

A experiência do IF Mais Empreendedor em um comércio de alimentos prontos em Viamão - RS

Diego da Rosa dos Santos¹, Daiane de Jesus França², Danilo Mattes Navarro Filho², Priscila Silva Esteves³

¹Autor(a)/Apresentador(a), ²Coautor(a), ³Orientador(a)

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - Campus Viamão, RS

A pandemia de COVID-19 trouxe uma nova realidade e forma de organização para o comércio e serviços. Neste sentido, muitas empresas desses setores foram afetadas diretamente pelas restrições à mobilidade e consequente redução de demanda. O IF Mais Empreendedor é uma ação de extensão que visou auxiliar empresas afetadas pela pandemia, este relato aborda a experiência dessa ação em um empreendimento de alimentos prontos da região metropolitana de Porto Alegre. A empresa objeto da ação é uma churrascaria que surgiu do desejo do pai da empreendedora de ter um negócio da família após se aposentar. Inicialmente era uma loja, que foi dividida entre os dois irmãos. A loja em questão funciona no sistema pegue e leve e trabalha com comidas prontas, basicamente churrasco, com o acréscimo de outros pratos sazonais. O método utilizado partiu de um mapeamento das necessidades da empresa, a definição das prioridades e, enfim, a aplicação do plano de ação e acompanhamento. O mapeamento foi realizado em reuniões com a empreendedora e levou em consideração quatro grandes eixos de análise organizacional: marketing, gestão de pessoas, operação/produção e finanças. Durante o contexto da pandemia, a empresa viu suas vendas caírem em cerca de 68%, o que resultou em um desequilíbrio financeiro. Dois pontos frágeis foram encontrados a partir das informações prestadas pela empreendedora: (1) Marketing – a total ausência da empresa em veículos digitais e outras vitrines virtuais dificultava a penetração do produto ao público alvo. Devido ao surgimento de concorrência e a súbita queda de demanda, era imprescindível que a marca se colocasse como opção para o consumidor que busca este tipo de serviço; (02) Finanças – existe a possibilidade de o problema financeiro ter sido uma consequência direta do problema com marketing. Entretanto, a forma como é realizado pela empresa carecia de uma sistematização que tornasse sua gestão mais clara e eficiente, podendo, portanto, ter colaborado com a situação de desequilíbrio. Com isso, dois planos de ação foram estabelecidos para recuperar o equilíbrio da empresa, iniciando pelas finanças e encerrando com um plano de Marketing. No primeiro eixo, o plano priorizou o controle das receitas e despesas, a separação de resultados pessoais e da empresa, avaliação dos custos (maquinas de cartão e fornecedores) além de implementar o cálculo de indicadores financeiros de rentabilidade e lucratividade. No segundo eixo, a ação focou no gerenciamento das redes sociais, criação de identidade visual, promoção e penetração em ambiente virtual e posicionamento digital. Link da apresentação:

Palavras-chave: Pandemia. Consultoria. IF Mais Empreendedor. Plano de ação.

Trabalho executado no Edital PROEX/IFRS Nº 57/2020 – Fluxo Contínuo do IFRS.