

DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL NA EMPRESA STOP JEANS COMERCIO DE CONFECÇÃO LTDA.

ORTILIA¹, W. A. PEREIRA², J. A.

RESUMO

O Diagnóstico Empresarial levantado tem como objetivo analisar sete esferas do setor produtivo da indústria como: Gestão; Inovação de Produto; Marketing; Marketing Digital; Meio Ambiente; Produção; e Qualidade. Neste processo feito através de um questionário que representa o Gráfico Radar utilizado para o diagnóstico. Dentro de cada esfera foram subtraídos dois pontos negativos para um Plano de Ação efetivo. A cada um deles aplicado de forma eficaz, foram reajustados através do plano de ação aplicado corretamente para o funcionamento adequado dos processos produtivos da empresa Stop Jeans.

Palavras-chave: Indústria de Confecção; gráfico Radar; Plano de Ação.

ABSTRACT

The Business Diagnosis raised aims to analyze seven spheres of the productive sector of the industry, such as: Management; Product Innovation; Marketing; Digital Marketing; Environment; Production; and Quality. In this process made through a questionnaire that represents the Radar Graph used for diagnosis. Within each sphere two negative points were subtracted for an effective Action Plan. Each of them applied effectively and efficiently will be adjusted correctly for the proper functioning of the production process of the manufacturing industry.

Keywords: Manufacturing Industry; Radar chart; Action Plan.

INTRODUÇÃO

Este artigo tem por objetivo levantar a situação do processo produtivo da indústria de confecção. No que se refere ao gerenciamento de todo o processo na busca de produtos novos e inovadores, quanto na propaganda e divulgação do mesmo. Isso

¹ Wellington Roberto de Alencar Ortilia Acadêmico do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2020. welington.alencar@hotmail.com

² José Alcione Pereira. Professor Doutor em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2020, incaelo.pereira@gmail.com.

tudo vem atrelado a uma política ambiental bem definida para obter um processo produtivo de qualidade. Todo levantamento foi feito por meio do Gráfico Radar que nos orientou para as devidas correções dentro do processo, através de planos de ação definido adequadamente podendo assim atingir o propósito a qual foi submetido a empresa.

OBJETIVO

O objetivo geral é identificar qual setor da organização está com maior dificuldade em seus processos produtivo, desde de sua criação até o produto final, e ao identificar os possíveis problemas através do gráfico Radar, conseguiremos montar um plano de ação eficiente e eficaz para aplicar nas problemáticas.

MÉTODO

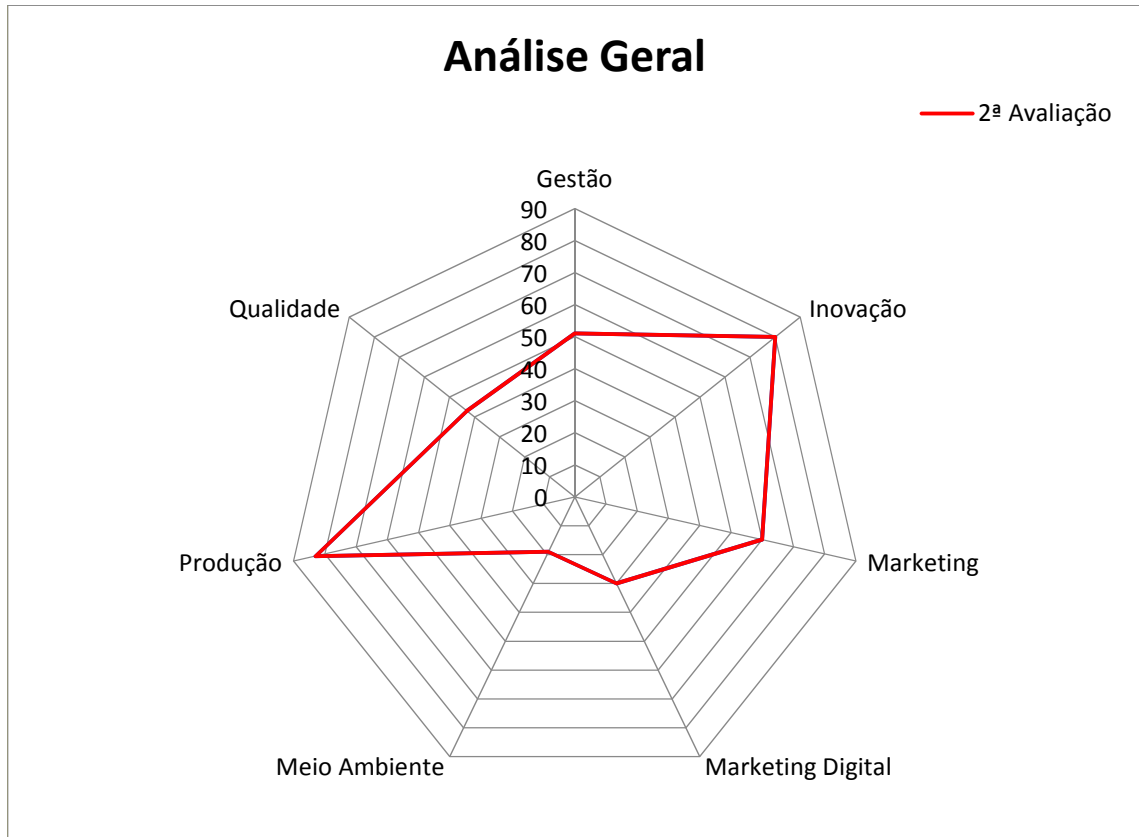
Um levantamento realizado na empresa nos dias 23 a 27 de setembro de 2019, junto com o gestor responsável nos mostraram as seguintes realidades de cada esfera do Gráfico Radar: Gestão; Marketing; Marketing Digital; Meio Ambiente; Produção e Qualidade, com a aplicação do gráfico de modo geral, foi possível identificar, pelo menos dois problemas de cada esfera dentro do processo da empresa.

DESENVOLVIMENTO

Análise geral, foi levantado através do diagnóstico feito na empresa demonstrando cada setor. Na figura abaixo, podemos observar os pontos onde dados levantados se apresentam de forma multivariável. Esta apresentação nos orienta qual setor está com mais ou menos deficiência para empresa.

“Em sua forma original, o Gráfico Radar é materializado em um polígono cujas diagonais constituem coordenadas nas quais se registram os índices de balanço, do mercado, etc., considerados como relevantes para criar uma imagem do desempenho”. Segundo (Ornstein,1989).

GRÁFICO 1 - Análise geral da empresa



Fonte: Acadêmico Welington Alencar, 2020

GESTÃO

É os objetivos e metas de forma estruturada e definida, composta por ações e estratégias usando recursos estruturais, financeiros e humanos. O sistema compõe partes diferentes dentro da organização visando desenvolver crescimento e obter melhores resultados.

MARKETING

O nosso marketing tem um suporte de catálogos e revistas com nossos produtos ilustrado, temos também a mídia de cada região onde a loja está localizada que divulgam a marca Stop Jeans. Além desses suportes a empresa conta diretamente com os clientes que fidelizaram a marca, e que nos ajuda a divulgar a marca e nossos produtos.

MARKETING DIGITAL

A divulgação da marca em marketing virtual, a empresa disponibiliza de somente Facebook, onde cada loja é responsável por divulgar a localização das lojas, imagens e conteúdo de seus produtos, e também divulgar promoções e outros serviços afim.

MEIO AMBIENTE

A empresa tem seus trabalhos voltado para a transformação de matéria prima extraída de seus fornecedores em produtos acabados como peça do ramo de confecção, no processo de industrialização dessa matéria prima a empresa produz retalhos, restos de tecidos que por sua vez recebe o destino correto por uma empresa responsável pela coleta. Dos outros processos que são terceirizados a Stop Jeans conta com parceiros seriamente formalizados e credenciados, que dão o destino certo de seus resíduos.

PRODUÇÃO

A Produção da empresa conta com uma estrutura nova e com espaço adequado com projeção para expandir o dobro de sua capacidade atual, dentro dessa estrutura estão disponibilizados maquinários e instalações elétricas adequadas e de boa qualidade funcional.

Toda sua produção passa por um setor onde planeja e acompanha cada processo, esse setor é na minha opinião uns dos mais importantes para o andamento da produção dentro e fora da fábrica. Com ele são estabelecido metas e cronogramas de entrega de cada processo, é feito um balanceamento em cada setor para evitar gargalos.

QUALIDADE

A qualidade pela qual a empresa preza é dar o melhor produto custo benefício para os clientes, e para que isso aconteça ela investe em máquinas modernas e tecnológicas, na boa conservação da sua estrutura física e na busca de treinamento e mão-de-obra especializada.

No final de 1994 o então presidente da GE, Jack Welch, iniciou o estudo da metodologia desenvolvida por Bill Smith. Fez as necessárias contextualizações e afirmou que a Metodologia Seis Sigma para GE “ofereceu a ferramenta exata de que necessitava para o treinamento generalizado em gestão, uma vez que ela se aplica tanto a um centro de atendimento ao cliente, como a uma fábrica”. Welch concluiu afirmando que o Seis Sigma “é uma linguagem universal”, é o caminho para a busca de bens e serviços com qualidade superior e de uma maior rentabilidade para a empresa. (RODRIGUES, 2008, p. 4).

CONCLUSÃO

Este Diagnóstico Empresarial que aplicamos na (Stop Jeans) foi de extrema valia para o gestores da empresa, pois nele foi analisado sete esfera do setor, dentre eles estão: gestão; inovação de produtos; marketing; marketing digital; meio ambiente; produção e qualidade, a cada um foi aplicado o plano de ação para correção ou reestruturação do setor, obtivemos também informações de como a empresa esta atualmente e de como podemos ajudar a se readequar para o mercado que está muito competitivo.

REFERÊNCIAS

RODRIGUES, MARCUS VINICIUS. **Seis sigma**. Qualitymark Editora Ltda. Rio de Janeiro, 2008.

ORNSTEIN, Rudolf. **Gráfico RADAR**: uma forma alternativa de medir o desempenho econômico-financeiro. Porto Alegre, Revista do CRCRS, [18] 2:8, jul. 1989.