



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CENTRO MULTIDISCIPLINAR DE ANGICOS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA

DAVI BRITO DE VASCONCELOS

**ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS PRODUTORAS DE BONÉ
EM CAICÓ-RN**

ANGICOS-RN

2023

DAVI BRITO DE VASCONCELOS

**ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS PRODUTORAS DE BONÉ
EM CAICÓ-RN**

Monografia apresentada a Universidade Federal Rural do Semi-Árido – UFERSA, Campus Angicos para obtenção do título de Bacharel Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia.

Orientadora: Prof. Dra. Priscila da Cunha
Jácome Vidal

ANGICOS-RN

2023

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

V331a Vasconcelos, Davi Brito de. Análise da competitividade das empresas produtoras de boné em Caicó-RN / Davi Brito de Vasconcelos. - 2023.
51 f. : il.

Orientador: Priscila da Cunha Jácome Vidal.
Monografia (graduação) - Universidade Federal Rural do Semi-árido, Curso de Ciência e Tecnologia, 2023.

1. Análise SWOT. 2. boné. 3. competitividade. 4. economia. 5. indústria. I. da Cunha Jácome Vidal, Priscila, orient. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada por sistema gerador automático em
conformidade com AACR2 e os dados fornecidos pelo)
autor(a). Biblioteca Campus Angicos
Bibliotecário: Helder Romero Maia Duarte
CRB: 15/673

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS PRODUTORAS DE BONÉ EM CAICÓ-RN

Monografia apresentada a Universidade
Federal Rural do Semi-Árido como
requisito para obtenção do título de
Bacharel Interdisciplinar em Ciência e
Tecnologia.

Defendida em: 20/05/2023

BANCA EXAMINADORA



Documento assinado digitalmente

PRISCILA DA CUNHA JACOME VIDAL

Data: 23/05/2023 23:02:24-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dra. Priscila da Cunha Jácome Vidal, Prof. Dra. (UFERSA)
Presidente



Documento assinado digitalmente

LETICIA SOARES TEIXEIRA DE SOUZA

Data: 23/05/2023 08:55:01-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Leticia Soares Teixeira de Souza, Prof. (UFERSA)
Membro Examinador



Documento assinado digitalmente

MARISTELIO DA CRUZ COSTA

Data: 23/05/2023 09:19:36-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Maristelio da Cruz Costa, Prof. Dr. (UFERSA)
Membro Examinador

Nilson de Brito (In Memoriam).
Maria Alice Brito (In Memoriam).

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelo privilégio de ter acesso à educação e pela oportunidade de aprender coisas novas, expandir meus horizontes e aprimorar minhas habilidades. Agradeço pela força concedida para me ajudar na trajetória acadêmica.

Agradeço ao meu pai Lavoisier Fernandes de Vasconcelos e minha querida e amada mãe Marinilce Brito de Vasconcelos pelos incentivos, pelo suporte que sempre foi me dado e por não medirem esforços para que eu pudesse concluir meu curso superior. Agradeço ainda a minha mãe, por se fazer tão presente mesmo existindo uma distância entre as cidades me ligando e desejando forças para seguir.

Agradeço aos meus irmãos; Geórgia, Larice e Mateus por me ampararem em momentos difíceis que são proporcionados pela luta incessante do conhecimento.

Agradeço as minhas filhas Maria Júlia e Maria Luisa por entenderem que para conseguirmos alguns objetivos, seria necessário existir a distância geográfica, mas nunca afetiva.

Agradeço ao meu cunhado Severino Horonaro, que me ajudou nas visitas às fábricas, uma vez que para aplicar o questionário, foi necessário o conhecimento de suas localidades.

Agradeço aos professores do curso de C&T pela contribuição do repasse de conhecimentos, tão importante no que diz respeito a conclusão do primeiro ciclo do meu curso superior me fazendo ter a certeza que fiz a escolha certa para um meio que tem como fim minha profissão almejada.

Agradecimento em especial a minha orientadora, Priscila Jácome, por ter aceitado o desafio de me orientar neste trabalho de conclusão de curso com toda sua experiência e sabedoria. Me munindo sempre de conhecimento e ensinamentos.

Agradeço as pessoas que de certa forma me incentivaram nessa trajetória, em especial aos meus amigos Matheus Vinicius por dividir moradia por tanto tempo e sempre nos entendendo para uma boa convivência.

Agradeço a UFERSA por todos os amigos que fui contemplado durante a graduação, que são eles: Eugênio, Lucas, Eduardo, Adson, Marcos, Júlio, André, Paulo, Leonardo, Pedro, entre outros.

*“Eu nunca pensei na vida,
que meu Deus fosse tão bom,
Pra falar deu-nos o som,
e esta existência comprida.
Pessoa compadecida,
fez tudo bem diferente,
fez lua fria e sol quente,
pra o mundo favorecer.
Devemos agradecer,
o que Deus fez pela gente.”
(Nilson de Brito, in memoriam)*

RESUMO

O aumento da competitividade de mercado mundial é resultado da crescente globalização econômica. Dessa forma, é essencial que empresas de todos os segmentos possam melhorar o desempenho e lucratividade de seus negócios, almejando resultados melhores. Assim, o objetivo dessa pesquisa é analisar a competitividade das empresas produtoras de boné na cidade de Caicó RN. Para tanto, foi realizada uma revisão na literatura, seguido da elaboração de um questionário para coleta de dados, por fim foi aplicada a análise SWOT. Como resultado da aplicação da análise SWOT, se constatou que as forças das empresas consistem em produtos ou serviços diferenciados e boa reputação no ramo, as oportunidades mais citadas pelos respondentes foram expansão do mercado e inovação de produtos ou serviço, por sua vez, as fraquezas mais evidentes são a dependência de poucos clientes/fornecedores e os problemas financeiros. Por fim, as ameaças externas que mais preocupam neste ramo de indústria são a concorrência e a instabilidade política, logo, as ameaças internas existentes são a falta de investimento e os conflitos internos entre membros da equipe. Com esta análise, foram propostas melhorias acerca de uma maior competitividade das empresas no que diz respeito a um melhor aproveitamento das oportunidades, refino de suas forças, e uma atenção redobrada quanto às ameaças e fraquezas enfrentadas pelas bonelarias.

Palavras-Chave: Análise SWOT; boné; competitividade; economia; indústria.

ABSTRACT

The increase in world market competitiveness is a result of increasing economic globalization. Thus, it is essential that companies from all segments can improve the performance and profitability of their businesses, aiming for better results. Thus, the objective of this research is to analyze the competitiveness of cap producing companies in the city of Caicó RN. For that, a literature review was carried out, followed by the elaboration of a questionnaire for data collection, finally the SWOT analysis was applied. As a result of applying the SWOT analysis, it was found that the strengths of the companies consist of differentiated products or services and a good reputation in the field, the opportunities most cited by the respondents were market expansion and product or service innovation, in turn, the weaknesses more evident are dependence on few customers/suppliers and financial problems. Finally, the external threats that most concern this branch of industry are competition and political instability, so the existing internal threats are lack of investment and internal conflicts between team members. With this analysis, improvements were proposed regarding a greater competitiveness of companies with regard to a better use of opportunities, refining their strengths, and a redoubled attention to the threats and weaknesses faced by boner shops.

Keywords: SWOT analysis, cap, competitiveness, economy, industry.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	–	Matriz SWOT.....,	20
Figura 2	–	Fluxograma de uma cadeia de suprimentos.....	21
Figura 3	–	Caracterização da pesquisa.....	23
Figura 4	–	Etapas da pesquisa	24
Figura 5	–	Localização geográfica do Seridó potiguar	26
Figura 6	–	Localização CAICÓ-RN	27
Figura 7	–	Gênero dos empresários	28
Figura 8	–	Faixa etária dos empresários	29
Figura 9	–	Escolaridade dos empresários	29
Figura10	–	Aplicação da matriz SWOT.....	40

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	– Respondentes.....	31
Gráfico 2	– Tempo de empresa.....	32
Gráfico 3	– Empresa familiar?.....	32
Gráfico 4	– Total de funcionários	33
Gráfico 5	– Serviço prestado por fornecedores	34
Gráfico 6	– Ameaças externas.....	35
Gráfico 7	– Ameaças internas.....	35
Gráfico 8	– Pontos fortes da empresa.....	36
Gráfico 9	– Fraquezas da empresa.....	37
Gráfico10	– Oportunidades para empresa.....	38

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Bel	Bacharel
Dr	Doutor
ABIT	Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
ASFAB	Associação Seridoense dos Fabricantes de Bonés
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
RN	Rio Grande do Norte
IEG	Índice de Empreendedorismo Global

LISTA DE SÍMBOLOS

@	Arroba
©	Copyright
®	Marca registrada
%	Porcentagem

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	16
1.1	Objetivos.....	18
1.1.1	Objetivos Geral.....	18
1.1.2	Objetivos Específicos.....	18
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
2.1	Análise SWOT (FOFA).....	19
2.2.	Cadeia de suprimentos.....	20
3	METODOLOGIA.....	23
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	23
3.2	ETAPAS DA PESQUISA	24
3.3	Seridó Potiguar: Localização	25
3.3.1	Caicó	26
3.4	PERFIL DO(A) EMPRESÁRIO(A) ATUANTE NA CADEIA P'RODUTIVA DE BONÉ NO SERIDÓ	28
3.5	PROCEDIMENTO DE COLETA, AMOSTRA E ANÁLISE DE DADOS	30
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	31
4.1	Respostas do questionário	31
4.2	ANÁLISE SWOT.....	40
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	47
	ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO PARA ANÁLISE DA CADEIA PRODUTIVA DE BONÉ EM CAICÓ-RN.....	50

1 INTRODUÇÃO

Os primeiros adereços de cabeça foram criados por volta de 4.000 a.C no antigo Egito, Babilônia e Grécia, quando a utilização de faixas na cabeça tinha objetivo de prender e proteger o cabelo. O primeiro chapéu, foi usado por volta de 2.000 a.C, quando os gregos utilizaram desde objetivo para obter uma proteção ao sol. Entretanto nem todos poderiam utilizar esse acessório na Roma antiga. Por exemplo, os escravos eram proibidos de usar chapéus e somente se libertados que passariam a utilizar um gorro em forma de cone com a ponta caída para o lado em sinal de liberdade (MONTANAUCCI, 2013).

No cenário mundial, o desenvolvimento econômico é constante, fato que pode estar relacionado ao empreendedorismo, que vem se destacando a cada dia. Segundo o índice de empreendedorismo global, em setembro de 2021, o Brasil ocupava a 53ª posição no Índice Global de Empreendedorismo, fundamentalmente com base na criatividade. Algumas regiões podem sofrer com inadequação de renda e privação social devido à falta de algum tipo de atividade laboral que beneficie a população da região. No entanto, algumas áreas são privilegiadas, como a região do Seridó no Rio Grande do Norte (RN), onde atividades tradicionais são praticadas desde 1740. A produção de bonés é uma atividade econômica presente em diversas regiões do Brasil, incluindo o Seridó potiguar, que possui um polo industrial voltado para a confecção de roupas e acessórios. Embora não haja vasto acervo de dados específicos sobre a produção de bonés na região, é possível encontrar empresas e empreendedores que atuam nesse ramo. (BEZERRA, 2010)

A análise de cadeia produtiva é um processo fundamental para compreender o funcionamento de um setor econômico, desde a produção até o consumo final. Segundo Porter (1985), uma cadeia produtiva é composta por diversas etapas, desde a extração das matérias-primas até a entrega do produto final ao consumidor. Cada uma dessas etapas envolve diferentes empresas, fornecedores, distribuidores e consumidores, formando uma rede complexa de interdependências e relações comerciais.

De acordo com Humphrey e Schmitz (2002), a análise da cadeia produtiva pode ser útil para promover a inclusão social e reduzir a pobreza, pois ajuda a identificar as fontes de renda e os elos frágeis da cadeia.

Na região Seridó do RN, a competitividade da cadeia produtiva de estar atrelada a diversos fatores, como a qualidade do produto final, a eficiência dos processos

produtivos, a capacidade de inovação e adaptação às mudanças do mercado, a disponibilidade de mão de obra qualificada, o acesso a matérias-primas e equipamentos modernos, entre outros. Além disso, a concorrência no mercado de bonés é bastante acirrada, com a presença de grandes marcas e a entrada de novos concorrentes. Portanto, é necessário que as empresas que fazem parte desta cadeia, estejam atentas às tendências e demandas do mercado, buscando inovação e aprimoramento constante para se manter competitiva (BEZERRA, 2010).

A análise de competitividade de uma cadeia produtiva envolve a avaliação de vários aspectos, tais como a eficiência produtiva, a qualidade dos produtos, os custos envolvidos, o grau de inovação, entre outros fatores que podem influenciar a competitividade das empresas que compõem a cadeia.

Para realizar essa análise, é importante identificar os principais concorrentes do setor, avaliar seus pontos fortes e fracos e entender como eles se posicionam em relação aos demais participantes da cadeia. Além disso, é necessário analisar o comportamento dos consumidores e a demanda por produtos e serviços oferecidos pela cadeia produtiva. Uma vez identificados esses fatores, é possível criar estratégias para melhorar a competitividade da cadeia, por exemplo, por meio da adoção de tecnologias mais eficientes, da redução de custos, do desenvolvimento de novos produtos e serviços, do aprimoramento da qualidade, entre outras iniciativas (PORTER, 1985).

Um bom exemplo, é a avaliação da cadeia produtiva do café no Brasil, um dos principais produtos agrícolas do país. De acordo com a Embrapa Café (2021), a cadeia produtiva do café no Brasil envolve cerca de 287 mil produtores, 2,6 milhões de trabalhadores e mais de 15 mil empresas, gerando um valor bruto de produção de aproximadamente R\$ 27 bilhões por ano.

Foi observado na literatura poucos trabalhos sobre a competitividade da cadeia produtiva de boné. Diante do exposto, surge a seguinte questão problema: Como está a competitividade da cadeia produtiva de bonés na cidade de Caicó? Para responder a essa pergunta esta pesquisa visa analisar a competitividade da cadeia produtiva de bonés na cidade de Caicó, que está localizada na microrregião do Seridó ocidental e mesorregião central do Rio Grande do Norte.

Uma boa pesquisa acerca de uma cadeia produtiva, permite identificar as principais características do setor, como a concentração de mercado, o poder de barganha dos fornecedores e clientes, as oportunidades e desafios para a competitividade das empresas e a distribuição de valor ao longo da cadeia.

É por meio da educação que uma pessoa tem as raízes do desenvolvimento pessoal e regional. Assim, entende-se que a expansão comercial na área do Seridó poderia facilitar a interiorização da educação profissional e técnica em âmbito nacional, podendo influenciar o estado e outras partes do país a emular uma iniciativa econômica nacional ou algumas cidades (GOMES E RIBEIRO, 2020).

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo geral

Esta pesquisa tem como objetivo, avaliar a competitividade das empresas produtoras de bonés na cidade de Caicó-RN.

1.1.2 Objetivos específicos

- Aplicar questionário e entrevistas de avaliação;
- Aplicar análise SWOT;
- Definir os desafios e melhorias para competitividade das empresas produtoras de boné em Caicó/RN.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Análise SWOT (FOFA)

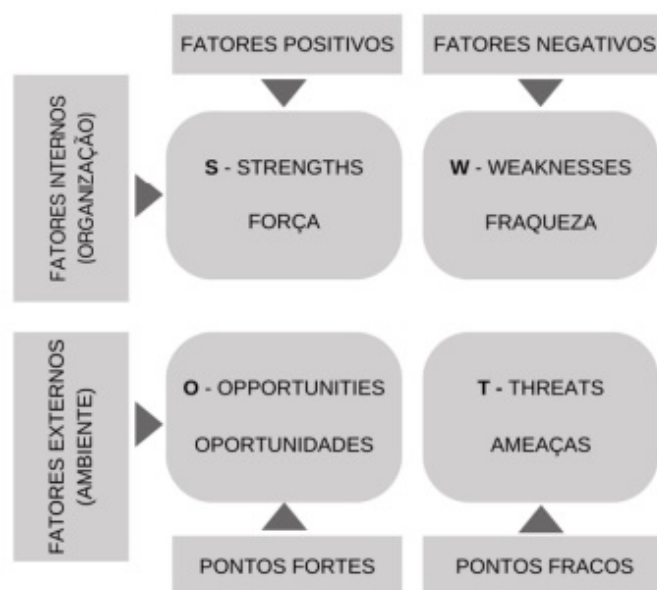
A utilização do método de análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*) tem o início de uso nos anos 60, com um objetivo principal de relacionar os ambientes internos e externos de uma empresa, descobrindo assim, seus pontos fortes e fracos e os comparando com as oportunidades de mercado e potenciais ameaças que podem de alguma forma prejudicar a empresa durante seu desenvolvimento (LEITE & GASPAROTTO, 2018).

Essa análise, é uma ferramenta que produz informações úteis que combinam os objetivos, planos e capacidades de uma organização ou grupo com o contexto social em que opera. Observe que é apenas uma coleta de dados em si, seguida de análise (HOFRICHTER, 2017)

Os pontos fortes referem-se aos atributos internos e recursos que sustentam um resultado bem-sucedido, por outro lado, os Pontos Fracos são os atributos internos e recursos que funcionam contra um resultado bem-sucedido. As oportunidades são fatores externos que a entidade pode capitalizar ou usar em seu benefício. Elas podem surgir de mudanças no ambiente de negócios, avanços tecnológicos, novas demandas do mercado, tendências sociais ou quaisquer outros aspectos externos que possam criar oportunidades favoráveis para a entidade. Por fim, as ameaças são fatores externos que podem comprometer o sucesso da entidade. Elas podem incluir concorrência acirrada, mudanças na legislação, instabilidade econômica, avanços tecnológicos de concorrentes, entre outros

Por meio da análise SWOT, é possível definir estratégias para obter melhores resultados e o atingimento das metas especificadas para a empresa (HOFRICHTER, 2017). Na Figura 1, temos um exemplo de uma matriz SWOT.

Figura 1 - Matriz SWOT



Fonte: Adaptado de Chiavenato e Sapiro (2003).

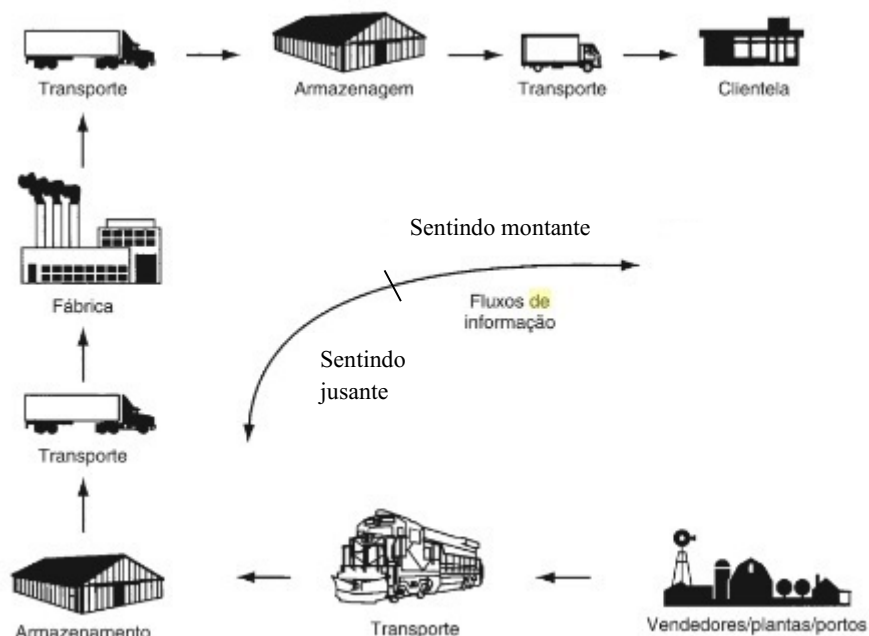
Em conclusão, o método SWOT é uma ferramenta valiosa para a análise de empresas e organizações, pois ajuda a identificar os principais fatores internos e externos que afetam o desempenho da empresa. Ao usar o método SWOT, as empresas podem desenvolver estratégias para melhorar seu desempenho e alcançar seus objetivos de negócios (HILL E WESTBROOKM 1997)

2.2 Cadeia de suprimentos

A cadeia de suprimentos consiste em todas as partes envolvidas direta ou indiretamente no atendimento dos pedidos dos clientes. Inclui não apenas fabricantes e fornecedores, mas também transportadoras, armazéns, varejistas e até os próprios clientes. Dentro de cada organização, bem como dentro de um fabricante, a cadeia de suprimentos inclui todas as funções envolvidas no recebimento e atendimento dos pedidos dos clientes. Essas funções incluem desenvolvimento de produtos, marketing, operações, distribuição, finanças e atendimento ao cliente. O objetivo de uma determinada cadeia de suprimentos deve ser maximizar o valor total produzido. O valor gerado pela cadeia de suprimentos é a diferença entre o valor do produto final para o cliente e o custo incorrido pela cadeia de suprimentos para atender aos requisitos do cliente. Para a maioria das cadeias de suprimentos comerciais, seu excedente estará fortemente relacionado à lucratividade da cadeia de suprimentos, a

diferença entre a receita gerada do cliente e o custo total ao longo da cadeia de suprimentos (CHOPRA e SUNIL, 2011). A Figura 2 representa o fluxograma de uma cadeia de suprimentos.

Figura 2 - Fluxograma de uma cadeia de suprimentos



Fonte: Adaptado de Ballou (2007).

A competitividade da cadeia de suprimentos refere-se à capacidade de uma organização em gerenciar sua cadeia de suprimentos de forma eficaz e eficiente para maximizar seu desempenho e alcançar vantagem competitiva em relação aos concorrentes. Uma cadeia de suprimentos eficiente pode resultar em uma redução de custos, maior velocidade de entrega, melhor qualidade do produto e maior satisfação do cliente, o que pode levar a um aumento da participação de mercado e maiores lucros. Existem várias estratégias que as empresas podem implementar para melhorar a competitividade da cadeia de suprimentos. Algumas dessas estratégias incluem: colaboração, tecnologia, qualidade, flexibilidade e gerenciamento de riscos (CHRISTOPHER 2016).

Os termos "sentido montante", "sentido fornecedor" e "sentido cliente" (jusante) são frequentemente usados no contexto de uma cadeia de suprimentos ou de uma cadeia de valor para indicar a direção do fluxo de bens, informações ou dinheiro entre os diferentes estágios ou participantes. O sentido montante refere-se à direção do fluxo de informações ou produtos a partir do fornecedor ou produtor inicial, passando pelos

estágios intermediários até chegar ao cliente final. Por exemplo, na indústria automotiva, o sentido montante se refere à cadeia de suprimentos que começa com os fabricantes de peças e componentes, passa pelos fabricantes de carrocerias e motores, até chegar aos fabricantes de automóveis, que vendem seus produtos aos consumidores finais. Já o sentido fornecedor é utilizado para se referir ao fluxo de informações ou produtos do fornecedor inicial para o comprador ou cliente. Por exemplo, em uma empresa de varejo, o sentido fornecedor se refere à cadeia de suprimentos que começa com os fornecedores de produtos, passa pelo distribuidor e chega à empresa de varejo, que vende seus produtos aos consumidores finais.

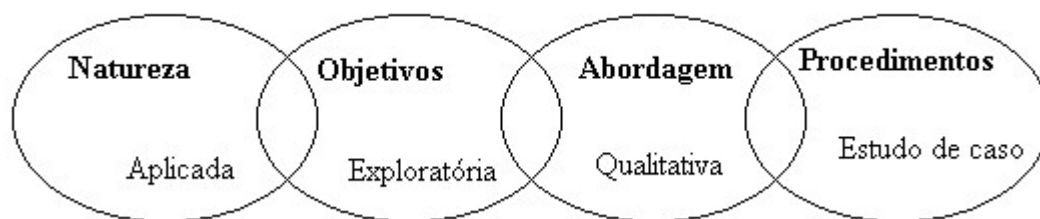
Por fim, o sentido cliente é utilizado para se referir ao fluxo de informações ou produtos do cliente final de volta para o fornecedor ou produtor inicial. Por exemplo, em uma empresa que oferece serviços de manutenção de computadores, o sentido cliente se refere à cadeia de valor que começa com os clientes finais, passa pelos técnicos de manutenção e chega de volta ao fornecedor de peças e componentes que precisa repor os estoques para continuar oferecendo seus serviços. Esses conceitos são importantes para entender como funciona a cadeia de suprimentos e como os diversos elos dessa cadeia se relacionam entre si (CHOPRA e SUNIL, 2011).

3 METODOLOGIA

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa se classifica quanto à natureza, objetivos, abordagem e procedimentos, conforme apresentado na Figura 3.

Figura 3 - Caracterização da pesquisa



Fonte: Autoria própria (2023)

A pesquisa de natureza aplicada, é um tipo de pesquisa científica que busca gerar conhecimento que possa ser aplicado na prática, com o objetivo de solucionar problemas e atender a necessidades concretas da sociedade. A pesquisa aplicada pode ser realizada em diferentes áreas do conhecimento, como saúde, tecnologia, meio ambiente, entre outras (SEGATTO 2019).

De acordo com Gil (2018), a pesquisa exploratória é um tipo de pesquisa que envolve a coleta de dados de fontes diversas, como bibliografias, entrevistas, observações e outros métodos de pesquisa. O objetivo da pesquisa exploratória é explorar um tema de forma ampla e sistemática, a fim de obter um conhecimento mais profundo sobre o assunto e levantar hipóteses preliminares para estudos posteriores.

A pesquisa qualitativa é uma abordagem que utiliza técnicas de coleta de dados, como entrevistas, observação participante, grupos focais e análise de documentos, com o objetivo de compreender as perspectivas, as opiniões e as experiências dos sujeitos estudados. A autora destaca que a pesquisa qualitativa não busca generalizar resultados, mas sim compreender a realidade social em sua complexidade (MINAYO, 2018).

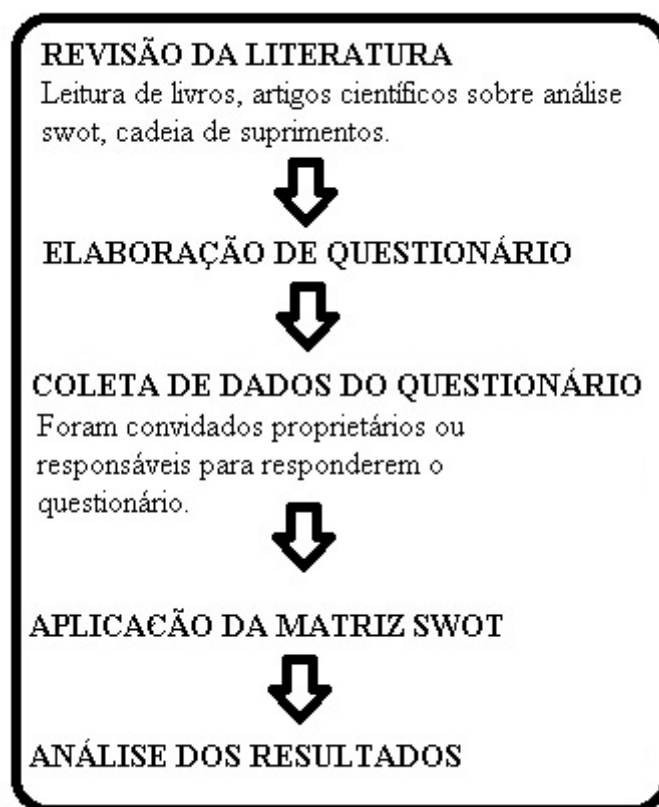
Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. Ele utiliza múltiplas

fontes de evidência e é conduzido de maneira sistemática. O objetivo é entender o fenômeno em profundidade e explorar sua complexidade, tendo como base a experiência real de uma ou mais pessoas, grupos, organizações ou eventos. O estudo de caso é frequentemente utilizado em pesquisas qualitativas (YIN, 2015).

3.2 ETAPAS DA PESQUISA

O desenvolvimento do trabalho consistiu em cinco etapas, conforme apresentado na Figura 4.

Figura 4 - Etapas da pesquisa



Fonte: Autoria própria (2023).

Na primeira etapa foi realizada uma revisão da literatura para se obter uma base teórica acerca dos temas em estudo. Essa revisão permitiu a compreensão de conceitos importantes e conhecimentos relevantes relacionados ao tema

Em seguida, foi elaborado um questionário para coletar dados junto a empresários e gerentes de produção das bonelarias em Caicó-RN. Esse questionário teve como base o trabalho de Araújo (2021). O objetivo era obter informações relevantes

sobre as questões em análise e compreender a visão dos mesmos a respeito da situação que se encontra hoje a competitividade nesse ramo de indústria.

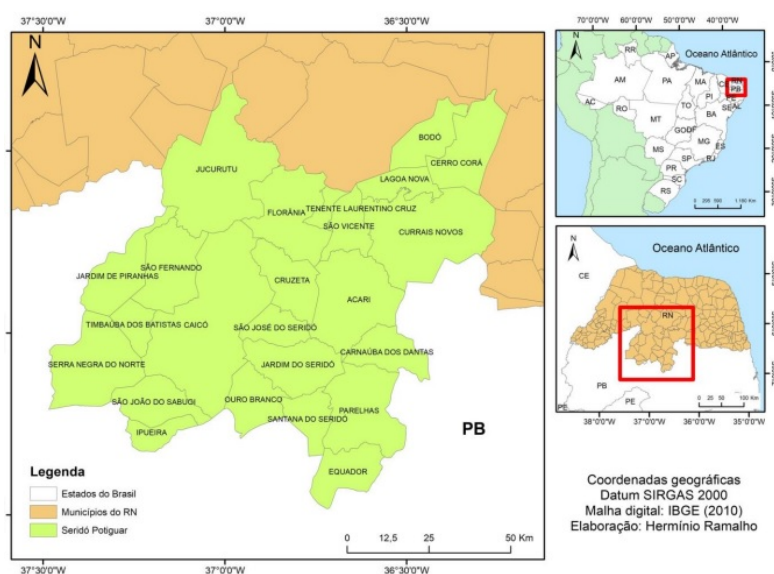
Com os dados coletados, foi aplicada a matriz SWOT, no qual foram identificadas as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças envolvidas em um determinado contexto. Essa matriz permitiu a identificação dos pontos fortes e fracos das empresas, bem como as oportunidades e ameaças encontradas na competitividade das empresas produtoras de bonés.

Por fim, foi realizada a análise dos resultados obtidos, que permitiu a compreensão do contexto estudado, a identificação dos pontos críticos e a elaboração da matriz SWOT.

3.3 Seridó Potiguar: Localização

De acordo com o site oficial de turismo do Rio Grande do Norte, a região do Seridó fica localizada no interior do estado do Rio Grande do Norte, no Nordeste brasileiro. A região é formada por diversos municípios, incluindo Caicó, Parelhas, Currais Novos, Acari, Jardim do Seridó, entre outros. A região do Seridó é conhecida por sua beleza natural, com serras, rios e cânions, além de ser um importante polo de produção de frutas, confecções e artesanato. A cidade de Caicó, por exemplo, é considerada a "capital do Seridó" e é conhecida por suas festas populares, como a Festa de Sant'Ana, além de ter uma economia diversificada com destaque para a agropecuária, comércio e serviços. Na Figura 5 podemos observar a localização geográfica do Seridó.

Figura 5 - Localização geográfica do Seridó potiguar



Fonte: Adaptado de Araújo, F. H. R. & Diniz (2019).

A produção de boné no Seridó, região do Rio Grande do Norte, tem se destacado nos últimos anos, atraindo investimentos e gerando empregos na região. No entanto, essa atividade não é isenta de vantagens e desvantagens. Uma das principais vantagens da produção de boné no Seridó é a geração de renda e emprego para a população local. Segundo dados do Sebrae, a região conta com mais de 60 empresas que produzem bonés, empregando diretamente cerca de 2.000 pessoas. Além disso, a produção de boné tem impulsionado outros setores, como o comércio de tecidos e acessórios, contribuindo para o desenvolvimento econômico da região. A localização estratégica é um outro fator decisivo no que diz respeito a distribuição de produtos acabados ou até mesmo recebimento de matéria-prima. Está situado em uma posição geográfica privilegiada, próxima a grandes centros consumidores do Nordeste, como Natal, Recife e Fortaleza, o que facilita o escoamento da produção. Por fim A produção de bonés requer a utilização de tecidos, linhas, tintas e outros materiais, que podem ser encontrados com facilidade na região, graças à atividade têxtil já consolidada na área (SEBRAE, 2008).

3.3.1 Caicó

Segundo o site Oficial do IBGE 2021, Caicó está localizado a 256 km de distância da capital do estado do Rio Grande do Norte, possui aproximadamente 68.736 habitantes e teve sua fundação na data de 16 de dezembro de 1968. Conhecido centro

pecuarista e algodoeiro, Caicó apresenta o quinto maior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do interior e semi-árido nordestino. O município ainda se destaca por possuir o menor índice de exclusão social do estado. Sua atração mais famosa é a Festa de Sant' Ana, realizada no mês de julho, que em 2010 foi tombada como patrimônio imaterial do Brasil. Caicó também é lembrada por seus bordados típicos, sua rica culinária típica, além de seu singular carnaval. Segue o mapa localizando a cidade de Caicó-RN. A Figura 6, retrata exatamente a localização da cidade citada.

Figura 6 - Localização CAICÓ-RN



Fonte: (Adaptado pelo autor, IBGE).

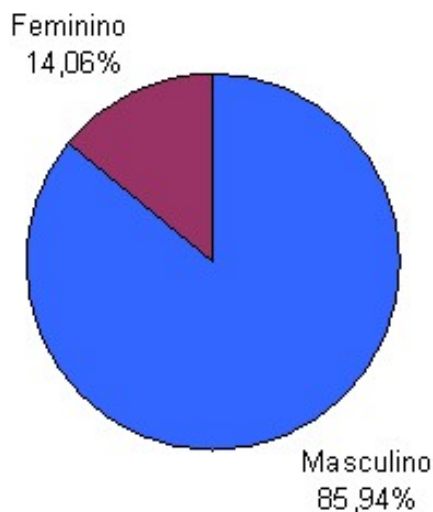
Vale salientar, que durante época de festejos, seja no carnaval, seja na festa de Sant'ana - padroeira do município -, a atividade econômica boneleira é aquecida naquela cidade, recebendo uma grande demanda de produção principalmente nos meses de fevereiro/março e julho. Que são os meses que abrangem respectivamente carnaval e festa da padroeira na cidade (IBGE 2021).

3.4 PERFIL DO(A) EMPRESÁRIO(A) ATUANTE NA CADEIA P'RODUTIVA DE BONÉ NO SERIDÓ.

- Gênero

De acordo com a pesquisa, no tocante ao gênero dos empreendedores, a grande maioria representa a parte masculina, com uma porcentagem de 85,94 % (SEBRAE, 2008). Na Figura 7 mostra-se o percentual do gênero dos empreendedores.

Figura 7 - Gênero dos empresários.



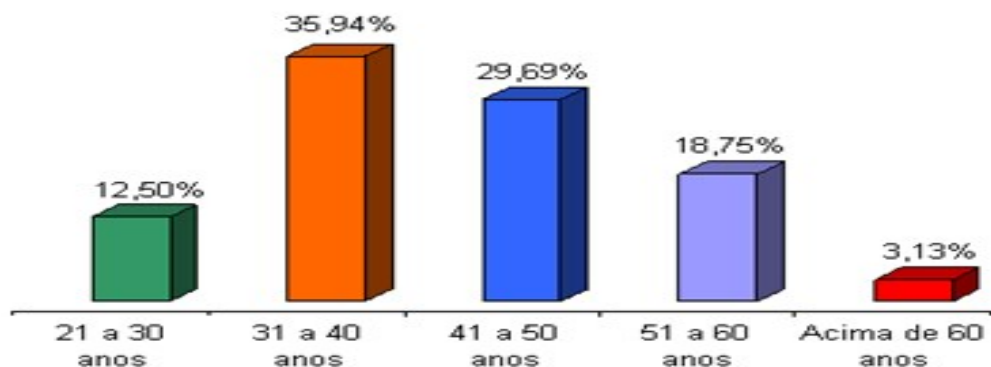
Fonte: Adaptado SEBRAE, 2008.

A importância do gênero do empresário pode ser relevante para entender as diferenças no desempenho empresarial e na tomada de decisão entre homens e mulheres empreendedores (MARLOW E MCADAM 2013).

- Faixa etária

Os empresários estão mais concentrados no intervalo entre 31 e 40 anos, com uma porcentagem de 35,94 %. Poucos abaixo dos 30 anos, representando 12,50 % da população total. A idade da maioria dos empreendedores é de 31 a 50, totalizando 65,63 % (SEBRAE, 2008). Em seguinte, a Figura 8 identificando a faixa etária dos empresários.

Figura 8 - Faixa etária dos empresários.



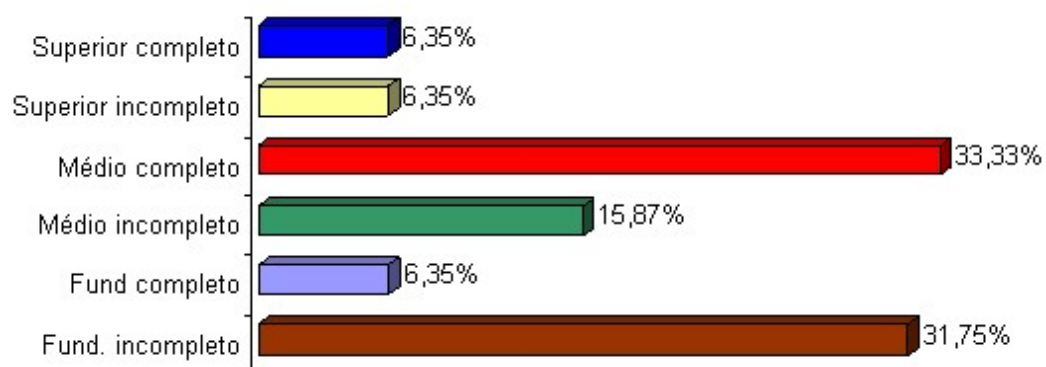
Fonte: Adaptado SEBRAE, 2008.

A idade pode influenciar a capacidade dos empresários de se adaptar a mudanças no ambiente de negócios e de aprender com experiências passadas. Portanto, considerar a idade do empresário pode fornecer percepções importantes sobre suas decisões e ações em relação ao desempenho empresarial (SHANE, 2008)

- Escolaridade

Em relação à educação, a maioria dos empreendedores concluiu o ensino médio, com uma porcentagem de 33,33 % e, em seguida, o ensino fundamental incompleto, representando 31,75 % da pesquisa (SEBRAE, 2008). Segue abaixo o percentual da escolaridade dos empresários na Figura 9.

Figura 9 - Escolaridade dos empresários.



Fonte: SEBRAE, 2008.

A escolaridade do empresário é uma variável importante a ser considerada em estudos sobre empreendedorismo e desempenho empresarial. Isso ocorre porque a educação pode influenciar diversos aspectos, como a aquisição de habilidades técnicas e gerenciais, a compreensão do mercado e dos clientes, a capacidade de inovar e de se adaptar a mudanças, e a construção de uma rede de contatos (BACQ E JANSSEN, 2016).

As Figuras 7, 8 e 9 foram retiradas do relatório do SEBRAE, 2008. Cujo objetivo do relatório é caracterizar de forma categórica o perfil do empreendedor que atua na área da cadeia produtiva de boné no Seridó potiguar.

3.5 PROCEDIMENTO DE COLETA, AMOSTRA E ANÁLISE DE DADOS

Os dados dessa pesquisa foram adquiridos com base em uma elaboração prévia de um questionário composto por 12 perguntas estruturadas abertas, aplicadas diretamente aos fabricantes de bonés localizados no município de Caicó-RN. Na primeira parte do questionário, os respondentes poderiam escolher uma opção apenas para marcar, já na segunda parte, era livre a escolha de quantas alternativas pudessem utilizar para uma melhor resposta, lembrando que tinha a opção de descrever outra alternativa que não tivesse listada, mas que não foi utilizada por nenhum respondente. Como não foi encontrado em qualquer acervo literário quanto ao número exato de empreendimentos na cidade, foram visitadas 15 fábricas produtivas. As visitas ocorreram nos dias 28 e 29 de abril presencialmente, onde o questionário poderia ser respondido pelo proprietário ou pelo(a) gerente de produção.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Respostas do questionário

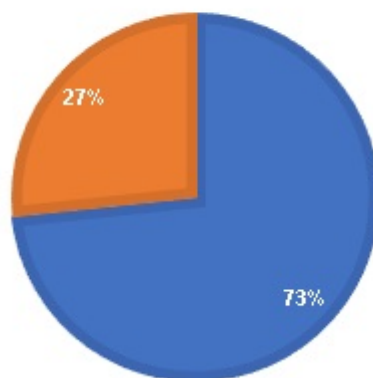
Serão apresentados os resultados da aplicação do questionário.

A partir do Gráfico 1, pode-se observar que a maioria dos respondentes eram proprietários das fábricas visitadas.

Gráfico 1 – Respondentes

PROPRIETÁRIO DO NEGÓCIO?

■ SIM ■ NÃO



Fonte: Autoria própria (2023).

É importante que os questionários elaborados pelos estudantes sejam bem estruturados e formulados com cuidado, para que possam fornecer informações precisas e relevantes. Os empresários também devem ter em mente que os resultados dos questionários são apenas uma parte da equação, e devem ser analisados e interpretados de maneira crítica para que possam ser utilizados de forma estratégica.

a) Tempo de empresa

De acordo com a pesquisa realizada, a grande maioria das empresas visitadas possuem mais de 10 anos de atuação no mercado. No Gráfico 2 é possível analisar o cenário com relação ao tempo em funcionamento das empresas visitadas.

Gráfico 2 - Tempo de empresa



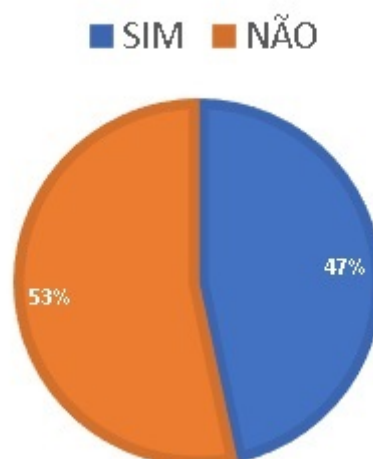
Fonte: Autoria própria (2023)

Segundo o IBGE (2018), O tempo de vida de uma empresa é um fator importante que pode influenciar em sua credibilidade, experiência de mercado e estabilidade financeira. Empresas com mais de 10 anos de existência, por exemplo, geralmente são vistas como mais confiáveis e bem estabelecidas em seus setores.

b) Empresa familiar

De acordo com o Gráfico 3, diante das 15 empresas visitadas, em relação se a empresa segue as gerações de uma família foram 8 respostas não e 7 respostas sim.

Gráfico 3 - Empresa familiar?



Fonte: Autoria própria (2023).

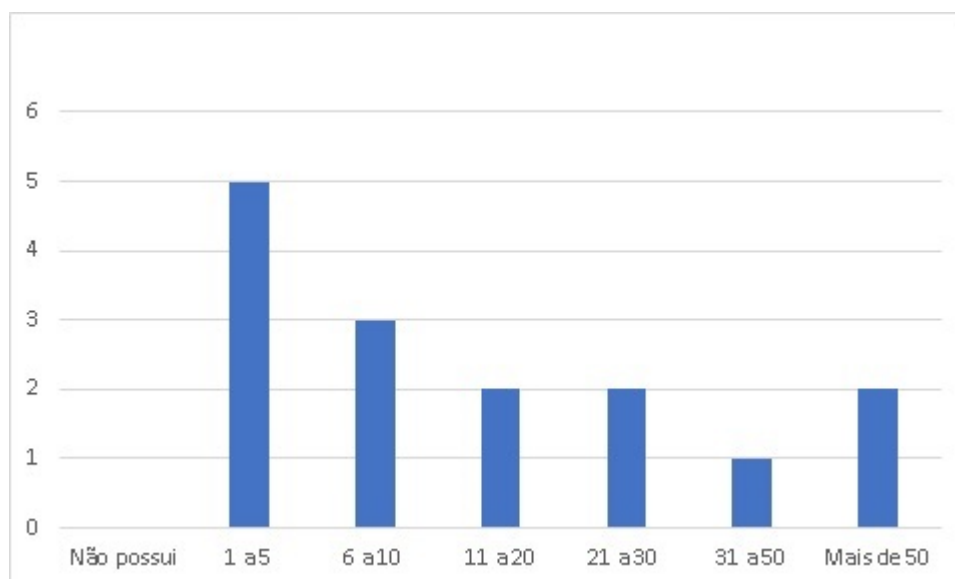
As empresas familiares podem ter vantagens competitivas em relação a outras empresas, como uma maior estabilidade financeira e uma maior dedicação e

comprometimento dos membros da família com o sucesso da empresa. No entanto, elas também enfrentam desafios únicos, como a necessidade de equilibrar as relações familiares com as decisões de negócios e a sucessão de liderança (ERNST & YOUNG, 2020).

c) Total de funcionários

Conforme o Gráfico 4, pode-se notar que cerca de 33% das empresas visitadas possui de 1 a 5 funcionários, embora a atividade boneleira em Caicó seja responsável por uma grande parcela na empregabilidade das pessoas, a maioria dos seus estabelecimentos são micro negócios com um total de 1 a 5 funcionários por empresa.

Gráfico 4 - Total de funcionários.



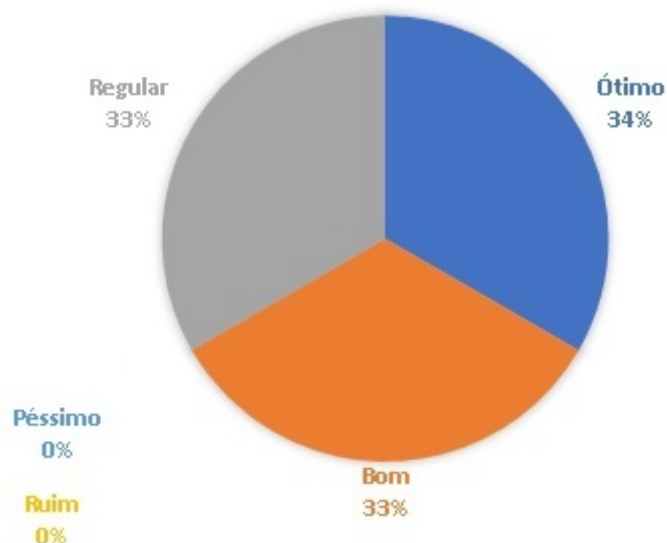
Fonte: Autoria própria (2023)

As indústrias de bonés são responsáveis por produzir um item muito popular e utilizado no mundo todo. Por isso, elas precisam contar com uma equipe de profissionais que consiga atender à demanda de mercado e manter a qualidade do produto. Essas equipes geralmente são compostas por trabalhadores de diferentes áreas, como produção, logística, marketing, vendas, administração, entre outras (ABIT, 2018)

d) Serviço prestado por fornecedores

Em relação a avaliação dos serviços prestados pelos fornecedores de materiais foram obtidas as seguintes respostas: Ótimo (33,3%), bom (33,3%) e regular (33,3%). Ruim e péssimo (0%). O Gráfico 5 traz informações acerca do serviço prestado por fornecedores.

Gráfico 5 - Serviço prestado por fornecedores



Fonte: Autoria própria (2023)

Os fornecedores são uma peça-chave na cadeia produtiva de uma empresa, pois são responsáveis por prover matérias-primas, componentes e serviços essenciais para a realização das atividades empresariais. A importância dos fornecedores pode ser vista em diferentes aspectos, como na qualidade dos produtos, no cumprimento de prazos e na redução de custos (LAS CASAS, 2012).

e) Ameaças externas e internas

Dentre algumas ameaças externa e interna mencionadas no questionário, as que mais foram escolhidas pelos respondentes foram as seguintes:

- Concorrência (externa)
- Instabilidade política (externa)
- Falta de investimento (interna)
- Conflitos internos entre membros da equipe (interna)

Nos gráficos 6 e 7 podem ser observados com mais detalhes as respostas em relação as ameaças externas e internas das empresas.

Gráfico 6 - Ameaças externas



Fonte: Autoria própria (2023)

Gráfico 7 - Ameaças internas



Fonte: Autoria própria (2023)

As ameaças internas e externas são fatores que podem afetar negativamente o desempenho e a sobrevivência de uma empresa. As ameaças externas se referem a fatores que estão fora do controle da empresa, enquanto as ameaças internas são decorrentes de problemas internos na organização.

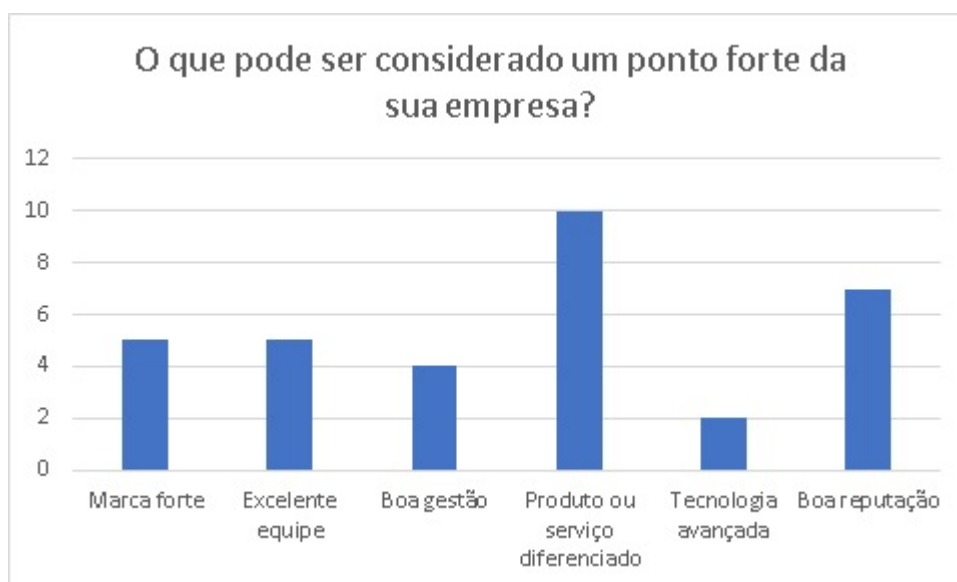
As ameaças externas podem incluir fatores como mudanças no mercado, concorrência acirrada, instabilidade política e econômica, mudanças nas leis e regulamentações governamentais, desastres naturais, entre outros. Esses fatores podem afetar a demanda pelos produtos ou serviços da empresa, aumentar os custos, reduzir os lucros e tornar a operação da empresa mais difícil. Já as ameaças internas podem incluir problemas como desvios de conduta de colaboradores, desorganização administrativa,

baixa qualidade dos produtos ou serviços, falhas em processos produtivos, entre outros. Esses problemas podem afetar negativamente a produtividade, a qualidade dos produtos ou serviços, a reputação da empresa e a satisfação dos clientes (MELLO, 2014).

f) Pontos fortes

Com base na pesquisa realizada, os respondentes na sua maioria, responderam que um dos pontos fortes da empresa seria O produto ou serviço diferenciado, a segunda opção mais escolhida pelos respondentes foi a boa reputação da empresa. O Gráfico 8 apresenta os pontos fortes da empresa na perspectiva dos respondentes.

Gráfico 8 - Pontos fortes da empresa



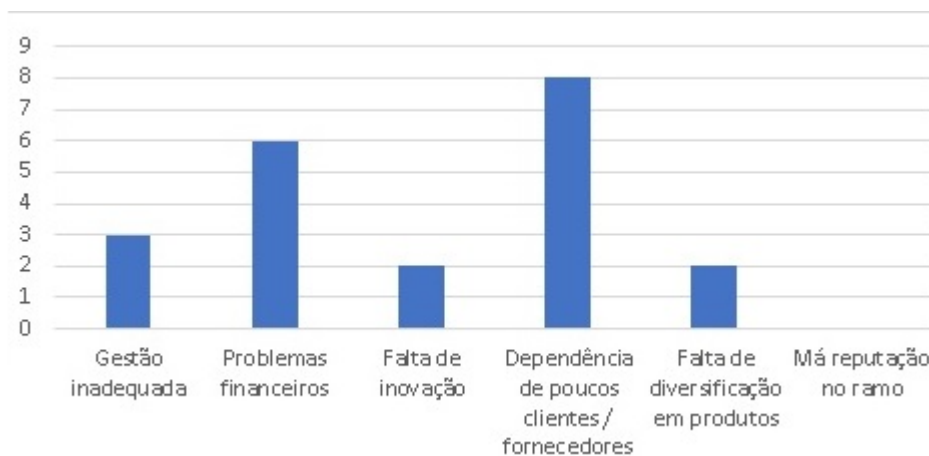
Fonte: Autoria própria (2023)

Os pontos fortes de uma empresa são aqueles aspectos que a diferenciam das outras empresas do mercado, contribuem para seu sucesso e proporcionam vantagem competitiva. Eles podem ser variados, mas costumam estar relacionados à qualidade dos produtos ou serviços, à reputação da marca, à eficiência dos processos produtivos, ao comprometimento dos colaboradores e à capacidade de inovação (KOTLER, 2012).

g) Fraquezas

Com o decorrer do estudo, foram respondidos em relação as fraquezas das fábricas boneleiras, em primeiro lugar a dependência de poucos clientes/fornecedores, seguido por problemas financeiros. O Gráfico 9 que apresenta as fraquezas.

Gráfico 9 - Fraquezas da empresa



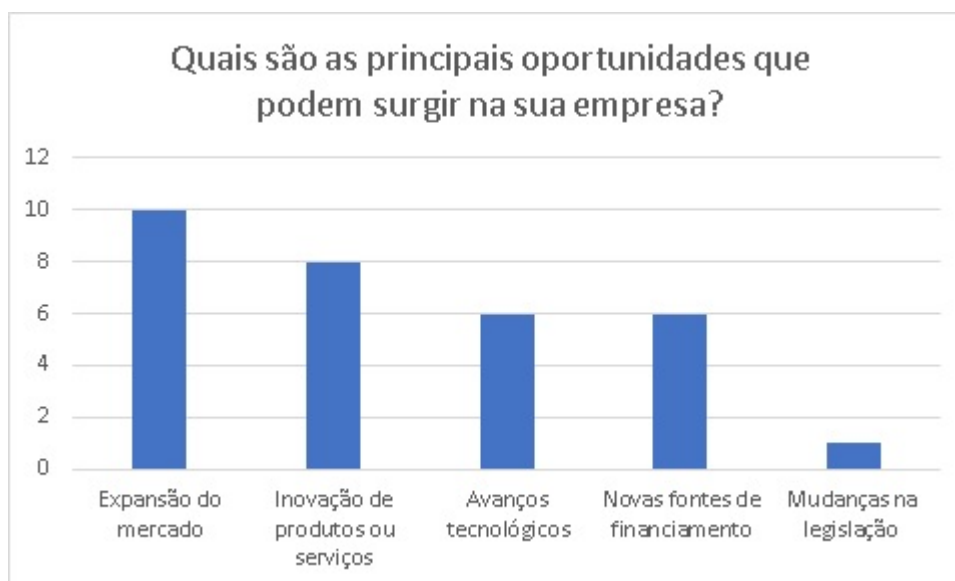
Fonte: Autoria própria (2023)

As fraquezas de uma empresa são os pontos vulneráveis do negócio, que podem prejudicar seu desempenho e comprometer sua competitividade no mercado. Esses pontos podem estar relacionados a diversos aspectos, como baixa qualidade dos produtos ou serviços, falta de investimentos em tecnologia, falta de capacitação dos colaboradores, entre outros (CHIAVENATO, 2014).

h) Oportunidades

As respostas mais citadas nesse quesito foram, expansão do mercado, inovação de produtos ou serviços, segue o Gráfico 10 com as oportunidades definidas pelos respondentes.

Gráfico 10 - Oportunidades para empresa



Fonte: Autoria própria (2023)

De acordo com Oliveira (2019), a identificação de oportunidades é um processo crítico para o sucesso de uma empresa. A empresa deve estar atenta às mudanças no ambiente externo e interno para poder identificar novas oportunidades e avaliar se essas oportunidades se alinham com a estratégia geral da empresa. Além disso, é importante que a empresa tenha flexibilidade e agilidade para aproveitar rapidamente essas oportunidades.

h) Fatores que podem aumentar a competitividade da empresa

O último quesito do questionário, foi uma questão aberta para que os respondentes se sentissem à vontade para responder o que achasse mais conveniente. Irei listar tais respostas livres dos respondentes.

A pergunta: Quais fatores podem melhorar a competitividade da sua empresa?

Respostas:

- Investir em tecnologia onde iria produzir mais com menos custo aumentando o comércio.
- Focar na qualidade da mercadoria e manter o preço.
- Honestidade com a concorrência e substituição dos valores.
- Fornecedores mais pontuais cumprindo com os acordos.
- Incentivo fiscal
- Aumentar qualidade do produto e capacitar mais a equipe.

- Gestão eficiente de alta performance, qualidade e prazo de entrega.
- Qualidade e compromisso.
- Redução de custos, crescimento digital e um sistema para o cliente acompanhar o passo a passo da produção.
- Investimento e pontualidade.
- Não deixando escapar as oportunidades que aparecerem.
- Reorganização de todos os setores, nos processos e métodos bem definidos.
- Aumento do capital de giro.

4.2 ANÁLISE SWOT

Para este estudo, a matriz SWOT foi construída com as informações coletadas através do questionário aplicado nas empresas. A Figura 10 apresenta a matriz SWOT em relação as empresas produtoras de bonés de Caicó/RN.

Figura 10 - Aplicação da matriz SWOT



Fonte: Autoria própria (2023)

. Forças: Dentre as forças apresentadas na pesquisa, o produto ou serviço diferenciado abrange alguns modelos de bonés diferente do habitual existente, tais como bonés emborrachados na parte de sua aba. Com pinturas holográficas desenhado no seu entorno que se dá a notar um produto melhor acabado com o uso de tecnologia. Ter uma excelente equipe no setor industrial é essencial para garantir a qualidade dos produtos, a eficiência dos processos produtivos, a capacidade de inovação, a agilidade para se adaptar a mudanças do mercado e a redução de custos.

. Fraquezas: Para superar as fraquezas existentes neste setor industrial, tem como desafio a diversificação de clientes/fornecedores buscando novos parceiros comerciais que possam oferecer novas oportunidades de negócios. Isso pode ser feito através de

campanhas de marketing mais amplas, participação assídua em eventos do setor, entre outras iniciativas. Outro desafio importantíssimo para este setor, seria o desenvolvimento de novos produtos/serviços em que possa atrair novos clientes e reduzir a dependência dos poucos. Mesmo em detrimento com os problemas financeiros, a expansão geográfica poderia expandir para novos mercados aumentando o leque de território atuante. Já em relação aos problemas financeiros, algumas estratégias podem ser adotadas como identificar e explorar novas fontes de financiamento incluem: Investidores, empréstimos, subvenções, financiamento coletivo e parcerias estratégicas. Algumas soluções podem ser tomadas para uma gestão inadequada, como por exemplo, revisão dos processos, uma análise dos processos da empresa pode ajudar a identificar gargalos, desperdícios e oportunidades de melhoria que podem ser implementadas para melhorar a gestão. Redução de custos, se a empresa estiver passando por dificuldades financeiras, pode ser necessário reduzir os custos. Isso pode ser feito por meio da eliminação de despesas desnecessárias e da negociação de preços com fornecedores. Reestruturação da empresa, em casos extremos, pode ser necessário realizar uma reestruturação da empresa para corrigir os problemas de gestão. Isso pode envolver mudanças na estrutura organizacional, no modelo de negócio ou na cultura da empresa.

. Oportunidades: Em resumo, para aproveitar a oportunidade de expansão de mercado, uma empresa deve realizar uma análise de mercado, definir um plano claro e objetivo, identificar novos clientes, adaptar seus produtos ou serviços, desenvolver uma estratégia de marketing eficaz e avaliar a viabilidade financeira da operação. A inovação é uma peça-chave para o sucesso de uma empresa. Ao criar novos produtos ou serviços, as empresas podem alcançar um público mais amplo e aumentar sua lucratividade. Alguns passos podem ser seguidos para melhor explorar essa oportunidade. Identificar as necessidades do mercado, avaliar as capacidades da empresa, criar um ambiente propício a inovação, desenvolver novas ideias e lançar o novo produto ou serviço. Enquanto a novas tecnologias, é importante investir em pesquisa e desenvolvimento onde a empresa pode criar uma equipe dedicada à pesquisa e ao desenvolvimento de novas tecnologias, ou estabelecer parcerias com universidades e institutos de pesquisa.

. Ameaças: Para solucionar as ameaças existentes, pode-se tomar algumas atitudes, como por exemplo, buscar financiamento por meio de empréstimos bancários, linhas de crédito e outras formas de capital de terceiros. É importante avaliar cuidadosamente as condições desses financiamentos para garantir que sejam sustentáveis a longo prazo. Melhorar sua eficiência e produtividade por meio de

otimização de processos, redução de desperdícios e melhoria da qualidade dos produtos ou serviços. Isso pode aumentar a rentabilidade da empresa e permitir que ela invista em seu próprio crescimento.

Os conflitos internos entre membros da equipe podem ter consequências negativas para a produtividade, motivação e trabalho em equipe, além de afetar a cultura organizacional e a reputação da empresa. Por isso, é importante buscar soluções para esses conflitos. Um dos principais fatores que levam a conflitos é a falta de comunicação, é importante que a empresa promova a comunicação aberta e transparente entre os membros da equipe, para que possam entender as diferentes perspectivas e trabalhar juntos para encontrar soluções. É de suma importância identificar as causas dos conflitos internos, para que possam ser abordados de forma eficaz. Os conflitos podem surgir devido a diferenças de personalidade, divergências de opiniões, falta de clareza nos objetivos e expectativas, entre outros motivos. Pode-se determinar regras e políticas claras que orientem o comportamento dos membros da equipe e evitem conflitos. Essas regras devem ser comunicadas de forma clara e transparente a todos os membros da equipe. Por fim, mas não menos importante, a empresa pode promover o trabalho em equipe, incentivando a colaboração, a empatia e a compreensão entre os mesmos. Isso pode ajudar a criar um ambiente de trabalho saudável e positivo, onde os membros da equipe se sentem valorizados e respeitados.

Os concorrentes são uma realidade em qualquer mercado e, para se manter competitiva, a empresa precisa buscar soluções para se destacar e conquistar seus clientes. A empresa pode buscar inovar seus produtos ou serviços, criando diferenciais que a destaquem dos concorrentes. Essa inovação pode ser em termos de funcionalidade, design, tecnologia, entre outros aspectos. Colocar o foco no cliente, entendendo suas necessidades e desejos e oferecendo soluções personalizadas que atendam a essas demandas. Isso pode incluir um atendimento mais personalizado e uma maior preocupação com a experiência do cliente. É importante buscar parcerias estratégicas com outras empresas ou fornecedores, que possam ajudá-la a oferecer soluções mais completas e atraentes para os clientes.

A instabilidade política pode representar um grande desafio para as empresas, uma vez que pode afetar a economia, a confiança do mercado e as condições de negócios. Para seguir com o desenvolvimento da empresa, é necessário tomar algumas precauções para que a mesma não venha a ter problemas com esta instabilidade. A empresa pode buscar diversificar seus mercados e clientes, de forma a reduzir sua

dependência de um único país ou região. Isso pode ajudar a minimizar os efeitos da instabilidade política em um mercado específico. Deve-se buscar ser flexível e adaptável, de forma a se ajustar rapidamente às mudanças políticas e econômicas. Isso pode incluir a capacidade de mudar seus processos de produção, sua estratégia de marketing, ou até mesmo seu modelo de negócio.

As mudanças nas tendências de mercado podem ser um grande desafio para as empresas, pois podem afetar significativamente sua demanda, lucratividade e competitividade. Algumas possíveis soluções para lidar com essas mudanças incluem: Monitorar o mercado, adaptar-se às mudanças, investir em novas tecnologias e colaboração com outras empresas.

As respostas livres nos revelam uma série de fatores que podem contribuir para melhorar a competitividade da empresa. Dentre eles, a tecnologia é mencionada como uma maneira de aumentar a produtividade e reduzir custos. Além disso, a qualidade dos produtos e a pontualidade dos fornecedores são aspectos importantes para manter a satisfação do cliente e garantir uma posição de destaque no mercado. A honestidade com a concorrência e a manutenção dos valores são valores éticos que podem ajudar a criar uma reputação positiva para a empresa e fortalecer a relação com os clientes. Incentivos fiscais também podem ser uma maneira de obter vantagens competitivas, permitindo que a empresa invista em melhorias e reduza seus custos.

Outro ponto a ser destacada é a capacitação da equipe e a gestão eficiente de alta performance, qualidade e prazo de entrega. Esses aspectos são fundamentais para garantir a eficiência dos processos e a satisfação dos clientes. A reorganização dos setores, processos e métodos bem definidos também é citada como uma maneira de melhorar a competitividade da empresa.

Por fim, algumas respostas destacaram a importância de estar atento às oportunidades que surgem no mercado e de aumentar o capital de giro para permitir que a empresa possa investir em melhorias e crescer de maneira sustentável. Em resumo, as respostas livres destacam a importância de investir em tecnologia, qualidade, gestão eficiente, ética, pontualidade e capacitação da equipe para garantir a competitividade da empresa em um mercado cada vez mais concorrido.

Em resumo, embora as empresas que fabricam bonés em Caicó/RN sejam competitivas, é necessário enfrentar alguns desafios para manter sua posição no mercado. Investir em inovação, capacitação de mão de obra, tecnologias avançadas e

sustentabilidade pode ajudar essas empresas a se destacar e a enfrentar a concorrência com sucesso.

5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi feito o mapeamento das indústrias produtoras de boné em Caicó/RN, porém como não existe uma precisão exata de quantas fábricas existem no município, foi viabilizado a visita em 15 estabelecimentos oferecendo assim uma boa confiança acerca da pesquisa realizada.

Ao aplicar o questionário anexado ao final deste trabalho, foi possível elaborar uma análise – com análise SWOT- da competitividade das indústrias de boné em Caicó-RN, que permitiu identificar gargalos e oportunidades para o desenvolvimento desse setor na cidade. Foi possível verificar produtos e serviço diferenciado, uma boa reputação, excelente equipe e uma marca forte são forças presentes nas empresas de bonelarias de Caicó-RN. No entanto, foram identificadas fraquezas, como a dependência de poucos clientes/fornecedores, problemas financeiros e gestão inadequada, que precisam ser trabalhadas para melhorar a competitividade dessas empresas.

Quanto às oportunidades, a expansão do mercado, inovação de produtos ou serviços, avanços tecnológicos e novas fontes de financiamento mostraram-se como possibilidades reais de crescimento. Já as ameaças, como a falta de investimento, os conflitos internos entre membros da equipe, concorrência, instabilidade política e as mudanças na tendência de mercado, representam desafios a serem enfrentados pelas empresas

Por meio da análise SWOT, foi possível verificar que as empresas boneleiras de Caicó-RN têm potencial para crescer e se desenvolver. Foi identificada a possibilidade de melhorar a gestão financeira, investir em inovação e melhoria de produtos, além de aprimorar a comunicação e o marketing das empresas para aumentar sua presença no mercado.

O trabalho pode servir de inspiração para outros autores no que diz respeito ao tema competitividade, uma vez que utilizando a matriz SWOT, é observável a utilização para vários fins de análise de mercado, mesmo sendo outro ramo econômico.

Por fim, é importante destacar que este estudo contribuiu para a compreensão das empresas de bonelarias em Caicó-RN, permitindo a identificação de pontos fortes e fracos, além de oportunidades e ameaças presentes na competitividade deste mercado. A análise SWOT, mostrou-se uma ferramenta valiosa para a tomada de decisões estratégicas e para o desenvolvimento do setor boneleiro naquela cidade. Com isso,

espera-se que as informações levantadas neste estudo possam ser úteis para as empresas e para os gestores locais na tomada de decisões e no planejamento de ações futuras para o desenvolvimento desse setor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAUJO, Messias S. L. **A importância da bonelaria para a economia de Caicó-RN.** Monografia (Graduação em Ciências e tecnologia) - Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Angicos, 2021.

Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT). **Mercado do boné.** Disponível em: <https://www.abit.org.br/mercado>. Acesso em: 02 maio 2023. 2018.

BACQ, S.; JANSSEN, F.; HEUGENS, P. P. M.; RAINBIRD, H. **The relationship between education and entrepreneurial activity: A comparative study between France and the United Kingdom.** Journal of Small Business Management, v. 54, n. S1, p. 1-26, 2016.

BEZERRA, Ivan P. **Assú: Dos Janduís ao sesquicentenário.** Mossoró: Queima-Bucha, 2010.

BEZERRA, Paulo R. C. **"BONELARIAS DO SERIDÓ POTIGUAR"**. Estatístico, M. Sc. – Estudos e Pesquisas. SEBRAE/RN, Natal, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração.** 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014 .

CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter. **Gestão da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operações.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

CHRISTOPHER, Martin. **Logistics and supply chain management.** 5th edition. Pearson Education Limited, London, 2016.

ERNST & YOUNG. **Global Family Business Index.** Disponível em: https://www.ey.com/en_gl/family-business/global-family-business-index-2020. Acesso em: 02 maio 2023.

FERREIRA, André D; CARVALHO, Gladyston Rodrigues; NADALETI, Denis Henrique Silva. **Caracterização agronômica e sensorial de diferentes genótipos de Bourbon visando à produção de cafés especiais.** Brasília, DF: Embrapa Café, 2021.

GOMES, Carlos F. S; RIBEIRO, Priscila C. C. **Gestão da cadeia de suprimentos integrada à Tecnologia da Informação.** São Paulo: Atlas, 2020.

HILL, T.; WESTBROOK, R. **SWOT Analysis**. London: International Thomson Business Press, 1997.

HOFRICHTER, Markus. **Análise SWOT: conceitos e aplicações**. São Paulo: [s. n.], 2013.

HUMPHREY, John; SCHMITZ, Hubert. **Developing Country Firms in the World Economy: Governance and Upgrading in Global Value Chains**. 2002.

KELLER, Kevin L; KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 15^a ed. São Paulo: Pearson Education, 2019.

LAS CASAS, Alexandre L. **Qualidade total em serviços**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LEITE, BÁRBARA C. C. **Proposta de indicadores de qualidade aplicado à construção civil: um estudo de caso**. 2022. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso de Engenharia de Produção), UFERSA, Angicos.

LEITE, M. S. R.; GASPAROTTO, A. M. S. **Análise SWOT e suas funcionalidades: o autoconhecimento da empresa e sua importância**. In: Anais do XIX Congresso Brasileiro de Custos - Florianópolis/SC, 2012.

MARLOW, S.; MCADAM, M. **Gender and entrepreneurial activity: a review and research agenda**. *International Journal of Management Reviews*, v. 15, n. 3, p. 241-259, 2013.

MELLO, Carlos H. P. **Gestão de riscos corporativos: fundamentos, técnicas e estratégias**. São Paulo: Atlas, 2014.

MONTANUCCI, Alexandre; TRIACA, Andria. **Processos e desenvolvimento da criação do boné**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2013. 55 f.

OLIVEIRA, Djalma. P. R. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 38^a ed. São Paulo: Atlas, 2019.

PALADINI, Edson P. **Gestão da Qualidade: Teoria e Prática**. 5ª ed. Capa comum. São Paulo: Bookman, 2019. BEZERRA, Ivan Pinheiro. Assú: Dos Janduís ao sesquicentenário. Mossoró: Queima-Bucha, 2010.

PORTER, Michael E. **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**. New York: Free Press, 1985.

REGIÃO DO SERIDÓ POTIGUAR Disponível em: <http://www.rn.gov.br/conteudo.asp?tran=item&targ=12096&ac->. Acesso em: 24 abr. 2023.

SAPIRO, Arão; CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SHANE, S. **The Illusions of Entrepreneurship: The Costly Myths That Entrepreneurs, Investors, and Policy Makers Live By**. New Haven, CT: Yale University Press, 2008.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO APLICADO PARA ANÁLISE DA CADEIA
PRODUTIVA DE BONÉ EM CAICÓ-RN.



QUESTIONÁRIO APLICADO PARA ANÁLISE DA CADEIA
PRODUTIVA DE BONÉ EM CAICÓ-RN.

MARCAR APENAS UMA OPÇÃO

1- Proprietário do Negócio:

- ☐ Sim
- ☐ Não

2- Tempo da empresa:

- ☐ Até 2 anos
- ☐ 2 a 5 anos
- ☐ 5 a 10 anos
- ☐ Mais de 10 anos

3- Empresa familiar?

- ☐ Sim
- ☐ Não

4- Total de funcionário

- ☐ Não possui
- ☐ 1 a 5
- ☐ 6 a 10
- ☐ 11 a 20
- ☐ 21 a 30
- ☐ 31 a 50
- ☐ Mais de 50

**5- Como você avalia o serviço prestado por
seus fornecedores?**

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssimo

NESTA PARTE DO QUESTIONÁRIO, PODE-SE MARCAR QUANTAS OPÇÕES FOREM
NECESSÁRIAS PARA SUA RESPOSTA.

6- O que pode ser considerado uma ameaça externa para sua empresa?

- ☐ Concorrência
- ☐ Instabilidade política
- ☐ Mudanças nas tendências do mercado

- Flutuações cambiais (aumento dos custos de produção)
- Alterações na legislação ou regulamentações governamentais
- Ações de concorrentes desleais

Outro: _____

7- O que pode ser considerado uma ameaça interna para sua empresa?

- Falta de inovação ou adaptação às mudanças do mercado
- Falta de investimento
- Conflitos internos entre membros da equipe
- Dificuldades financeiras resultantes de má gestão
- Falta de controle de qualidade ou falhas no processo produtivo
- Falhas no planejamento estratégico e operacional
- Rotatividade muito alta de funcionários

Outro: _____

8- O que pode ser considerado um ponto forte de sua empresa?

- Marca forte
- Excelente equipe
- Boa gestão
- Produto ou serviço diferenciado
- Tecnologia avançada
- Boa reputação

Outro: _____

9- Podem ser consideradas fraquezas de sua empresa.

- Gestão inadequada
- Problemas financeiros
- Falta de inovação
- Dependência de poucos clientes ou poucos fornecedores
- Falta de diversificação em produtos
- Má reputação no ramo

Outro: _____

10-Quais são as principais oportunidades que podem surgir em sua empresa?

- Expansão do mercado
- Inovação de produtos ou serviços
- Avanços tecnológicos
- Novas fontes de financiamento
- Mudanças na legislação

Outro: _____

11-Como você considera o nível de competitividade da sua empresa hoje?

- Altíssimo
- Alto
- Médio
- Baixo
- Baixíssimo

12-Quais fatores podem melhorar a competitividade da sua empresa?

REFERÊNCIA

ARAUJO, Messias S. L. **A importância da bonelaria para a economia de Caicó-RN.** Monografia (Graduação em Ciências e tecnologia) - Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Angicos, 2021.

SANTOS, J. A.; VASCONCELOS, I. F. **Análise SWOT: conceitos e aplicações.** São Paulo: Atlas, 201 4.