



MODADELAGEM DE PROCESSOS EM UM EMPRESA TÊXTIS COM FALHAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA

PESSOA, Raiza O.F.¹
CAVALCANTE, Vivian C.¹
CARVALHO, Tassia Sá F.¹
SOUZA, Karina M.M.¹
SOUZA, Shirley M.S.¹
MARACAJA, Flavio²

RESUMO

Toda organização tem um grande sistema que depende de diversos fatores para que seu funcionamento seja efetivo e favorável ao alcance dos resultados desejados. É importante ter o conhecimento dos principais problemas que afetam ou podem afetar as mais diversas organizações para que assim empresários, empreendedores, gestores e líderes de uma forma geral, tenham a oportunidade de se antecipar a eles e, com isso, continuar trilhando a rota do sucesso empresarial. Neste trabalho, foram abordados pelo MASP metodologia análise e solução de problemas, falhas incomuns dentro de uma organização de varejo, situada na cidade de Natal.

PALAVRAS-CHAVE: Qualidade; Metodologia Análise e Soluções de Problemas; Industria Têxtil;

INTRODUÇÃO

O segmento têxtil brasileiro é muito amplo e abrange uma variedade de indústrias, desde a produção e beneficiamento de matéria-prima (algodão, lã e poliéster) até o desenvolvimento de maquinário tecnológico, passando por produtos intermediários e vestuário.

Os principais consumidores das lojas de tecidos são pessoas que trabalham com estes tecidos e os revendem em forma de roupas e utensílios. Um bom exemplo são as lojas de artigos para o lar, que vendem toalhas, edredons, colchas, tapetes e outros artigos.

É importante ter o conhecimento dos principais problemas que afetam ou podem afetar as mais diversas organizações para que assim empresários, empreendedores, gestores e líderes de uma forma geral, tenham a oportunidade de se antecipar a eles e, com isso, continuar trilhando a rota do sucesso empresarial.

Para se falar desses problemas dentro de uma organização, é necessário entender do que se trata este conceito. O problema é um resultado indesejável de um trabalho ou processo, que traz como consequências sintomas provenientes da sua existência. Neste projeto, irão ser abordados problemas comuns e incomuns dentro de uma organização.

O Método de Análise e Solução de Problemas é bastante utilizado para resolução de diversos impasses encontrados por diferentes organizações e seus nichos de atuação. Acompanhar o fluxo de mudanças constante do mercado mundial é uma necessidade das empresas, visto que esse fator é essencial para a sua permanência e sobrevivência no campo ao qual pertence, dessa forma, é necessário por parte dos seus gestores uma abordagem cada vez mais factual, para que dessa forma os resultados sejam os mais assertivos possíveis. O MASP é um método capaz de reunir diversas ferramentas e proporcionar um olhar mais



holístico dos problemas, induzindo uma melhor busca por soluções (OLIVEIRA et al., 2021).

Assim, o trabalho tem por objetivo mapear através do MASP metodologia análise e solução de problemas, falhas incomuns dentro de uma dessa organização de varejo, que é situada na cidade de Natal.

A indústria têxtil tem como objetivo a transformação de fibras em fios, de fios em tecidos e de tecidos em peças de vestuário, artigos têxteis para o lar e uso doméstico (roupa de cama e mesa, tapetes, cortinas etc.) ou em artigos para aplicações técnicas (produtos geotêxteis, airbags, cintos de segurança etc.).

O setor que abrange este segmento é o setor terciário, também chamado de setor de serviços, é o ramo da economia que engloba as atividades de prestação de serviços e de comércio.

MATERIAL E MÉTODOS

O Grupo Cavalcante de Varejo, é uma empresa com várias lojas de venda de produtos como, tecidos, cama, mesa, banho e decoração, situada na grande João Pessoa e no interior do estado da Paraíba, nos municípios de Guarabira, Patos, Campina Grande e no estado de Rio Grande do Norte, localizado na cidade de Natal.

O segmento têxtil brasileiro é muito amplo e abrange uma variedade de indústrias, desde a produção e beneficiamento de matéria-prima (algodão, lã e poliéster) até o desenvolvimento de maquinário tecnológico, passando por produtos intermediários e vestuário. Os métodos de investigação ocorreram através de Estudo de caso, exploratório, com aplicação direta do MASP- metodologia de análise e soluções de problemas,

DIAGNÓSTICO E LEVANTAMENTO DE SITUAÇÕES PROBLEMAS ATUAIS

Tem-se como problema no setor de vendas, o não atingimento das metas, que possivelmente ocorre pela falta de estratégia de marketing, ou seja, divulgações e promoções para captar clientes. Outra problemática se encontra no setor do Estilista\Figurista, em que os clientes realizavam o desenho\croquis dos modelos de roupa, os levavam e compravam o material em outras lojas, por encontrarem menores preços.

Em seguida, encontra-se um problema de comunicação interna, em que muitas informações não chegam no tempo e de forma correta para todos os colaboradores, que pontuaram essa questão no seu dia a dia, provavelmente existente pela falta de ferramentas de comunicação eficientes. Outro ponto levantado pelo setor de embalagem, foi a falta de orientação do pós-venda por parte dos vendedores, que não acompanham o cliente até a entrega final do produto embalado.

E por fim, no setor de Caixa, houve o levantamento de um problema com as transações via Pix, em que a confirmação do recebimento do pagamento ainda acontece de forma terceirizada, havendo demora durante o fechamento da venda e gerando impaciência por parte dos clientes.

APLICAÇÃO DO MASP (CICLO PDCA)

Dentro da organização foi evidenciado, por meio de pesquisas de opinião com alguns colaboradores de diferentes setores, um problema recorrente de falta de comunicação, em que as informações não chegam no tempo e forma adequada a todos da empresa, além de às vezes chegarem incorretas. Esse cenário traz insatisfação por parte de alguns funcionários e acaba afetando em outros processos que dependem da comunicação interna da empresa.

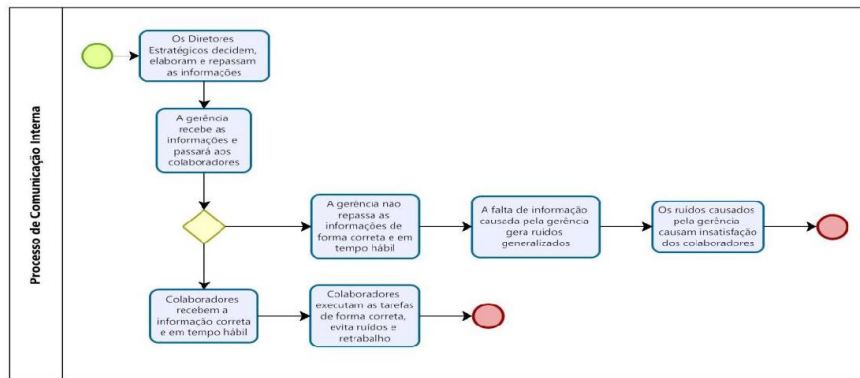


Figura 1 - Processo Investigado
Fonte: Autores (2023)

A relação com os clientes também segue a mesma linha de afetividade, buscando sempre atender a necessidade dos mesmos e até mesmo criar uma conexão por meio da comunicação, seja ouvindo uma história ou dando opinião criativa sobre o que o cliente está imaginando, alguns clientes possuem os contatos de trabalho de alguns vendedores ou até mesmo se comunicam pelas redes sociais de algumas unidades; faz-se campanhas das datas comemorativas nas lojas, com a ajuda dos colaboradores, que são expostas para os clientes que entram nas unidades.

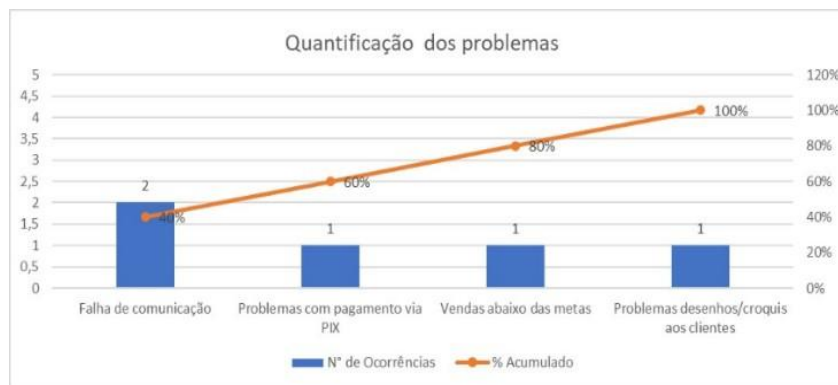


Figura 2 – Falhas e Problemas
Fonte: Instrumento de Pesquisa

Já no ambiente externo, a organização não possui programas definidos para realização de ações sociais, apenas atitudes esporádicas de alguns gestores, contribuindo com a doação de cobertores para grupos necessitados em época de inverno. Uma das características que existe desde a fundação das lojas é o intuito de empregar as pessoas de diferentes grupos e classes sociais, proporcionando uma oportunidade de trabalho e as ajudando a se desenvolver e se manter, colaborando com a sociedade.

Ainda, no setor de Caixa, houve o levantamento de um problema com as transações via Pix, em que a confirmação do recebimento do pagamento ainda acontece de forma terceirizada, havendo demora durante o fechamento da venda e gerando impaciência por parte dos clientes.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após profunda análise dos dados obtidos, a equipe realizadora desta pesquisa conseguiu enxergar alguns pontos cruciais no clima organizacional da empresa investigada.

O maior nível de insatisfação está no processo de comunicação interna, resultando nas respostas em sua maioria negativa referente ao desconforto que sentem em não receber as informações de forma clara e direta, entre gestores e colaboradores. É de suma importância conhecer bem seus colaboradores, fortalecer a cultura organizacional, fazer reuniões e eventos de alinhamento, formalizar as regras, mapear fontes de ruídos, fornecer feedbacks e saber lidar com conflitos.

Desta forma, não haverá tantas falhas na comunicação, com a aplicação dessas políticas e treinamentos buscando desenvolver a relação e clima organizacional dos funcionários dessa organização. Concluímos que, a empresa tem a base da sua organização firmada na relação entre os funcionários, que se unem para enfrentar constantemente a falta de comunicação por parte de seus chefes imediatos.

REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, Idalberto, Planejamento estratégico: da intenção aos resultados / Idalberto Chiavenato, Arão Sapiro. – 4. ed., rev. e atual, São Paulo: Atlas, 2020.
- CONSULTORIA, Fm2s educação &. O que é e para que serve o Diagrama de Pareto?. In: FM2S. **FM2S**. 15 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.fm2s.com.br/grafico-de-pareto/>. Acesso em: 19 out. 2022.
- FEBRATEX GROUP. <https://fcm.com.br/noticias/segmento-textil-os-4-principais-do-mercado-brasileiro/#:~:text=O%20segmento%20t%C3%AAAxtil%20brasileiro%20%C3%A9,p or%20produtos%20intermedi%C3%A1rios%20e%20vestu%C3%A1rio>. Acesso em: 22 de out. 2022.
- FITZSIMMONS, James, A. e Mona J. Fitzsimmons. *Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação*. Disponível em: Minha Biblioteca, (7ª edição). Grupo A, 2014.
- GESTIONE. <https://gestioneassessoria.com.br/blog/detalhes/18/voce-sabe-quais-sao-os-principais-problemas-organizacionais->. Acesso em: 22 de out. 2022.
- KIRCHNER, Arndt. *Gestão de qualidade*. Disponível em: Minha Biblioteca, Editora Blucher, 2010.
- LOBO, Renato N. *GESTÃO DA QUALIDADE*. Disponível em: Minha Biblioteca, (2ª edição). Editora Saraiva, 2020.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar A. *Introdução à Administração*, 8ª edição. Disponível em: Minha Biblioteca, Grupo GEN, 2012
- OLIVEIRA, Betuel, et al., 2021 <https://www.scholarsjournal.net/index.php/ijier/article/view/3216/2202>. Acesso em: 19 out. 2022.



PONTUALTÊXTIL. <http://www.pontualtextil.com.br/destaque/55/industria-textil-como-funciona>. Acesso em: 22 de out. 2022.

SEBRAE. Saiba o que é e como funciona a metodologia PDCA. *In:*

SEBRAE. 06 dez 2013. Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/4-etapas-do-pdca-melhoram-gestao-dos-processos-e-qualidade-do-produto,9083438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>.
Acesso em: 21 out 2022.

¹ Discentes, Graduando em Administração UNIESP Centro Universitário. E-mail:

2022111450008@iesp.edu.br cordenacaodeadministracao@iesp.edu.br ;

2022111450006@iesp.edu.br

² Doutorando em Eng. Mecânica (UFPB). Mestre e Espc. Engenharia Produção, Docente no UNIESP Centro Universitário. E-mail: prof1926@iesp.edu.br