

Contribuição do projeto de extensão “IF Mais Gestão” na reestruturação empresarial: o caso de uma empresa de uniformes.

Kristina da Silva¹, Maiara Paula Woievoda Onyszko¹, Érik Eduardo da Silva¹, Keila Cristina da Rosa^{1*}
*Orientadora

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) –
Campus Erechim. Erechim, RS

A pandemia de Covid 19 demandou modificações nas estruturas empresariais. Os micro e pequenos empreendimentos, pela sua importância na geração de emprego e renda no Brasil, foram fortemente impactados (SEBRAE, 2022). O projeto IF Mais Gestão: Apoio à Micro e Pequenos Empreendedores surgiu nesse contexto, tendo como objetivo oferecer apoio a estes empreendedores em diferentes áreas de gestão, visando a melhoria de processos e resultados organizacionais. Mesmo num contexto pós pandêmico, muitos negócios que sofreram com os impactos do período tiveram que se reinventar como forma de sobreviver. Caso de uma das empresas atendidas pelo projeto, que mudou totalmente o seu modelo de negócio nos últimos dois anos, passando de uma indústria de vestuário em jeans (com foco no mercado B2B - lojistas), a uma empresa do segmento de uniformes empresariais. Esse estudo apresenta os principais resultados do atendimento à empresa no ano de 2023. A metodologia utilizada envolveu três etapas: diagnóstico, priorização e planos de ação. O diagnóstico ocorreu com consulta a dados secundários e reuniões com a empreendedora. A priorização definiu as ações mais relevantes no momento, e a etapa de plano de ação, em andamento, envolve a execução das ações priorizadas. Como resultados, destaca-se o auxílio na definição do planejamento estratégico da empresa, no planejamento de marketing e gestão financeira, com aprimoramento dos controles de gestão. A empresa já teve três diferentes nomes e marcas. A última marca, extremamente feminina, não condizia com o ramo de uniformes empresariais. Foi então modificado o nome empresarial de modo que represente a trajetória da empresa, união das marcas e tenha relação com o negócio atual. Após, o posicionamento estratégico da empresa foi delineado e a partir dele o plano de marketing, que encontra-se em fase de execução e visa contribuir para a divulgação e consolidação da marca. Em paralelo está sendo realizado o planejamento financeiro e sugeridas ferramentas de gestão para dar suporte ao sistema de decisão no âmbito operacional. Nesse sentido, a transformação vivenciada representa não só uma adaptação ao mercado mas também uma redefinição dos objetivos e valores da empresa, consolidando sua presença no mercado com uma marca mais robusta. Esses avanços atestam o compromisso do projeto em integrar saberes acadêmicos a práticas empresariais, destacando a importância de iniciativas que unem adaptação e inovação para o desenvolvimento sustentável de micro e pequenos empreendimentos no contexto local.

Palavras-chave: Posicionamento Estratégico; Plano de Marketing; Gestão Financeira; Micro e Pequenos Empreendedores.

Modalidade: Extensão