



DA SALA DE AULA PARA A COMUNIDADE EMPRESARIAL: ANÁLISE CRÍTICA DE LAYOUT DE UM SALÃO DE BELEZA

Autores: Amanda Albarello FRIZON, Ana Carlona Pereira da SILVA, Milena Cardoso SUZENA, Victória de Oliveira COSTA, Susana Nunes Taulé PIÑOL.

Identificação autores: Acadêmica do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Acadêmica do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Acadêmica do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Acadêmica do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Orientador IFC-São Francisco do Sul.

Avaliação na modalidade: Extensão

Área do conhecimento/Área Temática: Sociais Aplicadas/Tecnologia e Produtividade

Nível: Médio

Introdução

Este estudo ilustra a aplicabilidade de conteúdos do componente curricular Gestão de Serviços do primeiro ano do Curso Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio junto à comunidade empresarial. O desafio vivenciado pelos alunos foi o de convidar uma empresa de médio ou pequeno porte e aplicar junto a mesma algumas das principais ferramentas de gestão da qualidade para o segmento de serviços. Neste sentido apresenta-se a aplicação da análise de layout junto a um salão de beleza considerando-se o comportamento do consumidor.

Terpe (2014) destaca que layout significa mais que a estética da empresa. Um bom arranjo físico permite a funcionalidade do processo produtivo, a segurança e o bom aproveitamento do espaço considerando economia e tempo. O comportamento do consumidor costuma ser afetado pelo layout. Mudanças no espaço empresarial que o cliente tem acesso podem promover uma maior sensação de conforto, uma exposição melhor dos produtos, um aumento nas vendas, um aumento da compra por impulso entre outros efeitos.

O objetivo geral deste trabalho é aplicar a análise crítica de layout no âmbito da gestão de serviços junto a um salão de beleza. E os objetivos específicos são: verificar o atual layout adotado pela empresa para atender os clientes; analisar criticamente o atual layout considerando os conceitos de estudo de layout; e propor melhorias.

Material e Métodos

Com o intuito de implantar a análise de layout foi necessário cumprir as seguintes etapas: visita à empresa para explicar a atividade e efetivar o convite de participação no projeto; visita para coleta de dados com registro de fotos do ambiente acessível ao cliente; esboço do arranjo físico e do fluxo de clientes; análise crítica do



espaço, segundo os conceitos zona de aterrissagem, zona morta, compra por impulso, sintonias, entre outros pertinentes ao estudo de layout para atendimento ao cliente; e proposição de melhorias.

O registro de fotos, a observação do fluxo de clientes durante a prestação de serviços, as sondagens junto ao empresário e aos colaboradores, as orientações em sala de aula e a consulta bibliográfica foram os métodos empregados para a efetivação desta consultoria conduzida pelos alunos matriculados na disciplina de Gestão de Serviços. Os resultados, além de uma breve descrição da empresa, apresentam as análises realizadas.

Resultados e discussão

O salão JuliAna, considerado como uma empresa de pequeno porte, tem como objetivo atender e prestar serviços de qualidade, assim transmitindo confiança a todos os seus clientes. O estabelecimento que presta uma ampla variedade de serviços relacionados à beleza, entre os quais: manicure e pedicura, sendo estes os serviços mais procurados, depilação, sobrancelha, mechas, luzes, coloração, alisamento progressivo e definitivo, corte de cabelo, hidratação, penteados em geral e maquiagem. Além de oferecer um atendimento diferenciado para noivas, formandos e aniversariantes, a empresa também vende e revende cremes, máscaras de tratamento para cabelo, xampus, e diversos outros produtos profissionais que não são encontrados em lojas de cosmético.

O público que frequenta o estabelecimento é predominantemente feminino influenciado, principalmente, por fatores psicológicos e pessoais. Este perfil de cliente procura um atendimento de qualidade associado a um ambiente confortável que promova o bem-estar. Na análise de layout foi possível constatar climatização agradável, assentos estofados, guloseimas, segurança e qualidade, diversidade nos serviços, respeito no ambiente, local higienizado e vista para a praia.

A zona de aterrissagem (espaço de ingresso do cliente no ambiente de loja), a zona de menor fluxo de clientes, a zona de maior fluxo de clientes podem ser observada na Figura 1. Nesta imagem também é possível observar as sugestões de pontos para inserção de compras por impulso e para inserção de um mural informando os diversos serviços que são fornecidos no estabelecimento.

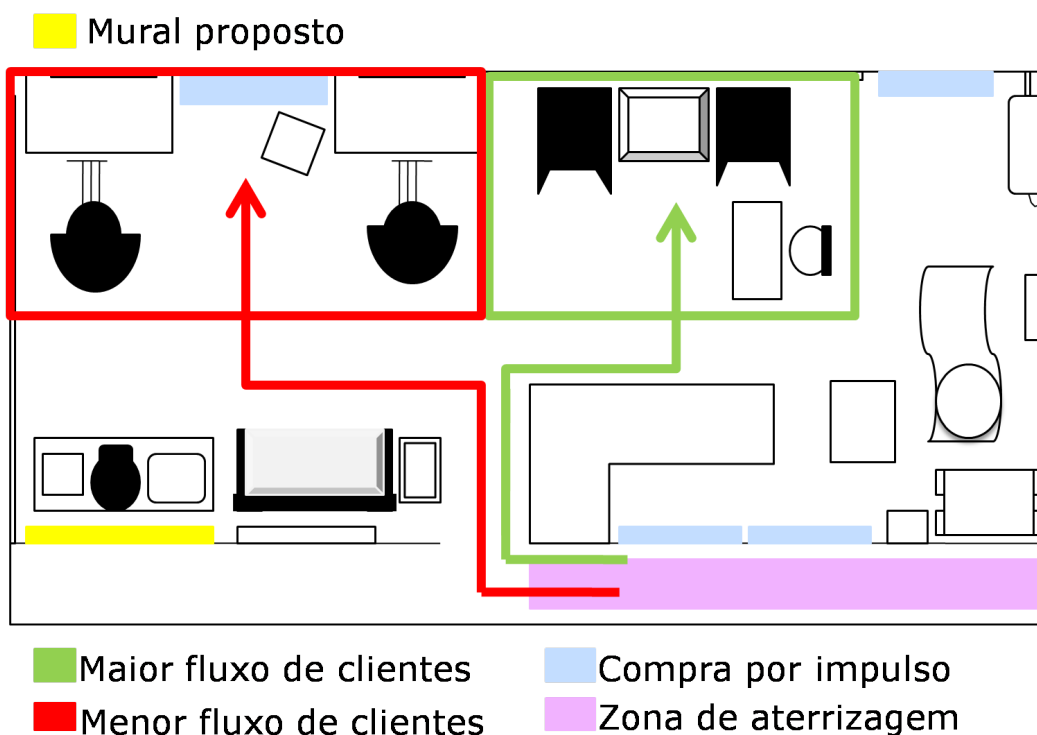


Figura 1: Análise do layout e proposição de melhorias

A compra por impulso é uma das formas da empresa aumentar o seu tíquete médio de venda por cliente. Neste contexto o salão de beleza que já vende alguns produtos correlatos pode melhorar a exposição destes produtos. O mural mostrando os serviços ofertados e, até mesmo alguns resultados obtidos pelos clientes que utilizaram o serviço, pode incentivar a aquisição de novos serviços por parte dos clientes.

Conclusão

Em relação ao estudo realizado pelos alunos, a análise de layout apontou que o atual layout está bom e que a inserção de mural e pontos de compra por impulso podem promover mais vendas junto ao mesmo cliente que já conhece o salão e colabora com o marketing boca a boca.

No que diz respeito à aplicação dos conceitos vistos em sala de aula pelos alunos do ensino médio os resultados alcançados mostram que é possível aproximar não apenas a teoria da prática, mas a escola da comunidade. Os alunos, ao constatarem a realidade empresarial, não apenas reconhecem os conceitos, mas percebem que podem promover melhorias na sociedade sob o ponto de vista de sua atuação profissional em formação. Os empresários passam a ter acesso, mesmo que indireto, do conhecimento



acadêmico, e ampliam a perspectiva de melhorias dos seus negócios e de aprimoramento profissional, senão seu, de seus colaboradores.

Referências

TERPE, 2014. Saiba a importância de ter um bom layout em sua empresa. (terpe.com.br/blog/saiba-a-importancia-de-ter-um-bom-layout-em-sua-empresa/).

Acesso: 20/04/17.