



Os caminhos da trança

Menilson Paixão Dias

Joyce é uma aluna do terceiro ano do ensino médio, mas que já enxerga no empreendedorismo a oportunidade de ganhar o seu dinheiro pelos bairros de Nova Iguaçu, através das tranças que faz em seus clientes.

IDENTIFICANDO OS POTENCIAIS DA TURMA - SEMANAS 1 A 4

Os primeiros encontros foram para lembrar alguns conceitos do ano anterior e identificar os potenciais empreendimentos dentro do bairro, da escola e da sala. Entre tantas histórias uma chama atenção uma menina de 1,50m e cheia de histórias e atitude Joyce Assis.

MAS AFINAL QUEM É JOYCE?

Joyce de Assis Matos, nascida em Nova Iguaçu, criada por seu pai enquanto, sua mãe trabalhava e terminava sua faculdade.

DEFININDO O PROJETO DE EMPREENDIMENTO - SEMANAS 5 A 10

Entrevista:

POR QUE OPTOU POR FAZER TRANÇAS E NÃO MAQUIAGEM OU CURSO PREPARATÓRIO?

Por sempre admirar sua mãe, seguiu seus conselhos, e aos 12 anos, descobriu o carinho e o amor por sua descendência negra. Assim assumiu seu cabelo natural, mas até aprender a lidar com ele, optou por usar tranças.

QUAIS CURSOS FEZ PARA SE DAR TÃO BEM NESSA ÁREA?

Infelizmente sua mãe ficou desempregada, não podendo pagar um novo curso, assim então, Joyce decidiu aprender sozinha com ajuda da internet, que era ferramenta que estava disponível.

MODELAGEM DE NEGÓCIOS APRESENTAÇÃO - SEMANAS 11 A 14

QUAIS ESTRATÉGIAS DE MARKETING UTILIZOU PARA DIVULGAR SEU TALENTO?

Sites que meu público-alvo mais usava como: Facebook, WhatsApp.

QUANDO CONSIDEROU SER A HORA DE DAR O PRIMEIRO PASSO PARA UMA AUTONOMIA FINANCEIRA?

Quando decidi comprar um celular. Vi que não era tão difícil, bastava ter foco.

MODELAGEM DE NEGÓCIOS TESTAGEM SEMANAS 15 E 16

QUAIS ESTÃO SENDO SEUS MAIORES DESAFIOS?

Por eu passar a maior parte do tempo na escola só tenho vaga aos finais de semana e assim a concorrência leva o bônus por sempre ter todas as datas disponíveis.

COMO DIFERENCIA O SEU LUCRO E LUCRO DA SUA EMPRESA?

Ainda não tenho uma estratégia fixa, pois não consegui montar meu *studio*, mas aos poucos vou guardando pequenas quantias para o futuro, e assim dividindo entre 50% para contas (cartão, matérias etc.) 30% para gastos pessoais e 20% para o futuro.



MODELAGEM DE NEGÓCIOS CLIENTES SEMANAS 17 A 22

COMO CONQUISTOU SUA CLIENTELA?

Sempre sendo atenciosa, e deixando as pessoas com total liberdade para falar ou pedir o que quiserem, assim agradando o cliente e mostrando profissionalismo.

FAZ ALGUM TIPO DE CADASTRO DE SEUS CLIENTES? QUAL OU QUAIS?

Sempre na conversa, tento tirar informações que possam ajudar a fazer ele voltar, tanto de curiosidade quanto de ser bem atendido, pedindo para salvar meu número para que possa ver promoções, assim conseguindo sempre manter contato, e vendo o que eles postam posso saber quais ocasiões eles podem ir e talvez eu possa oferecer uma promoção com o gosto deles.

REVISÃO SEMANAS 23 A 25

Neste momento foi realizada uma pausa na produção para rever se o caminho trilhado ainda estava no rumo certo, e foi necessário retornar ao PDCA para verificação.

TRADUZINDO O PLANEAMENTO EM NÚMEROS - SEMANAS 26 A 30

O QUE ERA UM PROBLEMA PARA VOCÊ E QUE AGORA SE TORNOU TRANQUILO DE RESOLVER?

Antes não sabia como lidar com os clientes insatisfeitos e agora sei lidar melhor.

ACOMPANHAMENTO DOS PROJETOS - SEMANAS 31 A 35

TRABALHA COM ALGUMA PLANILHA DE ACOMPANHAMENTO PARA SABER

SE A EMPRESA ESTÁ CRESCENDO OU NÃO?

Guardo algumas agendas antigas e vou comparando os meses, já que quando eu comecei, eu não tinha um celular próprio.

DE ONDE VEM O APOIO OU A FORÇA PARA NÃO DESISTIR?

Porque hoje eu sei que nada é muito cedo para quem sabe o que quer. Já comecei, agora é continuar e multiplicar.

QUANDO OLHA PARA O FUTURO COMO SE VÊ PROFISSIONALMENTE?

Me vejo construindo meu império, e acho que vou servir de inspiração para outros adolescentes.

VOCÊ CONSIDERA QUE SEU TRABALHO TEM ALGUMA FUNÇÃO SOCIAL? FAZER TRANÇAS AJUDA NA AUTOESTIMA DAS PESSOAS?

Sim, já atendi alguns casos de mulheres em transição ou calvície e, no final, dava para ver o brilho no olhar de cada uma delas.

REALIZA ALGUM TRABALHO SOCIAL DENTRO DAS TRANÇAS?

Em alguns casos sim, geralmente são igrejas que me procuram para arrecadar dinheiro para reformas, etc.

SOFRE DISCRIMINAÇÃO DE ALGUMA FORMA POR CAUSA DE SEU TRABALHO?

Sim, pela minha idade, eu tenho que ir a domicílio, e às vezes, as pessoas esperam sempre uma mulher. Acho que é pela minha forma de conversar pelas redes sociais.



NOSSOS RESULTADOS - SEMANAS 36 A 40

APÓS PASSAR A UTILIZAR AS FERRAMENTAS DO EMPREENDEDORISMO, O QUE CONSIDEROU TER MELHORADO EM SEU EMPREENDIMENTO?

Acho que me ajudou a focar, identificar um problema de cada vez e a priorizar resolver cada um em um momento em separado. Pude verificar que existiam problemas que iriam me dar dor de cabeça agora e outros que me trariam problemas no futuro. Então após o trabalho de estudo de caso pude testar as ferramentas pelo olhar dos meus colegas.

Rodei o *lean canvas* e com ele, mesmo trabalhando sozinha, pude identificar uma rede de parceiros que me fornecem produtos. Na minha estrutura de custos agora consigo ver por onde meu dinheiro entra e por onde ele sai. Estabeleci o meu segmento de clientes e agora posso focar nesse grupo ou até pensar em ampliar.

No trabalho de estudo de caso foi falado que eu tenho uma forma muito adolescente de falar com os meus clientes, mas considero que isso seja um ponto forte meu e me diferencie de outros profissionais, mas não me torna amadora. Separei meus contatos pessoais dos profissionais e abri uma conta só para colocar o dinheiro das tranças, mas ainda não consigo separar os gastos, porque meus clientes ainda não são muitos. O ciclo PDCA eu já fazia instintivamente e agora o vejo como uma técnica.

O QUE ESPERA DEIXAR DE LEGADO PARA AS PRÓXIMAS GERAÇÕES?

Nada é muito cedo para quem sabe o que quer. Comecei cobrando apenas R\$3,00 reais para poder comprar as pomadas e

elásticos. Hoje valorizo mais o meu trabalho e entendo que o serviço tem um custo e que se eu não estiver dentro da faixa de preço os meus clientes podem considerar que meu trabalho é ruim.

OUTRAS PESSOAS JÁ TE ABORDARAM NA RUA PARA DIZER QUE SE INSPIRAM EM VOCÊ?

Sim, é muito gratificante ver que por mais que quase ninguém te apoie, vai ter alguém ali que nem me conhece, mas que me observa e gosta do que faço.

Notas de Ensino

- **Resumo:**

Apresentar os resultados de todo um ano de aprofundamento de técnicas não é tarefa fácil, porém, como todos os dados foram coletados de forma prévia, o trabalho comparativo fica menos pesado para a interpretação. Todo empreendimento, por mais estruturado que seja, terá pontos para melhorar por se tratar de um constante melhoramento. Como transmitir esses resultados é que se apresenta como o desafio do momento. Primeiro, é importante trazer à luz todos os dados do empreendimento como: Grau de profissionalismo do empreendedor, clientela, o quanto esses clientes são divulgadores da sua marca, delimitação do público-alvo, dados que podem ser mensuráveis e podem constar dentro do *lean canvas* matriz que precisa ser bem compreendida até para gerar confiança em quem interpretar.



Mas como trazer um ano de experiência para alguns minutos de apresentação? O *elevator pitch* é uma técnica que auxilia o empreendedor a transmitir sua ideia de forma clara e sucinta, prendendo atenção e atraindo a curiosidade de quem ouve. É um jogo de convencimento, e já que estamos falando em jogo, por que não gamificar essa aula tornando em uma competição onde todos saem ganhando.

- **Palavras-chave:**

práticas e processos de gestão (PDCA); técnicas de comunicação; avaliação de competências empreendedoras; avaliação de modelo de negócio; Lean Canvas; estratégias de marketing.

- **Objetivo de aprendizagem:**

- Melhorar a capacidade de falar em público;
- Criar o hábito de se filmar para melhorar dicção e postura;
- Identificar vícios de linguagem e repetição de sons e termos de forma desnecessária;
- Entender a aplicabilidade das ferramentas do empreendedorismo, despertando a atenção para o melhoramento constante de práticas empreendedoras

- **Utilização recomendada:**

Recomendada para o desenvolvimento da unidade temática “comunicação”, proposta na matriz curricular do componente empreendedorismo, durante o quarto bimestre letivo, das

turmas de terceiro ano do ensino médio.
Sugestões:

- **Memorização não intencional :**

É quase impossível falar em técnicas de comunicação sem pensar no teatro que, em última análise, tem a missão de comunicar uma mensagem, então dentro desse processo, utilizaremos a mímica e a imitação. O *post it* também é uma ótima ferramenta para ajudar a organizar ideias e pode estar dentro dessa dinâmica.

- **Jogo da mímica digital:**

Separados em dois grupos, cada grupo terá 10 minutos para identificar 10 músicas, ou filmes ou países, o que for proposto pelo professor. Num primeiro momento cada grupo deve se reunir, se possível em salas diferentes ou um grupo grava na sala e o outro no corredor e escolher a ordem de apresentação que será feito em vídeo único de 10 minutos. Após esses cinco minutos de escolha, mais 10 de gravação, onde cada aluno precisará estar na frente do vídeo realizando a mímica. Ao final dos 10 minutos os dois grupos se reúnem novamente para de fato começar a competição. O vídeo será repassado para o outro grupo que terá o tempo máximo de 15 minutos para relacionar, num papel, os 10 itens propostos. O grupo que executar em menor tempo ganha. A ideia principal desta atividade é



desenvolver a expressão e o hábito de se gravar para se entender e observar as próprias expressões e a dos outros. Comunicação não verbal, capacidade de síntese. Como a Joyce precisou apresentar seu projeto na escola, e se considerar que seu empreendimento necessitará de investimentos também apresentará para possíveis parceiros, então considero esta atividade como oportuna para dar segurança e minimizar as tensões além da auto-avaliação e auto-crítica já que durante o jogo os colegas realizam as críticas ao final se a mímica teve referência com o filme apontado ou se a proposta era uma e o corpo traduziu em outra coisa.

Para além da brincadeira, ao final o professor precisa contextualizar com os alunos que o objetivo principal dessa atividade é o aprimoramento da linguagem corporal, que será indispensável na hora das apresentações dos trabalhos.

- **Fontes de obtenção dos dados do caso:**

Entrevista e formulário de respostas abertas com uma estudante e empreendedora local.

- **Relevância dos tópicos:**

O estudo de caso é uma via de mão dupla onde todos saem ganhando, pois, os alunos adquirem novos conhecimentos para resolver

problemas e, neste caso, a empreendedora expande seus horizontes em que são trazidas opções de melhoramento de seu empreendimento, que antes talvez não enxergasse. As soluções aqui apontadas serão estímulo para outros que queiram seguir por esse mesmo caminho no ramo de serviços. Trabalhar a comunicação é importante em qualquer fase da vida, para quem quer empreender ou apenas ser ouvido em uma roda de conversa. E com a facilidade de captação da imagem através de vídeo se tornar mais popular a cada dia, este trabalho pode ser feito a partir do sexto ano do fundamental para criar nos alunos o hábito e dar segurança na apresentação de outros trabalhos. Trazendo para entrevista, é notório que Joyce inicia seus trabalhos como qualquer outra menina que ainda jovem se vê obrigada a trabalhar tanto para ter a sua autonomia quanto para ajudar seus pais. Empreender está disponível para qualquer pessoa que tenha força de vontade para estar buscando novos conhecimentos na área. Assim para seus colegas de classe, que junto com ela estão estudando o empreendedorismo, encontrarem formas de auxiliar esse projeto torna-se similar a um jogo dos sete erros multiplicado por dez, pois a forma como esse empreendimento nasceu e foi administrado, pelo que já foi aprendido neste curso, é muito similar como outras grandes empresas também nascem, porém, o conhecimento e a gestão são dois



fatores que irão apontar o futuro que o negócio terá. Conhecer o caminho e trilhar são ações distintas que levarão a diferentes fins.

- **Questões para discussão:**

CONHECENDO E EXPLORANDO O NEGÓCIO

- √ A partir da apresentação pela proprietária da empresa, quais fases do projeto necessitaram de atenção?
- √ A partir da análise do caso e fazendo uso da matriz GUT (Gravidade, Urgência e Tendência), qual setor Joyce deve priorizar para otimizar energia e tempo?
- √ A sequência obtida foi a seguinte:

DIVULGAÇÃO:

Como fazer a marca circular de forma espontânea pelo bairro?

- √ A partir do aplicativo canva, a criação de propagandas surtiu efeitos para dar visibilidade à marca. Mas talvez ainda falte uma entrega de brindes com a marca estampada para que as pessoas possam divulgar de forma gratuita. O ponto positivo é que ao encontrar seus clientes a Joyce vai identificá-los, já que utiliza a camisa com a logomarca.

CAPTAÇÃO DE CLIENTES:

Como potencializar de forma efetiva a aquisição de novos clientes?

- √ Pelo pouco tempo entre a aplicação das mudanças e a finalização deste trabalho não foi possível observar

mudanças significativas na adesão de novos clientes. No entanto, de acordo com a teoria de marketing, é possível potencializar clientes por meio de um melhor uso das redes sociais do empreendimento, reforçando o branding da empresa, associando a marca a valores históricos locais ou a temas relevantes como meio ambiente. Uma outra possibilidade é a geração de valor captado através de formulário, disponível nos canais de contato para que seus clientes possam expressar o que desejam. Assim mesmo um empreendimento jovem consegue se descolar da concorrência não sendo apenas um no meio de tantos, mas uma empresa moderna bem-informada sobre os anseios dos clientes e da sociedade.

CANAIS DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE:

- √ Nas novas artes de divulgação, a Joyce incorporou um QR CODE que leva ao seu instagram, onde os clientes podem trocar mensagens e potenciais clientes, encontram fotos do seu trabalho. Para evitar problemas futuros, cabe a Joyce gravar vídeo dos clientes autorizando a exibição da imagem ou preencher um formulário de autorização.

QUE SERVIÇOS O EMPREENDIMENTO PODE OFERECER PARA ESTABELECE



UM CONTATO CONSTANTE COM O PÚBLICO CONSUMIDOR?

- √ Como já aprendemos, o relacionamento com os clientes não se trata de abrir um canal para reclamações, mas conquistar o cliente de forma com que ele tenha a sua empresa em mente sempre que precisar de um produto. Nestes casos a criação de um blog surge como uma ótima opção para manter o cliente sempre atualizado com:
- √ Novas técnicas, penteados, riscos do uso prolongado de tranças?
- √ Até mesmo e porque não uma lista com nomes e contatos de profissionais em outras áreas que realizam trabalhos similares.

QUE AÇÕES A JOYCE PODERIA TOMAR PARA MELHOR SEPARAR A VIDA PESSOAL, DA GESTÃO DO EMPREENDIMENTO?

- √ Como apontado anteriormente, Joyce desenvolveu um instagram profissional. Uma segunda ação foi abrir uma conta de banco virtual para separar as rendas. Uma terceira ação foi criar um whatsapp apenas para clientes, o que possibilita a ela responder apenas em horários comerciais e desativar em dias em que não trabalha, ou outras situações que também envolvem a própria segurança, como imagens de status.
- √ Se existir alguma outra ação que não tenha sido explicitada neste tópico o professor poderá provocar

seus alunos para chegar aos resultados.

REFERÊNCIAS

SUAREZ, Maribel Carvalho; CASOTTI, Leticia Moreira; ALMEIDA, Victor Manoel Cunha de. Beleza Natural: crescendo na base da pirâmide. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, p. 555-574, 2008.