

Os principais modelos de gestão industrial no Brasil

Manuella Candéo (UTFPR) manuellaacandeo@gmail.com

João Luiz Kovaleski (UTFPR) kovaleski@utfpr.edu.br

Resumo:

Este trabalho tem como objetivo revisar os principais modelos de gestão para o crescimento das empresas. Apontando como parte principal a gestão da qualidade que vem a ser o setor que mais influencia no comportamento das empresas, exigindo padrões e conformidade a fim de garantir a permanência dos clientes a conquista de novos em seguida o artigo tratou de apontar a importância do empreendedorismo dentro das empresas para que estas se desenvolvam e acompanhem as mudanças no mercado cada vez mais competitivo, o artigo termina por fim apontando a relevância das pequenas e micro empresas no mercado, ressaltando que estas são grandes geradoras de empregos e de renda para as famílias.

Palavras chave: Gestão da qualidade, Empreendedorismo, Pequenas e micro empresas.

The main models of industrial management in Brazil

Abstract

This paper aims to review the main management models for business growth. Pointing main part of quality management that becomes the sector that influences the behavior of companies, demanding standards and compliance in order to ensure the remained of winning new customers, then we treat you point to the importance of entrepreneurship within companies so that they develop and track changes in the increasingly competitive market, the article ends by end indicating the relevance of small and micro companies in the market, noting that these are great generators of jobs and income for families.

Key words: Quality Management, Entrepreneurship, Small and micro enterprises.

1. Introdução

A maneira como a sociedade se comporta se transforma a cada dia, devida às mudanças culturais, socioeconômicas, políticas e econômicas, é nesse sentido que se faz a necessidade de os profissionais que atendam o mercado de trabalho interajam com as mudanças ocasionadas na sociedade para melhor atender os clientes, os profissionais das empresas e indústrias precisam compreender que é importante que eles “eliminem as lacunas entre o que podem fazer e o que os clientes esperam que eles façam (STEWART,1998).

Para que as indústrias consigam atingir as expectativas dos clientes e que se utilizam os modelos de gestão industrial, pois os modelos de gestão industrial no Brasil têm como objetivo auxiliar as indústrias e empresas, a se organizarem e obterem qualidade e conseguirem a padronização dos seus produtos e a confiança dos seus clientes, o crescimento da empresa e a conquista de espaço no mercado garantindo a presença de sua marca, e caracterizando uma empresa de confiança.

O mundo globalizado faz com que as informações sejam transmitidas em uma velocidade exorbitante, fazendo com que a nossa sociedade se transforme a cada instante com novas ideias e desejos, isso faz com que as empresas também procurem a globalização e a informação para conseguir se manter no mercado de trabalho.

Os modelos de gestão industrial são aplicados na indústria para garantir à ordem, a qualidade, a melhoria dos produtos, setores, relações entre colaboradores, entre outros fatores que estão relacionados em uma empresa.

Modelos de gestão são maneiras formas de se administras, e administrar nada mais é que a ação de tomar decisões sobre situações.

Pereira e Santos (2001), o modelo de gestão “é compreendido como o conjunto de princípios, técnicas e explicações que orientam a concepção e o modo de funcionamento de todos os elementos constituintes de uma organização.”

Os administradores ou as pessoas que são responsáveis por cargos relacionados a gestão devem ter os seus objetivos alinhados aos objetivos com os da empresa, indústria ou local onde vão desempenhar essa função.

Segundo Chiavenato (2000), “administração é o ato de trabalhar com e através de pessoas para realizar, tanto os objetivos da organização, quanto de seus membros”.

O grupo de pessoas que trabalha em prol de um objetivo comum e denominado de organização, as organizações dentro de uma empresa trabalham em setores, esses setores participam dos modelos de gestão e são normalmente gerenciado por gestores, que devem ter como interesse o trabalho em comum e o crescimento e manutenção da empresa no mercado, mesmo as gestões tendo questões específicas juntas elas devem ter como objetivo em comum os interesses da empresa.

O objetivo desse artigo e abordar os principais modelos de gestão industrial no Brasil, e de como seus programas auxiliam no crescimento das empresas, e no bem estar dos funcionários gerando confiança, entre produtores, colaboradores, compradores, comerciantes entre outros setores envolvidos na produção ou fabricação de um produto ou serviço.

Para conseguir atingir os melhores parâmetros de uma empresa, atingindo a melhoria continua, em que os colaboradores devem sempre procurar melhorar os serviços, a comunicação entre os setores, à comunicação entre os fornecedores, a procura por sempre realizar o trabalho de forma mais efetiva.

Dentre os modelos de gestão industriais mais utilizados pelas indústrias podemos citar a gestão da qualidade que segundo American Society for Quality – ASQ / The American National Standards Institute – ANSI, (1978)” é totalidade dos requisitos e características de um produto ou serviço que estabelecem a sua capacidade de satisfazer determinadas necessidades”.

Ou seja, e o primordial que um cliente espera de uma empresa e do produto ou serviço oferecido, que este seja seguro e de qualidade, para que se estabeleça essa relação de confiança.

Qualidade é a conformidade do produto às suas especificações”. (CROSBY, 1986). Ou seja o cliente espera um produto padrão conforme que atenda o que ele propõem, e que se o consumidor for comprar novamente o mesmo produto este seja exatamente como o anterior respeitando os padrões da qualidade do produto.

A qualidade é de suma importância para que uma empresa cresça e se destaque no mercado, no entanto não é a única a ser considerada importante, pois a empresa também pode investir na gestão de empreendedorismo.

O empreendedorismo nada mais é que o profissional capacitado para a inovação, hoje em dia com o avanço da tecnologia e o surgimento de novas empresas, o produto que se mantem no

mercado não é somente o de qualidade mas também o que traz em suas características a inovação o novo.

Para isso é importante que as empresas invistam em pessoas capacitadas que criem empreendedores dentro da empresa que possam acrescentar e tornar a empresa empreendedora.

A função do empreendedor é inovar sendo um revolucionário e o padrão de produção tem que explorar a invenção ou, de maneira generalizada, um método tecnológico que ainda não foi explorado para construir um novo bem ou um bem antigo de forma inovadora, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor. (SCHUMPETER, 1952).

A empresa empreendedora é que vai conseguir se manter no mercado de trabalho, pois é a empresa que surpreende de maneira quase sempre positiva o consumidor pois para inovar é preciso muito estudo e pesquisa, sobre o cliente o produto e as novas tendências de mercado.

Não são somente as grandes empresas que precisam de gestão as empresas consideradas de pequeno e médio porte também precisam investir nos processos de gestão e para isso existe a gestão de pequenas empresas que trata de auxiliar no desenvolvimento dessas empresas, proporcionam a oportunidade emprego de muitas pessoas e auxiliam muito no desenvolvimento econômico do país.

Além desses modelos de gestão já citados acima não podemos esquecer a gestão ambiental que tem um grande apoio legal para ser aplicada pelas indústrias.

A gestão ambiental vem para auxiliar as empresas para que estas não agredam o meio ambiente, com o descarte de resíduos, os desmatamentos, os lixos indústrias, sem falar nos resíduos originados após a compra de alguns produtos.

Assim como a gestão ambiental, a gestão da qualidade, a gestão de micro e pequenas empresas, a gestão voltada ao empreendedorismo entre outros modelos de gestão são importantes para o crescimento e desenvolvimento das indústrias e empresas.

Esse artigo aborda esses modelos de gestão por serem uns dos mais utilizados no território nacional brasileiro.

2. Gestão da qualidade

A gestão da qualidade é uma ferramenta que tem por objetivo verificar todas as outras ferramentas de trabalho, verificando os pontos falhos e garantindo uma melhoria na execução do trabalho e consequentemente um padrão de qualidade nos produtos.

Com o auxílio da aplicação de projetos voltados a conduzir e aprimorar a ferramenta de gestão da qualidade o gestor adquire a capacidade de verificação das possíveis falhas e erros, que acarretam problemas na qualidade dos produtos.

A grande vantagem da utilização e aplicação da gestão da qualidade é o ganho de clientes o aumento no número de vendas e a capacidade de atender clientes nacionais e internacionais.

O foco na qualidade do produto e na sua produção proporciona um clima organizacional mais agradável, e mais favorável à comunicação, pois dá a responsabilidade para cada setor executar o seu trabalho da maneira mais responsável, exigindo o máximo de esforço para garantir a qualidade.

A qualidade é a palavra de ordem nas empresas, a importância de se transmitir os conceitos de qualidade para todos os colaboradores é essencial, no entanto abordar este tema é fácil, mas muitas empresas se encontram em dificuldades na hora da aplicação da gestão da qualidade

nas empresas.

Alguns dos maiores autores da área conceituam qualidade como: (JURAN, 1992, p.9) "Qualidade é ausência de deficiências" A busca pela qualidade e inicialmente o desejo de eliminar as falhas, de fazer um processo limpo, pratico e com bons resultados, outro importante autor cita a qualidade como: "Qualidade é a conformidade do produto às suas especificações." (CROSBY, 1986, p.31) A gestão da qualidade determina o produto aceitável, bom, e o usa como padrão para todos os outros a garantia da qualidade nada mais é que produzir copias idênticas ao produto concebido como perfeito, atendendo todas as características e especificações.

Outra definição e a do autor Ishikawa, (1993, p.43) "Qualidade é desenvolver, projetar, produzir e comercializar um produto de qualidade que é mais econômico, mais útil e sempre satisfatório para o consumidor." O objetivo da qualidade e atingir a necessidade do cliente atendendo seus desejos, produzindo de maneira a satisfazer o cliente, mas também satisfazendo as necessidades da empresa de conseguir reduzir os custos como afirma o autor Deming, (1993, p.56) "Qualidade é tudo aquilo que melhora o produto do ponto de vista do cliente".

Apesar de todas essas afirmações do conceito de qualidade o estudo de David A.Garvin, (1992), apontaram para a ideia de que qualidade é um conceito que é transitorio e muda com o passar do tempo dentro de uma empresa, não apenas pelo avanço da tecnologia mas também pela exigencia maior dos clientes e pelos padrões de qualidade mais alto de alguns concorrentes, o que faz com que as exigencias e especificações de qualidade de um determindio produto acabe mudando,

Gravin aponta cinco abordagens que comproavam a necessidade de aperfioamento continuo na qualidade.o primeiro e a abordagem transcendental que aponta que a qualidade nada mais é que a busca de atingir um padrão pré definido que pode ser mudado de acordo com as necessidades da empresa e clientes Tuchman, (1980, p.38) afirma que a qualidade é "...uma condição de excelência que implica em ótima qualidade, distinta de má qualidade... Qualidade é atingir ou buscar o padrão mais alto em vez de se contentar com o mal feito ou fraudulento".

Outra abordagem é baseada na produção, essa abordagem aponta que o controle deve estar focado principalmente na produção, pois as falhas nesta etapa acarretaram em produtos que não atingem as epecificações para um padrão da qualidade. Ou "Qualidade é o grau em que um produto específico está de acordo com o projeto ou especificação (GILMORE, 1974, p. 16).

Alem da abordagem baseada na pridução também existe a abordagem baseada no produto, o foco no produto não apenas nas especificações mais no algo a mais, no melhor no mais positivo e atraente, para que os clientes criem um vinculo de preferencia entre um produto e outro como afirma o autor Teboul (1991,p.49) " é necessário que exista algo mais ao produto, que nos fará escolher este ao invés de outro". Esse algo mais será a diferença em relação a outro produto.

No entanto Gravin também aponta a necessidade uma abordagem voltado ao valor, que se refere justamente a atender ao cliente no quesito custo, preço, um produto que atenda as necessidades de conformidade do produto mas também os preços como Feigenbaum, (1961) aponta "Qualidade quer dizer o melhor para certas condições do cliente. Essas condições são o uso e o preço de venda do produto", ou seja um produto adequado com um preço justo e acessível que agrade o consumidor.

Os consumidores também recebem uma abordagem segundo Gravin e a abordagem voltado aos usuarios que nada mais é do que o desenvlvimeto de um produto que atenda as

necessidades dos clientes ou usuários e as satisfaçam em todos os requisitos de qualidade.

Como aponta Gilmore, (1974) "A qualidade é o grau com o qual um produto específico atende às necessidades dos consumidores específicos "

Alem dessas abordagens Gravin também aponta os quesitos de desempenho, características, durabilidade, confiabilidade, conformidade, atendimento e estética.

A gestão da qualidade também atua com o auxílio de ferramentas para manter o controle e melhor desenvolvimento e aplicação dessa gestão

. Segundo Williams (1995) As ferramentas devem ser usadas para controlar a variabilidade, que é a quantidade de diferença em relação a um padrão, sendo que a finalidade das ferramentas é eliminar ou reduzir a variação em produto e serviço.

Para as ferramentas funcionarem é preciso padronizar e controlar, se uma empresa utiliza as ferramentas e tem a qualidade dos seus produtos padronizadas ela pode contar com o certificado ISO 9001, dando mais garantia para os consumidores de seus produtos.

O padrão ISO 9001:2008 baseia-se em oito princípios de gerenciamento da qualidade:

1. Foco no cliente;
2. Liderança;
3. Envolvimento de pessoas;
4. Abordagem de processos;
5. Abordagem sistêmica para o gerenciamento;
6. Melhoria contínua;
7. Tomada de decisão baseada em fatos;
8. Benefícios mútuos entre clientes e fornecedores.

O foco nesses requisitos garante ao consumidor que a empresa é confiável que o produto tem uma garantia, aumentando sua preferência.

3. Modelos de gestão contemporâneos – Empreendedorismo

Para uma indústria se manter no mercado de trabalho está preciso estar disposta a passar por um modelo de inovação de gestão empreendedora.

No âmbito da globalização e do livre mercado em que a competição é, de certo modo, inevitável, a dinâmica de qualquer empreendimento econômico pode ser analisada e interpretada por meio da lógica de destruição criativa, onde a força motriz do progresso é a inovação, evidenciada por produtos novos, processos novos e/ou modelos de negócios novos (CRIBB, 2007).

A destruição criativa vem em contra partida, a necessidade de transformar os modelos defasados em novos modelos mais atrativos ao mercado, esse processo de transformação onde apenas os agentes inovadores permanecem ativos.

Para poder se manter no mercado competitivo é preciso inovar, criar, recriar e não ter medo de seguir em frente, apenas as empresas com uma visão voltada ao empreendedorismo de

futuro, que não tem medo do novo, consegue se desenvolver e crescer em um mercado competitivo. “A inovação é a ferramenta-chave dos gestores, o meio pelo qual exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. É passível de ser apresentada como uma disciplina, de ser ensinada e aprendida, de ser praticada” (DRUCKER, 1985 apud BESSANT e TIDD, 2009).

As empresas precisam de inovação em seus produtos e processos para conseguir se manter no mercado de trabalho, devido ao grande aumento no número de concorrentes, e principalmente as exigências dos consumidores que estão sempre a procura de novidades.

A novidade é um atrativo, muitas vezes acaba se tornando um fator de escolha, o fator de decisão de compra, pois instiga a curiosidade e desperta o desejo do consumidor, no entanto muitas vezes inovar é arriscado, e por isso deve ser sempre bem pensada pela empresa.

Alguns produtos têm suas marcas registradas e são intituladas como a preferida de consumidores, e a inovação nesse produto pode fazer com que o consumidor rejeite, por não acreditar ser melhor que o antigo, ou ser diferente do que ele estava acostumado a consumir.

Mesmo quando a inovação é simples, uma mudança no rótulo, nas cores e formatos da embalagem, no entanto cada inovação deve ser pensada para melhor atender os clientes, compradores e usuários dos produtos fornecidos pelas empresas, a inovação deve sempre ser bem estudado pelas empresas, gestores.

Cada empresa precisa encontrar uma maneira uma solução para inovar, seja por meio de influência interna ou externa por necessidade ou iniciativa própria, inovação não é um processo simples.

Para o sucesso das inovações, quatro componentes precisam ser gerenciados: estratégia, mecanismos de implementação, conexões externas e contexto organizacional (TIDD, BESSANT & PAVITT, 1997).

A inovação permite o surgimento de novos produtos e serviços, isso faz com que se consiga abrir mais mercado, empreender mais. As empresas devem estar ligadas para aproveitar as oportunidades, atendendo as necessidades e carencias humanas, conseguindo com isso crescer no mercado.

Para que a empresa consiga desenvolver é necessário que aja um investimento em pesquisas, que auxiliem na produção de novas ideias e conceitos.

Diversas empresas, no decorrer de sua história, trabalharam apontadas para desenvolver ideias próprias e criar produtos diferentes. Para isso, sempre foi necessário que elas investissem muito em pesquisas (FARAHAT, 2007).

Para que o empreendedorismo seja aplicado na empresa, e primeiro preciso investir em empreendedores, em pesquisas em inovações.

4. Gestão de micro e pequenas empresas

As empresas de micro e pequenas empresas são essenciais para o crescimento mercadológico e da população, essas empresas são grandes geradores de empregos nas regiões. É preciso se concentrar na prática de gestão de micro e pequenas empresas para que estas possam desenvolver cada vez mais o mercado local.

O surgimento de micro empresas surge com um alicerce ao surgimento de novos empregos, e também como uma fonte de renda familiar, dados do Sebrae (2007), apontam que o percentual de empresas de pequeno porte que sobrevive pelo menos dois anos passou de

50,6%, em 2002, para 78%, em 2005, ou seja, 27,4% a mais de MPE permanecem em atividade.

Esse dado aumentou devido a qualidade dedicada a gestão de pequenas e micro empresas, que vem sendo mais pensadas, como por exemplo, o programa de extensão empresarial, com foco na melhoria do ambiente econômico social.

As MPEs são agentes vitais na economia brasileira devido à importância econômica que exercem nos indicadores de desenvolvimento tanto local/regional quanto nacional e internacional. Elas são responsáveis por uma parte substancial do total de bens e serviços produzidos em qualquer lugar do mundo, assim como também o são os negócios familiares (GRZYBOVSKI, 2007)

As micro e pequenas empresas são geradas por pessoas empreendedoras que se utilizarem das gestões de empreendedorismo e de qualidade conseguiram crescer e garantir o emprego de outras pessoas, gerando assim um crescimento local que pode vir a ser regional e até mesmo nacional.

5. Gestão ambiental

A preocupação com a gestão ambiental no Brasil veio desde os tempos coloniais Wamer (1999) menciona que as preocupações de caráter ambiental no Brasil já existiam desde o período colonial. As primeiras normas ambientais adotadas no país foram decorrentes da legislação portuguesa, que começou a ser utilizada logo após o descobrimento (Ordenações Afonsinas, Ordenações Manuelinas, Ordenações Filipinas).

As ordens portuguesas previam a preservação da natureza e dos cultivos voltados a alimentação. O corte de plantas principalmente do pau Brasil precisava de autorização real.

Nos dias atuais as pessoas continuam a se preocupar com o meio ambiente, afinal sempre foi preciso preservar a natureza para preservar a espécie humana, o homem modifica e se adapta ao meio.

No entanto após o final do século XX a humanidade vem lidando com várias crises, devido a revolução industrial que foi sim muito positiva mas também trouxe alguns sérios problemas ambientais.

Hoje os desmatamentos ocorrem para gerar espaço para o gado e a agricultura, que deram espaço para as indústrias e as moradias, enfrentamos um sério problema ambiental, hoje é necessário que se aplique uma gestão ambiental nas empresas, para minimizar os danos, e os problemas socio ambientais, que hoje enfrentamos.

A gestão ambiental vem para planejar evitar os problemas, repensar os conceitos de ética e lucro, minimizar custos e evitar problemas ambientais. deve ter de uma visão estratégica de desenvolvimento pensando no longo prazo, para garantir a preservação da natureza.

As empresas que querem permacer ativas no mercado de trabalho devem investir na gestão ambiental, não apenas para preservar a natureza ou cumprir a legislação e evitar multas, mas também para conquistar clientes.

Nos dias de hoje a uma grande variedade de empresas e um grande numero de concorrentes, empresas que investem em gestão ambiental, ganham mais facilmente a preferencia de seus clientes e fornecedores.

5. Considerações finais

É importante o envolvimento entre os sistemas de gestão, gestão da qualidade, gestão de empreendedorismo, gestão ambiental e a gestão de micro e pequenas empresas. Para o desenvolvimento e crescimento das empresas.

Para uma empresa se desenvolver e crescer é importante que dentro dela tenham pessoas empreendedoras, que visem pela qualidade e prezem a sociedade voltando para a gestão ambiental.

Pessoas empreendedoras são capazes de gerir as empresas, sendo que micro e pequenas empresas são as reesponsáveis por boa parte do emprego da população.

A importância de agir interagindo com os modelos de gestão é uma estratégia funcional, que garante o avanço e o crescimento da empresa, empresas que utilizam os modelos de gestão são mais organizadas e conseguem mais crescimento.

É importante o uso de modelos de gestão para que as empresas consigam se manter no mercado, pois com o mundo globalizado é essencial que as empresas busquem sempre uma maneira de produzir com qualidade e segurança, mantendo a ordem dentro dos ambientes de trabalho, os modelos de gestão são essenciais para uma boa administração

Referências

- AMERICAN SOCIETY FOR QUALITY – ASQ / The American National Standards Institute – ANSI, 1978
- BESSANT, John; TID, Joe. *Inovação e Empreendedorismo*. Trad. Elizamari Rodrigues Becker, Gabriela Perizzolo, Patrícia Lessa Flores da Cunha. Porto Alegre: Bookman, 2009
- CHIAVENATO, Idalberto. *Introdução À Teoria Geral Da Administração*. 6. Ed. Rio De Janeiro, Elsevier, 2000.
- CRIBB, André Yves. *Artigo Mudança cultural coletiva: o pré-requisito da inovação no Brasil*. Publicação *Jornal da Ciência* em 27/11/2007. Disponível em: <http://www.protec.org.br/artigos.asp?cod=106> Acesso em 12 de março de 2008.
- CROSBY, P. *A gestão pela qualidade*. Banas Qualidade, v.8, n. 70, p. 98. Março/98.
- DEMING, W.E. Dr. Deming: *O americano que ensinou a qualidade total aos japoneses*. Rio de Janeiro: Record, 1993
- DRUCKER, Peter. *Inovação e Espírito Empreendedor*. Artigo *Empreendedorismo: a importância do planejamento na gestão de pequenas empresas*. 1998. Disponível em: http://www.unifamma.edu.br/administracao/artigos/dilma_o_mantuani.doc Acesso em 14 de abril de 2008.
- FARAHAT, Tarek. *Inovação Aberta: investimento em projetos cooperativos*. Publicação *Gazeta Mercantil* 18/9/2007. Disponível em: <http://www.protec.org.br/artigos.asp?cod=95> Acesso em 08 de abril de 2008.
- FEIGENBAUM, A. *Controle da qualidade total*. Vols 1, 2 e 3. São Paulo: Makron Books, 1997.
- GARVIN, DAVID A. *Building a Learning Organization*. In: *Harvard Business Review*. Boston, July-August, 1993.
- GRZYBOVSKI, D. *O administrador na empresa familiar, uma abordagem comportamental, passo fundo*: Ediupf, 2007
- ISHIKAWA, K. *Controle da qualidade total*. Rio de Janeiro: campus, 1993.
- JURAN, Joseph M.; GRZYNA, Frank M. *Controle da qualidade: conceitos, políticas e filosofia da qualidade: handbook*. Sao Paulo: Makron Books, 1991. V.1

PEREIRA, Maria I.; SANTOS, Sílvia A. *Modelo de Gestão: uma análise conceitual*. São Paulo: Pioneira-Thomson Learning, 2001.

SCHUMPETER, Joseph. *Can capitalism survive?*, 1952, p.72.

STEWART, T. A. *Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas*. Rio de Janeiro: campus, 1998.

TÉBOUL, James. *Gerenciando a dinâmica da qualidade*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1991.

WAMER, A.H. *Evolução histórica da legislação ambiental*. In *Legislação ambiental brasileira: subsídios para a história do direito ambiental*. Ed. Forense. Rio de Janeiro, 1999.