

IF MAIS EMPREENDEDOR NACIONAL 2023: RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS APÓS MPCIOSA PANDEMIA DE COVID-19 – ESTUDO DE CASO NA LOJA MALU

Ana Clara Pereira Soares (bolsista)^{1*}, Thalles Isaque Alves Mendes (bolsista)², Emanuely Alves Pelógio (Orientadora)³

¹ IFNMG, Bolsista Fadema, Tecnologia em Processos Gerenciais

² IFNMG, Bolsista Fadema Tecnologia em Processos Gerenciais

³ IFNMG, Professora Orientadora

*e-mail: acps2@aluno.ifnmg.edu.br

Resumo

A pandemia da COVID-19 surgiu na China em meados de 2019 e se espalhou pelo mundo a fora. No Brasil o vírus chegou em 2020 e, naquela ocasião, os agentes governamentais de todo o mundo, incluindo o Brasil, tiveram que tomar medidas a fim de conter o avanço da doença, os chamados *lockdowns*. Contudo, com um agravante da pandemia, mesmo que as pessoas estivessem dispostas a correr risco de vida e decidissem trabalhar, as consequências sobre a economia seriam ainda piores em função do colapso do sistema de saúde, com efeitos diretos sobre os níveis de emprego e de produção. Nesse contexto, a obrigatoriedade do encerramento das atividades consideradas “não essenciais” pelos agentes governamentais, por períodos de tempo que, em muitos casos, excederam 45 dias, a maioria das operações empresariais, que já operavam no limite de sua capacidade muitos dos projetos pessoais e profissionais, foram abortados, não apenas no curto prazo, mas, dependendo do tipo do sonho ou do projeto, no prazo médio ou longo ([1], [4], [6], [7]). Assim sendo, tendo em vista os problemas da pandemia e as suas consequências na economia do país, surge em 2021 a proposta do Programa IF MAIS EMPREENDEDOR NACIONAL por meio da Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação (SETEC), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais (IFSULDEMINAS) e da Fundação de Apoio ao Desenvolvimento da Extensão, Pesquisa, Ensino Profissionalizante e Tecnológico (FADEMA) em que tem por objetivo a execução de projetos de extensão tecnológica, em nível nacional, para o atendimento, apoio e orientação a Micro e Pequenos Empreendedores e Empreendedores Individuais por meio de ações de remodelagem de negócios que foram afetados negativamente pela Pandemia da Covid-19 ([3]). Nesse escopo, este resumo tem por objetivo apresentar os resultados parciais da implementação desse projeto que tem por objetivo geral ajudar na recuperação das empresas afetadas negativamente pela Pandemia da COVID-19 localizadas na cidade de Almenara/MG através da construção de um Planejamento Estratégico para as empresas. A metodologia adotada no projeto classifica-se como exploratória, descritiva e possui caráter qualitativo, com a utilização do método de coleta de dados entrevistas semiestruturadas ([5]). Para elaboração do diagnóstico estratégico foi adotado o Ciclo PDCA que é uma ferramenta da área de gestão empresarial que define as quatro principais ações para melhorar processos: Planejar, Executar, Verificar e Agir. O objetivo do PDCA é gerar melhorias contínuas de processos e produtos, a fim de resolver problemas e gargalos. E a metodologia utilizada para criar o plano de ação é conhecida como 5W2H e se origina do inglês: *why, what, when, who, where, how e how much*. Traduzindo para o português, temos: por que, o que, quando, quem, onde, como e quanto. A empresa aqui estudada é o Loja Malu que é uma micro empresa com comércio varejista de artigos do vestuário, calçados e bijuterias. Esta empresa foi acompanhada por um período de 7 meses (maio a novembro de 2023) para auxiliar na implementação do Plano de Ação. Após a entrevista com as empresárias, chegou-se ao seguinte problema: “Melhoria do Marketing Digital”. Com base nesse resultado, foi elaborado um Plano de Ação com estratégias como: melhorando os vídeos e postagens nas redes e mídias sociais, fazer várias postagens todos os dias (vídeos e stories), pelo menos 10 postagens com diferentes produtos (as postagens terão enquetes para chamar atenção e cativar os clientes), serão feitas também parcerias e eventos online como sorteios e promoções para trazer mais proximidade entre os clientes e a loja. Conclui-se, que nesses 4 meses de acompanhamento, a empresa dedicou tempo e recursos financeiros para a implementação das ações propostas no Plano de Ação. Porém, nos últimos meses percebeu-se uma falta de interesse em continuar com as estratégias sugeridas pelo projeto. Limitando assim, a atuação dos bolsistas na empresa. Como resultado, tem-se que a empresa busca usar o marketing digital como meio para alavancar as vendas e atrair mais clientes. E tem conseguido isso através da ajuda deste projeto.

Palavras-chave: Ciclo PDCA, Planejamento Estratégico, Plano de Ação.

Referências:

- [1] AQUINO, E. M. L.; SILVEIRA, I. H.; PESCARINI, J. M.; AQUINO, R.; SOUZA-FILHO, J. A. D.; ROCHA, A. D. S.; FERREIRA, A.; VICTOR, A.; TEIXEIRA, C.; MACHADO, D. B.; PAIXÃO, E.; ALVES, F. J. O.; PILECCO, F.; MENEZES, G.; GABRIELLI, L.; LEITE, L.; ALMEIDA, M. D. C. C. D.; ORTELAN, N.; FERNANDES, Q. H. R. F.; ... LIMA, R. T. D. R. S. Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, p. 2423–2446, jun. 2020. <https://doi.org/10.1590/1413-81232020256.1.10502020>.
- [2] COELHO, J. M.; SOUZA, M. C. A. F. A importância do planejamento estratégico para as empresas de pequeno porte. **Anais do Congresso Brasileiro de Custos - ABC**, 1999. Disponível em: <https://anaiscbc.abcustos.org.br/anais/article/view/3206>.
- [3] GOMES, A. F.; OLIVEIRA, V. C.; BRITO, V. S.; SILVA, Y. D. J. Consultoria empresarial: relato de experiência com a remodelagem dos negócios participantes do Programa IF Mais Empreendedor Nacional 2021. Relato de experiência com a remodelagem dos negócios participantes do Programa IF Mais Empreendedor Nacional 2021. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v. 7, n. 3, 2023. DOI 10.29327/237867.7.3-3. Disponível em: <https://revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/517/799>. Acesso em: 23 ago. 2023.
- [4] JUNIOR, R. R. F.; RITA, L. P. S. Impactos da Covid-19 na Economia: limites, desafios e políticas. **Cadernos de Prospecção**, v. 13, n. 2, p. 459–459, 16 abr. 2020. <https://doi.org/10.9771/cp.v13i2.36183>.
- [5] MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- [6] ROCHA, B. A.; PELOGIO, E. A. A gestão estratégica como ferramenta de recuperação de microempreendimentos individuais sob a ótica do impacto da Pandemia de Covid-19. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 11, n. 1, p. 56–65, 1 jun. 2023. <https://doi.org/10.32888/cge.v11i1.57104>.
- [7] SCHREIBER, D.; MORAES, M. A.; STASIAK, L. O impacto da crise pelo Covid-19 nas micro e pequenas empresas. **Revista Vianna Sapiens**, v. 12, n. 1, p. 30, 23 fev. 2021. <https://doi.org/10.31994/rvs.v12i1.707>.

Apoio: A Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação (SETEC), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais (IFSULDEMINAS) e a Fundação de Apoio ao Desenvolvimento da Extensão, Pesquisa, Ensino Profissionalizante e Tecnológico (FADEMA) pelo apoio financeiro para a execução do projeto.