

Projeto IF+Mais Gestão: Ampliando o potencial de pequenos empreendimentos

Kelen Renata Rosset¹, Silvana Saionara Gollo¹, Adriana Storti¹, Keila Cristina da Rosa^{1*}

*Orientadora

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

O projeto IF+Gestão: Apoio à Micro e Pequenos Empreendedores surgiu no contexto da pandemia de COVID-19, visando amenizar os impactos da mesma sobre os pequenos negócios. O objetivo geral consiste em prestar apoio à micro e pequenos empreendedores de Erechim/RS, por meio de acompanhamento e orientação em diferentes áreas de gestão. A metodologia envolve três etapas: diagnóstico, priorização e planos de ação. Para o diagnóstico são realizadas pesquisas e entrevistas com os empreendedores, utilizando uma planilha de diagnóstico própria e ferramentas de gestão, como Análise SWOT e Business Model Canvas. A priorização das áreas de atuação é realizada a partir da análise das informações coletadas, sistematização das principais fragilidades do negócio e demandas do empreendedor. Após, são elaborados planos de ação para contribuir em relação aos aspectos identificados. O projeto encontra-se nessa terceira etapa. A empresa em atendimento atua com a confecção de peças em tricot e está em seu primeiro ano de funcionamento. Dentre os principais gargalos identificados, observa-se ausência de planejamento. A empresa atua em três ramos diversos que exigem formas de atuação específicas: coleção própria, uniformes empresariais e private label - produtos exclusivos desenvolvidos e vendidos com a marca da contratante. A necessidade de maior clareza quanto as especificidades do negócio e dos nichos de atuação, além de um plano de marketing com estratégias de comunicação específicas foram aspectos que se destacaram na priorização, uma vez que impactam diretamente nas decisões da empresa. Dentre os resultados práticos até o momento, menciona-se a definição das diretrizes básicas do negócio (missão, visão, valores e objetivos); análise estratégica de cada nicho de mercado evidenciando vantagens, desvantagens e desafios; definição de público-alvo e políticas comerciais para cada ramo de atuação; elaboração e execução de um plano de marketing digital, com a criação de conteúdos próprios para divulgação no instagram; elaboração de materiais gráficos; realização de ensaios fotográficos, elaboração de um catálogo profissional para a empresa, dentre outros. Embora o projeto ainda esteja em andamento, os resultados parciais indicam que o empreendedor desenvolveu uma visão mais ampla do seu negócio, o que permite realizar um planejamento mais efetivo (ainda que informal). As ações de marketing proporcionaram presença digital à empresa, o que auxilia na visibilidade e fortalecimento da marca, além da criação de um portfólio de produtos que apoia a estratégia de vendas. Por fim, o aprendizado de toda a equipe envolvida também é algo que merece ser destacado.

Palavras-chave: gestão; pequenos empreendedores; planejamento; estratégias de marketing.

Modalidade: Extensão