeção Eletrônica Freios Suspensão Embreagens Câmbios CVT / DP0 / AL4 Cambio Easy R Revisões periódicas Diagnóstico via Scanner Renault CAN CLIP, troca de óleo, manutenção em motores e inspeção técnica para garantia de veículos.

5.1 Metas de Desempenho

Nos dias de hoje, a avaliação de desempenho se tornou um instrumento imprescindível na gestão da empresa, visando competitividade e dinamismo no ambiente de atuação das mesmas.]

Segundo Machado e Holanda (2007)

pontuam que a mensuração do desempenho desencadeia um objetivo principal que é um gerenciamento eficaz provenientes de uma série de variáveis, com bases sólidas e consideradas plausíveis como informativas e princípios adotados. Esta mensura tem influência dada pelos objetivos e metas da empresa que são um reflexo de controle e exercício que estão relacionados ao planejamento e execução dos papéis atribuídos da empresa.

49.2584637,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xb7220ac8298b09c!8m2!3d-25.4574105!4d
49.2584752)

6.1 Ford center

Oferece os serviços de vendas de carros novos e seminovos além de realizar manutenções periódicas e quaisquer serviços de reparo de veículos, troca de óleo, correia dentada, freios, câmbio.

6.1.2 Volkswagen (Servopa)

Oferece os serviços de vendas de carros novos e seminovos além de realizar manutenções periódicas e quaisquer serviços de reparo de veículos, troca de óleo, correia dentada, freios, câmbio.

6.1.3 Chevrolet

Oferece os serviços de vendas de carros novos e seminovos além de realizar manutenções periódicas e quaisquer serviços de reparo de veículos, troca de óleo, correia dentada, freios, câmbio.

6.1.4 Muniz Auto Center

Oferece os serviços de alinhamento, balanceamento, geometria e comercialização de pneus.

6.1.5 Fórmula Renault

Oferece os serviços de vendas de carros novos e seminovos além de realizar manutenções periódicas e quaisquer serviços de reparo de veículos, troca de óleo, correia dentada, freios, câmbio entre outros.

6.1.6 Oficina Hércules

Oferece os serviços de reparos em motores em geral, manutenção preventiva e corretiva para veículos de marcas e linhas variadas.

6.1.7 Schinka Manutenções de veículos

Realiza atividades de manutenção preventiva com veículos de marcas variadas, visando os serviços de reparos em motores.

Pontos negativos para um raio de dois quilômetros a oficina está no meio de seus concorrentes tendo em vista uma concessionária autorizada, que efetua os serviços da linhagem Renault proporcionando um leque de opções para os consumidores as demais S e oficinas oferecem serviços variados desde pneus até manutenção em demais linhas.

Pontos positivos por se tratar de manutenção específica a oficina tem potencial de na demanda de serviços já que por sua vez alguns de seus concorrentes são mal avaliados na internet em sites de busca. Por seu ótimo relacionamento com a concessionária muitos de seus serviços são através de indicações da mesma.

Uma loja âncora próxima ao seu negócio ao invés de ser vista como concorrência deve ser vista como aliada, no quesito oferta e demanda, a localização gamando favorece, pois, uma via de mão dupla e um fácil acesso permite que o cliente consiga acessar seu local de atendimento sem exigir esforços.

7 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Galbraith (1977) deu que a definição de estrutura organizacional se dá pelas maneiras em que o trabalho é dividido em diferentes tarefas e que as somas destas diferentes tarefas sejam coordenadas uma com as outras, alcançando o objetivo final em sincronia. Segundo Mintzberg (1979) as organizações coordenam suas atividades seguindo cinco pontos básicos da estrutura.

As habilidades devem ser treinadas e padronizadas para trabalhos específicos, o ajustamento mútuo é uma forma de comunicação informal para a execução e coordenação do trabalho. Com a supervisão direta é o dever de um indivíduo supervisionar o trabalho do outro sendo que outro fator é a padronização do processo do trabalho, que visa a padronização de um conteúdo. Por tanto, a padronização das saídas são, efetivadas e otimizadas quando os indicadores de resultado provêm da dimensão do desempenho.

7.1 Cargos, atribuições e atividades

Por se tratar de uma empresa de pequeno porte os cargos são atendidos pelo proprietário e fundador da empresa, das manutenções são feitos os agendamentos e controle de compra e além venda de peças.

7.2 Organograma

Por se tratar de uma empresa que possui apenas um funcionário e fundador, não é possível realizar um parâmetro ou hierarquia no quadro de funcionários.

7.3 Fornecedores

Wurth do Brasil: Fornece diversos produtos para uso em sua empresa no qual o maior investimento está: fluido de arrefecimento de motores, limpador de ar condicionado desengraxante e outros.

WD-40: Fornece lubrificantes para serem utilizados nos seus processos de manutenções de veículos

Motul: Fornecedor de óleo que se utiliza para realizar a manutenção de troca de óleo de motores.

Gulf: Fornecedor de óleo para ser utilizado na realização de manutenção de troca de óleo de um modelo de veículo específico.

Retífica de cabeçotes: Fornece o serviço de plaina de cabeçotes, realiza consertos em motores de pistões e limpeza de peças a serem retificadas.

A Fórmula Renault: Fornece as peças genuínas que são utilizadas no processo de manutenção dos veículos de sua oficina.

7.4 Políticas de rh

O principal objetivo de uma empresa que tem políticas de recursos humanos, é salientar e sanar um sistema padronizado e efetivo de gestão.

Chiavenato (2003) os fatores de políticas são baseados em regras, garantindo a gestão garantindo que sejam executadas com sucesso. Baseia-se em certificar se que os colaboradores não desempenham as atribuições de maneira indevida, as diretrizes servem para garantir que as atividades sejam executadas com eficiência.

Não é possível definir as políticas de Rh por se tratar de uma empresa constituída por apenas um funcionário e fundador.

8 EQUIPE DO PROJETO

Tabela 1 - Equipe do projeto

NOME				
André <u>Luis</u>	Marcos <u>Bay</u>	<u>Mathe</u> <u>Santinor</u>	u Rafael Honorato	Rodrigo Ramos

9 ESTRUTURA

Definidos os objetivos e metas junto a empresa, realizamos a estruturação na figura a seguir de como será o projeto constituindo as atribuições e principalmente o planejamento de cada etapa, pela qual designamos uma para cada integrante da equipe. Sendo assim, esse é nosso EAP para a empresa DROZDZ GARAGE, a fim de executar todas as etapas para o êxito na consultoria.

Tabela 2 - Papéis e responsabilidades

Etapas da Consultoria na Empresa Drozd Garage		Responsável pela execução				
		André	Matheus	Marcos	Rodrigo	Rafael
1.0	Piano do projeto	AD	AD	AD	AD	AD
1.1	Introdução com histórico do setor	AD	AD	SUP.	SUP.	SUP.
1.2	Introdução com histórico do setor	AD	AD	SUP.	SUP.	
1.3	Objetivos do projeto					
1.4	Objetivo Geral e Objetivos específicos	AD	SUP.	SUP.	SUP.	AD
1.5	Dados da empresa	AD	AD	AD	AD	AD
1.6	Histórico	AD	AD	SUP.	SUP.	SUP.
1.7	Porte da empresa	AD	AD	AD	AD	AD
1.8	Modelo de gestão	AD	AD	AD	AD	AD
1.9	Cultura	AD	AD	AD	AD	AD
1.10	Diretrizes organizacionais	SUP.	AD	SUP.	SUP.	SUP.
2.0	Processos da empresa	AD	SUP.	SUP.	AD	SUP.
2.1	Comercialização	AD	SUP.	SUP.	SUP.	SUP.
2.2	Principais atividades	SUP.	SUP.	AD	SUP.	SUP.
2.3	Metas de desempenho	AD	AD	SUP.	SUP.	SUP.
2.4	Monitoramento da concorrência e segmentação	AD	AD	AD	AD	AD
Legenda:						
AD – Atividade direcionada						
SUP. – Suporte						

Fonte: Autoria própria

10 FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO PROJETO

Nossa consultoria depende muito do engajamento e aplicabilidade do diagnóstico sugerido para o proprietário, confiando em nossas orientações de melhorias e implementações das ferramentas sugeridas, para ter o sucesso esperado.

A equipe precisa dedicar um tempo exclusivo para realização desta tarefa, na elaboração do trabalho, com reuniões google meet entre os integrantes e nas visitas técnicas na empresa, para poder realizar o levantamento das necessidades. Além disso, é fundamental cumprir os horários e datas das reuniões, entregar as tarefas dentro do prazo, que está no planejamento, ter uma sintonia e todos fazerem sua parte, sem sobrecarregar uma pessoa, por isso importante o trabalho em equipe.

Conseguimos ser assertivos no planejamento das ações e na coleta dos dados na pesquisa, para obter um resultado positivo na aplicação da consultoria. Como estamos com a pandemia ainda,

ela traz alguns desafios adicionais, tais como dificuldade dos encontros presenciais, os quais dão uma agilidade e produtividade no andamento da consultoria, esses pontos afetam a equipe. Quanto à empresa e ao segmento em que ela atua, está passando por um momento bem atípico. Com a diminuição de produção de veículos novos, com isso ele tem poucos carros no estoque, gerando uma busca maior por manutenção dos veículos da frota já existentes.

11 ETAPAS DO PROJETO

Escolha da empresa

Levantamento de hipóteses de pesquisa.

Planejamento das etapas das atividades.

Visita in loco Coleta de dados.

Estudo bibliográfico.

Análise dos dados

Preparação do trabalho escrito estruturado.

Preparação da defesa pública do projeto

Considerações finais

12 CRONOGRAMA PRELIMINAR

Tabela 3 - Cronograma

TABELA																
Cronograma Drozdz Garage																
MÊS	Agosto				Setembro				Outubro				Novembro			
SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Plano do Projeto																
Definição do plano de projeto																
Introdução com histórico do setor																
Objetivo Geral e Objetivos específicos																
Dados da empresa																
Histórico																
Porte da empresa																
Modelo de gestão																
Cultura																
Comercialização																
Principais atividades																
Metas de desempenho																
Monitoramento da concorrência e segmentação																
Cargos, atribuições e atividades																

Fonte: Autoria própria

13 PADRÕES DE DOCUMENTAÇÃO

A comunicação da equipe de consultoria junto com a Empresa Drozdz Garage, foi realizada diretamente com o proprietário, Sérgio Drozdz. Realizamos reuniões quinzenais na empresa, com agendamento prévio, e a qualquer momento nos comunicamos pelo WhatsApp para coletar as informações necessárias.

Tabela 4 - Orçamento do projeto

DETALHAMENTO DE POSSÍVEIS GASTOS	ESTIMATIVAS
	AS
Combustível para deslocamento até a empresa do projeto	20\$
Gastos com impressão de relatórios e informações necessárias para consultoria	10\$
Gastos com refeições	60\$
Gastos com combustível e refeição durante a implantação e monitoramento do projeto	90\$
TOTAL	180\$

Fonte: Autoria própria

14 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO ATUAL

Em nossas visitas identificamos que o proprietário precisa de um sistema de apoio para gerenciar seus processos administrativos, tais como agendamento de clientes via sistema operacional ou em Excel. O proprietário não possui o controle assertivo das programações de manutenção dos clientes, também não possui uma base com os dados de seus clientes.

mensuração da necessidade de um sistema de agendamento foi diagnosticada a partir da rotina conturbada na empresa, devido à falta de comparecimento de clientes e má distribuição de horários em sua agenda. Atrelado ao descomparecimento de clientes e falta de interesse em realizar os serviços prestados, tendo em vista a dificuldade em otimizar os seus horários em conjunto com o proprietário foi definido que sua principal necessidade é a implementação de um sistema que auxilie no atendimento e agendamento de seus serviços.

15 DEFINIÇÃO DOS PROBLEMAS/GARGALOS

Os gargalos, são definidos com objeções que possam atrapalhar o andamento da empresa e conseqüentemente nos resultados, sendo assim, os pontos problemáticos podem surgir em qualquer setor e dificultando os processos de uma empresa.

Segundo (GOLDRATT, 2006)

Os gargalos são restrições dentro do sistema, e em muitos casos tornam-se uma das causas de muitas empresas não conseguirem permanecer saudáveis''. Portanto, para o sucesso da empresa, torna-se imprescindível identificar os gargalos e saber como melhorar a qualidade de sua produção.

-Não possui um canal específico para manter a comunicação com os clientes, os números pessoais se juntam com os comerciais retirando a formalidade de uma empresa e atrelado com a exposição de suas particularidades.

-Não possui uma identidade visual, para que sua empresa seja localizada e se apresente de forma clara e visível aos seus clientes.

-Não controla seus agendamentos, em meio a sua rotina de trabalho acontecimentos de desorganização em sua agenda acabam exigindo tempo e mão de obra desnecessária e que poderiam ser evitadas.

-Não consegue atender com cordialidade seus clientes, devido a grande demanda e desorganização nos agendamentos o atendimento é precário e sem muita comunicação os

clientes na maioria das vezes ficam insatisfeitos com a falta de tempo hábil para explicações técnicas.

16 ANÁLISE DE RISCO

Análise de risco pode ser considerado com relevância a aplicabilidade dos diagnósticos, devido ao grande fluxo de clientes que o proprietário possui, no início vai exigir uma força maior para cadastro de clientes, rotina de trabalho alterada, custo para implementação de sistema de agendamento.

17 FERRAMENTAS A SEREM IMPLEMENTADAS

Sistema de agendamento de manutenção - através de um sistema onde será agendado as manutenções dos carros, através de uma pré análise realizada pelo proprietário, nesta análise é identificado o orçamento e o período necessário de parada.

Cadastro de cliente, esta ferramenta servirá de apoio para análise das manutenções realizadas, qual o fluxo de manutenção e todos os dados técnicos do proprietário e do veículo, isso serve como histórico e embasamento para garantia das pessoas este sistema será realizado pela plataforma whatsapp business que tem por objetivo facilitar a organização da empresa, além de futuramente um auxiliar de mecânica que terá por objetivo principal otimizar o tempo gasto em manutenções de veículos.

Zapon é um agendador automático de inteligência artificial que utiliza o Whatsapp durante a semana toda pelo período de 24 horas diárias. Esta plataforma trabalha com diversas áreas que englobam atendimentos e agendamentos, a proposta do aplicativo é otimizar o atendimento automatizado e fidelizar clientes através da agilidade que promove a comunicação entre os agendamentos de serviços. (Atílio, 2019).

Segundo Atílio (2019)

das pessoas que utilizam o aplicativo Whatsapp 33% recebem uma notificação sendo que a taxa de entrega destas mensagens no aplicativo é de 100%, considerando que 76% das pessoas fazem uso da ferramenta Whatsapp rotineiramente. Com base nos dados a checagem dos usuários do Whatsapp

chega a 21% a cada cinco minutos, segundo as pesquisas aos usuários 64% das pessoas tem o interesse em receber promoções e ofertas pelo aplicativo.

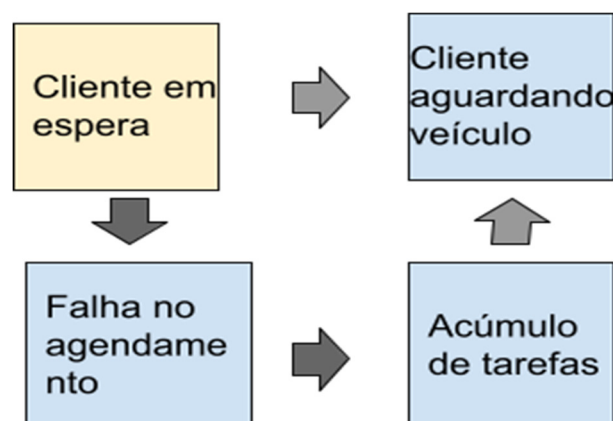
Através da plataforma ZAPON sincronizada com o whatsapp business será possível realizar uma interface com cadastro de clientes, tipo de serviço a ser executado, horário disponível com datas, recebimento de promoções e formas de pagamento. Além de contar com uma programação automatizada que envia mensagens de confirmação.

17.1 Fluxo/Interface (atividades e informação)

No atual modelo de gestão, a inexistência de fatores de organização e padronização de clientes se torna evidente. Uma vez que a empresa não possui um controle e organização de agendamento de clientes, ocorre de forma mútua e aleatoriamente os clientes são organizados em uma fila de espera sem tempo de retorno ou feedback de duração de serviços.

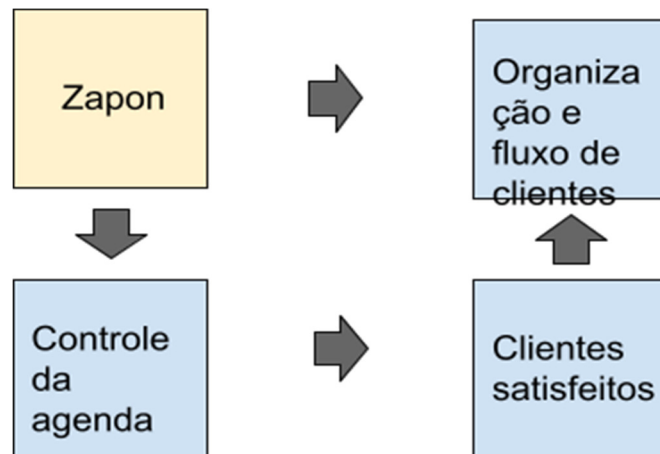
Com o atual cenário investimos em uma plataforma na qual organiza a agenda de clientes mostrando-lhe os dias disponíveis e organizando o atendimento automático para uma padronização de respostas e serviços oferecidos, esta plataforma permite que o cliente interage com a inteligência artificial e que consiga agendar serviços de manutenções preventivas e trocas de óleo, pastilhas e freios. Sendo assim, obtendo uma eficácia ainda mais agilizada na execução dos serviços além de melhorar o fluxo de clientes. Figura 4 mostra o fluxo de agendamento de clientes anterior. Figura 5 mostra cenário atual.

Figura 4 - Fluxo de agendamento anterior



Fonte: Autoria própria

Figura 5 - Fluxo de agendamentos atual

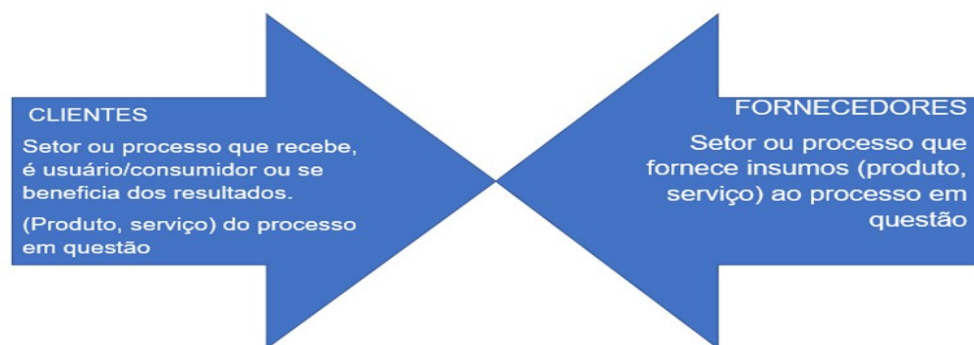


Fonte: Autoria própria

17.2 Estrutura/Recursos com aprovação de clientes e fornecedores

Elaboração da cadeia cliente fornecedor, etapa essencial para manter o equilíbrio entre as partes, comprando e fornecendo serviços dentro do prazo

Figura 6 - Relação clientes/fornecedores



Fonte: Autoria própria

Segundo Bertaglia (2006)

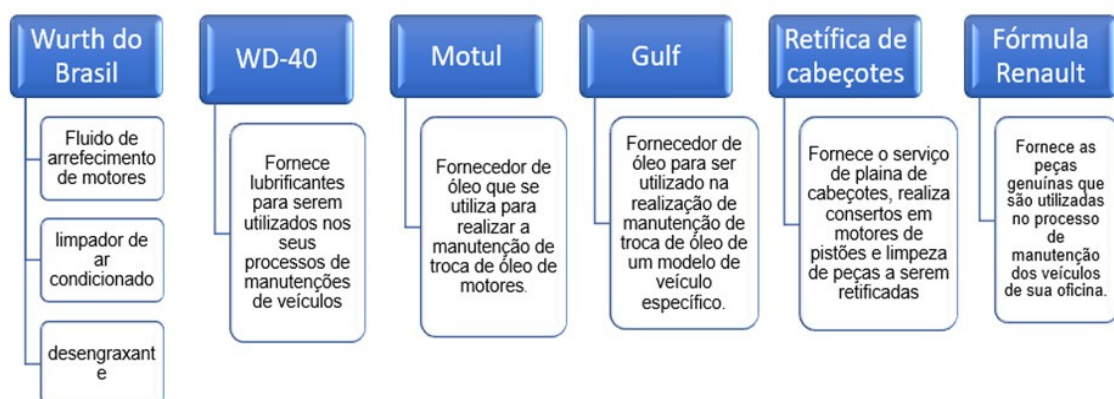
o processo de seleção de fornecedores não é simples. A complexidade aumenta em função das características do item ou serviço a ser comprado, pois as exigências podem ser maiores ou menores. O ato de comprar deixou de ser simplesmente o de efetuar uma cotação de preços. Há três características básicas que devem ser consideradas em um processo de decisão para se selecionar um fornecedor: preço, qualidade e serviço.

Cadeia cliente fornecedor: melhor forma de atender às necessidades do cliente dentro das possibilidades de entrega do fornecedor, de maneira a não afetar o resultado final do processo.

a intangibilidade, a heterogeneidade e a simultaneidade. A intangibilidade é uma das principais características dos serviços a ser considerada, visto que não pode ser estocada e sua qualidade está relacionada à satisfação e superação das expectativas geradas nos clientes. Barros (2012)

A satisfação do cliente, bem como a conclusão dos serviços realizados dentro do prazo, depende da realização desses processos, acordado entre fornecedor e cliente. Dessa forma, diminui incertezas, reclamações, imprevistos e eventualmente perda de espaço no mercado de conserto de carros devido a ineficiência da mecânica. Figura 7 detalha fornecedores e insumos.

Figura 7 - Fornecedores



Fonte: Autoria própria

17.3 Análise de risco/viabilidade

A identificação de riscos garante que decisões assertivas sejam tomadas em momentos de crise. O objetivo é se antecipar e se preparar para mudanças repentinas ou emergenciais. Figura 8 demonstra alguns fatores de risco.

Figura 8 - Análise de riscos



Fonte: Autoria própria

Analizamos os possíveis riscos e não encontramos riscos relevantes devido a estrutura de apoio e suporte do aplicativo onde: havendo problemas e dúvidas sobre a compra, como opções de pagamento, acesso ao produto, reembolso e suporte em geral, é fácil o acesso a Central de Ajuda Zapon 24 horas.

A ISO 9001:2015 não estabelece que a avaliação de risco deva ser baseada somente em análises quantitativas ou qualitativas, portanto a empresa deve definir qual a melhor forma para avaliar seus riscos (CQI, 2014). Apesar da possibilidade na escolha entre os dois tipos, a avaliação quantitativa aumenta os benefícios de uma avaliação de risco, visto que para o gestor da empresa é mais conveniente trabalhar com informações quantitativas (Condamin, Louisot, & Naim, 2007)

Risco amenizado através do contrato do licenciado, onde existem cláusulas que garante o suporte do app, com suas regras e obrigações.

I. Quando necessário, promover as correções de falhas ou impropriedades apresentadas pelo software, atualizando-o, em razão de erros que por algum motivo não puderam ser identificados anteriormente;

II. Oferecer suporte e treinamento do sistema aos usuários indicados que irão utilizar o software;

III. Não fornecer, ceder, ou divulgar, a qualquer título, informações da LICENCIADA e de seus clientes.

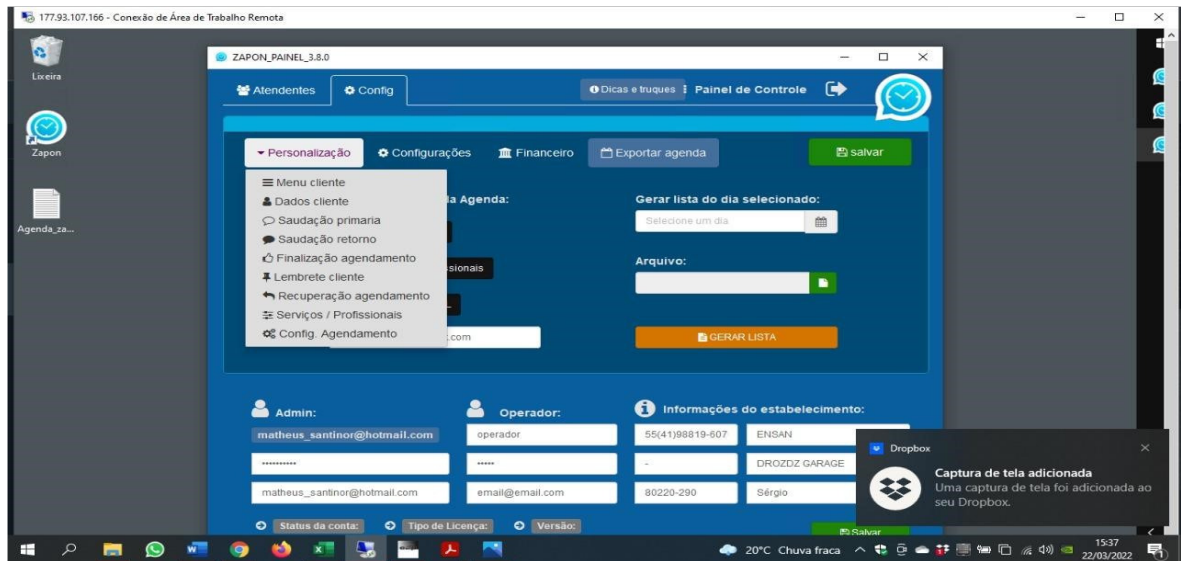
Cláusula 19 – Constituem obrigações da LICENCIADA

- I. Efetuar o pagamento do software a LICENCIANTE, nos termos estabelecidos previamente, autorizando, também, que a empresa de gestão de pagamentos/recebimentos, sempre efetue o repasse direto do percentual acordado das vendas realizadas com o auxílio do sistema;
- II. Fazer uso do software contratado de acordo com sua finalidade e exigências técnicas;
- III. Disponibilizar a estrutura adequada para a implantação (hardware, rede, pessoas capacitadas, entre outros) e, posterior, utilização do software, mantendo, inclusive, por sua conta e responsabilidade, backups dos dados cadastrados no sistema para recuperação em caso de necessidade, isentando a LICENCIANTE de qualquer responsabilidade, em caso de perda de dados;
- IV. Disponibilizar à LICENCIANTE, todas as informações necessárias à assistência técnica oferecida, principalmente, para correções no software contratado;
- V. Manter o software atualizado;
- VI. Abster-se, a qualquer título, de disponibilizar o software objeto do presente contrato a terceiros, bem como vender, sublicenciar, alugar, emprestar, doar, ceder de qualquer forma ou transferir total ou parcialmente;
- VII. Abster-se, também, de copiar, adaptar, aprimorar, corrigir, desenvolver novas versões ou criar derivados do software;

17.4 Plano de implementação;

O plano de implementação consiste em uma didática prática é pouco teórica, se baseia em explicar a funcionalidade da plataforma em visto dos modos operantes disponíveis. A implementação foi realizada através de um computador no qual de maneira remota possibilita um acesso a um navegador (servidor) que permite que o usuário não necessite de internet para acessá-lo. Uma vez com seu painel de configurações aberto a plataforma começa a ter identidade da empresa, com a inserção de dados e personalização de atendimento e horários. Figura 9 mostra configurações da plataforma ZAPON.

Figura 9 - Configurações

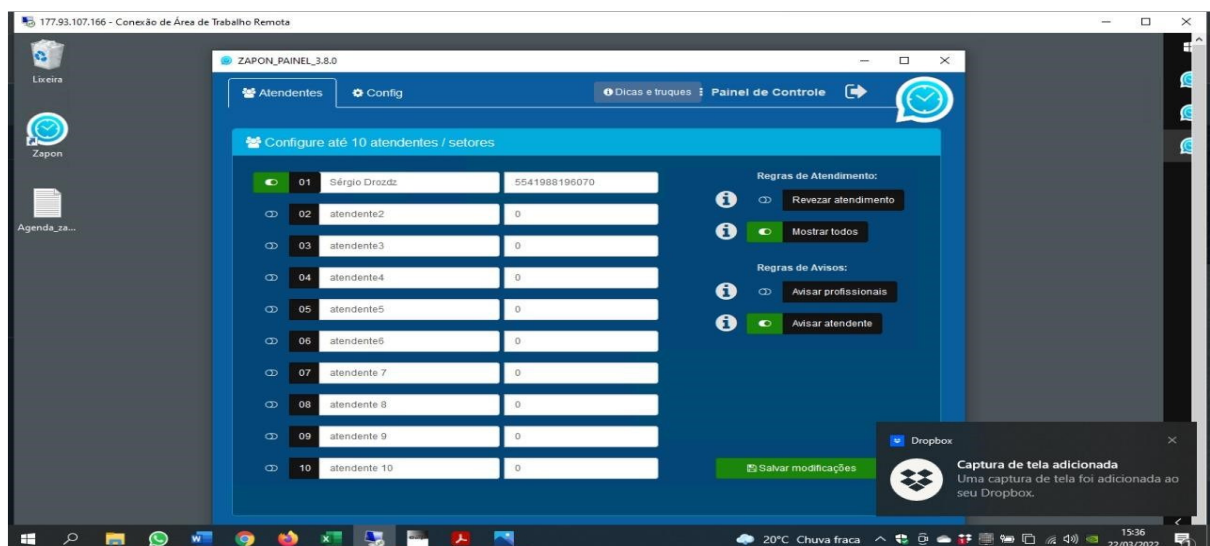


Fonte: Plataforma ZAPON

Com o agendamento se automático é possível personalizar as mensagens, é possível organizar o atendimento de forma que a empresa tenha o seu horário de funcionamento definido e pausa para almoço se houver.

Além de memorizar em seu banco de dados as informações sobre seus clientes com quaisquer dados que queira coletar, o atendimento padronizado terá introdução, meio e fim como padronização completa. Figura 10 mostra relação de atendentes da mecânica.

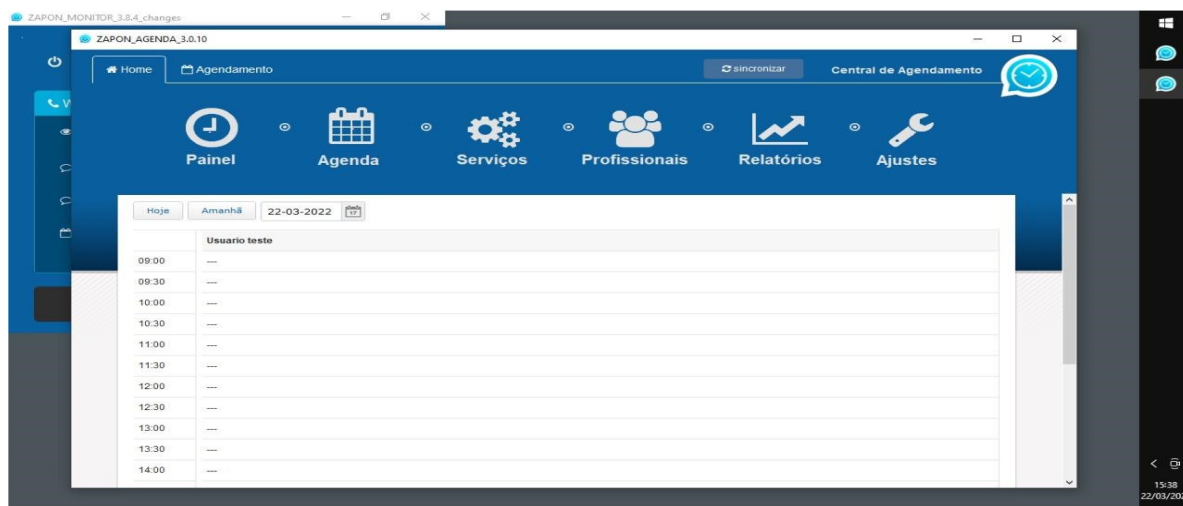
Figura 10 - Atendentes



Fonte: Plataforma ZAPON

A implementação da plataforma consiste em uma dinâmica que facilita a operacionalidade do software, sendo possível adicionar até 10 atendentes de diferentes setores. Para facilitar o primeiro contato o robô entra em ação, mas se ao longo do atendimento e o cliente não receber as devidas respostas passa aos atendentes. Figura 11 mostra relação de horários disponíveis para realizar agendamentos dos serviços.

Figura 11 - Relação de horários para agendamentos



Fonte: Plataforma ZAPON

Com os serviços devidamente estipulados o próximo passo é conferir a agenda, todos os dias os horários serão mostrados com os respectivos clientes que solicitaram o serviço. Para que não haja conflitos na medição e no andamento dos agendamentos, formalmente em conversa com o proprietário da empresa foi estabelecido que a cada agendamento que seja com um atendente ou seja fora da plataforma, o mesmo deverá incluir na sua agenda.

Para que o sistema não venha a mostrar horários disponíveis mesmo que eles já estejam preenchidos, em dias de folga será possível realizar a paralisação da agenda e emitir mensagens de feriados ou férias.

17.5 Plano de comunicação

Ao plano de comunicação utilizamos o próprio whatsapp como ferramenta de divulgação de promoções em serviços da empresa. Figura 12 com QR code para atalho diretamente ao whatsapp da plataforma Zapon.

Figura 12 - Folder com QR code



Fonte: Autoria própria

Ao ser compartilhada esta imagem, ou aberta no menu do whatsapp o cursor QR code direciona o cliente até o atendimento automatizado, sendo possível agendar seu serviço de troca de óleo, ou no estabelecimento o cliente deverá apresentar a imagem para validar cupom de valor promocional.

18 PESQUISA

Com a identificação da sua maior necessidade de implementação, resolvemos direcionar as pesquisas para a área de satisfação do cliente e relacionados ao agendamento de seus serviços a serem realizados.

A DROZDZ GARAGE além de realizar seus serviços somente com agendamento não reconhece seus clientes devido a falta de um sistema ou mão de obra necessária para esta atribuição, em conjunto com o proprietário da empresa realizamos um questionário no qual seus clientes puderam avaliar o seu atendimento

18.1 Estrutura da pesquisa

Com a identificação da sua maior necessidade de implementação, resolvemos direcionar as pesquisas para a área de satisfação do cliente e relacionados ao agendamento de seus serviços a serem realizados. Para isso, utilizaremos o método de pesquisa qualitativa.

A DROZDZ GARAGE além de realizar seus serviços somente com agendamento não reconhece seus clientes devido à falta de um sistema ou mão de obra necessária para esta atribuição, em conjunto com o proprietário da empresa realizamos um questionário no qual seus clientes puderam avaliar o seu atendimento e seu método de agendamento contendo bom ou ruim como resposta, onde desenvolvemos as seguintes perguntas;

Satisfação com o agendamento de serviço?

O atendimento oferecido pela empresa?

Domínio do serviço executado?

Cordialidade do profissional?

Avaliação geral do serviço e agendamento?

Gil (2007, p. 17), pesquisa é definida como o

(...) procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa desenvolve-se por um processo constituído de várias fases, desde a formulação do problema até a apresentação e discussão dos resultados.

Em nosso método de pesquisa optamos pela pesquisa qualitativa, não se preocupando com quantidade numérica e sim com as compreensões e percepções de consumidores ou grupo social. Os que adotarem a pesquisa qualitativa se opõem às hipóteses de métodos de pesquisa, visto que a ciência social aplica sua metodologia própria. Os pesquisadores qualitativos negam modelos positivistas em estudo social, já que é crucial que os pesquisadores não apontem

julgamentos e apresentem preconceitos ou crenças que possam afetar a pesquisa. (Goldenberg, 1999).

A pesquisa de natureza qualitativa é um fundamento teórico no qual a sua ideologia, busca a compreensão dos fatos e acontecimentos têm para ou pessoas comuns, em situações típicas do seu cotidiano, enaltecendo o entendimento da cultura para a compreensão do todo. Bogdan & Biklen (1994) asseguram que Malinowski foi o pioneiro antropólogo a salientar a importância em aprofundar o estudo, sob o ponto de vista das populações locais.

Godoy (1995) define que a pesquisa qualitativa de forma semelhante, avultando semelhanças já que por sua vez também enfatiza a perspectiva integrada, o entrevistador sai a campo em busca de prospectar e captar o fenômeno a partir das pessoas envolvidas.

Para Turato (2005), as pesquisas que optam pelo método qualitativo, trabalhar com atitudes, hábitos, valores e crenças. Não surtindo efeito nenhum em aferições de fenomenologia em grandes grupos, sendo utilizados para quem busca o entendimento profundo dos fenômenos, sem se preocupar com indicadores numéricos ou estatísticas.

Tabela 5 - Fluxo interface (Atividade e informação) da situação atual



Fonte: Autoria própria

Público-alvo: clientes da Drozdz garagem. Iremos coletar os contatos de clientes que utilizaram a plataforma, entrando em contato e realizando a abordagem para participarem da pesquisa.

Objetivo da pesquisa é colher qual a satisfação do cliente com relação ao atendimento online. Se teve dificuldades, foi eficiente, qual barreira encontrou e qual ponto negativo no momento de agendar serviço.

Aplicação da pesquisa realizada por meio do whatsapp e ligação telefônica nos dias 21/05/22 , 22/05/22 , 28/05/22 e 28/05/22.

18.2 Análise dos resultados

Após a implementação da ferramenta Zapon, para identificar a eficiência da ferramenta Zapon aplicada a oficina Drozdz Garage, com objetivo de melhorar o atendimento, optamos por realizar um modelo de pesquisa, quantitativa, formato de respostas fechadas, com clientes que utilizaram a ferramenta para realizar seus agendamentos. Esse modelo de pesquisa nos dará informações relevantes de qual percepção os clientes tiveram ao utilizarem novo formato de agendamento online, e quais dados podemos observar a partir do levantamento.

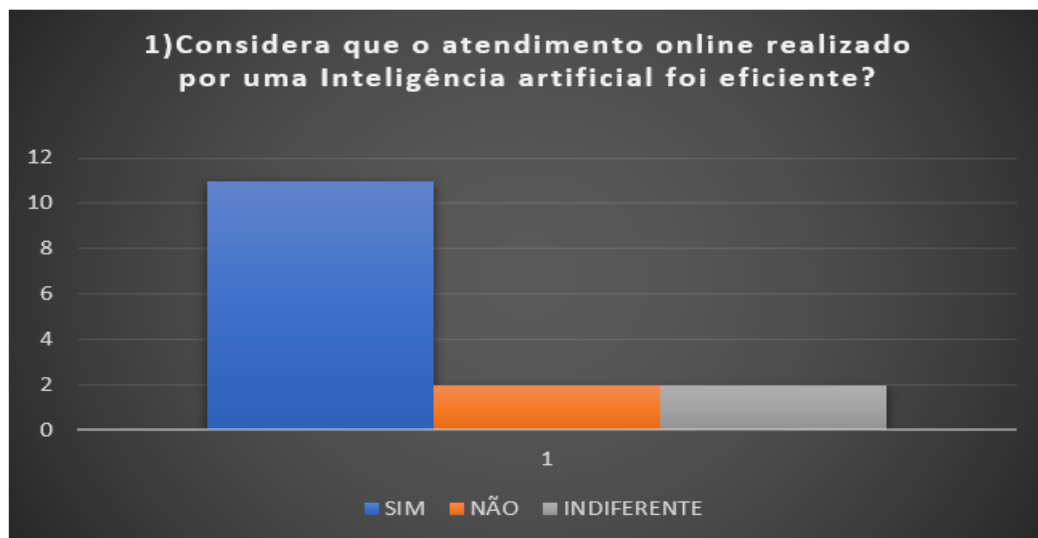
Tanto a pesquisa qualitativa quanto a quantitativa têm por preocupação o ponto de vista do indivíduo: a primeira considera a proximidade do sujeito, por exemplo, por meio da entrevista; na segunda, essa proximidade é medida por meio de materiais e métodos empíricos (KNECHTEL, 2014).

Outro formato de pesquisa, é descrito como escala Likert. Ao responderem a um questionário baseado em escala, os perguntados especificam seu nível de concordância com uma afirmação. Um dos métodos de questionário, é a escala ordinal.

Segundo CHISNALL (1973, p. 172) A escala ordinal indica a ordem de ranking de um grupo de itens associados a determinadas características, mas não indica a medida das diferenças entre os rankings. Utilizaremos também, a escala ordinal para identificar alguns desses dados.

A aplicação do questionário se deu com 15 clientes participantes, levantamos alguns dados referente a experiência deles utilizando o Zapon. Gráfico 1 demonstra a opinião dos participantes referente ao atendimento da Inteligência artificial.

Gráfico 1 - Eficiência do aplicativo



Fonte: Autoria própria

A primeira pergunta nos mostra um resultado positivo com relação a eficiência da plataforma. Maioria dos participantes responderam que SIM, confirmando assim a utilidade do atendimento realizado por uma IA.

O próximo gráfico mostra a dificuldade que os participantes sentiram ao realizar seu agendamento. Gráfico 2, 13 participantes informaram não tiveram dificuldade, 2 tiveram.

Gráfico 2 - Dificuldade no agendamento



Fonte: Autoria própria

O gráfico acima demonstra que a plataforma possui um atendimento simples e de fácil compreensão, podendo ser realizado por qual um que tenha uma smartphone.

Dando continuidade á leitura das informações coletadas. O gráfico 3 mostra o tempo médio que os participantes acharam que levaram para realizar seus agendamentos.

Gráfico 3 - Tempo médio de agendamento



Fonte: Autoria própria

Dando continuidade a nossa análise, a percepção dos clientes que utilizaram a plataforma para realizar seu agendamento online, foi de que o tempo necessário para agendar o serviço foi muito curto, analisando as duas primeiras colunas, 8 participantes acreditam ter realizados seus agendamentos em menos de 2 minutos.

Gráfico 4, demonstra a satisfação em escala do agendamento online

Gráfico 4 - Satisfação com novo formato de agendamento



Fonte: Autoria própria.

Nível da satisfação com a nova forma de agendamento excelente, 10 dos 15 participantes responderam de forma positiva.

Todos os serviços agendados online por meio da plataforma Zapon, tiveram seus serviços executados e finalizados pelo mecânico. Gráfico 5 demonstra efetividade do agendamento/conclusão do serviço.

Gráfico 5 - Conclusão dos serviços agendados pelo Zapon



Fonte: Autoria própria

Conforme resultado acima coletado com os participantes da pesquisa, 100% dos respondentes tiveram seus serviços realizados, mostrando que viabilidade da plataforma como forma definitiva de agendamento.

18.3 Questionário – DROZDZ GARAGE

Figura 13 - Modelo do questionário

NOME:

IDADE:

SEXO: ☐ MASCULINO () FEMININO

1. Considera que o atendimento online realizado por uma Inteligência artificial foi eficiente?

☐ sim () não () Indiferente

2. Sentiu dificuldades para realizar seu agendamento?

☐ sim () não () Indiferente

3. Em média quantos minutos acredita que levou para realizar seu agendamento?

☐ menos de 1 minuto

☐ Entre 1 e 2 minutos

☐ 3 a 5 minutos

☐ 5 minutos ou mais

☐ não sabe informar

4. Qual seu nível de satisfação com a nova forma de atendimento e agendamento online?

☐ Muito satisfeito

☐ Satisfeito

☐ indiferente

☐ Insatisfeito

☐ Muito Insatisfeito

5. Seus serviços foram concluídos conforme solicitado no agendamento?

☐ SIM () NÃO

Fonte: Autoria própria

19 PLANO DE TREINAMENTO

ZapOn é uma ferramenta de agendamento que reúne Inteligência artificial + WhatsApp integrados, com o objetivo de trazer autonomia e facilidade para os profissionais que oferecem serviços com agendamento para seus clientes nesse treinamento aprenderemos como utilizar os serviços para um agendamento de excelência.

19.1 Treinamento Agendamento ZapOn

Projeto: 0001 – Assessoria Empresa Drozd Garage

Responsáveis: André Luís, Marcos Bay, Matheus Santinor, Rafael Honorato, Rodrigo Ramos

Versão	Responsável	Data	Alterações do Documento
01	Rodrigo Ramos	29-03	

19.2 Descrição do treinamento

Treinamento realizado junto ao proprietário da DROZDZ GARAGE, mostrando as ferramentas e suas funções passo a passo, para que possa utilizar no dia a dia sem dificuldades

19.2.1 Carga-Horária do treinamento

60 minutos

3. Prazo

Execução prevista de 3 meses

4. Objetivo estratégico da organização para o treinamento

Habilitar pessoas estratégicas para conduzir o sistema Zapon dentro da empresa

5. Objetivo geral de aprendizagem

Trazar a tecnologia com o intuito de viabilizar e incluir o procedimento de agendamento da empresa.

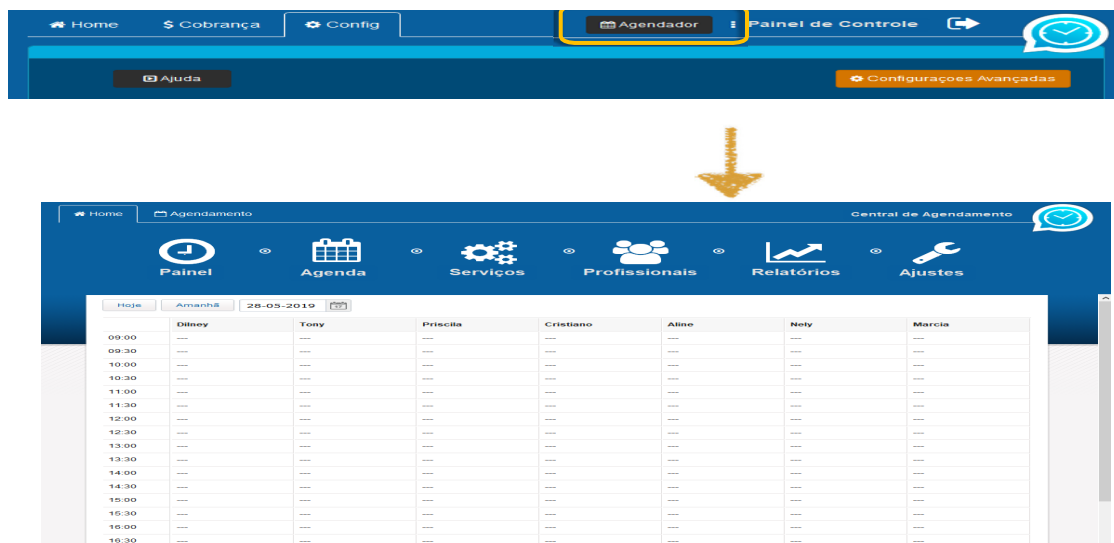
19.3 Estrutura do curso

Nome do Tópico	Duração do Tópico
Central de agendamento	5 minutos
Painel	5 minutos
Agenda	10 minutos
Adicionados serviços	5 minutos
Adicionar profissionais	5 minutos
Relatórios	5 minutos
Ajustes	5 minutos
Horário de funcionamento Padrão	5 minutos
Agendamento de Balcão	10 minutos
Cadastrando novo Cliente	5 minutos

19.3.1 Agendador

Para ter acesso ao agendador, basta ir ao painel de controle e clicar no botão

Figura 14 - Agendador



Fonte: Plataforma ZAPON

Funcionalidades;

Central de Agendamento

Painel

Agenda

Serviço

Profissionais

Relatório

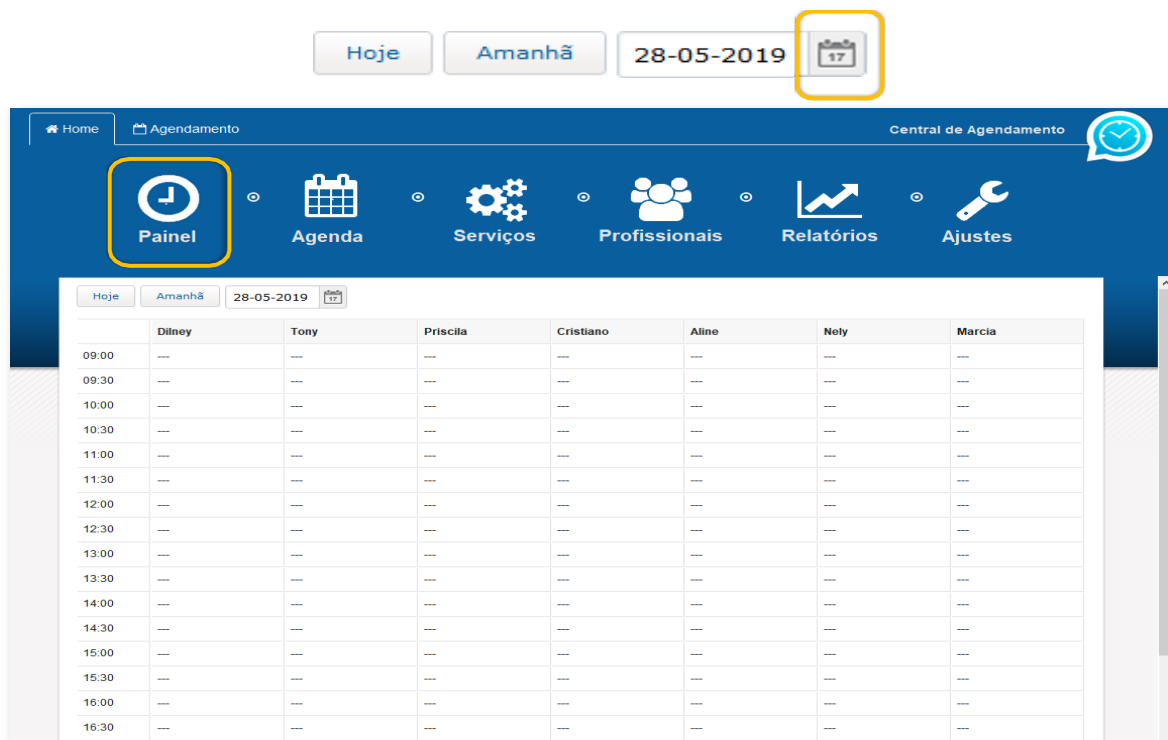
Ajustes

19.4 Painel

No painel está disponível a tabela de profissionais e horários. Sendo os profissionais na horizontal e horários na vertical. O painel sempre inicia mostrando uma tabela com os horários do presente dia, para procurar uma data específica basta clicar no calendário que abrirá as datas para busca.

Ao lado do calendário temos dois botões de acesso rápido uma para a data de “hoje” e outro para amanhã. Figura 14 painel do Zapon.

Figura 15 - Painei



Fonte: Plataforma ZAPON

19.5 Agenda

A agenda possibilita visualizar todos os agendamentos realizados e a suas situações em status (Confirmado, Pendente ou Cancelado). Figura 15 e 16 como fazer buscas por nome do cliente, profissional e serviço.

Figura 16 – Agendamentos realizados

+ Adicionar agendamento		Pesquisa		Todos Confirmado Pendente Cancelado	
☐	Serviços	Detalhes do cliente	Total	Status	
☐	Corte Feminino 30/5/2019, 09:00	Filomena 5519999777100	100.00BRL	Confirmado ☒	✎ ✕

Fonte: Plataforma ZAPON

- **Serviços:** Dia agendado e horário
- **Detalhes do Cliente:** Nome e telefone do cliente
- **Total:** Valor do serviço agendado
- **Status:** Agendamento Confirmado, Pendente ou cancelado.
- Confirmado - agendamento confirmado
- Pendente - este status deixa o horário livre para ser agendado via WhatsApp

- Cancelado - o horário torna-se disponível para outro cliente agendar via WhatsApp

  Nos botões em destaque é possível editar ou excluir um agendamento, é preferível mudar o status para cancelado. aconselhamos não excluir a não ser um caso de duplicidade de agendamento

+ Adicionar agendamento		Pesquisa		Todos	Confirmado	Pendente	Cancelado
☐	Serviços	Detalhes do cliente	Total	Status			
☐	Corte Feminino 30/5/2019_09:00	Filomena 5519999777100	100.00BRL	Confirmado	 		

Clicando no “Lápis” e possível visualizar os detalhes dos agendamentos e editar

Figura 17 - Agenda

Pesquisa

Todos
Confirmado
Pendente
Cancelado

Home
Agendamento
Central de Agendamento

Painel
Agenda
Serviços
Profissionais
Relatórios
Ajustes

Agendamento
Conta
Exportar

+ Adicionar agendamento
Pesquisa

Todos
Confirmado
Pendente
Cancelado

☐	Serviços	Detalhes do cliente	Total	Status	
☐	Corte Feminino 30/5/2019_09:00	Filomena 5519999777100	100.00BRL	Confirmado	 
☐	Corte Masculino 30/5/2019_09:30	Fulano de Tal 5519999999999	50.00BRL	Cancelado	 
☐	Corte Feminino 30/5/2019_09:30	Fulano de Tal 5519999999999	100.00BRL	Cancelado	 
☐	Corte Feminino 30/5/2019_09:00	Fulano de Tal 5519999999999	100.00BRL	Cancelado	 
☐	Corte Masculino 30/5/2019_09:30	Vinicius Rainha 5519981715151	50.00BRL	Cancelado	 
☐	Pé e Mão 24/5/2019_16:00	Vinicius Rainha 5519981715151	49.00BRL	Confirmado	 
☐	Escova 31/5/2019_10:30	Vinicius Rainha - @ 5519981715151	0.00BRL	Confirmado	 
☐	Corte Masculino 8/5/2019_17:00	Emanuel 5519997761020	50.00BRL	Confirmado	 
☐	Coloração ou Henna 11/5/2019_12:00	5511947189172	0.00BRL	Confirmado	 
☐	Corte Masculino 25/5/2019_09:00	Luciano 5511973545035	50.00BRL	Confirmado	 

Fonte: plataforma ZAPON

A plataforma possibilita verificar o detalhamento do agendamento, contendo, nome do cliente, valores, observações, forma de pagamentos e status do agendamento, além do horário e dia.

Figura 18 - Detalhes do agendamento

The image displays two screenshots of the ZAPON platform interface, showing appointment and client details.

Top Screenshot: Detalhes do agendamento

Navigation tabs: Agendamento (selected), Cliente, Conta.

Form fields and values:

- Gerado: 27/5/2019, 17:27
- Identificador único: JM6477192822
- Status: Confirmado (dropdown menu is open showing options: -- Selecionar --, Confirmado, Pendente, Cancelado)
- Cliente: Filomena
- E-mail: (empty)
- IP address: (empty)

Serviços:	Data/hora	Preço
	30/5/2019, 09:00	100.00BRL

Buttons: + Adicionar serviço, Recalculando preço

Form fields and values:

- Forma de pagamento: Conta bancária
- Preço: BRL 100.00
- Caução/sinal: BRL 0.00
- Taxa: BRL 0.00
- Total: BRL 100.00

Buttons: Salvar, Cancelar

Observações: (empty text area)

Bottom Screenshot: Detalhes do cliente

Navigation tabs: Agendamento, Cliente (selected), Conta.

Form fields and values:

- País: -- Selecionar --
- Cidade: (empty)
- Estado: (empty)
- CEP: (empty)
- Nome: Filomena
- E-mail: (empty)
- Telefone: 5519999777100
- Endereço linha 1: (empty)
- Endereço linha 2: (empty)

Buttons: Salvar, Cancelar

Fonte: Plataforma ZAPON

No ícone serviços são apresentados os serviços que seu estabelecimento executa, nesta tela você pode inserir ou alterá-los.

Cada serviço tem um nome e os profissionais que os executam, preço e tempo de duração de cada serviço.

Status (ativo e inativo) ativo este serviço irá aparecer na listagem de serviços disponíveis para agendamento via WhatsApp, inativo você oculta a apresentação. Figura 18 serviços a serem executados.

Figura 19 - Serviços

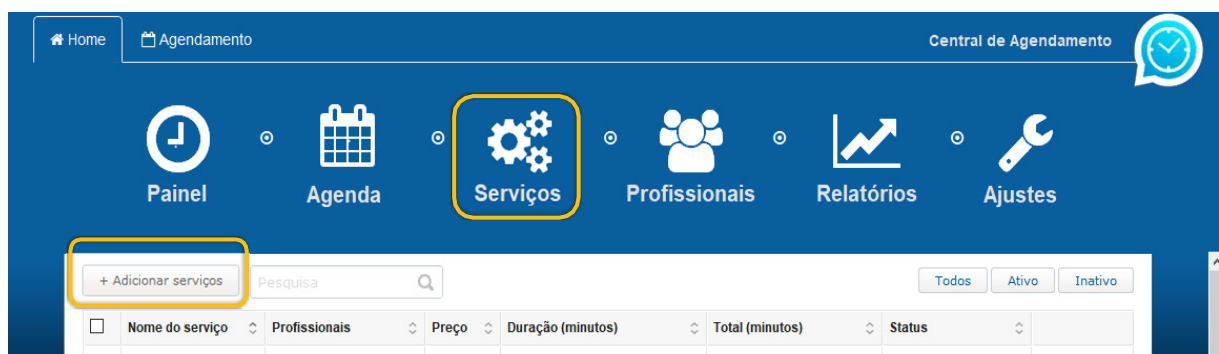
☐	Nome do serviço	Profissionais	Preço	Duração (minutos)	Total (minutos)	Status
☐	Aparar pelos completo Masc.	1	0.00BRL	90	90	Inativo
☐	Bulço	3	13.00BRL	30	30	Ativo
☐	Coloração ou Henna	4	0.00BRL	120	120	Ativo
☐	Corte Masculino	2	50.00BRL	60	60	Ativo
☐	Corte Feminino	4	100.00BRL	60	60	Ativo
☐	Corte Infantil	2	40.00BRL	60	60	Ativo
☐	Depilação Feminina	1	0.00BRL	120	120	Inativo
☐	Depilação Masculina	1	0.00BRL	120	120	Inativo
☐	Descoloração	2	0.00BRL	240	240	Ativo
☐	Design Sobrancelha	3	35.00BRL	30	30	Ativo

Fonte: Plataforma ZAPON

19.6 Serviços

Inserindo um serviço

Figura 20 - Adicionando serviços



Fonte: Plataforma ZAPON

Clique no botão para inserir um novo serviço

+ Adicionar serviços

Figura 21 - Detalhes do agendamento

Descrição do Serviço:

Preço

BRL

Imagem

No file chosen

Duração (minutos)

Antes (Minutos)

Depois (minutos)

Total (minutos)

0

Status

-- Selecionar--

Profissionais

Selecione as opções

Fonte: Plataforma ZAPON

Inserindo um serviço / configuração

Nome do serviço:

Descrição do Serviço:

-Nome do serviço a ser adicionado * Obrigatório

-Descrição do serviço, apenas para uso interno.

Preço

Preço do serviço em reais, **caso seja variável colocar ZERO (0,00)**

* Obrigatório

Imagem

Choose File No file chosen

Imagem representando o serviço, apenas para uso interno. Figura 21 detalha o tempo utilizado para o serviço.

Figura 22 - Configuração do tempo de serviço

Duração (minutos)	0	↑	↓	?
Antes (Minutos)	0	↑	↓	?
Depois (minutos)	0	↑	↓	?
Total (minutos)	0			

Fonte: Plataforma ZAPON

- Duração do Serviço em Minutos: Tempo de duração do serviço em minutos. * Obrigatório

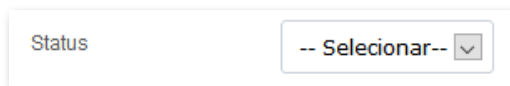
- Antes: Caso seja necessário deixar alguns minutos para preparação do serviço antes do atendimento iniciar, coloque o tempo necessário em minutos, esta opção somara o tempo de preparação e mais o tempo do serviço.

- Ex: Se você precisa de 30 minutos para preparação antes do atendimento e seu cliente escolher o horário das 10:00 automaticamente o horário das 9:30 ficará indisponível para agendamento.

- Depois: Caso seja necessário deixar alguns minutos depois do atendimento, esta opção o horário após o serviço selecionado ficará impossibilitado agendamento.

- Ex: Se você precisa de 30 minutos depois do atendimento esse serviço é de 60 minutos, sendo assim 60 minutos para o serviço e mais 30 minutos após o serviço executado, totalizando 90 minutos. Se o seu cliente escolher o horário das 10:00 automaticamente o horário das 11:00 ficará indisponível para agendamento, próximo horário disponível será o das 11:30.

19.6.1 Inserindo um serviço / configuração

A form element with a label 'Status' and a dropdown menu. The dropdown menu is currently showing '-- Seleccionar--' with a downward arrow icon.

-Status: temos duas opções de status, Ativo e Inativo.

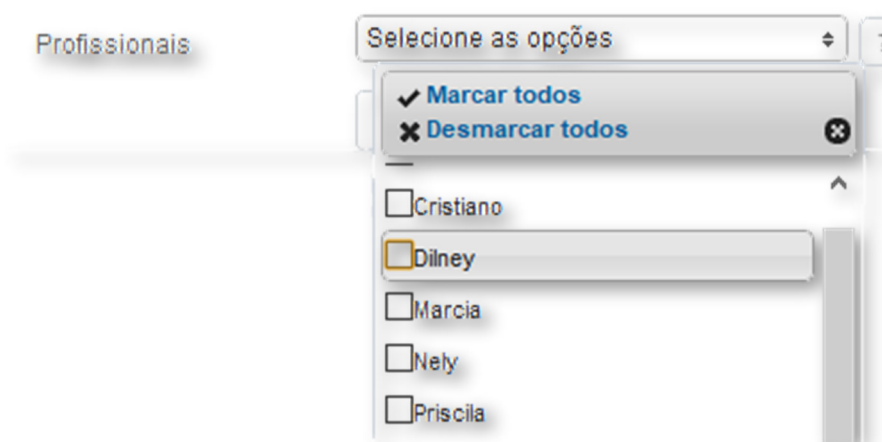
19.6.1.1 Ativo

com o status "ativo" o serviço aparece como opção de escolha para os clientes no agendamento via whatsapp.

19.6.1.2 Inativo

Os serviços inativos são aqueles que seu estabelecimento não está prestando no momento. Os clientes não irão visualizar na lista de serviços durante o agendamento via WhatsApp. Figura 22 mostra os profissionais disponíveis.

Figura 23 - Profissionais

A screenshot of the 'Profissionais' section in the ZAPON platform. It shows a list of professionals with checkboxes next to their names. The list includes Cristiano, Dilney, Marcia, Nely, and Priscila. Above the list is a dropdown menu labeled 'Selecione as opções' with a question mark icon. The dropdown menu is open, showing two options: '✓ Marcar todos' and '✗ Desmarcar todos'. The 'Dilney' option is highlighted in the list.

Fonte: Plataforma ZAPON

19.6.1.3 Profissionais

selecione os responsáveis por realizar este serviço; Se você está configurando os serviços pela primeira vez e não os profissionais que executam esse serviço, não tem problema, pois na aba de profissionais é possível designar os serviços prestados por cada profissional.

19.6.2 Lista dos serviços

Figura 23, descreve serviços a serem realizados e status.

Figura 24 – Descrição do serviço

☐	Nome do serviço	Profissionais	Preço	Duração (minutos)	Total (minutos)	Status
☒	Aparar pelos completo Masc.	1	0.00BRL	90	90	Inativo
☐	Bulção	3	13.00BRL	30	30	Ativo

Fonte: Plataforma ZAPON

-Nome do serviço: nome referente ao serviço

-Profissionais: quantos profissionais executam esse serviço

-Preço: Valor cobrado pelo serviço.

-Duração: Tempo total de duração do serviço em minutos.

-Status: Define se o serviço está disponível para ser agendado podendo ser ativo ou inativo,



Editar serviço: clicando você entrará na tela onde inseriu o serviço e pode assim alterar todos os campos



Excluir serviço: o ZapOn utiliza uma sequência numérica para apresentar os serviços para seus clientes no WhatsApp, se você excluir um serviço, a sequência numérica é interrompida. É aconselhado alterar o status do serviço para inativo para evitar essa situação.

Ex: se excluir o serviço de número 1, seu menu de serviços irá iniciar com o número 2.

Quer inserir um novo serviço? Utilize um serviço inativo e edita-o com os dados do novo serviço. Caso não tenha nenhum inativo, então crie um novo.

19.7 Aba dos Profissionais

Nesta aba constam os profissionais que prestam serviços em seu estabelecimento. Aqui podemos inserir novos profissionais, editar os serviços prestados por cada profissional, bem como alterarmos seu status para ativo ou inativo. Figura 24 profissionais ativos. Figura 25 adicionando profissionais.

Fonte: Plataforma ZAPON

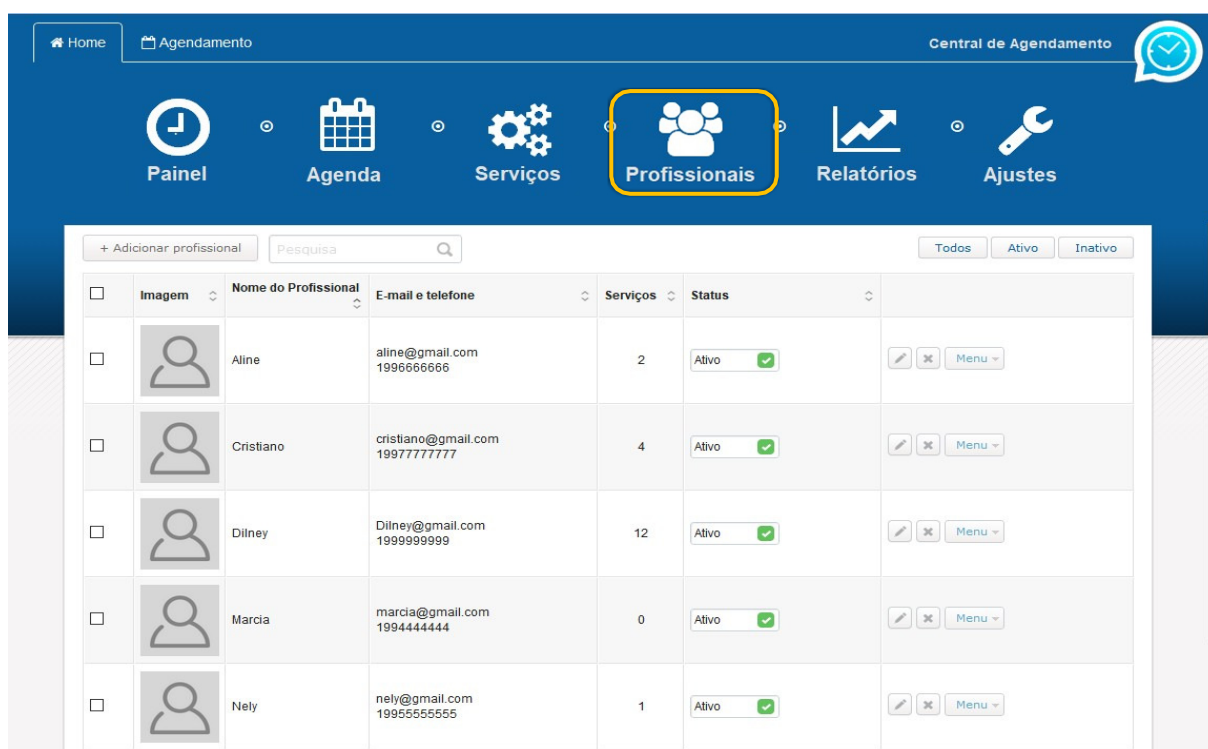


	Imagem	Nome do Profissional	E-mail e telefone	Serviços	Status	
☐		Aline	aline@gmail.com 1996666666	2	Ativo 	  Menu
☐		Cristiano	cristiano@gmail.com 1997777777	4	Ativo 	  Menu
☐		Dilney	Dilney@gmail.com 1999999999	12	Ativo 	  Menu
☐		Marcia	marcia@gmail.com 1994444444	0	Ativo 	  Menu
☐		Nely	nely@gmail.com 1995555555	1	Ativo 	  Menu

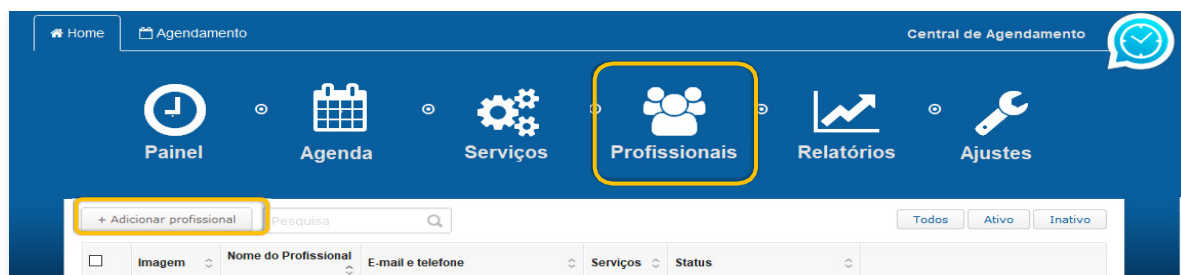
Figura 25 - Aba Profissionais

19.7.1 Adicionando novo Profissional

Adicionando um novo profissional

+ Adicionar profissional

Figura 26 - Adicionando profissionais



Fonte: Plataforma ZAPON

Clique no botão e você será direcionado para a tela de inserção de profissionais, exemplo abaixo. Figura 26 mostra os dados do profissional que devem ser adicionados.

Figura 27 - Descrição do profissional

O formulário para a descrição do profissional na plataforma ZAPON contém os seguintes campos e elementos:

- Observações:** Um campo de texto grande e vazio para anotações.
- E-mail:** Um campo de entrada com um ícone de '@' no início.
- Senha:** Um campo de entrada com um ícone de cadeado.
- Telefone:** Um campo de entrada com um ícone de telefone.
- Mostrar whatsapp do cliente quando acontecer um agendamento:** Uma caixa de seleção (checkbox) localizada ao lado do campo de telefone.
- Serviços:** Um menu suspenso com o texto "Selecione as opções".
- Status:** Um menu suspenso com o texto "-- Selecionar--".
- Imagem:** Um botão "Choose File" e o texto "No file chosen".
- Botões de Ação:** Botões "Salvar" e "Cancelar" no rodapé do formulário.

Fonte: Plataforma ZAPON

Nome do profissional: ZapOn irá mostrar para seus clientes no agendamento via WhatsApp *Obrigatório

Observações: As observações são apenas para uso Interno

Este formulário contém dois campos:

- Nome do Profissional:** Um campo de entrada para o nome.
- Observações:** Um campo de entrada para observações internas.

-E-mail: o e-mail do profissional, uso interno.

-Senha: É necessário preencher uma senha padrão.

-Telefone: telefone celular do profissional, de preferência que exista uma conta de WhatsApp ativa. *Obrigatório

-Mostrar WhatsApp do cliente quando acontecer um agendamento: com essa opção ativa, o profissional receberá o contato do cliente que realizou o agendamento via WhatsApp

E-mail

Senha

Telefone ☐ Mostrar whatsapp do cliente quando acontecer um agendamento

+ Adicionar profissional

Serviços

Status

Imagem No file chosen

Selecione as opções

- ☒ Marcar todos
- ☒ Desmarcar todos
- ☐ Aparar pelos completo Masc.
- ☐ Bulço
- ☐ Coloração ou Henna
- ☐ Corte Masculino
- ☐ Corte Feminino
- ☐ Corte Infantil

- Serviços: Neste campo selecionamos os serviços o funcionário realiza
- Status: O status define se o profissional está ativo ou inativo
- Imagem: não é necessário configurar
- Salvar: Salva todas as informações

19.7.2 Alterando informações do Profissional

 Editar Profissional: Na edição do profissional é possível fazer alterações de informações sobre o profissional, assim como de horários que o profissional estará disponível.

 Excluir profissional: recomendamos não excluir o profissional, pois o menu gerado no WhatsApp utiliza a sequência numérica de cadastro desse profissional. Figura 27 demonstra um possível funcionário.

Figura 28 - Alterando informações do profissional.

☐	Imagem	Nome do Profissional	E-mail e telefone	Serviços	Status	
☐		Aline	aline@gmail.com 19966666666	2	Ativo ☒	  Menu

Fonte: Plataforma ZAPON

Exemplo: se no menu WhatsApp o profissional é número 1 e você excluir esse profissional, nunca mais terá o profissional de número 1 no menu.

No caso de o profissional não fazer parte do corpo de profissionais do estabelecimento? recomendamos deixar inativo

Contratou outro profissional? Pegar um perfil inativo e editá-lo com os dados do novo profissional.

19.7.3 Jornada de trabalho

Jornada de trabalho personalizada por profissional Expediente do profissional, aqui o horário configurado irá sobrepor o horário padrão do estabelecimento.

Na aba profissionais clique em editar e depois horário de funcionamento padrão. Figura 28 descreve horário de trabalho do colaborador durante a semana.

Figura 29 - Jornada de trabalho



Dias da semana	Dia de folga	Início da Jornada	Fim da Jornada	Almoço de	Almoço até
Segunda-feira	☒				
Terça-feira	☐	09:00	18:00	12:30	13:30
Quarta-feira	☐	09:00	18:00	12:30	13:30
Quinta-feira	☐	09:00	18:00	12:30	13:30
Sexta-feira	☐	09:00	18:00	12:30	13:30
Sábado	☐	08:00	18:00	00:00	00:00
Domingo	☒				

Salvar

Fonte: plataforma ZAPON

O Horário que aparecerá é o horário padrão do estabelecimento que foi definido na aba ajustes.

- Dia de folga: dia em que o profissional não trabalha
- Início da Jornada: horário em que inicia a jornada de trabalho
- Fim da jornada: horário em que termina a jornada de trabalho
- Almoço de: horário no qual inicia o horário de almoço
- Almoço até: horário no qual termina o horário de almoço

Nota: Caso queira deixar sem horário de almoço definido, coloque 00:00 tanto para almoço_ quanto para almoço no sábado, como o exemplo acima.

19.7.4 Personalização de horário por data específica

No caso de o profissional precisar de uma personalização de uma data específica, como em feriados compromissos ou férias.



Na aba profissionais clique em editar e depois personalização do horário de funcionamento

Figura 30 - Personalização do horário

The screenshot shows the 'Personalização do horário de funcionamento' tab selected. The form contains fields for 'Data', 'Início da Jornada', 'Fim da Jornada', 'Almoço de', 'Almoço até', and 'Dia de folga'. Below the form is a table with columns for 'Data', 'Início da Jornada', 'Fim da Jornada', 'Almoço de', 'Almoço até', and 'Dia de folga'. The table has two rows of data. The first row is for '12-10-2018' with '00:00' start and end times, '00:00' for lunch, and 'Sim' for the day off. The second row is for '23-12-2019' with '08:00' start and '22:00' end times, '12:00' for lunch, and 'Não' for the day off. A yellow box highlights the 'Personalização do horário de funcionamento' tab, and another yellow box highlights the edit and delete icons in the table.

	Data	Início da Jornada	Fim da Jornada	Almoço de	Almoço até	Dia de folga
☐	12-10-2018	00:00	00:00	00:00	00:00	Sim ☒
☐	23-12-2019	08:00	22:00	12:00	13:00	Não ☐

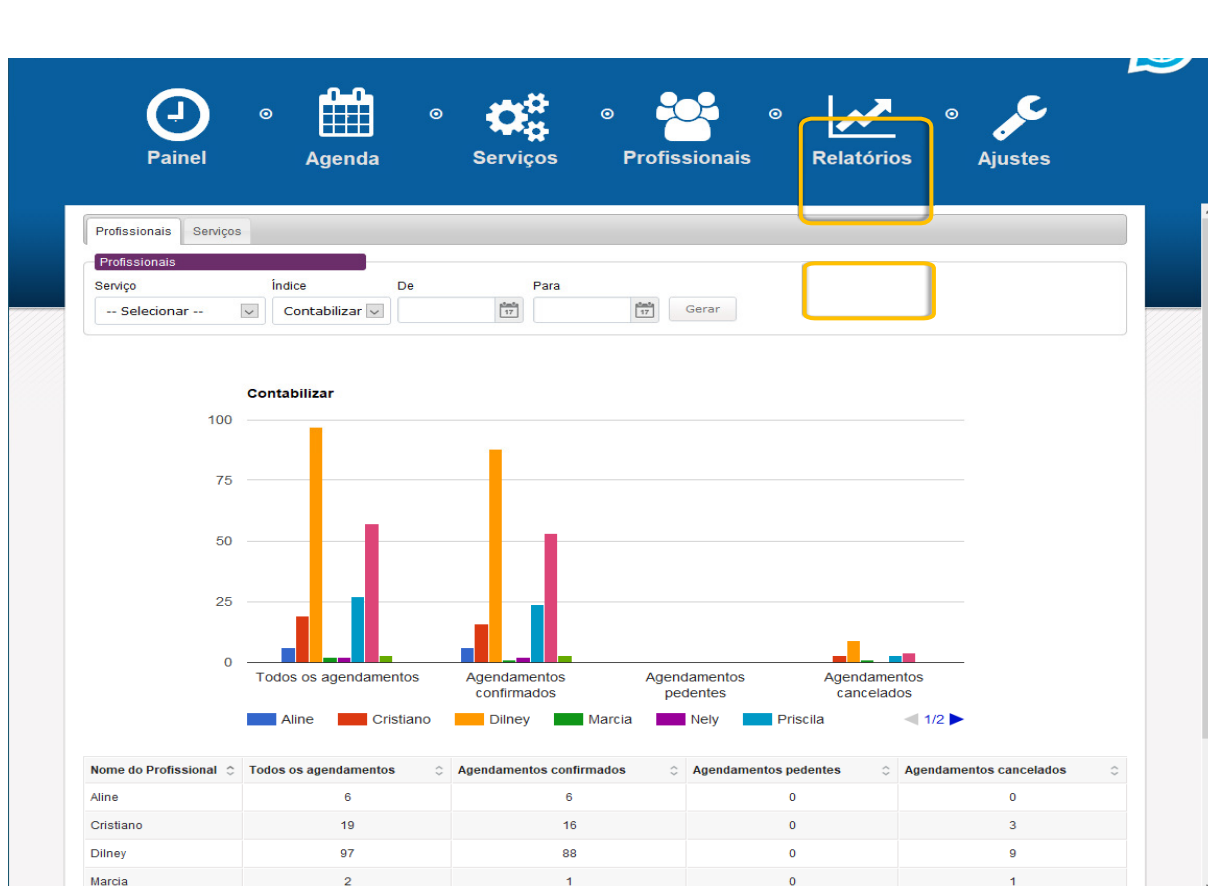
Fonte: Plataforma ZAPON

- Selecione a data do evento,
- Defina os horários da jornada personalizada
- Início da Jornada, Fim da jornada e horário de almoço.
- Ou no caso ser for dia de folga selec

19.8 Relatórios

Relatório de Profissionais análise do desempenho de cada profissional, tendo as possibilidades de filtrar por serviços, por quantidade, por valor e data. Figura 30 demonstra relatórios por meio dos dados coletados pela própria plataforma Zapon.

Figura 31 - Relatórios



Fonte: Plataforma Zapon

Serviços: Lista de serviços prestados pelo seu estabelecimento.

Índice: Por serviços (quantidade de serviços prestados) Valor (em Reais)

*Lembrando que os serviços de valor zerado impactarão diretamente no relatório, por isso é importante atribuir valor a todos os serviços

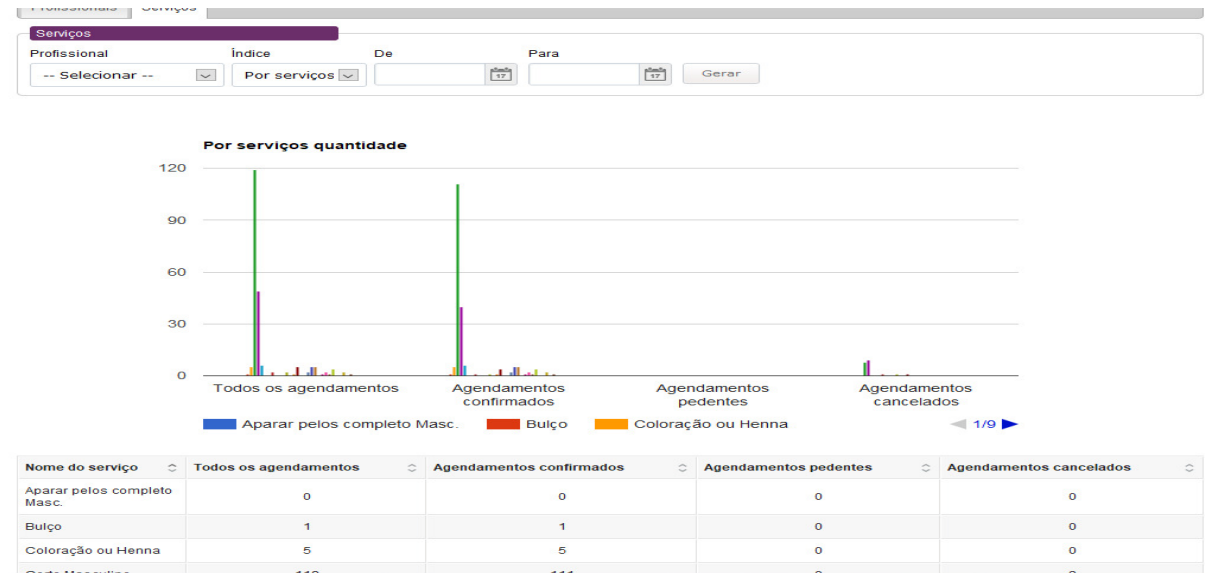
Data de: Data inicial para exibição do relatório

Data Para: Data final para exibição do relatório

19.8.1 Relatórios de serviços

Análise do desempenho de cada **Serviço**, com a possibilidade de filtrar por serviços, quantidade ou até valor e data. Figura 31 traz quantidade de serviços realizados.

Figura 32 - Relatório de serviços



Fonte: Plataforma ZAPON

19.9 Ajustes

O ZapOn é um sistema extremamente completo que se adapta a qualquer situação de agendamento, inclusive para funcionar em outros países, com fuso horário, moedas e idiomas diferentes, entretanto todo sistema já vem parametrizado para uso imediato, precisando apenas de pequenas configurações. Visto isso iremos focar nas formas de uso e não recomendamos mudar as configurações gerais que podem causar o mal funcionamento do software. Figura 32 são ajustes que podem ser realizados conforme necessidade e de cada comercio.

Figura 33 - Ajustes

Opções	Valor
Moeda	BRL
Formato da data	d-m-Y (25-09-2012)
Formato da hora	H:i (09:45)
Formato Data/hora	j/n/Y, H:i (25/9/2010, 09:51)
Primeiro dia da semana	Monday
Fuso horário	GMT-03:00
Enviar e-mail	PHP mail()
Mostrar números da semana	☒
Use SEO URLs	☐

Fonte: Plataforma ZAPON

19.9.1 Grade de horários e reservas

Figura 33, demonstra ajustes que podem ser realizados nos agendamentos.

Figura 34 - Ajustes/agendamentos

Opções	Valor
Grade de horários (em minutos)	30
Status padrão para datas agendadas se forem pagas	Confirmed
Status padrão para datas agendadas, se não for pago	Confirmed
Aceitar agendamento X horas antes do horário de início do compromisso	0
Os clientes podem cancelar uma reserva em até X horas antes do horário de início do compromisso	2
Aceitar agendamento X dias à frente	90

Fonte: Plataforma Zapon

1 - Grade de horário (em minutos) - É referente a divisão de tempo para a montagem da grade de horários da agenda que será apresentada ao cliente no WhatsApp.

Ex: grade 30 minutos então será gerado uma grade de horário de 30 em 30 minutos, ou seja, a grade será 8:00, 8:30, 9:00, 9:30, 18:00

Se você tiver um serviço de 60 minutos isso irá consumir dois “espaços” de 30 minutos na grade.

Status padrão para datas agendadas, se forem pagas: Não alterar

Status padrão para datas agendadas, se não forem pagas: Não alterar

Aceitar agendamentos X horas antes do horário de início do serviço, é valido para visualização de horários no WhatsApp se optar por 1 hora seu cliente só visualizara os horários disponíveis após 1, referente ao horário presente, se optar por zero o cliente pode agendar até alguns minutos antes do compromisso,

Ex. Se optou por 1 hora e agora for 14:00 + 1 hora = 15:00 portanto o seu cliente só visualizara os horários disponíveis de 15:00 em diante.

Os clientes podem cancelar o agendamento em até X horas antes do horário de início do compromisso- Esse cancelamento se refere ao cancelamento via WhatsApp, pelo balcão não tem restrição.

Aceitar agendamento até X dias à frente - A agenda ficará aberta para agendamentos via WhatsApp para até X dias ou até meses à frente da data presente.

19.9.3 Horário de funcionamento do seu estabelecimento

O horário de funcionamento padrão é o horário de funcionamento do seu estabelecimento.

-Início da Jornada: Horário em que inicia o expediente

-Fim da Jornada: Horário em que termina o expediente

-Almoço de: Horário de início do horário e almoço

-Almoço até: Horário de término do horário e almoço

-Dia de folga: Dia que não tem expediente

-Nota: caso não queira deixar um horário de almoço fixo configure “almoço de” e “almoço até” para 00:00, como no exemplo do sábado. Figura 34 demonstra variedades de horários.

Figura 35 - Ajustes/ horário e funcionamento

Central de Agendamento

Painel Agenda Serviços Profissionais Relatórios **Ajustes**

Geral Agendamento **Horário de funcionamento** Idiomas Países Backup Conta SMS

Padrão Personalização

Dias da semana	Dia de folga	Início da Jornada	Fim da Jornada	Almoço de	Almoço até
Segunda-feira	☒				
Terça-feira	☐	09:00	18:00	12:30	13:30
Quarta-feira	☐	09:00	18:00	12:30	13:30
Quinta-feira	☐	09:00	18:00	12:30	13:30
Sexta-feira	☐	09:00	18:00	12:30	13:30
Sabado	☐	08:00	18:00	00:00	00:00
Domingo	☒				

☐ Atualize o horário de funcionamento como padrão para todos os profissionais

Salvar

Fonte: Plataforma ZAPON

18.9.4 Horário de funcionamento Personalizado do seu estabelecimento

Figura 35 demonstra como personalizar horário e dias da semana.

Figura 36 - Ajustes/horário de funcionamento.

Central de Agendamento

Painel Agenda Serviços Profissionais Relatórios **Ajustes**

Geral Agendamento **Horário de funcionamento** Idiomas Países Backup Conta SMS

Padrão **Personalização**

Personalização

Data Dia de folga ☐

Início da Jornada Almoço de

Fim da Jornada Almoço até

Salvar

Todos Sim Não

☐	Data	Início da Jornada	Fim da Jornada	Almoço de	Almoço até	Dia de folga
☐	20-06-2019	00:00	00:00	00:00	00:00	Sim ☒

Selecionar Ações Ir para página: 1 1 Total de itens: 1 / 10

O Horário personalizado é usado para alterar o horário de funcionamento padrão em uma data específica, alterando o horário de todos os profissionais.

Ex1: Feriado em que seu estabelecimento estará fechado, escolha a data e selecione dia de folga.

Ex2: Data em que seu estabelecimento terá um expediente com horários diferente do padrão, então escolha a data e selecione horário de Início o fim de jornada e horário de almoço.

19.10 Agendamento

Figura 36 detalha, Data/Novo agendamento/ Procurar cliente/Escolher: Serviço, Profissionais e horários/Cadastrar novo cliente/Acesso ao painel

Figura 37 - Agendamentos

Central de Agendamento

Novo Agendamento | Procurar Cliente:

Passo 2 - Escolha o serviço:

Cadastrar novo Cliente:

Telefone ou Nome Procurar

Nothing selected editar

Observação Avançar

Nothing selected

Hoje Amanhã 28-05-2019

	Dilney	Tony	Priscila	Cristiano	Aline	Nely	Marcia
09:00	---	---	---	---	---	---	---
09:30	---	---	---	---	---	---	---
10:00	---	---	---	---	---	---	---
10:30	---	---	---	---	---	---	---
11:00	---	---	---	---	---	---	---
11:30	---	---	---	---	---	---	---

Fonte: Plataforma ZAPON

19.10 Agendamento balcão

Figura 37 demonstra como realizar agendamento pelo balcão diretamente na oficina, com data e hora.

Figura 38 - Agendamento balcão

	Dilney	Tony	Priscila	Cristiano	Aline	Nely	Marcia
09:00	---	---	---	---	---	---	---

Fonte: Plataforma ZAPON

- Para fazer um agendamento via balcão, primeiramente escolha a data para o agendamento, clicando no calendário.
- Para iniciar o agendamento, busque o cliente pelo nome ou número WhatsApp, basta inserir o nome ou
- digitar 4 dígitos do início ou final do telefone e clique em procurar.
- Escolha o serviço.
- Se o cliente não estiver cadastrado, siga para Cadastrar: Cadastrar novo cliente

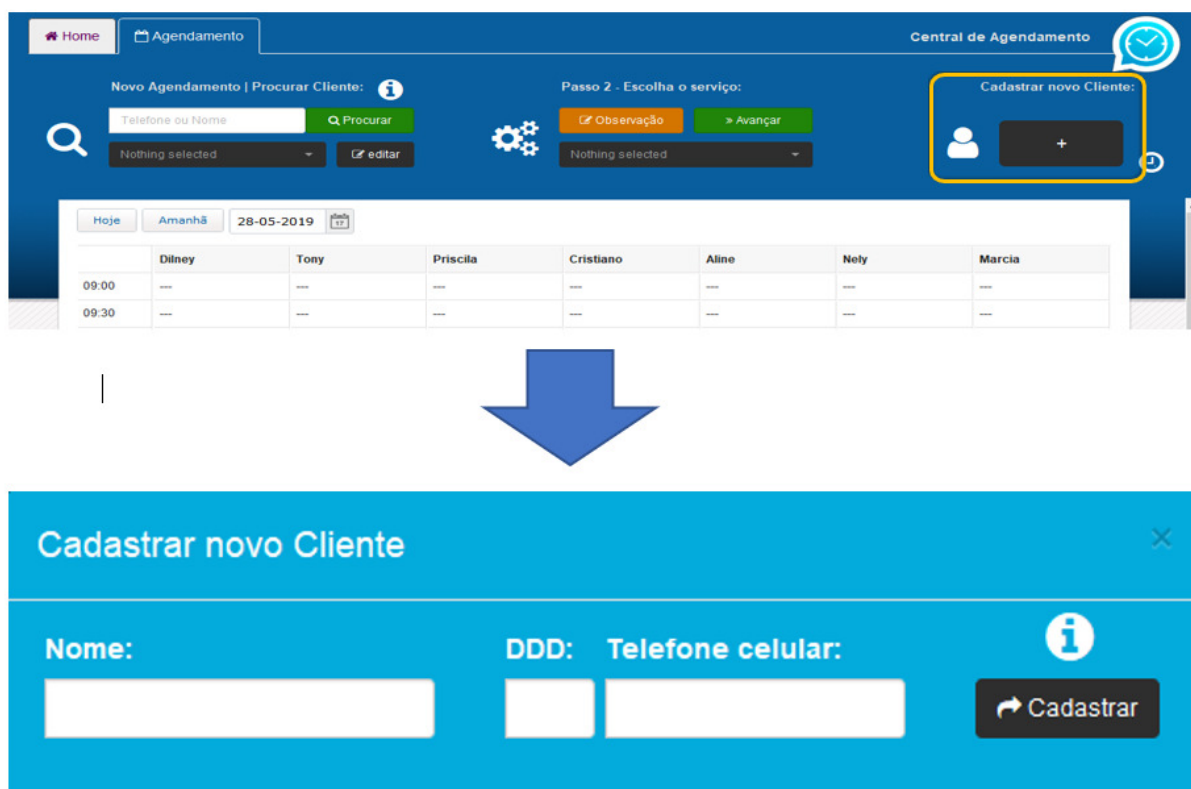
19.10.1 Cadastrar novo cliente

-Nome: Utilize de preferência nome e sobrenome para melhor identificação do cliente, não use apelidos pois o cliente receberá lembretes com o nome cadastrado.

-DDD e Telefone: Cadastre telefone com WhatsApp para que o cliente possa receber o lembrete de agendamento com as informações de endereço do seu estabelecimento.

Figura 38 demonstra ferramenta utilizada para cadastrar novo cliente.

Figura 39 - Cadastrar novo cliente



20 Plano de contingência.

Preservação: é um conjunto de medidas e estratégias de ordem administrativa, política e operacional que contribuem direta ou indiretamente para a preservação da integridade dos materiais. Conservação: é um conjunto de ações estabilizadoras que visam desacelerar o processo de degradação de documentos ou objetos, por meio de controle ambiental e de tratamentos específicos (higienização, reparos e acondicionamento). Restauração:

é um conjunto de medidas que objetivam a estabilização ou a reversão de danos físicos ou químicos adquiridos pelo documento ao longo do tempo e do uso, intervindo de modo a não comprometer sua integridade e seu caráter histórico. (CASSARES; MOI, 2000, p. 12)

Analisando o engajamento do projeto que já está em execução, a única possibilidade que vemos é a desistência do proprietário por não aplicabilidade das ferramentas á apresentadas, partindo de pressuposto elaboramos um plano de contingência.

Análise de risco: falta de internet, instabilidade na rede.

Estratégia de Recuperação - Agendar os clientes de forma manual.

Guia do plano de contingência - Havendo instabilidade na rede ou falta de internet, agendar os clientes de forma manual, através de whatsapp ou ligação, informar aos clientes sobre o problema através de mensagem.

21 EXECUÇÃO PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

Durante a execução da proposta de projeto, iniciamos a aplicabilidade da ferramenta proposta no estabelecimento Drozd Garage a ferramenta zapon precisou de um computador com acesso à internet para baixar o software e se conectar com o servidor.

Após este processo criamos uma vinculação da plataforma com um número empresarial da empresa, com os dados e identificação da empresa inseridos na ferramenta o agendamento de clientes Zapon se encontrava instalado.

Em assessoria in loco foi realizado o treinamento necessário para operar o sistema com o atual proprietário, visando a facilidade em seus clientes para agendar suas manutenções corretivas ou preventivas.

Por fim, o software tem a função de:

- Organizar tabela de clientes.
- Padronização de atendimento.
- Mensagem de resgate aos clientes inativos.
- Sugestão de locomoção via aplicativos de veículos

22 CONTROLE DO PROJETO

Após a finalização da proposta do projeto, será aferido as coletas de informações como um todo e desmembradas para uma avaliação completa e precisa sobre todos os agendamentos, do PDCA e de todos os resultados coletados durante o período de coleta.

22 APURAÇÃO DOS INDICADORES

Os indicadores de desempenho servem para aferir os dados quantificados dos processos e podem ser descritos com números apresentando a atual situação de uma organização (FERNANDES,2004).

Toda a operacionalização produtiva necessita de uma ramificação para que seja medida o desempenho, possibilitando a verificação de melhoria dentro de uma organização.

Após serem aferidos os dados de desempenho, os gestores devem debater o resultado e verificar se o mesmo é positivo ou negativo (SLACK et al., 2006).

De acordo com Fischmann e Zilber (1999) os indicadores facilitam os gestores a identificar a atual performance de seu negócio, possibilitando um melhor direcionamento para suas tomadas de decisões e implementações a serem realizadas na organização para um alcance dos resultados esperados.

Os indicadores a serem avaliados após o término da proposta implementada são:

- Demanda de serviços: A demanda de serviços trará análises sobre os clientes que realizaram o agendamento, possibilitando uma leitura de fácil compreensão e auxiliando no processo de atendimento ao cliente.
- Agendamentos semanais: Os agendamentos semanais correspondem a uma leitura de serviços que já estão pré-programados para serem realizados, possibilitando uma visualização clara da agenda semanal.
- Tipos de serviços: Classificação em porcentagem para visualização precisa da coleta realizada no período de amostragem.

24 AVALIAÇÃO DO ORÇAMENTO

Tabela 6, gastos para desenvolver a assessoria.

Tabela 6 - Avaliação de orçamento

DETALHAMENTO DE POSSÍVEIS GASTOS	ESTIMATIVAS
Combustível para deslocamento até a empresa do projeto	20\$
Gastos com impressão de relatórios e informações necessárias para consultoria	10\$
Gastos com refeições	60\$
Gastos com combustível e refeição durante a implantação e monitoramento do projeto	90\$
TOTAL	180\$

Fonte: Autoria própria

25 AVALIAÇÃO DO PDCA

Para Couto e Marrash (2012, p.2) o PDCA nas organizações obtêm resultados antagonistas com planos extensos e massantes tendo em vista como base os processos da etapa “P” do planejamento PDCA que tem por objetivo onde se deseja chegar, implementando um planejamento seletivo, possibilitando alcançar um caminho para situação esperada, nas suas fase de implantação a serem praticadas a “D” identificando incertezas nos processos de realização de atividades, através de auditorias é possível identificar falhas em processos para execução de atividades atribuídas. Na etapa “C” é possível identificar possíveis falhas de planejamento, por fim a etapa “A” encarregada de finalizar o ciclo PDCA, de maneira pouco praticada, porém com ações devidamente planejadas e corretivas e com base nas falhas nas demais etapas, com um caminho de melhoria contínua de um determinado processo em uma organização.

Plan (planejar): O processo de atendimento ao cliente de modo otimizado, facilitando a troca de informações entre prestador de serviço e consumidor, organizar agenda e atribuições semanais ao prestador de serviços, permitindo uma melhor leitura e organização nos processos de execução.

Do (fazer): Implementar a plataforma de operá-la da forma correta para que haja precisão na coleta dos dados.

Check (verificar): Verificação e aferição dos dados coletados e visualizar o real cenário, da aplicabilidade da ferramenta que tem por seu objetivo organizar trâmites e fomentar a agenda de atendimentos.

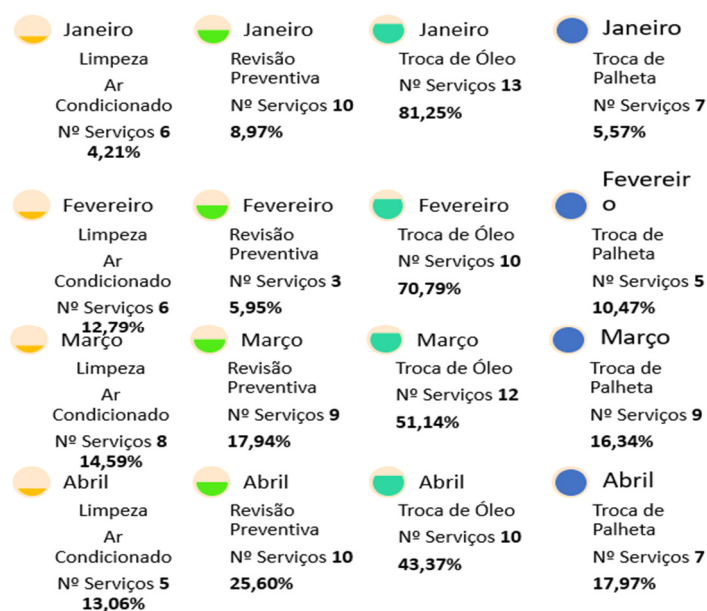
Acta (Ação): Caso a coleta seja realizada com sucesso e demonstrar resultados positivos, poderá ser implementada como atendimento padrão na organização.

26 AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta fase final realizamos as apurações necessárias para que se torne possível o resultado da empresa Drozd Garage sendo os resultados obtidos:

A média de serviços realizados nos meses aferidos. Figura 39 demonstra quais serviços foram mais realizados durante o período de medição.

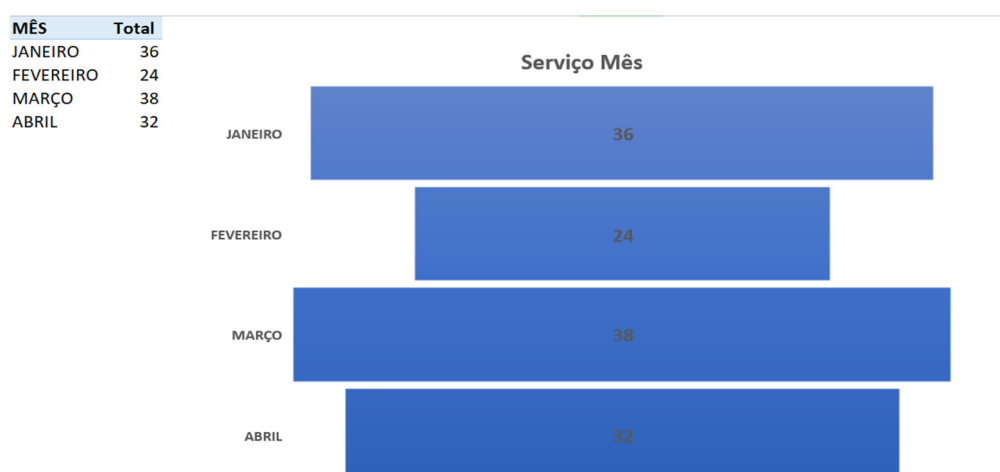
Figura 40 - Serviços relaziados nos meses aferidos



Fonte: Autoria própria

A média de serviços realizados e agendados em cada mês. Figura 40 demonstra quantidade de serviços realizados em cada mês.

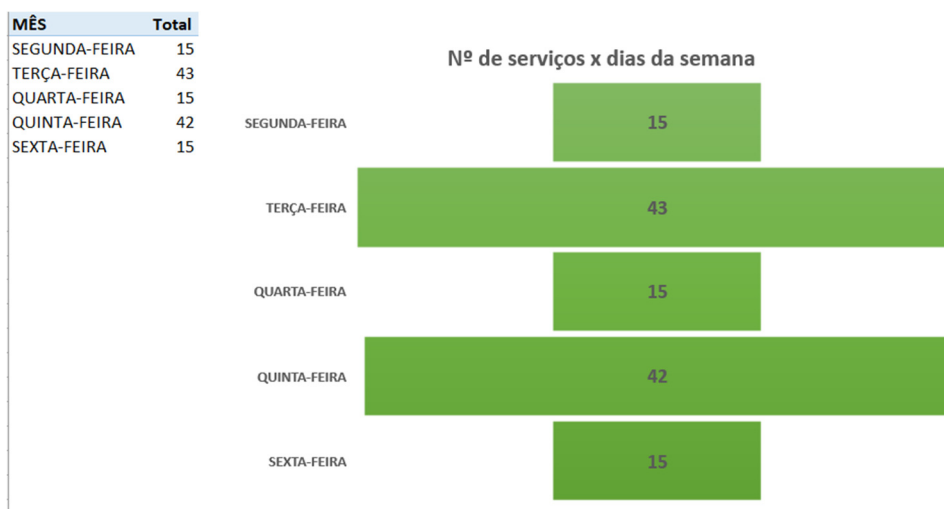
Figura 41 - Serviços agendados e realizados de cada mês.



Fonte: Autoria própria.

Os números de serviços durante os dias da semana em que foi realizado a medição. Figura 41 demonstra resultados aferidos durante o período de medição, enumerando a quantidade de serviços realizados nos dias da semana.

Figura 42 - Serviços durante os dias da semana.



Fonte: Autoria própria.

Figura 42 demonstra quantidade de cancelamentos de cada mês.

Figura 43 - Cancelamentos



Fonte: Autoria própria

27 AÇÕES CORRETIVAS

Em meio a um processo de implementação pode ocorrer algumas falhas que sejam geradas muitas das vezes por falhas na comunicação e nesta empresa não foi diferente. No começo da implantação do sistema tivemos uma certa resistência do proprietário ao operar o sistema. Com um novo treinamento realizado com a filha do proprietário, a nossa operação pode continuar sem interrupções.

28 AJUSTE DE FLUXO/INTERFACES EM POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS

Os ajustes de forma coerente e pontuais serão aplicados no projeto, de acordo com o cronograma e sendo aplicadas as manutenções corretivas para que haja êxito na amostragem final desta avaliação.

29 APROVAÇÃO GESTORES

A aprovação foi realizada pelo proprietário da empresa levando em consideração, o uso de dados que foram utilizados para aplicar um levantamento completo da situação atual de sua empresa e o mesmo se prontificou em analisar estes dados e implementar as propostas e sistemas sugeridos.

30 CONCLUSÃO

Para obter sucesso nos dias de hoje, uma empresa precisa se atualizar constantemente em seus meios de comunicação e que seja propulsora de recursos financeiros e para isso o primeiro passo deve ser a organização aos seus agendamentos e tabela de clientes, para que haja uma empatia no atendimento e profissionalismo

Durante a execução da nossa assessoria foi realizado um levantamento de todo o sistema de atendimento e agendamento ao cliente, e em seguida traçamos uma maneira corretiva e facilitadora entre atendimento, agendamento e organização de tabela de clientes e com isso a ênfase em agendamentos de clientes.

De acordo com a execução do projeto fomos percebendo a importância de se ter organização nos pontos de atendimento e seus processos de organização, chegamos em aferições de uma amostra de um período em que possibilitou o proprietário da Drozd Garage obter resultados positivos por meio de medição das solicitações realizadas de forma online, fazendo com que disponibilizasse mais do seu tempo para executar seu trabalho na oficina.

Agora os serviços podem ser aferidos, medidos e analisados, os agendamentos realizados por clientes, trouxe informações para planejamento estratégico dos processos de prestação de serviço da oficina. Quantidade de serviços mais executados durante o mês, por exemplo.

REFERÊNCIAS

ADAIR, C. B. ; MURRAY, B. A. **Revolução total dos processos**. São Paulo: Nobel, 1996
ANGELO, Claudio Felisoni de; SILVEIRA, José Augusto Giesbrecht da. **Varejo Competitivo**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ANFAVEA, disponível em :**Produção cai 31,6% em 2020 e recua 16 anos por conta da pandemia. ANFAVEA projeta recuperação de 25% em 2021**

https://anfavea.com.br/docs/release_coletiva_08_01_2021.pdf acesso em 14 de nov. de 2021
ATÍLIO, 2019: **As 8 melhores ferramentas de whatsapp marketing de 2019**

<https://administradores.com.br/artigos/as-8-melhores-ferramentas-de-whats-app-marketing-de-2019> Acesso em 14 de nov. de 2021.

BARROS, Leonard; FREITAS, Anantharanthan. (2012). **Serviços de marketing: Competindo através da qualidade**. Tradução: Beatriz Sidou. 3. ed. São Paulo: Maltese.
BERTAGLIA, P. R. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**: São Paulo: Saraiva, 2006.

BETHLEM, Agrícola de Souza. **Estratégia empresarial: conceitos, processos e administração estratégica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BOGDAN, R. C. & BIKLEN, S. K. **Investigação qualitativa em educação**. Porto: PortoEd., 1994. 335 p

CASSARES, Norma Cianflone; MOI, Cláudia. **Como fazer conservação preventiva em arquivos e bibliotecas**. São Paulo: Arquivo do Estado Imprensa Oficial, 2000. (Projeto como fazer, 5). Disponível em: http://www.arqsp.org.br/arquivos/oficinas_colecao_como_fazer/cf5.pdf. Acesso em: 29 março. 2022.

Chisnall, Peter. **Marketing Research: Analysis and Measurement**. McGrawHill: 1973.

CHIAVENATO, Idalberto; **Administração de Recursos Humanos: fundamentos básicos**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1999

.**Gerenciando pessoas: o passo decisivo para administração participativa**. São Paulo: Books, 2000.

.**Administração de Recursos Humanos: fundamentos básicos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

.**Gestão de Pessoas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. **Recursos Humanos: o capital humano das organizações** 8 ed. São Paulo: Atlas, 2006. CNPJ do Brasil; Cnpj <https://brasilcnpj.net/cnpj/sergio-drozdz-23994083000187>

DAVENPORT, Thomas H. **Reengenharia de processos**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

DUTRA, Ademar. **Metodologia para avaliar e aperfeiçoar o desempenho organizacional: incorporando a dimensão integrativa à MCDA construtivista-sistêmico-sinérgica**. 2003. 320f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, 2003

FENAUTO, disponível em: **Vendas de carros usados no Brasil crescem 55% em 2021** <https://www.fenauto.org.br/index.php?view=single&post_id=902> acesso em 14 de nov. de 2021

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007, p. 17.
GODOY, A. S. **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai/jun, 1995.

GALBRAITH, Jay. **Projetando a organização inovadora**. In: STARKEY, K. (Org.). Como as organizações aprendem. São Paulo: Futura, 1977.

GoogleMaps, **pesquisa de localização DROZDZ GARAGE**
<https://www.google.com/maps/place/Mec%C3%A2nica+DROZDZ++DROZDZ+GARAGE+-+Especializada+RENAULT/@-25.4574333,-49.2584637,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xb7220ac8298b09c!8m2!3d-25.4574105!4d-49.2584752>. Acesso em 25 de out. de 2021

GOLDRATT, E. M. **A Meta na Prática**. São Paulo: Nobel, 2006
HAMMER, Michael; CHAMPY, James. **Reengineering the corporation**. New York: HarperBusiness, 1994.

INSTITUTO MIX, disponível em: **Setor de mecânica automotiva dispara no Brasil**
<https://www.institutomix.com.br/blog/setor-de-mecanica-automotiva-dispara-no-brasil/> acesso em 14 de nov. de 2021

LEVY, Michael; WEITZ, Barton A. **Administração de Varejo**. Tradução Erika Suzuki, revisão técnica José Ernesto Gonçalves, José Bento do Amaral Júnior. São Paulo: Atlas, 2000.

MACHADO, Denise Selbach. **FILOSOFIA INSTITUCIONAL: missão – visão – valores do sistema de bibliotecas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**. 2009.

Monografia. (Especialização em gestão de bibliotecas Universitárias - **Faculdade de biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18488/000730113.pdf> > Acesso em 14 de nov. de 2021.

MACHADO, Márcia Machado; MACHADO, Márcio André; **HOIANDA, Fernanda Marques da. Indicadores de desempenho utilizados pelo setor hoteleiro da cidade de João Pessoa/PB: um estudo sob a ótica do balanced scorecard**. Turismo – Visão e Ação, Balneário Camboriú, v.9,n.3, p.393-406, set./dez. 2007.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**. 2. ed. São

Paulo: Pearson, 2011

MIGUEL, Lilian Aparecida Pasquini; TEIXEIRA, Maria Luisa Mendes. **Valores Organizacionais e Criação do Conhecimento Organizacional Inovador**. RAC, Curitiba, v.13, n. 1, art. 3, p. 36-56, Jan./Mar. 2009. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/rac>>
MINTZBERG, Henry. **Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações**.

São Paulo: Atlas, 1995. 304 p. . O processo da estratégia. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 404 p. . **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: bookman, 2000. 299 p. 142

. The structuring of organizations. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1979. . **Trabalho do executivo: o folclore e o fato. Coleção Harvard de Administração**. [S.l.], n. 3, p. 5-57, 1986.

NEELIY, Andy.; GREGORY, Mike; PLATTS, Ken. **Performance measurement system design: a literature review and research agenda**. International Journal of Operations& Production Management, v.25, n.12, p.1228-1263, Dec. 2005.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho R. **Revitalizando a empresa: a nova estratégia de reengenharia para resultados e competitividade: conceitos, metodologia, práticas**. São Paulo: Atlas, 1996

OLIVEIRA, F.; TAMAYO, A. **Inventário de perfis de valores organizacionais**. Revista de Administração, São Paulo, v. 39, n. 2, p. 129-140, abr./jun.; 2004.
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia, práticas**. 24. ed. São Paulo: Atlas, 2007

OLIVEIRA, Djama de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia, praticas**. 29. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHEIN, Edgar. **Organizational Culture and Leadership**. San Francisco, Jossey Bass Publications. 2ª Ed. 1989

SEBRAE, **tudo o que você precisa saber sobre o MEI**,
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-mei,caa7d72060589710VgnVCM100000d701210aRCRD> Acesso em 14 de nov. de 2021.

TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão estratégica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

TURATO E. R. **Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa**. Revista de Saúde Pública, 2005. Jun. 39(3):507-14.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.