



INSTITUTO FEDERAL
Rondônia



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia

JOSILENE FERREIRA VELOSO

LUCIANA TEODORO DA SILVA SANTOS

LUIZA RAIANE SILVA ARAÚJO

**ANÁLISE E PROPOSTA DE MELHORIA DE PROCESSOS ADMINISTRATIVOS
PARA MICRO EMPRESA: UM ESTUDO DE CASO**

PORTO VELHO

2024

JOSILENE FERREIRA VELOSO

LUCIANA TEODORO DA SILVA SANTOS

LUIZA RAIANE SILVA ARAÚJO

**ANÁLISE E PROPOSTA DE MELHORIA DE PROCESSOS ADMINISTRATIVOS
PARA MICRO EMPRESA: UM ESTUDO DE CASO**

Artigo apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia, como requisito para a obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Comercial.

Orientador: Prof^a. Dra. Eloiza Dal Pozzo Chibiaqui

PORTO VELHO

2024

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO,
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

Veloso, Josilene Ferreira.
Análise e proposta de melhoria de processos administrativos para
micro empresa: um estudo de caso / Josilene Ferreira Veloso, Luciana
Teodoro da Silva Santos, Luiza Raiane Silva Araujo, Campina
Grande-PB, 2024.
17 f. : il.

Orientador(a): Prof^ª. Dra. Eloiza Dal Pozzo Chibiaqui.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em
Gestão Comercial EAD) – Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia de Rondônia - IFRO, Campina Grande-PB, 2024.

1. Administração. 2. Fluxo de caixa. 3. Marketing. 4.
Microempresa. 5. Sistema de gerenciamento. I. Santos, Luciana
Teodoro da Silva. II. Chibiaqui, Eloiza Dal Pozzo (orient.). III. Instituto
Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. IV.
Título.

Bibliotecário(a) Responsável: Marlene Fouz da Silva, CRB-11/946 (Campus Porto Velho Zona Norte)

Análise e proposta de melhoria de processos administrativos para micro empresa: um estudo de caso

Josilene Ferreira Veloso¹
Luciana Teodoro da Silva Santos²
Luiza Raiane Silva Araújo³
Eloiza Dal Pozzo Chibiaqui⁴

Resumo

Já imaginou uma empresa que está no ano atual, mas não utiliza ferramentas e procedimentos conforme o tempo atual? Desse ponto de vista, temos a ideia do quanto é importante a atualização e a modernização das ferramentas e estratégias para os diversos perfis de empresas. Com isso, neste trabalho, cujo foco são micro e pequenas empresas, são apresentadas algumas mudanças necessárias para aumentar as vendas e estratégias de marketing para que ocorra de forma mais orgânica, com as ferramentas atuais, e de forma a atingir diretamente os resultados da empresa. Após a realização de diagnóstico da empresa por meio de observação e de entrevista semiestruturada com a proprietária, foram sugeridas melhorias e propostas de implementação de sistemas com a sugestão de ferramentas e também o cálculo de investimentos que seriam necessários para melhorar o atendimento, a organização e o faturamento da empresa analisada.

Palavras-chave: Administração; fluxo de caixa; marketing; microempresa; sistemas de gerenciamento

¹ Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial EaD do Instituto Federal de Rondônia *Campus* Porto Velho Zona Norte. josylene.lenynha@hotmail.com

² Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial EaD do Instituto Federal de Rondônia *Campus* Porto Velho Zona Norte. e-mail: lucianatheodoro52@gmail.com

³ Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial EaD do Instituto Federal de Rondônia *Campus* Porto Velho Zona Norte. raiane.luiza.raiane@gmail.com

⁴ Docente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Rondônia *Campus* Porto Velho Zona Norte. Doutora em Desenvolvimento Regional (PGDRA/UNIOESTE).

Introdução

A empresa analisada neste trabalho, chamada "Ótica Verão", está situada na cidade de Boa Vista (PB), e atua no ramo de produtos e serviços ópticos, também realiza exames de vista uma vez ao mês. Ao realizar diversas análises sobre a empresa, verificou-se que há pontos de melhoria que podem ser realizados em relação à gerência do local, por exemplo: caixas manuais e precificação equivocada, e problemas relacionados a fluxo de caixa.

Desta forma, ao longo deste trabalho, serão apresentadas as melhorias que podem ser implementadas na empresa, e também uma forma de ativar o marketing, principalmente nas mídias sociais. Com o advento da internet e do marketing digital, as divulgações dos produtos e serviços realizados pela ótica e a captação de clientes ganharam outros perfis. Com isso, é necessário adaptar-se e implementar novas ferramentas e também habilidades de profissionais que atuam com estas práticas. Também é importante citar que tais ações administrativas e de propaganda são aplicáveis a empresas de todos os portes e tendem a facilitar os processos administrativos, potencializar os lucros e harmonizar a rotina dos funcionários.

As ferramentas gerenciais que foram indicadas à proprietária da empresa, e as principais mudanças oferecidas foram: o marketing digital, especialmente nas redes sociais onde atualmente está concentrada a maioria da atenção do público. Poderiam também implementar um sistema de controle de caixa, pois o caixa da empresa é manual e não é nada prático. E por último e principal ponto é a melhoria na identidade visual da loja, e ter um controle melhor sobre esse ponto, pois o que chama atenção do cliente é o visual, a primeira impressão. Então é muito importante reforçar esses principais pontos para que a empresa consiga se comunicar com os clientes e demonstrar que ela está no mercado.

2 Contextualização

O presente capítulo apresentará uma explanação sobre a empresa analisada e sobre a cidade de Boa Vista (PB), bem como o ramo de atuação e serviços oferecidos, além da concorrência e aspectos gerais que contextualizam e permeiam o campo de estudo.

2.1 A empresa analisada: Óticas Verão

A empresa Ótica Verão foi inaugurada no município de Boa Vista, interior da Paraíba, no ano de 2018. Este ano completou 6 anos de mercado. É localizada na Rua Maximino Soares de Almeida - 215, no melhor setor do comércio local, dispõe de apenas uma funcionária por ser da modalidade MEI (Micro Empreendedor Individual). Atua no ramo de produtos e serviços óticos, oferece uma vasta gama de armações de grau, óculos solar, lentes de variados preços e também realiza alguns serviços como ajustes de manutenção de armações e consertos. Uma vez ao mês a ótica oferta consultas de vistas realizadas por uma médica oftalmologista que é bem conhecida na região, a Dra. Joseni dos Santos, e nas cidades circunvizinhas. Este serviço é o principal carro chefe para a empresa, pois é nos dias de consultas que mais obtém vendas. Como a empresa não dispõe de ferramentas gerenciais, não tem uma exatidão no número de clientes que possui, porém, a contar a quantidade de pacientes que realizam o exame de vista e fazem a compra das lentes ou óculos completo, a ótica dispõe de uma média de 260 clientes anuais.

Sabendo que atualmente o melhor meio de divulgação é pelas mídias sociais, a empresa possui Instagram e Whatsapp como ferramentas de ações de marketing e agendamentos de consultas por link, disponibilizado no perfil da empresa. Além disso, dias antes ao atendimento, outra ação de marketing e comunicação acontece por meio de carro de som, que faz divulgações pelas ruas da cidade. Todavia, não basta apenas ter mídias sociais e fazer postagens. É preciso ter em mente que a plataforma digital é um meio de estreitar o vínculo da empresa com seus clientes.

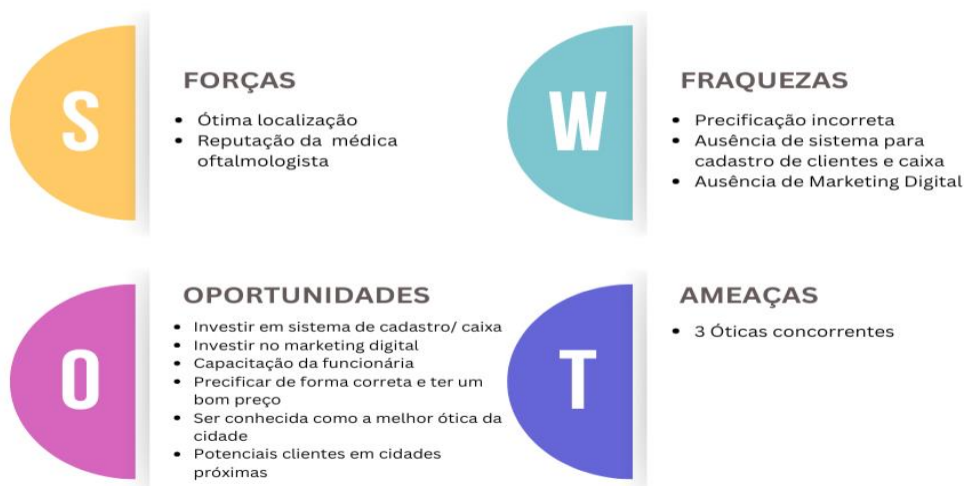
Em relação à concorrência, existem outras 3 óticas em Boa Vista, além de outras nas cidades circunvizinhas, algumas que têm clínicas para exames de vista ou apenas lojas para venda de armações ou lentes. Este cenário reforça a importância de adotar boas práticas administrativas, fortalecer o relacionamento com os clientes e também atuar na captação de novos clientes.

Como parte deste trabalho também foi realizada entrevista semi-estruturada com a proprietária da empresa para conhecer melhor a visão dele em relação aos aspectos administrativos que gostaria de melhorar.

Após a realização das perguntas sobre melhorias administrativas em um momento de descontração e deixando a proprietária a vontade, identificamos o desejo da mesma de inserir em sua empresa software ou site para cadastros e controle de caixa, visando a prática para o dia a dia de sua colaboradora, bem como a necessidade de uma pessoa para a parte do marketing ou treinamento da colaboradora, sabendo que o fluxo maior da ótica são nos dias de exame de vista. Também podemos observar a vontade dela sobre a criação de um web site para vendas e-commerce visando o aumento do lucro da empresa e possíveis contratações de novos funcionários conforme o aumento da demanda em relação ao crescimento da procura pelos serviços oferecidos.

De forma mais clara e objetiva fizemos uma análise SWOT para que a proprietária pudesse compreender melhor . A análise SWOT, também conhecida como FOFA, é uma ferramenta de gestão muito utilizada que ajuda a identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa, produto, indústria ou pessoa. Para fazer a análise é preciso: Definir as forças, determinar as fraquezas, listar as oportunidades e enumerar as ameaças, logo após é preciso verificar estratégias para diminuir as ameaças, superar as fraquezas, aproveitar as oportunidades e potencializar as forças. Abaixo a análise SWOT detalhada da Ótica Verão

ANÁLISE SWOT



Fonte: Autoria própria (2024)

2.2 A cidade de Boa Vista (PB)

O município de Boa Vista está localizado na microrregião de Campina Grande, no Cariri paraibano, limitando-se ao Norte com os municípios de Soledade (28 km) e Pocinhos (32,5 km), ao Oeste com Gurjão (26 km) e São João do Cariri (32,5 km), ao Sul com Cabaceiras (22,5 km) e Boqueirão (26 km) e ao Leste, com o município de Campina Grande (42,5 km), fazendo parte da microrregião deste último. Sua população em 2022 foi estimada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 6.377 de habitantes.

A principal fonte econômica da cidade de Boa Vista atualmente são as indústrias de minério, que conta com três indústrias de exploração da bentonita (material argiloso que é utilizado principalmente nos ramos da construção civil, indústria petrolífera, lubrificantes e até no ramo alimentício, para eliminação de toxinas dos alimentos): BENTONISA S/A, BENTONIT UNIÃO LTDA e a NERCON, sendo esta última a de menor porte, mas todas sendo grandes propulsoras do desenvolvimento local, o que trouxe e vem trazendo enormes benefícios econômicos para o município como um todo.

3 Processos Administrativos

Os processos administrativos mantêm a empresa organizada e ativa e, nesse aspecto, há quatro funções importantes: planejar, organizar, dirigir e controlar. Assim, é necessário planejar para saber com antecedência o que deve ser feito para alcançar os objetivos da empresa; organizar para saber exatamente como gerenciar ou utilizar os recursos disponíveis; dirigir para traçar os objetivos e garantir que a organização seja alcançada de forma positiva para a empresa; e, por fim, ter controle sobre as funções estabelecidas na empresa e avaliar se os resultados estão sendo alcançados. Para uma empresa prosperar e administrar suas devidas demandas até chegar ao sucesso, seja de uma operação ou até mesmo da gestão do seu negócio, ela precisa entender que, para isso, usar as ferramentas certas faz total diferença. Independente do ramo de um negócio, é necessário entender que liderar também é gerenciar

sentimentos, como já dizia o mentor Marcus Ronsoni. Para que os processos administrativos estejam alinhados, há também a necessidade de dar ênfase na melhoria do ambiente de trabalho. Conforme Henry Mintzberg (2021), "[...] a gestão significa influenciar a ação. Gestão é sobre ajudar as organizações e as unidades a fazerem o que tem que ser feito, o que significa ação".

"O sucesso de uma organização não é fruto exclusivo da sorte, mas de uma série infundável e articulada de decisões, aglutinação de recursos, competências, estratégias e uma busca permanente de objetivos para alcançar resultados cada vez melhores" (Chiavenato (2007, p. 4)

A empresa analisada tem problemas gerenciais e também ferramentas ultrapassadas e não há ações de marketing mais robustas. A partir daí já é possível visualizar um dos problemas. Em relação ao caixa, ele não é funcional, ainda é realizado de forma manual, e isso sobrecarrega a funcionalidade da empresa. Yoshitake et al (1997) explica que em toda operação financeira existe entrada e saída de dinheiro e essas operações podem ser representadas pelo fluxo de caixa. "O fluxo de caixa é o instrumento que permite demonstrar as operações financeiras que são realizadas pela empresa, o que possibilita melhores análises e decisões quanto à aplicação dos recursos financeiros que a empresa dispõe".

Também não possui uma forma mais fácil ou prática de analisar as fichas dos pacientes, o que faz a funcionária despende de bastante tempo para anotar os nomes dos clientes em cadernos, e em dias de exame é praticamente impossível encontrar as fichas anteriores dos pacientes, como também não há uma forma melhor e mais rápida de marcar esses exames, pois tudo é realizado de forma manual. Para Gomes (2018), "o software para cadastro de clientes e vendas é uma ferramenta que centraliza em um só local dados sobre *leads* e consumidores da empresa, além das vendas realizadas".

Como se trata de uma ótica que vende armações e lentes, ainda não possui um site ou mostruário por meio de redes sociais na qual os clientes poderiam ver e até mesmo comprar esses produtos.

Ao verificar o caixa e o capital de giro da empresa, foi considerada a hipótese de investir em um computador para a empresa, o que facilitaria as demandas de cadastro de clientes e pacientes, procura e preenchimento das fichas, e também o

controle das vendas, o estoque e a reposição de materiais, o que permitirá um maior controle e organização. Isso propicia também a criação de um site para a loja, para poder criar uma vitrine virtual, porque atualmente a internet se tornou um mundo de oportunidades, e temos que apostar nessa ferramenta essencial.

O cadastro ao cliente pode proporcionar diversas vantagens para as organizações. Ao aproveitar essas vantagens, as empresas não apenas aprimoram suas operações internas, mas também criam uma base sólida para o sucesso a longo prazo, promovendo relacionamentos duradouros e satisfatórios com seus clientes. (SERASA EXPERIEN, 2023)

Nas mídias sociais, a empresa já possuía uma conta no Instagram, mas não usava das ferramentas que o próprio Instagram possui, como por exemplo o tráfego pago, que usa a própria publicação para impulsioná-la por contas que são do seu nicho, ou seja, atrai clientes para a loja, que são todos daquele nicho. Isso já é o primeiro passo para uma venda, atrair o cliente, principalmente aqueles da cidade e redondezas. Logo em seguida vem a identidade visual do site ou conta do Instagram. Além disso, outra ferramenta da rede social que poderia ser utilizada são as mensagens instantâneas automáticas - informando que o cliente será atendido em breve, e pode-se anexar essa mensagem tanto no Instagram como no WhatsApp - que pode ser habilitada e pode-se editar como quiser, o cliente chamar pelo *direct*. Para comunicações pelo WhatsApp, pode-se fazer isso editando a *Bio* do Instagram e colocando um link que direciona o cliente até o número da loja na janela do WhatsApp. São pequenas alterações que fazem bastante diferença. De acordo com artigo publicado no site Zendesk (2024),

No que se refere especificamente sobre qual a importância das redes sociais para as empresas, podemos dizer que utilizar esse recurso é interessante porque gera diversos benefícios para a companhia. Entre as razões que levam a tantas vantagens está o fato que, pelas plataformas de mídias sociais, os negócios conseguem criar um relacionamento muito mais próximo com os clientes, comportamento que potencializa suas atuações e aumenta as possibilidades de realizar novas vendas.

Ao se fazer a análise das principais redes sociais utilizadas hoje para atingir o público e promover vendas, considera-se que, para o caso da Ótica, os mais efetivos seriam Instagram e Whatsapp, com o uso das funcionalidades e ferramentas descritas anteriormente.

Um ponto a mais que sugerimos à proprietária da empresa, pelo fato de atualmente a loja contar com apenas uma funcionária, por ser cadastro MEI (micro empreendedor individual) foi contratar alguns serviços a parte, como uma contadora.

desta forma, a funcionária poderia se concentrar em aprender a manusear as novas ferramentas aplicadas na empresa, como o controle de caixa, o sistema de cadastro de clientes e as redes sociais, WhatsApp, Instagram e site. Uma contadora presta serviços sem ter ligação com carteira assinada, o valor de um plano de contabilidade depende muito do tamanho da empresa ou do regime tributário do negócio. Nas pesquisas realizadas, foi indicada a plataforma “contabilizei” que trabalha de forma on-line com pequenas e médias empresas, e o valor cobrado mensalmente vai de R\$129 a R\$1.000 dependendo do plano.

4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Durante o período da pesquisa foram evidenciados os diversos aspectos associados ao tema do referido trabalho: a importância da economia e da administração e das análises sobre a empresa. Desta forma, ao longo do trabalho foram apresentadas as melhorias. na pesquisa bibliográfica foram utilizados autores como: Henry Mintzberg (2021) Yoshitake et al (1997), Mark Zuckerberg (1984) e Zendesk (2024). A partir desta perspectiva a pesquisa bibliográfica é muito importante porque traz embasamento teórico e norteia o pesquisador a analisar e compreender mutuamente de forma clara e objetiva o ramo da pesquisa científica. Também é um modo possível de identificar as principais correntes teóricas relacionadas ao tema, conceitos e debates existentes em determinado campo de estudo.

Já o Estudo de caso é um tipo de pesquisa que permite aprofundar o conhecimento ao oferecer subsídios para novas investigações profundas sobre a mesma temática, ou seja, traz elementos de estudo e informações que ajudam a fomentar novas investigações sobre a temática, além de ser uma estratégia de pesquisa que trabalha focando em contextos da vida real de casos da atualidade. O estudo de caso permite analisar não somente os acertos, mas também os erros que são encontrados para assim se buscar uma solução. Ambos servem para orientar a empresa e toda equipe profissional a elaborar um planejamento eficiente e que consiga chegar a seus objetivos.

4.1 Entrevista semi-estruturada

A entrevista semi-estruturada é um recurso metodológico em que o pesquisador faz perguntas a uma pessoa que tenha conhecimento sobre o objeto que

está sendo estudado. Queiroz (1988) destaca que a entrevista semi-estruturada é uma técnica de coleta de dados que supõe uma conversação continuada entre informante e pesquisador e que deve ser dirigida por este de acordo com seus objetivos.

No caso do presente trabalho, a entrevistada foi a proprietária da ótica. Optou-se em realizar a entrevista para auxiliar no diagnóstico das melhorias que são necessárias e também para conhecer melhor os planos de futuro da proprietária quanto ao negócio, pois as sugestões de melhorias também se baseiam nas expectativas de investimentos e de expansão da Ótica. Ao ser perguntado se haveria melhorias que gostaria de fazer na empresa, ele citou que sim: "Um sistema para cadastros e controle de caixa". Ele ainda complementou que um computador é primordial para que tal trabalho seja realizado. "Principalmente em dias de atendimento com a oftalmologista, para a busca mais rápida e prática das fichas dos pacientes". Quando questionado se ele tem planos de expandir a Ótica, ele respondeu que "sim, pois é um mercado que tem crescido continuamente, principalmente nas plataformas digitais e sites". Por fim, quando interrogado sobre a importância de ter ações de marketing e propaganda da Ótica, ele disse que "quer investir nessas áreas, além de um *e-commerce*".

Abaixo algumas perguntas feitas à proprietária de forma simples e objetiva!

a) Há melhorias que gostaria de fazer na Óticas? Quais?

Sim, gostaria de inserir um sistema para cadastro e caixa.

b) Das questões administrativas, como fazer os controles por meio de computador, a Sra acha que seria interessante?

Acho sim, tendo em vista a facilidade do dia a dia com o uso do controle de caixa e cadastros, vai auxiliar bastante, principalmente em dias de atendimentos com a oftalmologista, a busca rápida e prática das fichas dos pacientes.

c) Pensa em expandir a Ótica? Contratar mais pessoas, aumentar a loja física, vender óculos por meio de sites?

Sim, podemos observar no decorrer dos dias o quanto o mercado óptico vem crescendo, principalmente nas plataformas digitais e sites.

d) Acha importante ter ações de marketing e propaganda da Ótica?

Com certeza, podemos dizer que o *e-commerce* está sendo a maior e mais prática rede de vendas atualmente, e quero poder investir nesta ferramenta de marketing e propaganda.

5 Resultados E Discussões

Com base na aplicação dos processos administrativos sugeridos, acredita-se que a empresa terá desempenho organizacional satisfatório. A seguir será apresentado um quadro resumo com os principais processos sugeridos e de que forma eles poderão influenciar no bom andamento dos negócios.

Problema/demanda identificados	Melhoria sugerida	Forma de implementação da melhoria
Ausência de equipamento para o controle de caixa e cadastros.	Informatização por meio de sistemas ou sistema de controle de caixa.	Para realizar a informatização, será necessário adquirir computador para o controle de caixa e cadastros, que terá um custo de aproximadamente R\$1.700,00 para a compra de um notebook.
Falta de cadastros de clientes e controle de caixa.	Implementação de um sistema ou site de cadastro de clientes.	Para a realização do controle de caixa e cadastros foi sugerido uma ferramenta online que terá um custo de R\$55,00/mês no plano básico.
Falta de Marketing.	Melhorar as mídias sociais, impulsionar publicações e enriquecer a identidade visual das redes sociais da loja.	Tráfego pago de mídia social com um custo de R\$150,00/mês. (Atrair cliente) Social mídia (identidade visual das redes sociais) a partir de R\$397,00/mês.
A maior parte das vendas é apenas em dias de consultas.	Criação de um site para vendas.	Foi indicada a plataforma da Nuvem Shop, que possui planos gratuitos e também pagos, a partir de R\$59,90/mês.

Quadro 1: Identificação de problemas/demandas e proposta de melhorias a partir de processos administrativos.

Fonte: Autoria própria (2024).

Conforme o conteúdo apresentado no quadro 1, o valor aproximado para realizar as melhorias na empresa somam cerca de R\$2.361,90 no valor inicial, após a compra do equipamento de notebook, o valor mensal passará a ser de R\$661,90/mês. Ao valor, deve-se adicionar também a internet que já possui no local que custa R\$74,90/mês. Com isso, estimou-se que o valor total de investimento seria de R\$736,80 mensalmente.

6 Considerações Finais

Ao longo desta proposta de intervenção, foram feitas muitas pesquisas sobre ferramentas nas quais se poderia indicar à proprietária da empresa Ótica Verão, e ferramentas essas que seriam usadas como critério de avaliação: se as próprias autoras utilizaram caso tivessem empresas. E a resposta foi um sonoro sim! Dando ênfase primeiro às propostas e indicações que foram realizadas para a empresa melhorar, foram utilizados vários métodos que pudessem estar ao alcance do capital da empresa. Foi possível procurar formas mais simples de tentar resolver os problemas que a proprietária estava tendo desde que abriu a empresa. Foram verificados os pontos principais que não estavam ajudando a empresa a progredir e logo percebeu-se que os principais foram o caixa, que ainda é manual, o fato de contar com apenas uma funcionária, pois a empresa funciona no regime de MEI, a necessidade de adquirir um computador para facilitar a localização de cadastros, bem como realizar novos. Com este levantamento, a partir também da entrevista com a proprietária, foram sugeridas melhorias e implementações simples que são viáveis, inclusive financeiramente, para a empresa. Em relação ao software para cadastro de clientes, foram pesquisados sites com custo-benefício adequado e que pudessem servir também para controle de caixa, pois como é uma empresa pequena, o capital também é menor, e otimizar as contratações torna-se interessante. Desta forma, foi sugerido o "Bling". Porém, foi sugerido deixar este sistema apenas para cadastrar clientes e controle de caixa, e mais algumas funções pequenas para a funcionária se adaptar. De início também incluímos um site vitrine, para expor virtualmente os produtos disponíveis, como os óculos de sol, armações de óculos de grau, além de vender soluções de limpeza de lentes. Isso tudo pode ser colocado no site, a

plataforma indicada foi a "Nuvem shop", com planos iniciais grátis e planos pagos em conta, e podem ser baixados em iOS e Android ou pelos celulares que o cliente comprar pelo site. Atualmente há um grande número de golpes online, então foram buscadas opções confiáveis.

As soluções apresentadas para a empresa foram plausíveis para a proprietária da loja, tendo em vista melhorias nas vendas, melhorias no ambiente de trabalho, e a funcionária ter mais satisfação em trabalhar com algo mais prático. Tudo isso ajuda a fluir o atendimento ao cliente e a ser um diferencial das concorrentes. Como a Ótica como se encontra numa cidade pequena com poucos habitantes, é importante procurar formas de atingir públicos de cidades vizinhas. Isso permitirá, inclusive, caso seja de interesse da proprietária, abrir uma segunda loja que atenda a estes outros públicos.

Por fim, destaca-se que fazer esta proposta para a "Óticas Verão", trouxe mais aprendizados e a satisfação com a busca de melhorias. O resultado dessas ações foram satisfatórios para todos os envolvidos, foi uma experiência única, na qual o grupo pôde sentir um pouco dos dilemas e decisões que proprietários e gerentes de empresas tem no dia a dia e que com certeza serão levados como espírito de liderança para quem sabe um dia as autoras serem proprietárias de seus próprios negócios.

Referências

BERNARDES, Bartos Batista. **História da cidade de Boa Vista - PB**. Disponível em: <https://www.boavista.pb.gov.br/a-cidade/historia> . Acesso em: 12 de outubro de 2024.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/561463555/CHIAVENATO-Idalberto-Administracao-teoria-processo-e-pratica-4-ed-Rio-de> . Acesso em: 12 de outubro de 2024.

CONDOMÍNIOS, Paco. 19 de abril de 2021. Disponível em: https://www.facebook.com/pacocondominios/photos/a.221604931770506/829339877663672/?type=3&_rdr&checkpoint_src=any . Acesso em 11 de setembro de 2024.

DAWKINS, Richard . **Frases sobre software de 1941**. Disponível em: <https://citacoes.in/topicos/software/> . Acesso em 10 de setembro de 2024.

DUARTE, Rosália. **Pesquisa Qualitativa: Reflexões sobre Trabalho de Campo**. 24 de março de 2003. Disponível em: [https://www.scielo.br/j/cp/a/PmPzwwqMxQsvQwH5bkrhrDKm/#:~:text=Para%20Queiroz%20\(1988\)%2C%20a,de%20acordo%20com%20seus%20objetivos](https://www.scielo.br/j/cp/a/PmPzwwqMxQsvQwH5bkrhrDKm/#:~:text=Para%20Queiroz%20(1988)%2C%20a,de%20acordo%20com%20seus%20objetivos). Acesso em 11 de setembro de 2024.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama da cidade de Boa Vista - PB**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/boa-vista/panorama> . Acesso em: 12 de outubro de 2024.

FEDERAL INVEST. **Processos administrativos: como otimizá-los no seu negócio?**. Disponível em: <https://blog.federalinvest.com.br/processos-administrativos-como-otimiza-los-no-seu-negocio/#:~:text=Os%20processos%20administrativos%20tamb%C3%A9m%20permitem,cont%C3%A1veis%20que%20comp%C3%B5em%20a%20organiza%C3%A7%C3%A3o> . Acesso em: 26 de setembro de 2024.

GODOY, FÁBIO. **Frases de gestão de pessoas: 30 para se inspirar e motivar seus colaboradores!** 22/04/2022. Disponível em: <https://blog.eadplataforma.com/gestao-de-empresas/frases-gestao-de-pessoas/#:~:text=1%2D%20%E2%80%9CBasicamente%2C%20a%20Gest%C3%A3o,mas%20um%20h%C3%A1bito%E2%80%9D%20%E2%80%93%20Arist%C3%B3t eles> . Acesso em: 22 de Novembro de 2024.

GOMES, GUSTAVO. **Como usar um software para cadastro de clientes gratuito com sucesso?** . Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/software-de-cadastro-de-clientes->

gratis/#O_que_faz_software_para_cadastro_de_clientes_e_vendas. Acesso em 22 de Novembro de 2024.

MACÁRIO, Rodolfo Augusto Horácio: **A importância da Gestão do Fluxo de Caixa no Controle da Inadimplência**. Rio Grande do Sul 2009. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/24895/000745520.pdf> . Acesso em 10 de setembro de 2024.

SERASA. **Cadastro de clientes: entenda o que é e como fazer**. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/gestao-de-carteira-de-credito/como-fazer-cadastro-de-clientes-eficiente/> . 24/01/2024. Acesso em 22 de Novembro de 2024.

ZENDESK. **Qual a importância das redes sociais para as empresas?** 22 de fevereiro de 2024. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/qual-a-importancia-das-redes-sociais-para-as-empresas/> . Acesso em 10 de Setembro de 2024.