

IMPACTO DO IF MAIS EMPREENDEDOR EM MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS

Jéssica dos S.L.Gonella¹; Pietro L.B.SILVA².

RESUMO

O projeto TEC CIRCULAR: Competitividade, Economia Circular e Sustentabilidade, apresenta as ações desenvolvidas no projeto IF Mais Empreendedor, vinculado ao Instituto Federal do Sul de Minas Gerais – Campus Inconfidentes. A proposta visa fortalecer a sustentabilidade econômica, social e ambiental de Micro e Pequenos Empreendedores (MPEs) e Produtores Rurais da região, integrando ferramentas de gestão, tecnologias digitais e estratégias de economia circular. Foram atendidos seis empreendimentos: Parque Ecológico Cachoeira dos Félix, Brechó Manas, Vanessa Make-up, 3D Inc, Casa da Criança e Estilo Confecção. Com base em diagnósticos iniciais e aplicação de ferramentas como análise SWOT, matriz GUT e diagrama de Ishikawa, foram desenvolvidos planos de ação personalizados. As ações incluíram workshops, oficinas, assessorias técnicas e produção de materiais digitais, resultando em avanços significativos na gestão, sustentabilidade e presença digital dos negócios atendidos. Assim, o objetivo deste estudo é analisar os impactos do projeto IF Mais Empreendedor na gestão, sustentabilidade e presença digital de micro e pequenos negócios da região do Sul de Minas Gerais.

Palavras-chave: Inovação; Sustentabilidade; Economia circular.

1. INTRODUÇÃO

O projeto IF Mais Empreendedor – TEC Circular: Transformação, Economia Circular e Competitividade, desenvolvido no IFSULDEMINAS – Campus Inconfidentes, teve como propósito central apoiar Micro e Pequenos Empreendedores (MPEs), fortalecendo suas práticas de gestão, sustentabilidade e transformação digital.

Dessa forma, o objetivo deste estudo é analisar os impactos do projeto IF Mais Empreendedor na gestão, sustentabilidade e presença digital de micro e pequenos negócios da região do Sul de Minas Gerais. A clareza desse objetivo permite alinhar os diagnósticos realizados, os métodos aplicados e as conclusões obtidas, garantindo coerência e rigor acadêmico.

A proposta buscou integrar ensino, pesquisa e extensão, conectando a comunidade acadêmica às demandas reais do território e oferecendo soluções inovadoras para empreendimentos locais. Ao todo, foram atendidos seis negócios: Parque Ecológico Cachoeira dos Félix, Brechó Manas, Vanessa Make-up, 3D Inc, Casa da Criança e Estilo Confecção, cada qual com desafios específicos e potencialidades próprias.

A economia circular foi um dos eixos centrais da proposta, entendida como uma alternativa ao

modelo linear tradicional e voltada à regeneração e reutilização de recursos, reduzindo desperdícios e impactos ambientais (MACARTHUR, 2013; GEISSDOERFER et al., 2017). Neste contexto, buscou-se aplicar também estratégias de gestão como a análise SWOT, a matriz GUT e o diagrama de Ishikawa, articulando teoria e prática em um processo de diagnóstico e intervenção colaborativa (GÜREL; TAT, 2017).

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação do projeto IF Mais Empreendedor se apoia em três pilares: economia circular, gestão estratégica e inovação digital.

A economia circular se apresenta como um novo paradigma sustentável que propõe a maximização do uso de recursos, o prolongamento do ciclo de vida dos produtos e a regeneração dos sistemas naturais. De acordo com MacArthur (2013), trata-se de uma economia restaurativa e regenerativa por design. Geissdoerfer et al. (2017), complementam que a circularidade deve estar integrada à sustentabilidade econômica, ambiental e social, sendo uma alternativa prática ao modelo linear.

Para o diagnóstico organizacional, utilizou-se a análise SWOT (GÜREL; TAT, 2017), que permite identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, proporcionando uma visão sistêmica dos negócios. A priorização de problemas foi feita por meio da matriz GUT, que leva em consideração a gravidade, urgência e tendência de cada desafio. Já o diagrama de Ishikawa possibilitou o mapeamento das causas dos problemas organizacionais, auxiliando na construção de soluções com base na lógica de causa e efeito. Por fim, o Easy Strategic Canvas foi adotado como ferramenta auxiliar na elaboração dos planos de ação, especialmente nas ações relacionadas ao posicionamento digital e estratégias de comunicação visual (SOARES, 2021).

3. MATERIAL E MÉTODOS

A equipe foi composta por bolsistas dos cursos técnicos e superiores do IFSULDEMINAS, sob coordenação de docente com experiência em administração. Os seis empreendimentos atendidos foram selecionados a partir de critérios como vulnerabilidade econômica, potencial de transformação e interesse em práticas sustentáveis. O percurso metodológico envolveu cinco etapas: diagnóstico inicial com uso da análise SWOT para identificar pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças de cada negócio (GÜREL; TAT, 2017); priorização de problemas com a matriz GUT; aprofundamento das causas com uso do diagrama de Ishikawa; construção de planos de ação com base na metodologia 5W2H (SOARES, 2021); e execução e avaliação das ações, com aplicação de

indicadores de desempenho econômico, social e ambiental (SCARPELLINI et al., 2019).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A aplicação combinada das ferramentas estratégicas gerou um diagnóstico preciso e estruturado das principais dificuldades enfrentadas pelos empreendimentos, permitindo a construção de soluções viáveis e alinhadas às suas realidades. Três casos se destacam:

Parque Ecológico Cachoeira dos Félix

O diagnóstico inicial evidenciou pouca visibilidade digital, embora a empresa possuísse forte compromisso ambiental e bom potencial turístico. A análise SWOT revelou como fraqueza a comunicação ineficaz e como oportunidade o crescimento do ecoturismo (GÜREL; TAT, 2017). A matriz GUT auxiliou na priorização da ação de marketing ambiental, considerada de alta gravidade e tendência crescente. Com o Diagrama de Ishikawa, mapearam-se causas como a ausência de conteúdo visual atrativo e estratégia de engajamento. A principal intervenção foi a produção de vídeos institucionais, promovendo a atuação sustentável do empreendimento nas redes sociais.

Brechó Manas

O empreendimento apresentava dificuldades de engajamento e fidelização de clientes. A SWOT indicou como ponto forte o conceito de moda circular e como ameaça o crescimento de grandes redes de brechós online. A matriz GUT apontou como prioritária a ação de capacitação. Utilizando o Diagrama de Ishikawa, identificou-se a falta de identidade de marca como causa principal. O plano de ação incluiu um workshop de moda circular, incentivando práticas sustentáveis no setor de vestuário, alinhadas ao conceito de economia circular (MACARTHUR, 2013).

3D Inc

A 3D Inc, empresa voltada à impressão tridimensional, apresentava dificuldade de reconhecimento de marca e comunicação com o público. A análise SWOT apontou como força a inovação tecnológica e como fraqueza a ausência de posicionamento digital. A matriz GUT priorizou a necessidade de melhorar a visibilidade e engajamento. As intervenções incluíram a criação de postagens temáticas no Instagram, voltadas à divulgação de produtos, aplicação prática da impressão 3D e diferenciais da empresa, além da realização de um workshop sobre uso do Canva para criação de conteúdo visual. O Easy Strategic Canvas foi utilizado para organizar as ideias e estruturar os objetivos de comunicação (SOARES, 2021).

5. CONCLUSÃO

O projeto TEC Circular evidenciou o potencial da extensão universitária como agente de transformação econômica e social. A aplicação de ferramentas como análise SWOT, matriz GUT e diagrama de Ishikawa proporcionou intervenções direcionadas e eficazes nos empreendimentos acompanhados. Além disso, o projeto promoveu a internalização de conceitos da economia circular, contribuindo com o desenvolvimento sustentável e a formação integral dos estudantes. As experiências vividas demonstram que é possível articular conhecimento acadêmico, estratégias de gestão e inovação com impacto social direto e mensurável.

REFERÊNCIAS

GEISSDOERFER, Martin; SAVAGET, Paulo; BOCKEN, Nancy M. P.; HULTINK, Erik Jan. The Circular Economy – A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, v. 143, p. 757-768, 2017. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652616321023>.

GÜREL, Emet; TAT, Merba. SWOT Analysis: A Theoretical Review. *Journal of International Social Research*, v. 10, n. 51, p. 994-1006, 2017. Disponível em:

https://www.sosyalarastirmalar.com/cilt10/sayi51_pdf/6iksisat_kamu_isletme/gurel_emet.pdf.

MACARTHUR, F. E. *What is a circular economy? A framework for an economy that is restorative and regenerative by design*. Disponível em:

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/concept>.

SCARPELLINI, S. et al. Definition and measurement of the circular economy's regional impact. *Journal of Environmental Planning and Management*, 2019.

SEBRAE. *Impactos da pandemia nos pequenos negócios: retrato até agosto de 2020*. Brasília: Sebrae, 2020. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-impacto-da-pandemia-nos-pequenos-negocios-ate-agosto,584177bce7919710VgnVCM1000004c00210aRCRD>.

SOARES, Ricardo. *Ferramentas Estratégicas para Gestão de Projetos: Easy Strategic Canvas*. São Paulo: Editora Exemplo, 2021.

TIMMERS, Paul. Business Models for Electronic Markets. *Electronic Markets*, v. 8, n. 2, p. 3-8, 1998. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10196789800000016>.