

ANÁLISE DE COMPETÊNCIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE MICROEMPRESAS DE MODA DO SERIDÓ/RN

Skills Analysis for the Development of Fashion Micro Enterprises in Seridó/RN

Silva, Alison Lima da; Graduando; Instituto Federal do Rio Grande do Norte, lima.alison@escolar.ifrn.edu.br¹

Faria, Maria Eugênia Álvares de; Graduada; Instituto Federal do Rio Grande do Norte, alvares.faria@escolar.ifrn.edu.br²

Mendes, Layla de Brito; Doutoranda; Instituto Federal do Rio Grande do Norte, layla.mendes@ifrn.edu.br³

Resumo: Este artigo apresenta o relato de experiência de um projeto de extensão desenvolvido no ano de 2023, no Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do IFRN *campus* Caicó, cujo objetivo era de assessorar microempresas varejistas de moda situadas na região do Seridó do Rio Grande do Norte. Através de seis etapas, o projeto resultou no atendimento de cinco empresas, contribuindo para o desenvolvimento do comércio local, para além de permitir a troca de conhecimentos entre o mercado e a academia, por meio de partilha mútua.

Palavras chave: Moda; varejo; Seridó/RN.

Abstract: This article presents the experience report of an extension project developed in 2023 in the undergraduate course of Technology in Fashion Design at the IFRN *campus* Caicó, whose objective was to advise fashion retail micro-enterprises located in the Seridó region of Rio Grande do Norte. Through six stages, the project resulted in eight companies being attended, contributing to the development of local commerce, in addition to allowing the exchange of knowledge between the market and academia through mutual sharing.

Keywords: Fashion; retail; Seridó region.

Introdução

O Núcleo de Extensão e Prática Profissional (NEPP) foi fundado em 2017 no *campus* Caicó do Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN), vinculado ao Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda. O objetivo do NEPP é ser um espaço onde os conhecimentos teóricos adquiridos pelos alunos, durante o curso, sejam combinados com a experiência de vivência no mundo do trabalho, através da oferta de serviços de moda e design à sociedade. Todos os anos os projetos desenvolvidos no NEPP contam com fomento da pró-reitoria de extensão do IFRN e, para tal, devem ser submetidos em editais, para avaliação no âmbito institucional. Sendo a extensão um dos três pilares fundamentais da educação – juntamente com o ensino e a pesquisa – o IFRN tem trabalhado constantemente para consolidar as atividades desenvolvidas neste âmbito como diretrizes institucionais, por estas se preocuparem diretamente com a

¹ Graduando em Design de Moda pelo IFRN *campus* Caicó.

² Designer de Moda pelo IFRN *campus* Caicó.

³ Doutoranda em Design de Moda e mestra em Design de Comunicação de Moda pela Universidade do Minho, especialista em Criação de Imagem e Styling de Moda pelo Senac SP e engenheira têxtil pela UFRN. Docente dos cursos Superior de Tecnologia em Design de Moda e Técnico em Vestuário do IFRN *campus* Caicó.



disseminação do conhecimento e com a relação dos conteúdos com a comunidade, em prol do desenvolvimento das sociedades (Mendes e Meireles, 2020).

A região do Seridó Norte-rio-grandense é um reconhecido polo na produção têxtil e produtos confeccionados diversos, tanto em escala industrial quanto artesanal. Sublinha-se o fato de que a cidade de Caicó, a mais populosa da região, se destaca como segunda maior produtora de bonés do país e como importante produtora de bordados artesanais típicos, inclusive com selo de Indicação Geográfica (conferido pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) em 2020) (Agência Sebrae de Notícias, 2020). Além do mais, a cidade consagra-se como centro comercial da região, sobretudo no que diz respeito a venda de produtos de moda.

Desse modo, um dos projetos executados pelo NEPP no ano de 2023, centrou-se em ações de assessoramento em moda e design para empresas varejistas da região. Ajustando-se às necessidades de cada empresa, as ações incluíram melhorias nos processos, serviços, organização dos estoques e marketing. O intuito foi melhorar a relação entre varejistas e consumidores e aplicar os conhecimentos teóricos dos alunos de design de moda. A divulgação, a seleção de participantes, a prospecção de negócios, o treinamento dos alunos, as visitas, o diagnóstico e o desenvolvimento de planos de ação foram todos componentes da abordagem utilizada. O referencial teórico se baseou na apreciação das vocações locais e no fortalecimento da cooperação entre academia e mercado. Isso promove o aprendizado prático e a troca de experiências entre alunos e lojistas visando promover o crescimento e a melhoria dos negócios locais.

Objetivo do Projeto

O objetivo principal deste projeto foi apoiar e fortalecer as micro e pequenas empresas de varejo de moda no Seridó Norte-rio-grandense, contribuindo para o desenvolvimento econômico local e ensinando aos alunos a aplicar seus conhecimentos teóricos na vida real, como também promover a criatividade e o crescimento econômico do setor varejista de moda na área.

Relevâncias

As micro e pequenas empresas são essenciais para a economia brasileira e contribuem significativamente para o PIB (Produto Interno Bruto) e a geração de empregos, tornando esse projeto relevante. Fortalecer o setor varejista de moda no Seridó ajuda a expandir a economia local e, sobretudo, preservar a cultura e a história da região. Além disso, oferece aos alunos uma chance única de aplicar seus conhecimentos teóricos em situações reais. Ainda em um ponto de vista nacional, é fundamental dar ênfase em forma de informação e assessoria a pequenos comércios locais, tendo em vista a competitividade existente a partir das grandes varejistas de *fast-fashion* (nacionais e internacionais), que representam uma enorme parcela no comércio de produtos de moda.

Referencial Teórico

A indústria da moda abrange todas as atividades relacionadas ao design, fabricação, distribuição e venda de roupas e acessórios, e é um setor amplo e dinâmico. Milhões de pessoas são empregadas por este setor, que desempenha um papel importante na economia global e tem um impacto na cultura, estilo de vida e tendências de consumo ao redor do mundo. Conforme estimativas do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2023), o varejo de moda no Brasil vendeu 6,55 bilhões de peças em 2023, um aumento de 3,8% em relação ao seu ponto alto em 2019.

O Brasil é um país reconhecido no setor da moda, e os motivos pelos quais este reconhecimento existe pode ser percebido, de maneira particular, em cada um dos estados. É um dos países com os consumidores mais motivados em consumir roupas, calçados e acessórios, tornando-se um importante expoente no varejo de moda global. O Brasil ocupa a quarta posição entre as economias emergentes, atrás apenas de outros grandes mercados como Rússia, Índia e China (E-commerce Brasil, 2024), e este dado possui influência direta dos números provenientes do varejo de moda.

Relativamente ao Rio Grande do Norte, o estado possui mais de 14 mil empresas em operação e a indústria da moda é o segmento com o maior número de negócios formalizados (SEBRAE, 2023). Paulo Miranda, gerente do escritório regional do Sebrae no Oeste Potiguar, afirmou que o setor de moda e vestuário tem o maior número de CNPJs abertos em todo o Rio Grande do Norte e isto demonstra o papel importante que o setor desempenha na economia local e na criação de empregos e renda (SEBRAE, 2023).

Metodologia

Para execução do presente projeto foi planejada uma sequência de seis etapas como forma de elucidar os participantes a respeito das atividades a serem seguidas ao longo dos meses de junho a dezembro de 2023. O trabalho se iniciou pela etapa 1, divulgação do projeto nas redes sociais da instituição, seguida pela seleção dos participantes através de entrevista para compor a equipe de desenvolvimento do projeto, tendo sido selecionados discentes de diversos períodos do CST em Design de Moda. Com os alunos escolhidos foram realizadas reuniões de alinhamento, para traçar os passos a serem seguidos, iniciando os trabalhos com a criação de artes para folders de divulgação do projeto para a comunidade externa nas mídias institucionais, juntamente com o formulário de inscrição.

A divulgação do projeto e prospecção das empresas, além da forma virtual com publicações nas mídias sociais do instituto, do curso e dos discentes participantes, também se deu de forma presencial, ou seja, prospecções *in loco*, tendo os alunos visitado diversos empreendimentos de varejo de moda no centro comercial de Caicó/RN, os convidando a participarem do referido projeto (etapa 2). Paralelamente a divulgação e

prospecção das empresas, ocorreu o treinamento dos alunos selecionados, com o intuito de desenvolver habilidades necessárias à execução das atividades a serem trabalhadas (etapa 3).

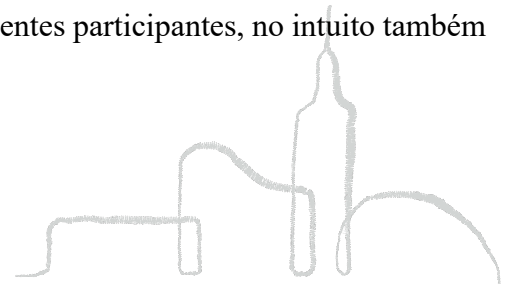
Em seguida, fez-se o levantamento das empresas prospectadas, tendo sido selecionadas 8 lojas no setor de varejo de moda, então ocorreu a divisão das empresas entre os discentes participantes do projeto, definindo quem ficaria responsável por cada uma, como também foi feita uma distribuição de tarefas (ainda parte da etapa 2). Com as empresas definidas e divididas, iniciou-se a fase de visitas às lojas, com o intuito de dar boas-vindas ao projeto e esclarecer como ocorreria as ações. Na sequência, foi desenvolvido um questionário diagnóstico para ser aplicado em cada empresa, com o objetivo de identificar os anseios e necessidades, os pontos fortes e fracos e, conseqüentemente, conhecer mais a fundo suas demandas (etapa 4, apresentada na figura 1).

Figura 1: Visita a uma das lojas participantes, para aplicação do questionário diagnóstico.



Fonte: Arquivo NEPP, 2023

Com os diagnósticos feitos e analisados, seguiu-se para a etapa da elaboração do plano de ação de cada empresa, definindo as ações a serem desenvolvidas em cada mês (etapa 5). Desse modo elaborou-se um cronograma, em que foram estabelecidas etapas a serem cumpridas durante o processo, delimitando prazos. Durante todo o projeto aconteceram reuniões semanais com a participação de toda equipe para o planejamento e execução das ações (etapa 6), iniciadas com a apresentação dos diagnósticos a cada empresa. Por fim, o projeto foi encerrado com uma avaliação final, feita pela equipe de docentes e discentes participantes, no intuito também de traçar estratégias para ações futuras.



Análise dos Resultados

Apesar das dificuldades enfrentadas durante a execução deste projeto, os resultados pretendidos foram alcançados. Mesmo havendo resistência por parte das confecções para ações propostas por discentes, algumas melhorias puderam ser executadas. Das oito empresas que iniciaram o projeto, cinco foram assessoradas pelos discentes pertencentes ao NEPP, até o final, sendo seis localizadas na cidade de Caicó e uma localizada na cidade de Jucurutu.

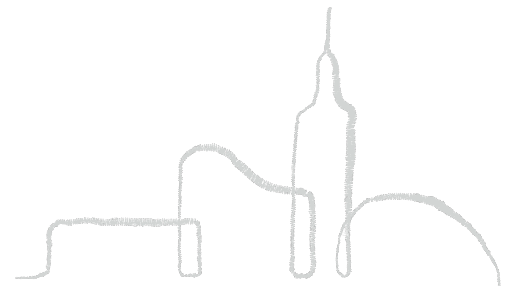
Relativamente ao caráter prático do projeto, as seguintes ações foram executadas: treinamento com os lojistas e vendedores sobre identidade visual da loja (e marca), principalmente nas redes sociais (logotipo, cores, fontes); estudo teórico sobre visual merchandising, para melhor compreensão de estratégias de organização do ambiente de loja e vitrine; treinamento sobre visual merchandising e prática/execução na loja (Figura 2); visita de acompanhamento de manutenção da prática realizada sobre visual merchandising; estudo teórico sobre técnicas de vendas; e por fim, foi feita uma revisão dos pontos trabalhados durante e posterior finalização do projeto com entrega de brinde (Figura 3) e conversa, onde os proprietários das lojas puderam avaliar as ações realizadas durante a assessoria.

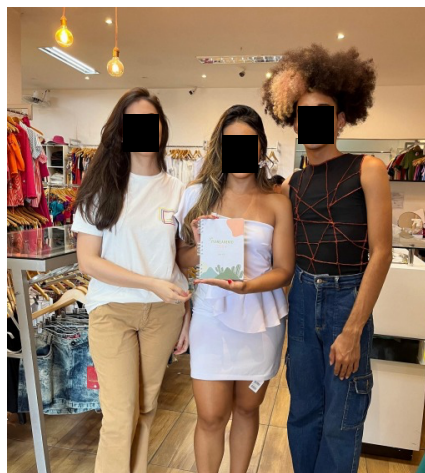
Figura 2: Prática de visual merchandising em uma das lojas participantes do projeto.



Fonte: Arquivo NEPP, 2023

Figura 3: Finalização do projeto em uma das lojas participantes.





Fonte: Arquivo NEPP, 2023

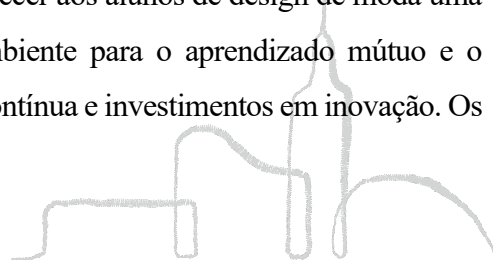
Considerações Finais

Os resultados do projeto foram significativos para as cinco empresas atendidas, bem como para os cinco alunos participantes. A assessoria especializada ajudou as empresas a melhorar seus procedimentos, serviços, organização de estoque de loja e estratégias de marketing. Por outro lado, os alunos tiveram a oportunidade de aplicar os conhecimentos que aprenderam em sala de aula na vida real, aprimorar suas habilidades profissionais e promover uma troca útil de experiências. Como consultores, a equipe ajudou a levar uma abordagem didática aos microempresários de moda. Logo, ajudando os empresários a entender o valor dos campos de design, marketing e gestão, explicando-os de forma fácil de entender.

Ao longo do projeto, vários microempresários demonstraram dificuldades para permanecer competitivos no mercado. A falta de experiência em marketing digital, os problemas com a gestão eficaz de estoques e a falta de perspectiva sobre inovação em design e produtos foram alguns dos obstáculos enfrentados. Esses desafios muitas vezes resultavam em baixa exposição no mercado e problemas para atrair e reter clientes.

A equipe criou planos de ação individuais para cada empresa com base nos diagnósticos realizados. A reorganização do *layout* da loja para aumentar a atratividade visual, planos de marketing digital para aumentar a presença *online* e métodos de gestão de estoque para maximizar os recursos disponíveis foram algumas das soluções disponíveis. Estas medidas visavam não apenas resolver os problemas imediatos, mas também fornecer aos empresários a formação necessária.

O projeto mostrou que apoiar micro e pequenas empresas de varejo de moda no Seridó Norte-rio-grandense é importante para o desenvolvimento econômico da região, bem como para fornecer aos alunos de design de moda uma formação prática. A interação entre a academia e o mercado criou um ambiente para o aprendizado mútuo e o desenvolvimento profissional, e isto fortaleceu a necessidade de colaboração contínua e investimentos em inovação. Os



resultados mostram que o projeto foi bem-sucedido e que outras iniciativas semelhantes são úteis para fortalecer o setor varejista e fomentar o desenvolvimento regional.

O sucesso deste projeto demonstra a importância de manter e expandir iniciativas que integrem o conhecimento acadêmico com as demandas do mercado. A cooperação entre alunos e microempresários fortaleceu os negócios locais, além de fornecer aos alunos uma ampla gama de experiências práticas. Isso melhorou a preparação dos alunos para os desafios profissionais que virão. A implementação deste modelo em outras áreas e setores pode aumentar ainda mais os benefícios para as economias locais e para a formação de profissionais qualificados.

Referências

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Bordados de Caicó conquistam selo de Indicação Geográfica**. 2020. Disponível em: <<https://rn.agenciasebrae.com.br/arquivo/bordados-de-caico-conquistam-selo-de-indicacao-geografica/>>. Acesso em: 24 fev. 2024.

ARAÚJO, Adrianna Paula de Medeiros. **Bordando tecidos e memórias**: uma etnografia das bordadeiras do município de Caicó-RN. 2011. Disponível em: <<http://www.cchla.ufrn.br/shXIX/anais/GT23/ANAIS%20SH.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2024.

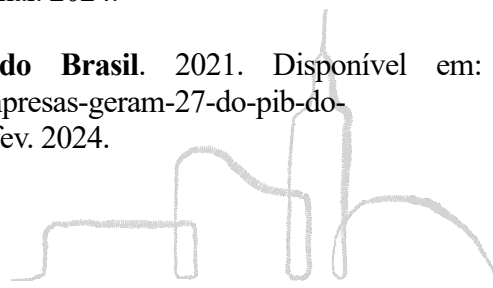
AZEVEDO, Maria das Vitórias de Macêdo. **O empoderamento da mulher do Seridó Norte-rio-grandense**: inclusão social a partir do Programa Mulheres Mil no Instituto Federal do Rio Grande do Norte (Brasil)-Campus Caicó. Orientador: Vilarinho, Emília. 2020. 144f. Dissertação de mestrado - Especialidade em Sociologia da Educação e Políticas Educativas, Departamento de Ciências Sociais em Educação, Universidade do Minho, Guimarães, 2020. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/64249/1/Maria%20das%20Vit%C3%B3rias%20de%20Mac%C3%AAdo%20Azevedo.pdf>>. Acesso em: 06 mar. 2024.

E-COMMERCE BRASIL. **Varejo de moda: como melhorar a experiência do cliente e vender mais?** Disponível em: <www.ecommercebrasil.com.br/artigos/varejo-de-moda-como-melhorar-a-experienciado-cliente-e-vender-mais>. Acesso em: 06 mar. 2024.

MENDES, L. de B.; DE MELO MEIRELES, M. K. A implantação de um núcleo de extensão em um curso superior de tecnologia em Design de Moda. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 4, n. 1, p. 167-179, 2020. DOI:10.5965/25944630412020167. Disponível em: <<https://www.periodicos.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/16357>>. Acesso em: 06 mar. 2024.

SEBRAE. **Moda, o que esperar da indústria têxtil em 2023**. 2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-o-que-esperar-da-industria-textil-em-2023,3b84c93a0b8a6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em: 05 mar. 2024.

SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. 2021. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 24 fev. 2024.



SEBRAE. **Tendências para o varejo da moda abrem oportunidades para empreendedores.** 2023. Disponível em: <<https://rn.agenciasebrae.com.br/2023/03/29/tendencias-para-o-varejo-abrem-oportunidades-para-empresendedores-da-moda/>>. Acesso em: 06 mar. 2024.

