|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **TERMO DE ABERTURA DO PROJETO** | | |
| **1. Identificação do Projeto** | | | |
| **Nome do Projeto:** | | Barber-App | |
| **Gerente do Projeto:** | | Marcos Henrique Campos Vogado | |
| **Patrocinador:** | | Membros do projeto | |
| **Data de Início:** | | 16/09/2025 | |
| **Data Prevista Conclusão:** | | 16/08/2026 | |
| **2. Justificativa** | | | |
| Barbearias enfrentam dores recorrentes que impactam receita e operação: no-show e atrasos, agenda desorganizada (regras por profissional e exceções), comunicação ineficiente (ofertas e horários vagos), gestão financeira opaca (sem visão consolidada de taxas/fluxo de caixa), pouca inteligência de dados e experiência limitada do cliente (sem auto agendamento 24/7, pacotes e fidelidade). O projeto resolve essas dores e captura a oportunidade de digitalizar, medir e escalar a gestão de barbearias com foco em ocupação, fidelização e controle. | | | |
| **3. Objetivos** | | | |
| * Reduzir faltas e atrasos via agenda inteligente com lembretes e confirmação ativa. * Aumentar ocupação média com encaixes, auto agendamento 24/7 e campanhas dirigidas. * Elevar fidelização com pontos, pacotes e ações para aniversariantes. * Simplificar o fechamento diário com financeiro consolidado (entradas/saídas/taxas). * Apoiar decisões por dados com relatórios gerenciais e assistente de IA. * Metas indicativas (MVP): −30% a −60% no no-show; +10% a +25% na ocupação; +15% no ticket médio. | | | |
| **4. Escopo do Projeto** | | | |
| **Dentro (MVP):**   * Agenda inteligente (regras, encaixes, confirmação e lembretes). * Relatórios essenciais (ocupação, no-show, receita por serviço/profissional). * Pagamentos Pix integrados. * Campanhas básicas e fidelidade (pontos) + aniversariantes. * Pesquisa de satisfação simplificada. * Multi-barbearia e perfis de barbeiro/cliente.   **Fora (por agora):**   * ERP contábil completo. * Marketplace genérico. * Funcionalidades não validadas pelos KPIs definidos. | | | |
| **5. Premissas e Restrições** | | | |
| **Premissas:** | | | * Usuários (barbeiros e clientes) têm internet e dispositivos (smartphone/computador). * Aplicativo cloud-first com sincronização em tempo real. * Barbearias fornecerão dados suficientes e verídicos para análises. * Integrações disponíveis com push/e-mail/SMS e Pix. |
| **Restrições:** | | | * Orçamento limitado na fase MVP. * Prazo do MVP até 16/03/2026. * Equipe técnica/produto enxuta na fase inicial. * Conformidade com LGPD e políticas de terceiros (SMS, e-mail, pagamentos) |
| **6. Partes Interessadas** | | | |
| * **Equipe de desenvolvimento:** Guilherme Oliveira, Mateus Dias e Marcos Vogado * **Usuários finais:** barbeiros autônomos, equipes e gestores de barbearias. | | | |
| **7. Riscos Iniciais** | | | |
| * Adoção abaixo do esperado por resistência à tecnologia. * Problemas técnicos/usabilidade afetando a experiência. * Custos de aquisição/comunicação (SMS/e-mail) acima do previsto. * Dependência de terceiros (pagamentos/comunicação) e indisponibilidades. * Concorrência com soluções similares; necessidade de diferenciação contínua. | | | |
| **8. Orçamento Estimado** | | | |
| **Protótipo navegável: R$ 0,00 a R$ 300,00**   * Ferramentas de design e prototipagem (Figma/Canva): **grátis** * Hospedagem estática (Vercel/Netlify): **grátis** * Domínio opcional (. com/.com.br): **R$ 50,00–R$ 100,00/ano** * Impressões para apresentação: **R$ 30,00–R$ 100,00** | | | |
| **9. Critérios de Sucesso** | | | |
| * No-show: redução de 30% a 60% (pré vs. pós). * Ocupação média: aumento de 10% a 25%; ticket médio: +15%. * Operação: fechamento diário em minutos, com financeiro consolidado. * Experiência: NPS/CES em melhora contínua. * Adoção: crescimento do auto agendamento 24/7 e % de Pix conforme metas do MVP. | | | |
| **10. Aprovação do Projeto** | | | |
| **Nome:** [Marcos H. Guilherme O. Mateus P.]  **Cargo:** [Universitários/Estagiário]  **Data: 27/09/2025** | | | |
| **Assinatura:**    **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** | | | |