
Etec "Sales Gomes" – 101 – Tatuí

Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio

Leonardo Huggler Silva

Maria Paula Xavier das Neves

Rafael Santos da Silva

Ryan Diziderio Soriano

Sarah Romanowicz de Castro

ÓTICA OUTLET DOS ÓCULOS
INTEGRAÇÃO DO PLANO DE MARKETING E DO SISTEMA 5S



Tatuí

2020

Leonardo Huggler Silva
Maria Paula Xavier das Neves
Rafael Santos da Silva
Ryan Diziderio Soriano
Sarah Romanowicz de Castro

ÓTICA OUTLET DOS ÓCULOS
INTEGRAÇÃO DO PLANO DE MARKETING E DO SISTEMA 5S

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio da Etec Sales Gomes, orientado pelo professor Edimur Diniz Vaz pós-graduado em Contabilidade e Auditoria como requisito parcial para obtenção do título técnico em administração.

Tatuí
2020

Leonardo Huggler Silva
Maria Paula Xavier das Neves
Rafael Santos da Silva
Ryan Diziderio Soriano
Sarah Romanowicz de Castro

ÓTICA OUTLET DOS ÓCULOS
INTEGRAÇÃO DO PLANO DE MARKETING E DO SISTEMA 5S

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio da Etec Sales Gomes, orientado pelo professor Edimur Diniz Vaz pós-graduado em Contabilidade e Auditoria como requisito parcial para obtenção do título técnico em administração.

Tatuí, ___ de ___ de 2020

Banca examinadora:

Prof. Edimur Diniz Vaz
Pós-graduado em Contabilidade e Auditoria

Prof.

Prof.

Prof.

Dedicamos esse trabalho, ao professor Edimur Diniz Vaz, que com paciência e esforço nos guiou com sabedoria em nossos objetivos, e principalmente aos proprietários da Ótica Outlet dos Óculos pela colaborção e apoio.

Agradecimentos

Primordialmente agradecemos pela força, dedicação e união dos integrantes no decorrer da evolução do Trabalho de Conclusão de Curso, além dos familiares e amigos que estiveram presentes em nossas vidas mesmo em meio às dificuldades que se abrangeram excepcionalmente durante o presente ano, fazendo com que não desistíssemos, e nos incentivando a continuar com nossos objetivos e trabalhos.

Perante o apoio do nosso orientador e professor Edimur Diniz Vaz, agradecemos o amparo e condução durante nosso trajeto para a finalização do trabalho e nosso sucesso.

Finalizando, agradecemos especialmente aos proprietários da franquia da Outlet dos Óculos em Tatuí, que nos confiaram o desenvolvimento de uma parceria e cooperação para a criação e evolução do projeto, em conjunto com a disponibilização dos dados necessários para tal trabalho de conclusão de curso.

“Não há alegria no trabalho. Não há felicidade, exceto na percepção de que temos feito alguma coisa.”

HENRY FORD

Ótica Outlet dos Óculos: Tatuí, 2020, xx páginas (Trabalho de Conclusão de Curso para Habilitação Profissional Técnico de Nível Médio de Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio. Área de Concentração: Desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso da Escola Técnica Sales Gomes).

RESUMO

O trabalho apresenta a análise da ótica Outlet dos Óculos e seu marketing, além de questões organizacionais, com o objetivo de melhorar seus pontos fracos e ajudá-la a se destacar perante os concorrentes. Algumas das teorias administrativas utilizadas como apoio para compreensão e solução desse problemas foram: Mix de Marketing, Análise SWOT, Mapa de Empatia e Canvas que trazem mais clareza nos pontos fracos e empecilhos que afetam diretamente a organização, juntamente do sistema 5S e o software de gestão, empregados para aperfeiçoar o estoque de mercadorias. Visando sempre o desenvolvimento positivo dos gargalos administrativos e expansão da marca como sinônimo de qualidade por toda região.

Palavras-Chave: Marketing, Organização, Ótica.

Ótica Outlet dos Óculos: Tatuí, 2020, xx páginas (Trabalho de Conclusão de Curso para Habilitação Profissional Técnico de Nível Médio de Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio. Área de Concentração: Desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso da Escola Técnica Sales Gomes).

ABSTRACT

The document presents the analysis about the Outlet dos Óculos glasses store and its marketing, besides the organizational issues, in order to empower its weaknesses and help it to stand out in front of the competitors. Some of the administrative theories used to support understanding and solving these problems were: Marketing Mix, SWOT Analysis, Empathy Map and Canvas, that bring more clarity to the weaknesses and obstacles that directly affect the organization, together with the 5S system and the management software, used to improve the warehouse. The objective is always to aim at the positive development of administrative bottlenecks and expansion of the brand as a synonym of quality through the entire region.

Key-Words: Marketing, Organization, Glasses store.

ÍNDICE DE FIGURAS

Imagem 1 - Fachada da loja Outlet dos Óculos Rua José Bonifácio	12
Imagem 2 - Fachada da loja Outlet dos Óculos na Rua XI de Agosto	13
Imagem 3 - Espaço Interno da Loja.....	14
Imagem 4 - Logo da Outlet dos Óculos.....	14
Imagem 5 - Facebook da loja.....	14
Imagem 6 - Instagram da loja	14
Imagem 7 - Anúncio da loja sobre a pandemia.....	15
Imagem 8 - Anúncio do funcionamento da loja	15
Imagem 9 - Mapa de Empatia.....	17
Imagem 10 - Canvas	18
Imagem 11 - Missão Visão e Valores	21
Imagem 12 - Análise SWOT	22
Imagem 13 - Conceito 5S.....	25
Imagem 14 - Modelo de Mapa de Empatia	28
Imagem 15 - O que ele vê da Outlet dos Óculos	29
Imagem 16 - O que ele pensa/sente da Outlet dos Óculos	29
Imagem 17 - O que ele ouve da Outlet dos Óculos	30
Imagem 18 - O que ele fala e faz da Outlet dos Óculos	30
Imagem 19 - Fraquezas da Outlet dos Óculos.....	31
Imagem 20 - Ganhos da Outlet dos Óculos	31
Imagem 21 - Canvas da Outlet dos Óculos.....	33
Imagem 22 - Modelo Diagrama de Ishikawa	36
Imagem 23 - Aplicabilidade do Diagrama de Ishikawa na Outlet dos Óculos.....	36
Imagem 24 - Mão de Obra da Outlet dos Óculos.....	37
Imagem 25 - Método da Outlet dos Óculos.....	38
Imagem 26 - Material da Outlet dos Óculos	39
Imagem 27 - Medida da Outlet dos Óculos	39
Imagem 28 - Meio Ambiente da Outlet dos Óculos	40
Imagem 29 - Reunião com a equipe da Outlet dos Óculos	45
Imagem 30 - Espaço Outlet dos Óculos.....	47

ÍNDICE DE ABREVIATURAS E SIGLAS

TCC - Trabalho de Conclusão de Curso.

SWOT – Strengths (forças), Weaknesses (fraquezas), Opportunities (oportunidades) e Threats (ameaças).

4 P's - Produto, preço, praça e promoção.

5S - Seiri (utilização), Seiton (organização), Seiso (limpeza), Seiketsu (padronização) e Shitsuke (disciplina).

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Justificativa	15
1.2 Problema	16
1.3 Hipóteses.....	16
1.4 Objetivos.....	19
1.4.1 Objetivos Gerais.....	19
1.4.2 Objetivos Específicos.....	19
1.5 Metodologia	19
1.6 Resultados esperados	25
2 MAPA DE EMPATIA E CANVAS.....	27
2.1 Mapa de Empatia	27
2.2 Aplicação do Mapa de Empatia	28
2.3 Canvas.....	32
2.4 Aplicabilidade do Canvas.....	33
3 DIAGRAMA DE ISHIKAWA	35
3.1 Aplicabilidade do Diagrama de Ishikawa.....	36
3.1.1 Mão de Obra.....	37
3.1.2 Método.....	37
3.1.3 Material	38
3.1.4 Medida	39
3.1.5 Meio Ambiente.....	40
4 4 P'S	41
5 SOFTWARE DE GESTÃO DE ESTOQUE.....	43
5.1 A Importância da Utilização de um Software de Gestão	43
5.2 Os Benefícios de um Software de Gestão na Loja	43
5.3 Software A.C.O Analytics de Curitiba	43
6 SISTEMA 5S.....	45
6.1 Aplicabilidade do sistema 5S.....	45
7 RESULTADOS ALCANÇADOS.....	48
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50

1 INTRODUÇÃO

O ramo de óticas atualmente apresenta uma grande importância para a população devido ao crescente processo de distribuição por meio da venda de acessórios e ferramentas visuais. Estes recursos afetam diretamente toda a produtividade e conforto de um grande grupo que está presente na sociedade atualmente.

Imagem 1 - Fachada da loja Outlet dos Óculos Rua José Bonifácio



Fonte: <https://www.facebook.com/outletdosoculostatui>

De acordo com o IBGE estima-se que 19% da população brasileira, cerca de 35 milhões de pessoas, têm alguma deficiência visual, por isso o uso de óculos vem sendo uma realidade no dia a dia de muitos brasileiros e esses números tendem a aumentar constantemente. Os problemas visuais podem ser a partir da exposição frequente e prolongada ao sol podem causar problemas a córnea e em alguns casos até a perda de visão, por isso, o uso de óculos com proteção solar ultravioleta A e B, mesmo por crianças, é muito importante para denegrir esses problemas. Outra coisa que é a mais utilizada e procurada pelos brasileiros são os óculos de grau que tem a importância de corrigir problemas oculares, como a miopia, a hipermetropia e o astigmatismo.

Imagem 2 - Fachada da loja Outlet dos Óculos na Rua XI de Agosto



Fonte: <https://www.facebook.com/outletdosoculostatui>

Dentro dos diversos segmentos empresariais e administrativos presentes atualmente no mercado, existem diversos campos a serem trabalhados e desenvolvidos. O TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) do grupo tem como objetivo o desenvolvimento de aspectos administrativos na empresa Outlet dos Óculos. A empresa Outlet dos Óculos apresenta diversas visões sobre o mercado de vendas de acessórios como óculos, e como se deve ser trabalhada a venda desses artigos tão importantes atualmente. Os dois proprietários da franquia presente na cidade de Tatuí buscam expandir seus mercados e influência, e a partir dessa busca, enfrentam-se adversidades e estratégias que serão analisadas pelo nosso grupo, para que seja feita uma futura compreensão e conseqüentemente seja apresentado o sucesso no mercado de ação da empresa.

Imagem 3 - Espaço Interno da Loja



Fonte:
<https://www.facebook.com/outletdosoculostatui>

Imagem 4 - Logo da Outlet dos Óculos



Fonte:
<https://www.facebook.com/outletdosoculostatui>

A ótica contém uma grande divulgação online, utilizando o Facebook e o Instagram, que, com advento da tecnologia, tem sido os meios mais utilizados pelo marketing das empresas, pois as pessoas podem se comunicar diretamente a partir deles.

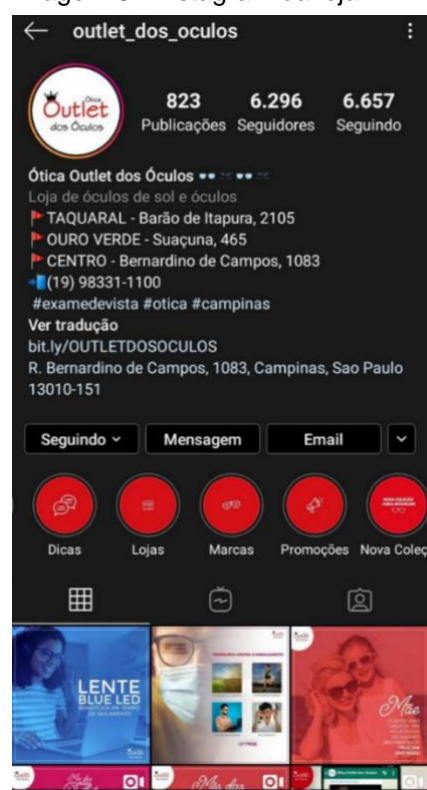
Imagem 5 - Facebook da loja



Fonte: Autoria própria

Fonte: Autoria própria

Imagem 6 - Instagram da loja



A ótica por ser uma prestadora de serviços continua aberta mesmo com a quarentena, entretanto tem tomado as devidas restrições de público para não haver aglomeração de pessoas. Para isso eles exigem que seus clientes e funcionários utilizem máscaras e tenham limitações de pessoas dentro da loja.

Imagem 7 - Anúncio da loja sobre a pandemia



Fonte:
<https://www.facebook.com/outletdosoculostatui>

Imagem 8 - Anúncio do funcionamento da loja

ATENÇÃO!

Seguindo todas as medidas de segurança aos nossos clientes e colaboradores estamos retornando com as nossas atividades!

Venha e se sinta a vontade para renovar seus óculos com toda segurança!

Outlet
 dos Óculos
 Rua José Bonifácio, 676 Centro Tatuí
 (esquina com a rua 15 de Novembro)

☎ 15. 3316-6151
 📞 15. 99802.0325

Fonte:
<https://www.facebook.com/outletdosoculostatui>

1.1 Justificativa

A empresa Outlet dos Óculos foi utilizada como base para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso a partir do objetivo de desenvolver os conceitos e conhecimentos trabalhados durante o curso técnico e aplicá-los para a solução de problemas apresentados na administração da empresa.

Para a resolução dos problemas da empresa, decidiu-se a inserção de um foco principal do projeto, sendo os dois principais focos, a integração do plano de marketing e implantação do 5s. A utilização do plano de marketing foi uma solução encontrada devido a um problema destacado durante as pesquisas de campo, onde viu-se que a empresa não possui grande visibilidade no mercado, principalmente nos meios digitais e mídias populares. A proposta de implantação do sistema japonês “5S” mostrou-se uma oportunidade eficaz após a conclusão das visitas, onde se encontraram diversos déficits no sistema de controle de estoque e organização local, fazendo-se necessária uma nova ferramenta de formação de estoque e layout operacional.

1.2 Problema

Após análise feita através da visita técnica e conversa direta com o dono, foi possível perceber problemas recorrentes dentro da organização, que atrapalham a capacidade total de consumo aos visitantes do estabelecimento e dificultam o alcance ao seu público alvo. Tendo assim, um grande desfalque na hora das vendas e no atendimento que empresa poderia oferecer aos clientes.

Um dos problemas relatados é a falta do entendimento sobre a clientela, o marketing não é efetivo em suas propostas e não chegam a todos os públicos que a organização abrange. Fazendo com que a marca da empresa seja ofuscada pela concorrência, e por ser um estabelecimento recente, não possui seus próprios fregueses.

O estoque detém certas complicações, todo o armazenamento dos produtos está exposto na loja, correndo riscos de grande perda caso haja algum tipo de atribulação, eles não possuem um tipo de catalogação e verificação de saída ou entrada. Assim na hora do reabastecimento não se sabe ao certo o que se deve atualizar e qual modelo ou marca está desfalcado. Prejudicando a qualidade do atendimento ao consumidor.

1.3 Hipóteses

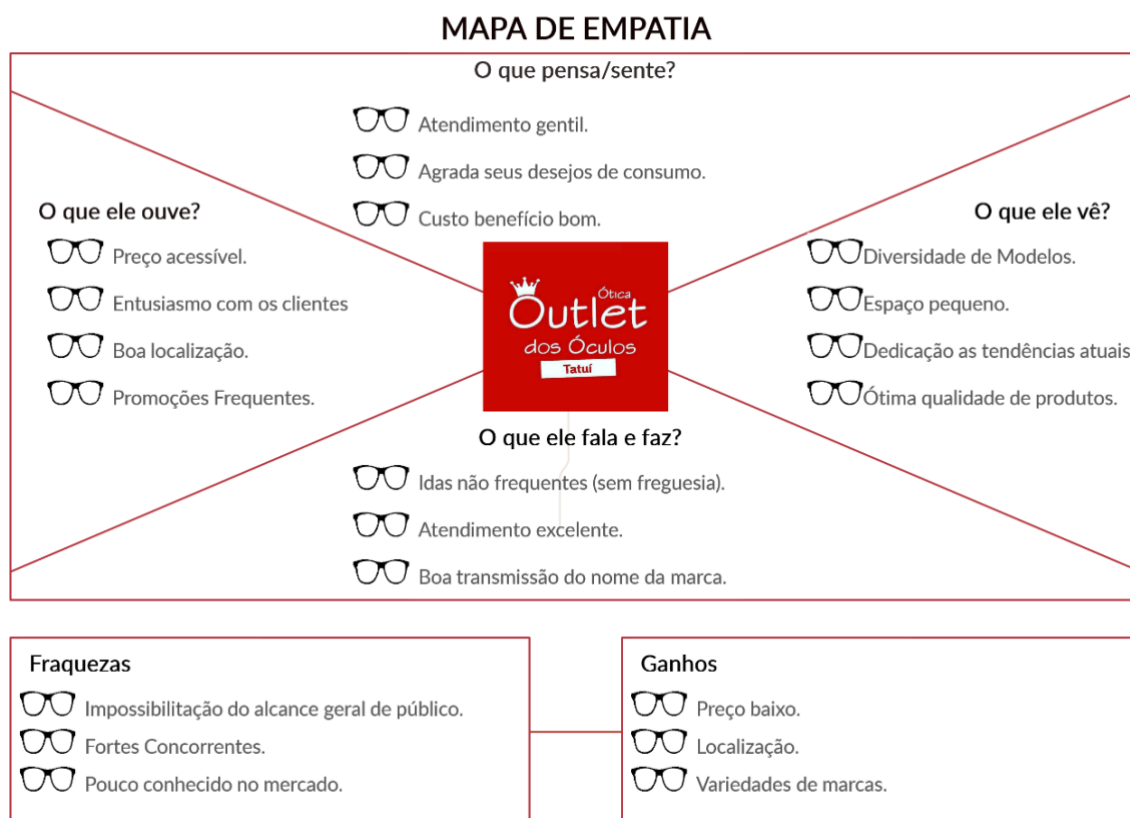
O esclarecimento dos problemas apresentados no documento auxiliou na determinação dos obstáculos na organização geral e processos administrativos de vários conceitos para a organização do estabelecimento. Para a elaboração de soluções para os principais problemas apresentados dentro do projeto, foram utilizadas duas ferramentas fundamentais: o Canvas e o mapa de empatia. As resoluções administrativas são propostas para o bom desenvolvimento do estabelecimento, focando nos principais pontos a serem abordados, neste caso, a divulgação digital da marca e a aplicação da ferramenta 5s, para uma melhor organização geral e específica dos serviços prestados dentro do local de trabalho.

Com esse conceito, desenvolveu-se o mapa de empatia da empresa de revenda de óculos Outlet dos Óculos, para o entendimento dos clientes e a visão da empresa sob o mercado externo. A ferramenta é formada a partir da criação de 6 (seis) tópicos principais de análise do cliente, abordando toda a visão e ações feitas pelos

clientes e mercado externo. Busca-se a abordagem mais eficiente sobre os meios de esclarecimento dos perfis que cercam a empresa, para o melhor planejamento a ser traçado.

A partir desse conceito de mapa de empatia, desenvolveu-se o mapa de empatia da empresa de revenda de óculos Outlet dos Óculos, para o entendimento dos clientes e a visão da empresa sob o mercado externo.

Imagem 9 - Mapa de Empatia



Fonte: Autoria própria.

Após a análise do mapa de empatia apresentado, entende-se que há presença de deficiências em relação ao conhecimento do público sobre a empresa, e como é feita a organização geral do local, porém como contrapartida, apresenta-se características favoráveis para o desenvolvimento e evolução mercadológica, tais como qualidade bem avaliada dos produtos, o atendimento profissional prestado e boa relação com o público.

O modelo de negócios Canvas também foi implementado no projeto como uma ferramenta gerencial que tem como principal objetivo estruturar um modelo de

plano de negócios, trazendo praticidade e dinamicidade na análise geral de uma determinada empresa. Com a sua utilização é possível identificar o tipo de cliente, quais as suas necessidades e como o produto oferecido pela empresa pode satisfazê-lo, assim facilitando o desenvolvimento de estratégias para o negócio.

O Canvas consiste em um mapa com as cores vermelho azul, amarelo e verde, onde estão dispostos 9 quadrantes que devem ser preenchidos pelo gestor.

Imagem 10 - Canvas

Canvas - Outlet dos Óculos

Parceiros Chave - Fornecedores de lentes e armações de óculos	Atividades Chave - Qualidade nas lentes, armações - Maior satisfação no conforto com o produto	Proposta de Valor - Óculos de qualidade com o preço acessível - Sempre atualizado com as tendências da moda - Atendendo as necessidades de conforto de cada cliente	Relacionamento com Clientes - contato com clientes por mídias digitais - descontos e promoções periódicas	Segmentos de Clientes - Crianças, adolescentes, adultos e idosos que buscam um maior conforto com sua visão
	Recursos Chave - Especialização na velocidade e qualidade de atendimento		Canais - Loja física - Redes Sociais - boca a boca	
Estrutura de Custos - Marketing - Logística - Fornecedores - Salários		Fontes de Receitas - Vendas de armações - Vendas de óculos customizados - Vendas de Lentes - Manutenção de óculos		

Fonte: Autoria própria.

Com o desenvolvimento do Canvas e do Mapa na Outlet dos Óculos é possível verificar a infraestrutura da empresa, quais as suas atividades, os seus clientes em geral, suas despesas e receitas geradas e de que maneira a empresa é considerada pelos clientes.

1.4 Objetivos

Um objetivo é o que se pretende alcançar, realizar ou obter a partir de um conjunto de ações e decisões. Para uma empresa, é muito importante a definição de um objetivo, para que, a partir dele, possa-se determinar uma rota/plano de ação, a qual deverá com o tempo ser cumprida com seus objetivos.

1.4.1 Objetivos Gerais

Analisar o ambiente da empresa como um todo, propondo soluções para alguns dos problemas encontrados, logo, esperando alcançar um êxito na realização das propostas.

1.4.2 Objetivos Específicos

Elaborar um Plano de Marketing com toda a empresa, para que possamos detalhar as ações necessárias para atingir os objetivos, permitindo a empresa ter uma visão holística sobre a estratégia e ações, que podem trazer os melhores resultados para o negócio. Reorganizar o espaço da organização utilizando a técnica dos 5S para que haja um maior aproveitamento e limpeza do espaço da empresa.

1.5 Metodologia

A partir das propostas para a conclusão do trabalho, serão abordados diversos processos e ferramentas para o determinado fim, varia entre ferramentas administrativas e meios especializados, como a pesquisa de campo em parceria aos colaboradores do Outlet dos Óculos, realizando visitas e conversas com os proprietários. Dentro da pesquisa de campo foi realizada uma entrevista com uma série de questionamentos embasados nos conhecimentos teóricos adquiridos no decorrer do curso técnico, a partir de perguntas dissertativas com relação à empresa. A partir dos resultados obtidos com as respostas advindas às questões, pudemos administrar as informações pertinentes para a realização do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso).

Dentro do documento foram utilizadas outras ferramentas para a realização dos meios desenvolvidos, sendo eles:

- **Missão Visão e Valores** - É a tríade de conceitos que são estabelecidos para formação de uma organização. Sempre tendo em mente o propósito de criação, em que situação a empresa quer chegar e quais atitudes comportamentais serão seguidas. Além de ser um compromisso que requer muita disciplina e dedicação aos ideais escolhidos.

Missão: É a finalidade da prestação de serviço, venda ou produção do produto. Levando em consideração o benefício e facilidade oferecidos aos consumidores, sempre estimulando um objetivo compreensível como o mantra de existência da organização.

Visão: Após definido o intuito como organização, deve-se saber quais as metas desejadas a serem alcançadas. O(s) objetivo(s) que os colaboradores precisam trabalhar para atingir. Qual é o propósito de vida e permanência dentro do mercado.

Valores: São as normas de ética que orientam o comportamento da organização. Sempre procurando a melhor maneira para se relacionar com os consumidores e a cultura social em que está inserida.

Imagem 11 - Missão Visão e Valores



Fonte: Autoria própria.

- **Análise SWOT** - Também conhecida por análise FOFA, é uma ferramenta de marketing utilizada para auxiliar os gestores a identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças relacionadas à competição em negócios ou planejamentos de projetos. O principal objetivo da análise SWOT é esclarecer e simplificar os riscos do negócio ou projeto, e identificar os fatores internos e externos que são favoráveis e desfavoráveis para determinada operação.

Imagem 12 - Análise SWOT

Análise SWOT Outlet dos Óculos		
	Fatores positivos	Fatores Negativos
Fatores Internos	<p>Strengths (Forças)</p> <p>Qualidade e variedade em em lentes e armações</p> <p>Bom atendimento</p> <p>Preço acessível</p>	<p>Weaknesses (Fraquezas)</p> <p>Ser uma empresa nova</p>
Fatores Externos	<p>Oportunities (Oportunidades)</p> <p>Localização</p> <p>Movimento de pessoas elevado</p>	<p>Threats (Ameaças)</p> <p>Concorrência de óticas já estabelecidas na região</p> <p>Econômica brasileira incerta</p>

Fonte: Autoria própria.

- **Diagrama de Ishikawa** - é determinado como um processo de desenvolvimento de ferramenta sobre a qualidade, que auxilia no levantamento das causas fundamentais de problemas presentes na empresa, apresentando ao sistema os diversos fatores que estão envolvidos nos diversos processos empresariais. Utiliza-se esse diagrama como meio de visualização das causas principais e secundárias de um determinado problema, fazendo com que seja possível a ampliação da visão de fatores que causam um problema, trazendo-o de maneira mais clara, sistemática e abrangente.

- **4 P's** - A ferramenta 4 P's, ou também conhecido como Mix de Marketing, pode ser definido como uma combinação de atividades na área de Marketing. Baseia-se nos estudos de Neil Borden, um acadêmico americano que se baseou na ideia que executivos eram como liquidificadores (mixers), já que suas funções seriam as de materialização de receitas, seja misturando ingredientes para a fabricação de um produto ou inventando outros elementos dentro da organização.

Jerome McCarthy, professor da universidade de Michigan, aprimorou a teoria de Borden e dividiu o estudo em 4 (quatro) grupos, que seriam os quatro pilares básicos de qualquer estratégia de marketing: Produto, Preço, Praça e Promoção.

➤ **Produto:** Serve para a equipe entender e definir quais são os atributos e as características do que é oferecido e visualizar o ciclo de vida do produto. O mesmo pode ser definido como tudo o que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer uma necessidade ou um desejo, ou seja, bens físicos, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, propriedades, organizações, informações e ideias.

➤ **Preço:** Esse pilar vai indicar o futuro da empresa, já que é a partir da circulação do dinheiro que será possível pagar funcionários e fornecedores, realizar investimentos e tirar o lucro. É o único elemento do composto de marketing que produz receita, os demais produzem custo, os autores avaliam ainda que por meio da determinação do preço uma empresa pode perseguir objetivos que definem estratégias como de sobrevivência, maximização do lucro atual, maximização da participação de mercado ou liderança de qualidade de produto. Os itens restantes que tangem o Composto Preço para os quais estão previstos descontos, concessões, condições e prazos de pagamento são igualmente importantes, mas devem levar em consideração principalmente o momento e a circunstância da venda, baseados também em uma realidade de mercado imposta pela concorrência, com o intuito de igualar-se ou criar diferencial competitivo.

➤ **Praça:** Colocação no mercado, responsável especificamente pela forma como o cliente chega até a empresa, aos seus produtos e aos seus serviços. A distribuição pode referir-se ao canal de marketing que corresponde a um sistema de organização pelo qual o produto, recursos ou informações passam de produtores a consumidores, ou pode estar relacionada à distribuição física, que é a movimentação de produtos ou serviços, com local, quantidade e prazos determinados, e que se feita corretamente prioriza a manutenção e otimização de custos. O Ponto de Vendas ou

Praça pode ser entendido como a combinação de agentes os quais o produto flui, desde o vendedor inicial até o consumidor final.

➤ **Promoção:** Sentido de promover a marca e as soluções, fazendo a mensagem de marketing de a empresa chegar ao seu público alvo. O marketing moderno é muito mais do que apenas criar bons produtos e disponibilizá-los ao mercado consumidor, é indispensável neste processo a comunicação com os clientes, as principais ferramentas do Composto Promoção são: propaganda, promoção de vendas, venda pessoal e relações públicas.

- **Software de Gestão de Estoque** – A Outlet dos Óculos não tinha conhecimento de todo seu estoque e não tinha uma reposição de produtos adequada. Analisando o estoque com um software de gestão, é possível determinar a quantidade de produtos a ser comprados e tomar decisões sobre o nicho da empresa. Ao implementar um software de gestão de estoque na empresa, você ganha mais segurança, pois é necessário ser um usuário autorizado por meio de senha para ter acesso às informações gravadas, o que reduz as chances de manipulação de dados.

A maioria dos sistemas disponíveis no mercado é intuitivo e de fácil aprendizagem. Como muitos desses softwares são disponibilizados na nuvem, oferecem ao cliente uma maior portabilidade, pois seus dados podem ser acessados a partir de qualquer computador, em qualquer lugar do mundo, bastando utilizar seu login e senha. Um software de estoque permite realizar essas e inúmeras outras funções com rapidez e velocidade. Além disso, sua utilização possibilita a criação de um planejamento estratégico e o acompanhamento dos indicadores de desempenho da gestão. Com o software a Ótica pode ter entendimento de qual seria seu produto chefe e quais são as peças que precisam de reposição, a empresa precisa ter o controle do estoque, pois isso é uma peça-chave no planejamento e desenvolvimento da sua atividade.

- **Sistema 5S**

O sistema determinado como 5S ou Programa 5S, conhece-se como um a formação de cinco conceitos específicos e com grande facilidade de aplicação, que a partir do momento que são praticados de maneira coesa e disciplinada, formam um conceito de modificação do ambiente de trabalho de forma geral, alterando fatores como o humor dos colaboradores, a produtividade e os modos apresentados pelos

funcionários e conformes da empresa. O termo em si é originado e derivado de cinco expressões japonesas, iniciadas todas pela letra S ao serem alteradas para o alfabeto latino. Os termos, ao serem traduzidos para o português, formaram palavras que não se iniciavam em S, portanto, adotou-se a prática de colocá-las após o uso de “Senso de”, para dar continuidade com a proposta do conceito.

A utilização do sistema esquematizado teve início no Japão, alguns anos após o fim da 2ª Guerra Mundial, sendo feito para a organização e limpeza das fábricas japonesas, que necessitavam de auxílio no momento que o país começava a se reerguer novamente. O sistema foi formalmente adotado pelas empresas brasileiras a partir de 1991, utilizado através da Fundação Christiano Ottoni.

Imagem 13 - Conceito 5S



Fonte: <https://certificacaoiso.com.br/5s/>

1.6 Resultados esperados

Partindo das entrevistas e visitas ao estabelecimento que se apresentaram de maneira muito produtiva, principalmente com as ferramentas disponíveis dentro da empresa e as que ainda são desenvolvidas pelos tópicos referentes aos meios administrativos, pode-se encontrar uma abrangente visualização dos problemas e déficits que são empecilhos na entrega dos resultados finais, principalmente à divulgação da empresa e seu reconhecimento geral e a aplicação dos recursos de organização sistemática com o 5S.

Os principais problemas encontrados apresentam-se dentro dos sistemas de marketing da empresa, recorrentes à divulgação subdesenvolvida das atividades da empresa, fazendo com a quantidade de possíveis futuros clientes seja diminuída, e em consequência, a quantidade de vendas seja reduzida, devido à falta de presença de clientela leal. Outro problema decorrente advém da falta de conhecimento teórico dentro da gerência da empresa a respeito de um sistema de organização e disciplina, como o sistema japonês do 5S.

Estabelecendo concretamente as adversidades encontradas, o grupo busca atingir o aprimoramento os conceitos a serem trabalhados, como o sistema de marketing e de organização local com o 5S, analisando como serão implantadas as ferramentas citadas e como afetarão o sistema interno e externo da organização em prol da sua contínua melhoria no mercado.

Portanto, com a elaboração do TCC, apresentam-se dados de suma importância para o desenvolvimento do projeto, e das experiências e conhecimentos dos alunos, formando assim conceitos a serem explorados futuramente no mercado de trabalho e na vida profissional.

2 MAPA DE EMPATIA E CANVAS

O Canvas e o Mapa de Empatia são ferramentas administrativas para visualizar um modelo de negócios e a interatividade com os clientes, a partir dessas duas ferramentas é onde buscamos satisfazer e atrair clientes para a empresa. Essas ferramentas são de extrema importância para saber quais são os pontos fortes e fracos da empresa e de que maneira estruturar a organização para o ápice.

Neste capítulo abordaremos de maneira mais detalhada o mapa de empatia e o canvas, apropriando da aplicabilidade dessas ferramentas para solucionar os problemas encontrados na empresa Outlet dos Óculos.

2.1 Mapa de Empatia

O mapa de empatia é uma ferramenta que ajuda a empresa a entender o que o cliente busca na empresa, por suas necessidades e desejos visando com que esses desejos sejam atendidos.

Essa ferramenta tem o objetivo principal de conhecer melhor o público-alvo da empresa e assim alcançar as necessidades desses clientes em relação ao atendimento, disponibilidade dos produtos e a qualidade desses produtos.

O mapa de empatia é composto de algumas perguntas sobre a visão do ambiente interno e externo da empresa para assim ser desenvolvido. São elas:

- O que ele vê?
- O que ele pensa?
- O que ele ouve?
- O que ele fala?
- Fraquezas
- Ganhos

“O mapa de empatia é uma ferramenta que ajuda a projetar modelos de negócios de acordo com as perspectivas dos clientes. O mapa de empatia proporciona uma visão mais aprofundada do cliente levando em consideração o ambiente, o comportamento, as aspirações e emoções”. (OSTERWALDER, Alexandre, Business Model Generation).

Imagem 14 - Modelo de Mapa de Empatia



Fonte: <http://canvabrasil.blogspot.com/2012/04/mapa-da-empatia.html>

2.2 Aplicação do Mapa de Empatia

A Outlet dos Óculos tem como objetivo principal ser reconhecida e atender com simpatia e qualidade um público amplo de clientes que vão até o seu estabelecimento pela qualidade do atendimento e dos produtos oferecidos, além do bom preço que acomode todas as classes sociais.

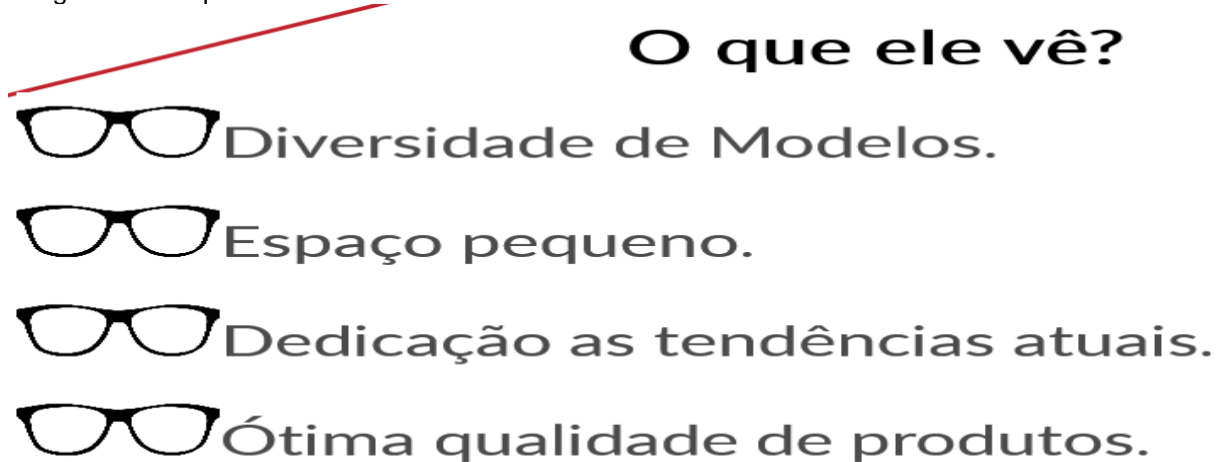
Para isto, nós analisamos primeiramente o que o cliente procura quando vai até a ótica e o que ele quer encontrar, com isso os donos ofereceram dados sobre seus clientes e quais seriam os pontos fortes e fracos da empresa.

Com isto estabelecido, aplicamos respostas que para as perguntas estabelecidas pelo mapa de empatia.

O que ele vê? O cliente que procura uma ótica vai atrás de modelos que apreciam os seus gostos de boa qualidade e muitas vezes que sigam um padrão á tendência do que está na moda no momento, o problema observado quando os

clientes que buscam a Outlet dos Óculos é o seu espaço que comparado com outras óticas da cidade é bem inferior.

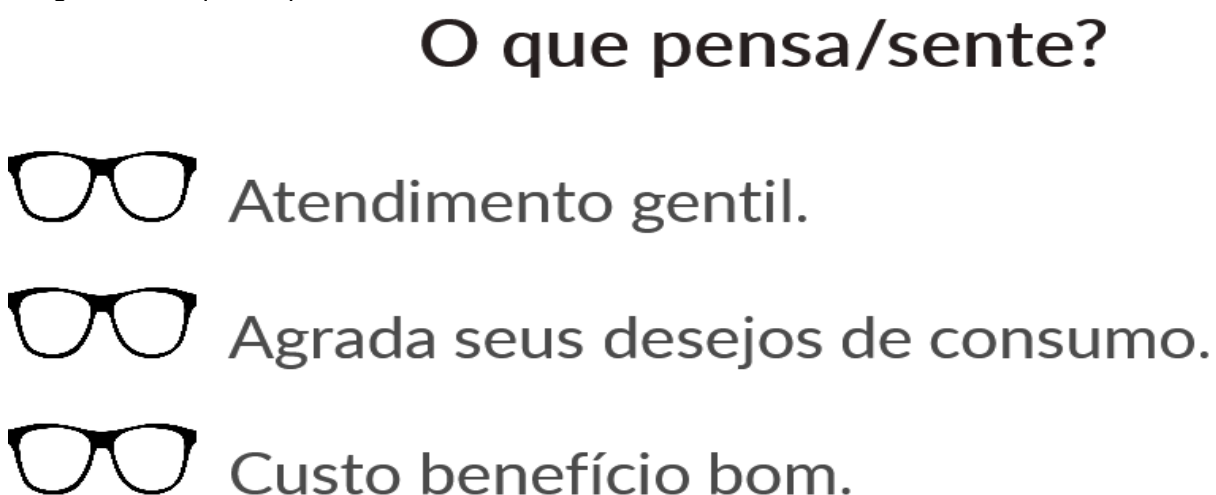
Imagem 15 - O que ele vê da Outlet dos Óculos



Fonte: Autoria própria.

O que ele pensa/sente? O consumidor da outlet dos óculos se sente bem atendido pelos funcionários e que os produtos da ótica atingem os seus desejos de consumo na busca de óculos de boa qualidade, além de um preço acessível.

Imagem 16 - O que ele pensa/sente da Outlet dos Óculos



Fonte: Autoria própria.

O que ele ouve? A Outlet dos Óculos é bem conhecida pelas seu preço baixo e com muitas promoções gradativas aos gostos dos clientes, essa ótica possui uma localização excelente, localizado no centro perto de grandes pontos de

referências na cidade que contém um grande fluxo de pessoas diariamente e grande parte dos consumidores da empresa dão um feedback positivo sobre o entusiasmo dos funcionários com os clientes.

Imagem 17 - O que ele ouve da Outlet dos Óculos

O que ele ouve?



Preço acessível.



Entusiasmo com os clientes



Boa localização.



Promoções Frequentes.

Fonte: Autoria própria.

O que ele fala e faz? A ótica é bem falada pelos consumidores sobre seu atendimento e qualidade sempre, porém essa ótica tem pouco tempo no mercado e por isso acaba não tendo uma clientela leal frequente.

Imagem 18 - O que ele fala e faz da Outlet dos Óculos

O que ele fala e faz?



Idas não frequentes (sem freguesia).



Atendimento excelente.



Boa transmissão do nome da marca.

Fonte: Autoria própria.

Fraquezas: A outlet dos óculos é uma empresa nova no mercado com impossibilidade de ter um alcance muito grande de público por conta de seus fortes concorrentes mais experientes no mercado.

Imagem 19 - Fraquezas da Outlet dos Óculos

Fraquezas



Impossibilitação do alcance geral de público.



Fortes Concorrentes.



Pouco conhecido no mercado.

Fonte: Autoria própria.

Ganhos: O cliente que ir à Outlet dos Óculos terá ganhos com o preço acessível dos produtos com variedades de marcas e com uma localização de fácil acesso.

Imagem 20 - Ganhos da Outlet dos Óculos

Ganhos



Preço baixo.



Localização.



Variedades de marcas.

Fonte: Autoria própria.

2.3 Canvas

O Canvas é uma ferramenta administrativa utilizada no planejamento estratégico criada pelo consultor e empreendedor suíço Alex Osterwalder para sua tese de doutorado. Esse método comporta nove blocos, sendo eles parcerias principais, atividades principais, recursos principais, proposta de valor, relacionamento com os clientes, canais, seguimento de clientes, estrutura de custos e receitas, onde atuarão nas principais áreas de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira.

“Marketing é o processo social e gerencial pelo qual indivíduo e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação oferta e troca de produtos de valor ao mercado, como processo de entender e atender o mercado.” (KOTLER, 2000, p. 89).

- Parcerias principais: atividades-chave realizadas de maneira terceirizada;
- Atividades Principais: atividades essenciais que será oferecida ao mercado;
- Recursos Principais: recursos necessários para a realização das atividades principais;
- Proposta de Valor: o que a empresa está disposta a oferecer para o mercado, ou seja, para os clientes;
- Relacionamento com Clientes: como a empresa se relaciona com cada tipo de clientela;
- Canais: de que maneira o cliente receberá o produto e/ou serviço;
- Segmento de Clientes: qual o público alvo e o tipo de clientela que a empresa foca;
- Estrutura de custos: custos necessários e relevantes para o funcionamento da empresa;
- Receitas: meios de adquirir receitas a partir da Proposta de Valor.

“O quadro de modelos de negócios é uma das ferramentas mais utilizadas por empreendedores e empresas para iniciar um negócio ou para inovar em empresas já constituídas.” (SEVERO PIMENTA, 2013)

Essa ferramenta permite analisar o modelo de negócios que está sendo criado, remodelado e adaptado. Além disso, possibilita descrever e pensar sobre o modelo de negócios da organização do empreendedor, de seus concorrentes ou qualquer outra empresa.

2.4 Aplicabilidade do Canvas

Segundo a revista especializada em saúde “Que Conceito”, a memória visual desempenha um importante papel em nosso cérebro, já que se estimulada com frequência é uma das mais eficientes.

Imagem 21 - Canvas da Outlet dos Óculos

Canvas - Outlet dos Óculos

Parceiros Chave - Fornecedores de lentes e armações de óculos	Atividades Chave - Qualidade nas lentes, armações - Maior satisfação no conforto com o produto	Proposta de Valor - Óculos de qualidade com o preço acessível - Sempre atualizado com as tendências da moda - Atendendo as necessidades de conforto de cada cliente	Relacionamento com Clientes - contato com clientes por mídias digitais - descontos e promoções periódicas	Segmentos de Clientes - Crianças, adolescentes, adultos e idosos que buscam um maior conforto com sua visão
	Recursos Chave - Especialização na velocidade e qualidade de atendimento		Canais - Loja física - Redes Sociais - boca a boca	
Estrutura de Custos - Marketing - Logística - Fornecedores - Salários		Fontes de Receitas - Vendas de armações - Vendas de óculos customizados - Vendas de Lentes - Manutenção de óculos		

Fonte: Autoria própria.

Como podemos observar, a ferramenta Canvas irá auxiliar os proprietários da empresa a reconhecer melhor e de que forma sua organização atua. Dessa forma, os proprietários poderão olhar com clareza e de maneira dinâmica informações pertinentes sobre seu negócio. O quadro Canvas por demonstrar informações da

empresa de maneira visual e prática, é considerado uma das melhores ferramentas para fácil memorização. Portanto a partir desta ferramenta foi possível descrever e pensar sobre o modelo de negócio da Ótica, facilitando a organização dos donos referente as suas vendas e parceiros além de oferecer uma breve análise do mercado, como os principais clientes, canais de divulgação e custos.

Proposta de valor: o preço, a qualidade e o conforto dos óculos são a principal proposta para com os clientes.

Segmentos de clientes: os clientes da Ótica Outlet dos Óculos abrangem desde jovens e adolescentes até adultos e idosos, estes que se preocupam com a saúde e qualidade de sua visão.

Canais: o principal canal da empresa será pela própria loja física, mas também cotará com as redes sociais para alcançar novos clientes.

Relacionamento com os clientes: para estimular o retorno dos clientes ao estabelecimento a empresa promoverá diversos descontos, promoções e sorteios periodicamente.

Atividades chave: o principal foco é o desenvolvimento da qualidade e do conforto dos óculos para assim atingir uma maior satisfação do cliente em geral.

Parceiros chave: os parceiros da Ótica Outlet dos Óculos são fabricantes de lentes e armações.

Recursos chave: para alcançar à máxima satisfação da clientela a empresa busca o aperfeiçoamento e a especialização na qualidade de atendimento.

Fontes de receita: as principais fontes de receita da empresa são a venda de óculos, lentes, armações, manutenções e customizações.

Estrutura de custos: para conquistar as metas e objetivos da empresa será preciso desenvolver o marketing e a logística além de arcar com despesas de funcionários e fornecedores.

“As exigências das sociedades mudam conforme o tempo. Apesar de serem lentas as mudanças nos valores e expectativas sociais, é importante que as empresas voltadas para o marketing estejam sempre atentas as mudanças para que possam adaptar suas estratégias de forma adequada.” (LAS CASAS, 2009, p. 21)

3 DIAGRAMA DE ISHIKAWA

Determinada como uma ferramenta de auxílio administrativo que emprega meios de determinação de origem de diferentes aspectos especificados dentro de uma organização ou empresa, sendo um excelente meio de obtenção de recursos para a resolução de algum problema dentro do estabelecimento.

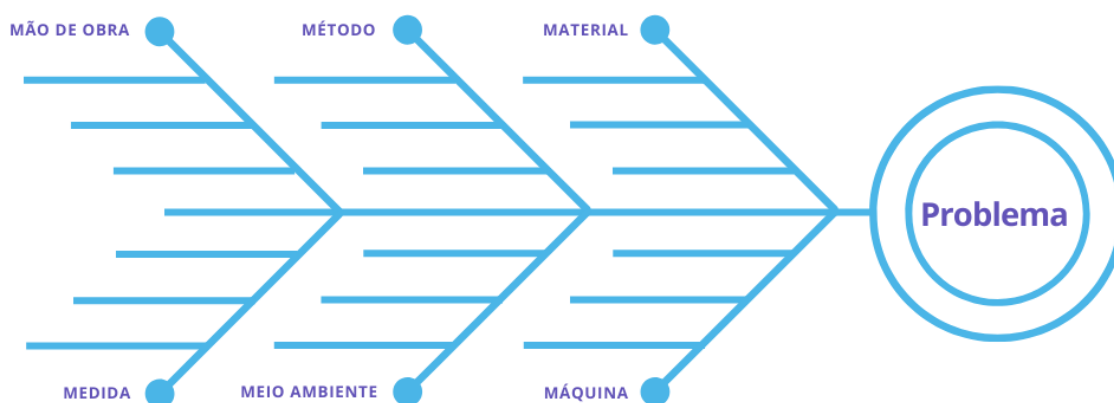
O Diagrama de Ishikawa foi desenvolvido inicialmente dentro do sistema japonês pelo professor Kaoru Ishikawa, no ano de 1953, com o intuito de realizar a detecção de causas potenciais de um problema presente na empresa, junto de seus efeitos que impactavam diretamente na qualidade da produção na época.

O sistema é reconhecido como uma das 7 ferramentas da Qualidade, Diagrama de Espinha de Peixe, recebendo esse nome devido ao seu formato, ou também como Diagrama de Causa e Efeito, conseqüente de sua composição da apresentação de um problema e suas possíveis causas. No meio administrativo, usa-se esse método para encontrar, organizar, classificar, documentar, além de exibir de maneira gráfica as causas de um determinado problema, que se encontram divididas de maneira categórica, fazendo com que o processo de brainstorming seja facilitado, juntamente com a análise da ocorrência. O modo com o qual as causas são especificadas de maneira hierárquica produz maiores meios de identificação da maneira mais correta e concreta de solucionar o problema, sem maiores dificuldades para a organização.

Pode-se aplicar o diagrama de maneira a desenvolver mais benefícios para a empresa do que os estabelecidos inicialmente de maneira teórica, obtendo-se novos recursos como o trabalho em conjunto mais desenvolvido dentro da equipe, desenvolvimento de maneira gratificante dos processos, além de se ter os meios mais realistas e plausíveis para a melhoria dos problemas e soluções empresariais.

A restrição devida à estrutura hierárquica (não relacional) muitas vezes é irrelevante, principalmente nas primeiras abordagens. O Diagrama de Ishikawa pode evoluir para um Diagrama de Relações (uma das sete ferramentas do Planejamento da Qualidade ou Sete Novas Ferramentas da Qualidade) que já apresenta uma estrutura mais complexa, não hierárquica. (REYES, Andrés E. L.; VICINO Silvana R.)

Imagem 22 - Modelo Diagrama de Ishikawa



Fonte: Autoria própria.

3.1 Aplicabilidade do Diagrama de Ishikawa

Tendo o objetivo de desenvolver soluções para um dos dois problemas centrais da Outlet dos Óculos e desenvolver de maneira concreta o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), o grupo criou um projeto do Diagrama de Ishikawa acerca do déficit presente na loja com a divulgação digital do estabelecimento nos diversos meios na internet.

Foram utilizados 5 dos totais 6 pontos usados no diagrama convencional, descartando a seção de máquina, por não ter relação com o problema.

Por meio do uso de categorias, os Diagramas em espinha de peixe incentivam as equipes de solução de problemas a considerar uma ampla variedade de causas alternativas e menos óbvias. (CUOFANO, Gennaro).

Imagem 23 - Aplicabilidade do Diagrama de Ishikawa na Outlet dos Óculos



Fonte: Autoria própria.

3.1.1 Mão de Obra

Dentro da organização encontram-se alguns pontos que são reconhecidos como déficits na seção de mão de obra, como o fato de parte da gerência ser administrada dentro de um plano familiar, o que pode fazer com que os fatores pessoais dentro das ações corporativas sejam afetados de maneira negativa, evitando-se uma visão mais profissional.

Além disso, vê-se que se tem um problema dentro da organização da falta, ou pouco encorajamento de adquirir-se novos conhecimentos sobre a área de divulgação digital, sem novos meios sendo usados, ou como realizar essas funções, mostrando a falta de conhecimento para realizar esse marketing de modo efetivo.

Imagem 24 - Mão de Obra da Outlet dos Óculos




Fonte: Autoria própria.

3.1.2 Método

Dentro da organização, após a visitação e análise das redes sociais usados pelo estabelecimento, pode-se concluir que o local não apresenta um incentivo muito grande pelo desenvolvimento do marketing pelos meios digitais, portanto, criando um déficit em relação aos seus concorrentes, focando apenas seu marketing no visual e boca a boca de maneira geral.

Imagem 25 - Método da Outlet dos Óculos

MÉTODO



Falta de incentivo
de uso digital

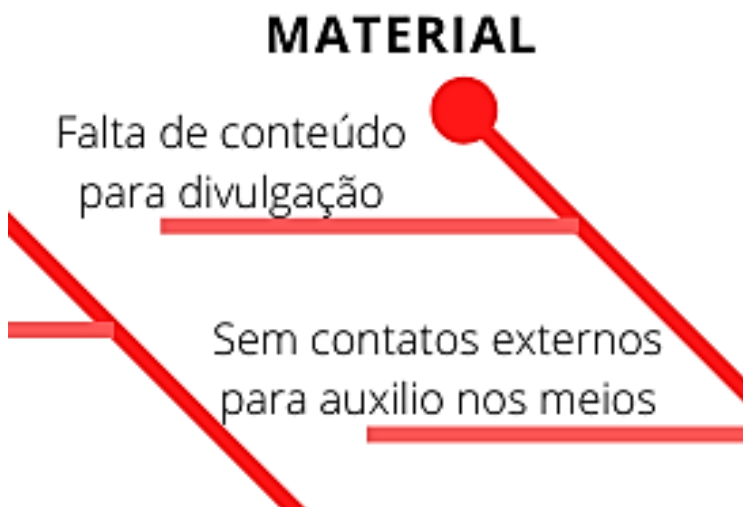
Fonte: Autoria própria.

3.1.3 Material

Um dos conceitos fundamentais para a criação de uma divulgação e imagem digital é a divulgação dos produtos oferecidos, junto com a sua garantia de qualidade e satisfação, e dentro da organização, não se encontram meios que mostrem os óculos a venda em sua totalidade, portanto, não mostrando o produto a ser vendido e como a loja tem mais recursos do que a concorrência.

Além desse tópico, não se tem também um auxílio externo para a criação de uma imagem digital para a empresa, seja por contratação de terceiros, ou de uma agência especializada, portanto, colocando o estabelecimento em desvantagem, sendo um recurso e investimento que auxiliaria a empresa de maneira exponencial e benéfica.

Imagem 26 - Material da Outlet dos Óculos



Fonte: Autoria própria.

3.1.4 Medida

A empresa apresenta algumas redes sociais em que está presente para a divulgação da loja, como o Facebook, porém não se tem um bom marketing e divulgação nesses meios, onde encontram-se informações limitadas sobre a loja e seus produtos.

Imagem 27 - Medida da Outlet dos Óculos



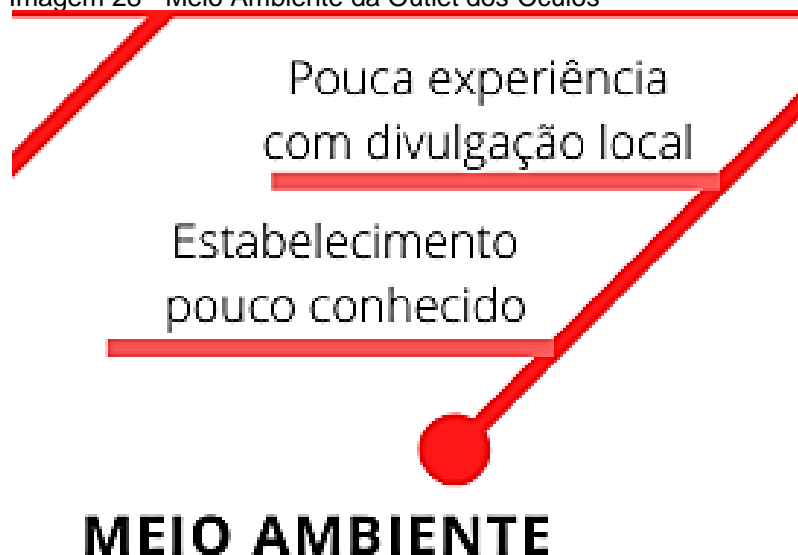
Fonte: Autoria própria.

3.1.5 Meio Ambiente

A empresa Outlet dos Óculos apresenta-se em uma região da cidade de Tatuí onde tem muita movimentação de pedestres e automóveis constantemente, porém o estabelecimento não possui um reconhecimento grande proporcionalmente ao local onde se encontra, mostrando o déficit em relação ao marketing da loja.

Além dessa complicação, tem-se uma dificuldade por parte dos gerentes da franquia de administrar o reconhecimento do local em uma cidade como a que está situada, onde a concorrência do ramo é elevada.

Imagem 28 - Meio Ambiente da Outlet dos Óculos



Fonte: Autoria própria.

4 4 P'S

O mix de marketing é uma análise essencial, visto que sem compreender o papel de cada elemento não é possível explorá-los corretamente. A aplicabilidade busca fortalecer todos os tópicos, e por fim traçar estratégias, aumentando o reconhecimento da Ótica Outlet dos Óculos.

Marketing é o processo social e gerencial pelo qual indivíduo e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação oferta e troca de produtos de valor ao mercado, como processo de entender e atender o mercado. (KOTLER, 2000, p. 89).

- **Produto:** Os produtos oferecidos são destinados a pessoas que acompanham as tendências de moda, e que gostam de inovar. Com base nas necessidades básicas dos clientes, buscamos armações de qualidade, para que seja utilizada no dia-a-dia. Percebe-se um diferencial de qualidade e variedade de modelos e cores, assim, atendendo a todos os tipos de clientes.

- **Preço:** Devido ao desejo de satisfazer o cliente com nossos produtos, nosso preço ocorre de uma forma acessível, baseando-se na margem de lucro da empresa, oferecendo um preço baixo aos clientes e lucrativo ao faturamento.

- **Praça:** A empresa se encontra no centro da cidade e próximo de outros pontos comerciais, com uma localização privilegiada, amplamente visível e acessível. A Outlet dos Óculos fica localizada na Rua José Bonifácio, nº 676 – Centro, Tatuí – SP.

- **Promoção:** A Ótica está inserida a pouco tempo no mercado, devido a isso, o grande foco é divulgar sua marca, utilizando um conjunto de ações de modo que os clientes se tornem fregueses. Um dos recursos escolhidos é o marketing digital, visto que ele é dinâmico e facilita a aproximação e interação da empresa com os seus clientes. Através das redes sociais, o objetivo principal é divulgar os produtos ofertados pela Ótica e aproximar-se de forma mais efetiva dos clientes. A Outlet dos Óculos possui páginas no Facebook e no Instagram, onde publica suas ofertas, aumentando as chances de divulgação, inclusive busca melhorias nessa área.

As exigências das sociedades mudam conforme o tempo. Apesar de serem lentas as mudanças nos valores e expectativas sociais, é importante que as empresas voltadas para o marketing estejam sempre atentas as mudanças

para que possam adaptar suas estratégias de forma adequada. (LAS CASAS, 2009, p. 21).

5 SOFTWARE DE GESTÃO DE ESTOQUE

Desde a primeira visita à Outlet dos Óculos o dono apresentou problemas para relacionar o que entra e sai de produtos da sua loja, e disse que não acompanhava a quantidade de óculos que estavam expostos no estabelecimento, por isso recomendamos a eles utilizar um software para gerir o estoque e controlar a entrada e saída dos óculos da loja.

5.1 A Importância da Utilização de um Software de Gestão

Gerenciar o estoque é um desafio que pode consumir muito tempo do gestor e inviabilizar outras ações de extrema importância para a produtividade e o crescimento do negócio. Em um sistema automatizado, a partir do momento em que a Nota Fiscal de um produto é emitida, sua situação no estoque é atualizada. Assim, uma única ação ativa vários procedimentos: baixa da mercadoria, informação ao departamento financeiro, cálculo de impostos, o sistema da ótica já faz essas funções automaticamente.

5.2 Os Benefícios de um Software de Gestão na Loja

Além de poder ter o controle de todas as peças que estão na loja com o software de gestão de estoque, irá auxiliar o sistema financeiro que já existia na loja, saber quais as peças que mais estão saindo na loja e quais os que não precisam ter o estoque renovado, assim a Outlet dos Óculos vai ter o entendimento de qual é o carro forte da empresa que precisa de mais investimento para saída.

5.3 Software A.C.O Analytics de Curitiba

Esse software garante aos gestores da outlet dos óculos um amplo cartel de ferramentas que auxiliam no controle financeiro, de clientes e de estoque da empresa. Esse sistema oferece relatórios precisos com relação a todo o sistema, o que é lançado no estoque terá relação na área financeira e na área de clientes, dessa maneira automatizada garante agilidade dos processos de análises da loja sobre seus relatórios que demonstram de maneira expressiva as melhorias da empresa com o

passar do tempo. Conciliando cliente, estoque e financeiro em um mesmo sistema simples e prático, facilitando o trabalho dos gestores e fazendo com que a loja obtenha melhor resultado no mercado de trabalho.

6 SISTEMA 5S

O sistema 5S é uma importante ferramenta de gestão que pode ser aplicada em qualquer empresa, pois auxilia na organização do ambiente físico, trazendo mais conforto no espaço de trabalho, assim ajuda diretamente na saúde organizacional dos colaboradores. Sua essência são adotadas práticas que objetivam o bem-estar, ética, respeito e saúde e segurança.

6.1 Aplicabilidade do Sistema 5S

Para aplicarmos dentro da organização é necessário responsabilidade e ajuda de todos que utilizam aquela área, para que não haja falhas no decorrer da implantação. O processo é dividido em cinco partes, mas ele se torna um ciclo, tendo constantemente a filosofia de arrumação.

Devido aos problemas decorrentes da pandemia do COVID-19, não foi possível a completa implantação do sistema dentro da empresa Outlet dos Óculos, mas em conversa com os funcionários pudemos explicar sobre o conceito e como aplicar de maneira correta.

Imagem 29 - Reunião com a equipe da Outlet dos Óculos



Fonte: Autoria própria

Senso de utilização (Seiri)

O primeiro senso, e primeiro passo do sistema 5S, é responsável pela implementação da ideia de respeito em relação ao uso consciente e eficiente de recursos e de materiais dentro do local de trabalho. Para a implementação, deve-se ser realizada uma análise em relação a necessidade de cada objeto e ferramenta no local, e qual a utilidade dele para aquele ambiente. A ideia é retirar do espaço de trabalho tudo o que não seja útil, deixando apenas o que for realmente necessário para a execução das atividades.

Senso de arrumação (Seiton)

Em seguida a utilização do primeiro Senso, deixando apenas o necessário dentro do ambiente de trabalho, deve-se aplicar a sua organização. Após deixar no ambiente apenas os objetos que possuem utilidade, esses devem ser organizados posteriormente começando com o estabelecimento de um sistema de comunicação visual, onde cada objeto fica disposto de acordo com a sua frequência de uso. Assim, quanto mais utilizado um objeto ou ferramenta, mais fácil será a sua disponibilidade no ambiente de trabalho, com uma visibilidade bem maior. Deve ser feita uma identificação com uma coloração definida para cada objeto.

Senso de Limpeza (Seiso)

Durante essa etapa do Sistema, após a organização anterior, necessita-se que haja a conservação do ambiente restaurado anteriormente. Para isso, é necessário que haja o asseio em relação ao local, como os pisos, paredes, objetos e ferramentas, onde todas as pessoas que utilizam aquele espaço são responsáveis por manter a sua limpeza e organização. Isso permite que o Senso de Organização se mantenha de maneira limpa e ordenada.

Senso de Padronização e Saúde (Seiketsu)

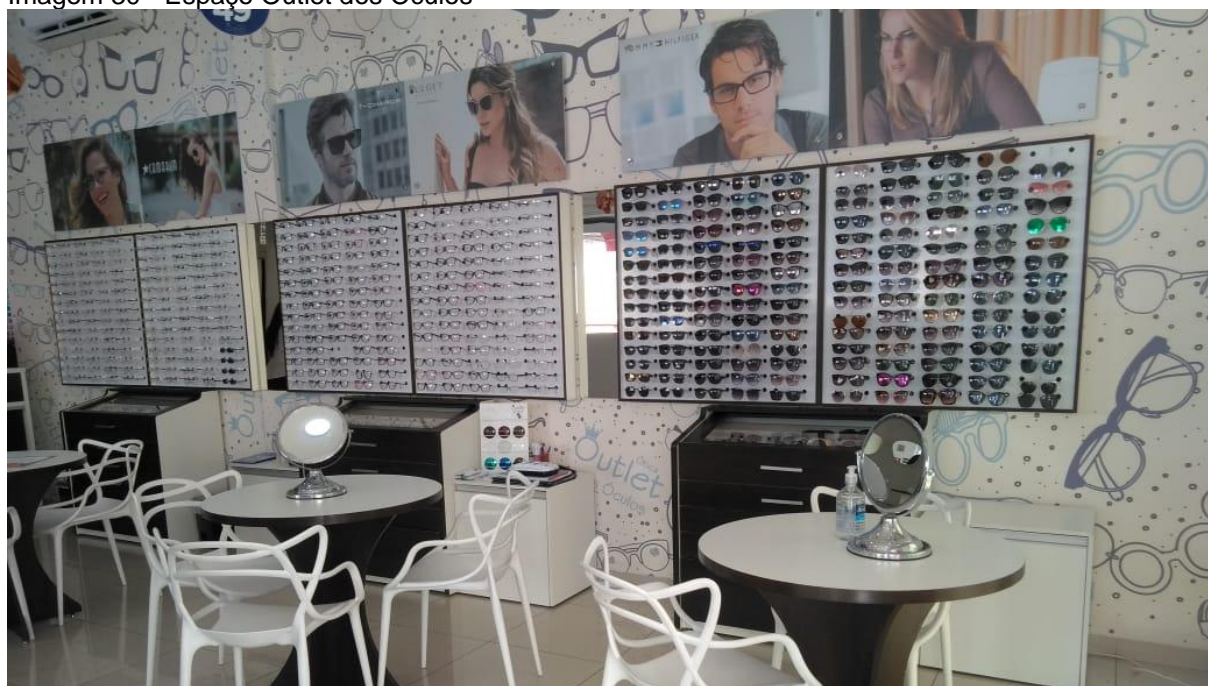
A etapa posterior a da limpeza trata da padronização do sistema, onde após a análise de utilidade, organização e limpeza, os novos hábitos devem ser

incorporados. Essa padronização será realizada e fundamentada em regras claras e simples sobre como devem ser feitos os processos no ambiente, criando uma rotina que em a ser útil no local. Criam-se procedimentos sérios sobre a organização e limpeza do ambiente de trabalhos.

Senso de Disciplina e Autodisciplina (Shitsuke)

A última etapa do processo responsabiliza-se pelo cumprimento e continuidade das etapas anteriores, com o comprometimento individual e em equipe. Nesta fase, normalmente são implantados programas pedagógicos que auxiliam os colaboradores a manterem os hábitos anteriores. Para se obter disciplina é preciso constante vigilância e controle, isso é tarefa da chefia de cada setor.

Imagem 30 - Espaço Outlet dos Óculos



Fonte: Autoria própria

7 RESULTADOS ALCANÇADOS

Este trabalho mesmo com a paralisação devido à pandemia mostrou aos integrantes do grupo uma real relação na prática as adversidades que uma empresa enfrenta e com os ensinamentos passados durante o curso de administração foi colocado a nós sugerir aos donos da empresa quais medidas e ferramentas eles devem aplicar na para atenuar ou até mesmo resolver os problemas apresentados nas visitas técnicas.

Sabendo dos problemas o grupo aconselhou que a loja investisse em divulgações no Instagram e Facebook, trabalhando ainda mais a relação com os clientes pela internet, a loja aplicou isso em suas atividades e os resultados foram positivos com muitos clientes chegando até a loja através das publicações nas redes sociais.

Outro problema apresentado pelo dono da Outlet dos Óculos em Tatuí foi que a empresa apresentava uma falta de organização e de gerenciamento de seu estoque e peças que entravam e saíam da loja. Com isso o grupo propôs a eles o uso de um software que gerenciasse o estoque da loja e apresentou a ferramenta do 5S para que a loja resolva outro problema que seria a organização.

Com isso a Outlet dos Óculos conseguiu atenuar as suas adversidades que vinham atrapalhando em seu desenvolvimento no mercado, fazendo com que a loja tenha uma melhor visibilidade de acordo com seus valores para se tornar cada vez mais uma empresa competente e competitiva dentre os seus concorrentes.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do Trabalho de Conclusão de Curso o grupo pode aplicar na prática os conhecimentos e técnicas adquiridas no decorrer dos 3 (três) anos de curso de Administração da Etec Sales Gomes, além de aprimorar o desenvolvimento das melhorias e evoluções dentro das estratégias organizacionais e administrativas para o estabelecimento e gerencia da Ótica Outlet dos Óculos.

Tiveram-se como fundamentos e conceitos essenciais para a formação do documento, a dedicação e o empenho do grupo, de maneira conjunta com o auxílio do professor orientador Edimur Vaz, buscando um desenvolvimento satisfatório e eficaz perante os objetivos declarados anteriormente, visto as inúmeras dificuldades geradas pela pandemia do vírus “Corona Vírus”, que atingiu o Brasil em fevereiro de 2020, sendo responsável pela adaptação e reformulação dos fundamentos para a formação do TCC, a partir de aulas e tarefas apresentadas de maneira online.

Portanto, vê-se a importância da formação e aprendizado dos conceitos e ensinamentos determinados de modo online, mostrados pelo professor orientador e com referências de trabalhos anteriores da escola, utilizados como meio de determinar e conduzir um trabalho que trouxesse resultados e auxílio para o estabelecimento, e para a formação da equipe e para a conclusão do curso.

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRET, Richard. **Libertando a Alma da Empresa: como transformar a organização numa entidade viva**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Cultrix, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 1997.

COBRA, Marcos. **Estratégias de Marketing de Serviços**. 2ª edição. São Paulo: Cobra, 2001.

COLLINS, J. & PORRAS, J. **Feitas para durar: Práticas bem-sucedidas de empresas visionárias**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

ENDEAVOR. "**Missão, Visão e Valores: ferramenta gratuita para definir a identidade do seu negócio**". Disponível em: <<https://endeavor.org.br/pessoas/missao-visao-e-valores/>>. Acesso em 16 de junho de 2020.

FERREL, O. C.; HARTLINE, M.D. **Estratégia de marketing**. São Paulo: Thomson, 2005.

GABRIEL, Lucas. "**4 Ps do marketing: entenda o conceito do Mix de Marketing**". Rockcontent, 2018. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/4-ps-do-marketing/>>. Acesso em 19 de junho de 2020.

GILLES, B. de Paula. "**Matriz SWOT ou Matriz FOFA: utilizando a Análise SWOT para conhecer as cartas do jogo e aumentar as chances de vitória da sua empresa!**". Treasy, 2015. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/matriz-swot-analise-swot-matriz-fofa/>>. Acesso em: 21 de junho de 2020

LAPA, Reginaldo. "**Programa de Qualidade 5S**". IFSC USP. Disponível em: <<http://www.ifsc.usp.br/~qualidade/qualidadewp/arquivos/5s.pdf>>. Acesso em: 24 de outubro de 2020.

MOTA, Gleison. "**Canvas: o que é e para que serve?**". Administradores, 2019. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/canvas-o-que-e-e-para-que-serve>>. Acesso em 16 de junho de 2020.

ONCLICK. "**6 razões para utilizar um software para controle de estoque**". Onclick. Disponível em: <<https://onclick.com.br/artigos/6-razoes-para-utilizar-um-software-para-controle-de-estoque/>>. Acesso em 19 de junho de 2020.

ORIONTEC. "**Entenda a importância do software de controle de estoque nas empresas**". Oriontec, 2019. Disponível em: <<https://blog.oriontec.com.br/entenda-a-importancia-do-software-de-controle-de-estoque-nas-empresas/>>. Acesso em 18 de junho de 2020.

PAULILLO, Gustavo. "**Matriz SWOT: como fazer a análise estratégica de sua empresa**". Agendador, 2019. Disponível em: <<https://www.agendor.com.br/blog/matriz-swot-como-fazer/>>. Acesso em: 21 de junho de 2020.

SEBRAE. "**CANVAS: como estruturar seu modelo de negócio**". Sebrae/PR. Disponível em: <<https://www.sebraepr.com.br/como-estruturar-seu-modelo-de-negocio/>>. Acesso em 16 de junho de 2020.