

CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR REINALDO RAMOS
FACULDADE REINALDO RAMOS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

**MODA CENTER SANTA CRUZ-PE: UMA ANÁLISE SOBRE A
LOGÍSTICA DE VENDAS ATRAVÉS DOS CLIENTES**

MARIA DA CONCEIÇÃO FEITOSA DE SIQUEIRA

Campina Grande, 2020

MARIA DA CONCEIÇÃO FEITOSA DE SIQUEIRA

MODA CENTER SANTA CRUZ-PE: UMA ANÁLISE SOBRE A LOGÍSTICA DE
VENDAS ATRAVÉS DOS CLIENTES

Trabalho monográfico à coordenação do Curso de Bacharel em Administração da Faculdade Reinaldo Ramos – FARR como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração

Orientador: Profa. Dra. Juaceli Araújo de Lima

Campina Grande – PB
2020

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DA CESREI

- S618m Siqueira, Maria da Conceição Feitosa de.
Moda Center Santa Cruz-PE: uma análise sobre a logística de vendas através dos clientes / Maria da Conceição Feitosa de Siqueira. – Campina Grande, 2020.
20 f.
- Monografia (Bacharelado em Administração) – Faculdade Reinaldo Ramos-FARR, Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos-CESREI 2020.
"Orientação: Profa. Dra. Juaceli Araújo de Lima".
Referências.
1. Logística. 2. Produção das Confeções. 3. Processo das Vendas.
I. Lima, Juaceli Araújo de. II. Título.

CDU 658.78(043)

Dedico este trabalho a todas as pessoas que
fizeram e fazem parte de toda a minha jornada!

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por sempre iluminar meus caminhos percorridos. Em especial minha mãe Josefa Irineide Feitosa, que é meu exemplo de força e determinação.

Agradeço abundantemente a minha professora e orientadora Juaceli Araújo de Lima, que sempre teve disponibilidade em me ajudar. Expresso meus agradecimentos a sua dedicação para a orientação deste trabalho.

A todos os meus professores, que me auxiliaram para o meu desenvolvimento contínuo em toda a minha trajetória acadêmica. Também a meu infinito aprendizado e satisfação a FARR, pelo apoio incondicional.

A todos os amigos de classe que estiveram ao meu lado toda a caminhada, e aos bons momentos vividos.

"Eu aprendi que todos querem viver no topo da montanha, mas toda felicidade e crescimento ocorre quando você está escalando-a".

William Shakespeare

RESUMO

Este trabalho tem o propósito de estudar os métodos de comercialização da produção das confecções em Santa Cruz do Capibaribe, priorizando sobretudo o Moda Center Santa Cruz, destacando o início da feira de sulanca na cidade. A abordagem da pesquisa é qualitativa sendo utilizado fotografias e entrevistas, a pesquisa busca apresentar o processo das vendas desde da sua feira de rua até a nova estrutura, mostra também as características dos clientes atuais as ferramentas usadas para melhores gestões. Através da pesquisa de campo com os proprietários de lojas dentro do polo de confecções, assim foi comprovado um lugar que teve progresso e gerou oportunidades para muitos.

Palavras-Chave: Produção das Confecções. Processo das Vendas. Oportunidades.

RESUME

This work aims to study the methods of commercializing the production of clothing in Santa Cruz do Capibaribe, giving priority to the Moda Center Santa Cruz, highlighting the beginning of the sulanca fair in the city. The research approach is qualitative, using photographs and interviews, the research seeks to present the sales process from its street fair to the new structure, it also shows the characteristics of current customers and the tools used for better management. Through field research with store owners within the clothing hub, this proved a place that has made progress and created opportunities for many.

Keywords: Clothing production. Sales process. Opportunities.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1. O INÍCIO DA COMERCIALIZAÇÃO DA SULANCA NA FEIRA DE SANTA CRUZ.....	11
1.1 A CONSOLIDAÇÃO DO MAIOR POLO DE CONFEÇÕES.....	12
2. O PROGRESSO DAS VENDAS E AS FERRAMENTAS DAS GESTÕES EMPRESARIAIS.....	13
2.1 AS FERRAMENTAS DE GESTÕES EMPRESARIAIS.....	13
2.2 NOVAS CARACTERÍSTICAS DOS CLIENTES.....	13
3. ANÁLISE DECORRENTE A PESQUISA DE CAMPO.....	14
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	16
REFERÊNCIAS.....	17
APÊNDICES.....	18

INTRODUÇÃO

Nessa pesquisa será abordado sobre o polo de confecções de Santa Cruz (PE) onde o tema escolhido é a logística de vendas, sendo uns dos maiores polos de confecções do Brasil com uma enorme estrutura que se tem desde do estacionamento à farmácia, praças de alimentação, caixas eletrônicos banheiros radia e tvs um circuito de segurança por todo o local com várias empresas de marcas conceituadas e reconhecidas como a Rota do Mar, Oppnus, Cavaleiro, Ditongo, Brado Jeans, Gang Off e etc. Tendo empresários que estabelecem as vendas de forma lucrativa fazendo exportações, de alguns dos produtos fabricados na cidade mesmo. Com o intuito de gerar renda para aqueles que trabalham de forma direta ou indireta, ocasionando crescimento e se fortalecendo no quesito produção.

Diante do que foi dito é significativo os preços que são bem acessíveis, é sem dúvidas o que agrada os clientes de todos os lugares polo de modo geral busca sempre progresso e desenvolvimento, os empresários veem a necessidade da existência da estratégia e o planejamento para fortalecer as vendas e buscando a qualidade, assim promove resultados lucrativos.

Qualidade é um termo que apresenta diversas interpretações e por isso, "é essencial um melhor entendimento do tempo para que a qualidade possa assumir um papel estratégico".

(Garvin,2002, p.47)

Neste capítulo serão informados quais os métodos foram utilizados para realizar a pesquisa e as técnicas aplicadas.

O método de pesquisa utilizado é o dedutivo. Esse método foi escolhido pois o maior objetivo foi mostrar que planejar é essencial para as estratégias, buscando sempre novas perspectivas para chegar a decisões corretas. Além disso a qualidade é um fator competitivo que gera crescimento.

De acordo com Antonio Carlos Gil:

O método dedutivo surge como sistema alternativo e, verdadeiramente, inverso ao da lógica indutiva. Aquilo o processo mental, ou seja, o caminho lógico percorrido parte de princípios reconhecidos como verdadeiros e indiscutíveis e possibilita chegar a conclusões de maneira puramente formal, isto é, em virtude unicamente de sua lógica".

(Gil,2008,p.9)

O tipo de pesquisa é de natureza básica, pelo simples fato de classificar as vendas como prioridade para o crescimento ocorrente do comércio.

Segundo Antonio Carlos Gil:

Ela consiste em trabalhos e pesquisas que buscam, principalmente responder pergunta para ampliar o conhecimento que temos do mundo e tudo o que o forma.

(Gil 2002)

Quanto a abordagem, será de natureza qualitativa, pois este método baseia-se em compreender o significado da qualidade, que busca sempre a necessidade de estar optando para novas perspectivas.

De acordo com Maria Cecília de Souza Minayo:

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

(MINAYO, 2001, p. 21-22)

Os objetivos metodológicos desta pesquisa são do tipo exploratório, pois apresenta conhecimentos sobre todas as mudanças e transformações que se foi feito a partir de uma estrutura, com características em quantidades de produtos, preços e definindo metas passo a passo para o aumento das vendas de forma estruturada e consistente.

Segundo Antônio Carlos Gil, pesquisas *exploratórias*:

O objetivo de uma pesquisa exploratória é familiarizar-se com um assunto ainda pouco conhecido, pouco explorado. Ao final de uma pesquisa exploratória, você conhecerá mais sobre aquele assunto, e estará apto a construir hipóteses. Como qualquer exploração, a pesquisa exploratória depende da intuição do explorador (neste caso, da intuição do pesquisador). Por ser um tipo de pesquisa muito específica, quase sempre ela assume a forma de um estudo de caso.

(Gil,2008)

Quanto aos procedimentos, será identificada a utilização de pesquisas bibliográficas para compreender e explorar o máximo de informações e conhecimento para enriquecer esta pesquisa.

Segundo o autor Antônio Carlos Gil:

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas.

(GIL, 2008, p. 50)

A pesquisa exercida foi feita no objetivo de fortalecer ainda mais o planejamento comercial, de maneira que esteja voltada sempre a novas ideias e métodos de inovações.

No primeiro capítulo desse trabalho é demonstrado o início da comercialização da sulanca na feira de Santa Cruz, e como se iniciou a construção do maior polo de confecções.

Já no segundo capítulo é explicado o progresso das vendas, e quais são as ferramentas das gestões empresariais.

No terceiro capítulo foi analisado e obtido os resultados sobre a pesquisa de campo, sendo fornecidos os dados por 5 pessoas que tem lojas no polo de confecções. No primeiro capítulo desse trabalho é demonstrado o início da comercialização da sulanca na feira de Santa Cruz, e como se iniciou a construção do maior polo de confecções.

Já no segundo capítulo é explicado o progresso das vendas, e quais são as ferramentas das gestões empresariais.

No terceiro capítulo foi analisado e obtido os resultados sobre a pesquisa de campo, sendo fornecidos os dados por 5 pessoas que tem lojas no polo de confecções.

1. O INÍCIO DA COMERCIALIZAÇÃO DA SULANCA NA FEIRA DE SANTA CRUZ

Santa Cruz é uma cidade do estado do Pernambuco no agreste pernambucano. É um município brasileiro, considerando o maior produtor de confecções do Pernambuco segundo o SENAI é a segunda maior produtor de confecções do Brasil, ficando atrás apenas da capital paulistana e possui o maior parque de confecções da América Latina em sua categoria, o moda center Santa Cruz. É também conhecida como capital da sulanca ou capital da moda, com a população estimada em 107.937 habitantes conforme dados do IBGE (2019).

O surgimento do que hoje é o polo de confecções do agreste pernambucano, foi a partir de homens e mulheres da área rural do estado nos anos de 1950/1960 foi quando a feira de sulanca iniciaram e ganharam força, as sulancas eram vendidas de baixa qualidade e preço era comercializadas nas ruas. As pessoas iam comprar os tecidos fora da cidade e fabricavam as próprias roupas para vender, a feira foi aumentando já nos anos 1980 com isso buscou confeccionar a sulanca cada vez mais.

Com o crescimento dos negócios no ramo de confecções, ainda não se tinha um lugar para se vender e estacionar os carros sem local de alimentação para os clientes, isso foi dificultando o processo de evolução dos produtos



Foto 1: Feira da “sulanca” na cidade de Santa Cruz do Capibaribe em 1940.

1.1 A CONSOLIDAÇÃO DO MAIOR POLO DE CONFEÇÕES

O moda center de Santa Cruz foi inicialmente construído em 2002, mas foi feita uma maior construção em 2016 e o que já era grandioso tornou-se maior ainda, onde se é atualmente. Bem planejado para acomodar de forma definitiva a feira com o intuito de trazer melhorias para os comerciantes e compradores.

O polo retirou milhares de pernambucanos da situação de miséria e fez com que tivessem oportunidades, a população se tornou empreendedora e inovadora no que diz respeito a produção onde se é necessário no mercado atual, não é só moda de sulanca que é vendida por lá. Mas produtos mais elaborados e de qualidade alta também são comercializados

A inovação sempre significa risco. Qualquer atividade econômica é de alto risco e não inovar é muito mais arriscado do que construir o futuro.

Peter Druker



Foto 2 – Polo de confecções atualmente
Fonte: aplicativomodacenter.com.br

2. O PROGRESSO DAS VENDAS E AS FERRAMENTAS DAS GESTÕES EMPRESARIAIS

O mercado evoluiu bastante nos últimos anos para acompanhar essas transformações, se é indispensável vender o produto ou serviços de forma que agrade o cliente sendo assim, com boas propagandas pontos de venda variáveis preços não abusivos ter sempre que preciso as promoções, grande parte dos clientes optam por este lado e compram mais. Assim sendo o mix de marketing, é essencial usar os 4P'S o produto, preço, ponto de venda e promoção para entender melhor o mercado que se atua.

2.1 AS FERRAMENTAS DE GESTÕES EMPRESARIAIS

Grande parte dos empresários está sempre em busca de práticas para reduzir os custos e ter o aumento dos lucros, é essencial se aperfeiçoar tendo a análise SWOT que serve para, analisar os pontos fracos e fortes da empresa, ajudando a contornar riscos e ameaças para se fortalecer constantemente.

2.2 NOVAS CARACTERÍSTICAS DOS CLIENTES

Os clientes estão cada vez mais exigentes no que querem, o preço não é o único fato, os clientes valorizam a praticidade e agilidade isso facilita as compras. É importante que o produto atraia os consumidores porque os clientes compram de acordo com os habitantes, época e faixa etária e o contexto social, a internet evoluiu bastante com isso o consumidor compra online antes eles precisavam ir as lojas mais agora mudou.

O consumidor atual quer comprar algo que vá suprir as suas necessidades, eles visam a boa qualidade e por isso as empresas tendem a mudar suas formas de atuação, de como lidar com os clientes, é significativo para poder ser escolhido diante da concorrência

3. ANÁLISE DECORRENTE A PESQUISA DE CAMPO

Neste capítulo, mostraremos os dados obtidos por proprietários de lojas dentro do polo de confecções, com perguntas que li foram feitas. Onde foi montado quadros para melhor visualização.

Sendo discutido o tema a logística de vendas através dos clientes, alguns deles deram relatos de experiências profissional, no quadro abaixo simboliza os informantes que conseguiu informações como é mostrado abaixo.

NOME	IDADE	SEXO	ESTADO CIVIL	ANOS DE PROFISSÃO
Aguinaldo Feitosa	45	Masculino	Divorciado	8 anos
Luíz José	45	Masculino	Casado	10 anos
Ivaldo Alves	40	Masculino	Casado	5 anos
Jakeline Alves	31	Feminino	Casada	6 anos
José Rinaldo	58	Masculino	Casado	8 anos

Quadro 01: Perfil profissional dos informantes

Fonte: Pesquisa de campo (2020).

Como mostrou no quadro a cima, os homens fazem mais parte das lojas no polo de confecções, é visto a idade que se dedicam a seus empreendimentos. É sem dúvida empresas que ficaram fortes ao passar dos anos, podendo afirmar que são pessoas determinadas e transformadoras no que fazem.

De acordo com o quadro 2 e 3 os participantes relatam o nome da rua o número e o setor de cor das lojas, e do mesmo modo explicam porque escolheram vender no polo de confecções. As respostas são significativas a ser um lugar que deu oportunidades para crescerem economicamente, tendo uma maior aproximação com os clientes, e atraindo novos devido ao grande fluxo de pessoas que passam, onde se é significativo para a cidade um local como o polo de confecções.

INFORMANTES	Qual o local da loja no Polo de Confecções?
Aguinaldo Feitosa	Rua F, N.º 5, setor branco
Luíz José	Rua F, N.º 8, setor branco
Ivaldo Alves	Rua K, N.º 17, setor branco
Jakeline Alves	Rua N, N.º 16, setor branco
José Rinaldo	Rua F, N.º 10, setor branco

Quadro 02: Qual o local da loja no Polo de Confecções

Fonte: Pesquisa de campo (2020).

INFORMANTES	Por que escolheram vender no Polo de Confeções?
Aguinaldo Feitosa	Por possibilitar melhor crescimento econômico.
Luíz José	Acho que podia melhorar a administração, mas tenho uma renda fixa com bons clientes.
Ivaldo Alves	Por que é uma estrutura grande, e é apropriado para quem quer abrir o próprio negócio.
Jakeline Alves	O melhor lugar para se vender, onde se gera renda.
José Rinaldo	Um empreendimento importante para a cidade, vindo clientes de todos os lugares com seus específicos gostos.

Quadro 03: Qual o local da loja no Polo de Confeções

Fonte: Pesquisa de campo (2020).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cidade de Santa Cruz do Capibaribe é sinônimo de transformação e prosperidade diante da economia local, com seus produtos e uma moda moderna e atualizada onde os empreendedores implementam mudanças e melhorias para venderem mais.

Santa Cruz do Capibaribe passou por inúmeras mudanças, desde a sua feira de rua até onde se fez necessário haver uma estrutura que capacitasse os seus vendedores e clientes, assim se fez a construção do polo de confecções no qual é o maior do Brasil.

O Moda Center Santa Cruz foi feito para que os vendedores tivessem condições melhores para venderes seus produtos, sendo um local onde realmente supera as expectativas de todos que passam por lá, é preciso também ressaltar que seja elaborado mais planejamento estratégicos, nas empresas e na sociedade para superar os desafios que surgem atualmente.

REFERÊNCIAS

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas 2008

PDF: GARVIN, David. **Gerenciamento a Qualidade. A visão Estratégica e Competividade**. ano 1992

PDF: MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

PDF: MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PDF: DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**

Site disponível em:

<https://neilpatel.com>

<https://blog.contraozul.com>

<https://www.portalaleducacao.com.br>

<https://www.santacruzdocapibaribe.pe.gov.br>

<https://aplicativomodacenter.com.br>

APÊNDICES

APÊNDICE A - ENTREVISTA COM AGUINALDO FEITOSA

Aguinaldo Feitosa Ferreira, 45 anos de idade, divorciado, 8 anos trabalhando como empresário no polo de confecção.

Antes eu trabalhava em feiras vendendo brinquedos e bijuterias no carro e vendia em festas de rua, morando na zona rural depois mim mudei para a cidade do Congo (PB) morando de aluguel, então comecei vendendo em casa.

Resolvi ir para o polo de confecções onde eu aluguei uma loja com um amigo, depois montei a minha própria loja que vendo até hoje, a minha renda é suficiente tenho também uma loja na cidade que moro no Congo (PB), foi com dificuldades mais nunca desisti com força e coragem hoje mim considero um vencedor.

APÊNDICE B - ENTREVISTA COM LUÍZ JOSÉ

Luiz José Goncalves de Barros, 45 anos de idade, casado, 10 anos que vende no Polo de Confecção.

Faz muito tempo que tenho uma loja no Polo de Confecção, a renda daqui é suficiente eu acho que podia melhorar a administração do Polo, mais gosto de vender aqui.

APÊNDICE C - ENTREVISTA COM ÍVALDO ALVES

Ivaldo Alves de Souza, 40 anos de idade, casado, 5 anos que trabalha no Polo de Confecção. Hoje é minha única fonte de renda tenho duas lojas no Polo de Confecção onde eu transporto minha mercadoria para outras cidades. Iniciei vendendo no único boxe e depois abri as lojas, vendo muito no atacado, no começo foi difícil mas fui vendendo aos poucos, sou feliz por poder dar mais comodidade a minha família por causa do Polo de Confecção.

APÊNDICE D -ENTREVISTA COM JAKELINE ALVES

Jakeline Alves Feitosa Ferreira, 31 anos de idade, casada, 6 anos que trabalho no Polo de Confecção.

Eu trabalhava antes como funcionaria de uma loja no Polo de Confecção, mas com o passar dos anos mim tornei proprietária da minha própria loja. Vem sendo a minha única fonte de renda, vendo muito bem tenho meus clientes fiéis.

APÊNDICE E-ENTREVISTA COM JOSÉ RINALDO

José Rinaldo Diniz Farias, 58 anos de idade, casado, 8 anos que tem loja no Polo de Confecção.

Já era empresário antes de vim pra o Polo de Confecção, eu era bancário gerente do banco Santander de João Pessoa, ingressei no Polo por ter familiares já neste ramo de lojas, foi quando abril a minha loja vendo no atacado e varejo.