**TRABALHANDO O PLANEJAMENTO DE GESTÃO NA EMPRESA SEM COMENTÁRIOS**

Jairo Lucas Teófilo dos Santos **[[1]](#footnote-1)**

**RESUMO:**

O planejamento e as técnicas de gestão são elementos fundamentais para a manutenção da empresa no mercado e sua sustentabilidade de uma forma geral. Essas técnicas são bem variadas e exigem do gestor conhecimento e competência. O objetivo deste artigo é analisar os principais desafios da administração da loja sem comentários localizada na cidade de Marco, Estado do Ceará. A metodologia utilizada é de caráter bibliográfica do tipo qualitativa tendo como fonte de informação principal as observações realizadas na loja. A loja Sem Comentários surgiu no ano 2000, após o sonho da empresaria Graieb Ravache, que veio de Fortaleza em busca de uma melhor qualidade de vida, por estar desgastada da capital. A empresa não tem um planejamento bem definido, mas existe um controle informal de entrada e saída, estoque, pois as entradas são realizadas em intervalos de seis meses, por isso é preciso saber o nível de estoque precisamente.

**Palavras-chave:** Planejamento. Gestão. Empresa.

**1 INTRODUÇÃO**

O planejamento e as técnicas de gestão são elementos fundamentais para a manutenção da empresa no mercado e sua sustentabilidade de uma forma geral. Essas técnicas são bem variadas e exigem do gestor conhecimento e competência.

O objetivo deste artigo é analisar os principais desafios da administração da loja sem comentários localizada na cidade de Marco, Estado do Ceará. A metodologia utilizada é de caráter bibliográfica do tipo qualitativa tendo como fonte de informação principal as observações realizadas na loja onde foram colhidos depoimentos dos proprietários e colaboradores onde se adquiriu os dados gerais da empresa.

Dessa forma é apresentado um apanhado geral do setor burocrático da empresa incluindo o histórico da empresa, sua missão valores, modelo de organização dando ênfase a gestão de pessoas como é realizado o treinamento dos colaboradores, a administração de patrimônio além da preocupação com o meio ambiente, higiene e as formas de trabalhar o marketing empresarial.

1. **ADMINISTRAÇÃO GERAL**

**2.1 Histórico da empresa**

A loja Sem Comentários surgiu no ano 2000, após o sonho da empresaria Graieb Ravache, que veio de Fortaleza em busca de uma melhor qualidade de vida, por estar desgastada da capital. Logo no início, a proprietária sofreu bastante dificuldade no mercado, por antes ser servidora pública e não tinha o mínimo de noção sobre lojista.

 Após superação desse obstáculo, a loja foi alcançando bons resultados, conquistando mercado na cidade de Marco, ao oferecer produtos de qualidade que satisfaziam seus clientes. Proveniente do crescimento, o espaço físico que naquele tempo era muito pequeno, se tornou maior para o conforto dos seus clientes.

 Atualmente, a loja Sem Comentários, é reconhecida em todo Vale Acaraú, desde a sua criação, a empresa vem em constante crescimento, abrangendo um maior mercado, adquiriu fornecedores, com o intuito variedade e diversificação de produtos. Mas para chegar a esse constante crescimento, a empresária investiu na infraestrutura do empreendimento, que foi a segunda reforma do estabelecimento, em meados de 2015, foram cerca de três meses com o espaço físico fechado para obras, e em maio, mais resultados positivos, uma das maiores lojas da cidade, moderna e com conforto para os clientes. A missão da empresa é “Promover a satisfação dos clientes, oferecendo produtos diferenciados com boa qualidade, com intuito de mantê-los sempre na moda”. Sua visão é Ser reconhecida, pela qualidade dos produtos oferecidos e os valores:

* Produtos de Qualidade
* Honestidade.
* Respeito aos clientes.

A Loja Sem Comentários, desde o ano de 2010, próximo ao natal, conta com o apoio de empresas parceiras que ajudam a distribuir cestas básicas a famílias carentes da cidade, com o intuito de amparar os mais necessitados.

**2.2 Planejamento**

A empresa não tem um planejamento bem definido, mas existe um controle informal de entrada e saída, estoque, pois as entradas são realizadas em intervalos de seis meses, por isso é preciso saber o nível de estoque precisamente. Para este tipo de controle, a empresa conta com um sistema informatizado bem simples e de fácil manuseio, onde nele é posto informações de entrada e saídas, nível de estoque, porcentagem de lucratividade, demandas e dentre outras opções de manuseio. Em seus planos informais, almeja filiais nas cidades vizinhas.

 Portanto Kotler, (1998) relata que, “O planejamento das empresas para seus negócios permite determinar o valor do faturamento e do lucro. Se houver uma lacuna no planejamento estratégico entre as vendas futuras desejadas e as projetadas, a alta administração terá que desenvolver ou adquirir novos negócios para preenchê-lo.”

 O objetivo da Sem Comentários em curto e médio prazo, é se tornar a loja mais renomada da região, almejando sempre o crescimento constante. Já em longo prazo e se tornar uma empresa com filiais em todo vale Acaraú, para melhor atender seus clientes da região, embora não seja um planejamento formal.

 E por fim, tem como objetivo principal a satisfação dos clientes, sempre buscando representações exclusivas de marcas renomadas para dispor ao cliente.

**2.3 Organização**

Atualmente, a empresa Sem Comentários só possui loja física na cidade de Marco, mas através de algumas redes sociais, dispõe de seus produtos para toda região, muitas vezes fazendo entrega em outros municípios através de um serviço de entrega próprio ou em alguns casos mais distantes utiliza os serviços dos Correios.

 A sede é composta por apenas três setores, os proprietários da empresa, que é designado no organograma como Administração Geral, abaixo dela vem à gerência e por último os vendedores.

 Organograma da empresa a seguir:



FONTE: Empresa Sem comentário (2015).

A Administração Geral é responsável por todas as responsabilidades, assume os riscos e delegam as ações principais da loja, já a Gerência fica responsável pelo controle de estoque, e na parte de pedido (setor de compras) a Administração Geral disponibiliza um valor para a gerência compor o estoque, além do mais, delega as ações das vendedoras, que por sua vez são responsáveis do atendimento ao cliente de forma eficaz.

Já Gareth (2012) relata que, a organização é o processo onde os administradores estabelecem a estrutura das relações de trabalho entre funcionários e clientes para permitir que eles atinjam os objetivos da organização de forma eficiente e eficaz, bem direta.

**2.4 Controle**

A empresa conta com um programa avançado de controle das entradas, saídas, estoque, vendas, clientes, que através dele, são gerados dados mensais para análise dos resultados e avaliação dos planos futuros da organização, para adequar os objetivos e metas futuras. Sobre a análise de Fayol (2003) as organizações devem estabelecer padrões e indicadores de desenvolvimento que permitem assegurar que as atitudes tomadas são as que a empresa espera, e que através deste controle, seja possível aumentar as metas estabelecidas pela organização.

**3 GESTÃO DE PESSOAS**

 Na empresa acontece mensalmente reunião com os colaboradores, para analisar o desenvolvimento da empresa, se os vendedores estão exercendo suas funções de forma condizente com a empresa.

**3.1 Gestão de pessoas comportamental**

A empresa tem como perfil de liderança liberal, que dá aos colaboradores liberdade para exercerem suas funções sem interferências diretas, contudo sejam feitas suas atividades diárias. Os próprios profissionais ficam responsáveis por gerenciar os resultados de seu trabalho e assim sendo sempre motivados pela alta gerência, para que os resultados sejam mais constantes, logo, essa atitude é uma forma de demonstrar confiança na capacidade dos colaboradores e de dar a eles mais autonomia.

No entanto, cabe ao gestor estar atento para que os colaboradores não fiquem sem condução nem cometam erros graves e prejudiquem o desempenho da empresa. Para Chiavenato (2006) "A liderança é necessária em todos os tipos de organização humana, seja nas empresas, seja em cada um de seus departamentos.

A tomada de decisões que advêm de uma responsabilidade maior fica por conta da Alta Administração em senso com os proprietários da empresa.

Parte superior do formulário

**3.2 Treinamento e desenvolvimento**

 A empresa, em alguns períodos do ano, conta com uma seleção para estagiário, onde é aplicado um treinamento de atendimento e avaliação de comportamento, logo após este processo, os candidatos que se destacam são contratados como estagiários.

 Anualmente, é realizado um processo de reciclagem de treinamento, onde as atendentes efetivas e a gerencia, passa por um novo treinamento para atualizar as estratégias de abordagem ao cliente. De acordo com Lacombe e Heiltorn, (2003), cabe a cada gestor da empresa a administração dos recursos humanos, e posicionam a equipe de recursos humanos como orientadores e “educadores” desses gestores para que eles, por sua vez, atuem como educadores de suas respectivas equipes.

**3.3 Carreira, salários e benefícios**

Os salários dos vendedores são compostos por um valor fixo mais uma porcentagem das vendas mensais, e ainda contam com um programa promovido pela empresa chamado “Rumo a Meta” que funciona desta forma: caso os colaboradores cumpram a meta estabelecida, a porcentagem das vendas obtidas por eles é dobrada. Segundo Silva (2002), plano de cargos e salários é uma ferramenta utilizada para determinar ou sustentar as estruturas de cargos e salários de forma justa dentro da organização. Esse plano tem como objetivo alcançar os equilíbrios internos e externos, através da definição das atribuições, deveres e responsabilidades de cada cargo e os seus níveis salariais.

Todos os colaboradores da empresa são beneficiados com descontos especiais na loja. A empresa também oferece um *coffee breack* diário nos turnos da manhã e tarde para todos os funcionários, oportunizando além da alimentação um momento de descontração e interação entre a equipe.

Entretanto Chiavenato (2010), afirma que as gratificações oferecidas pelas empresas aos seus colaboradores podem ser financeiras e não-financeiras. Sendo que a divide-se em direta ou indireta. A gratificação financeira direta são os pagamentos que os colaboradores fazem jus, ou seja, a recompensa em dinheiro pela prestação de seus serviços; já a indireta, tem sua origem nos acordos coletivos de trabalho e nos programas de benefícios da organização.

**4 HIGIENE E SEGURANÇA DO TRABALHO**

Os colaboradores contam com um apoio da organização chamado de Ajuda ao enfermo, onde a empresa arca com as responsabilidades de consultas e medicamentos, visando o bem estar dos funcionários, quando no seu local de tenha acontecido algum acidente de trabalho, assim a empresa direciona para uma clínica especializada. Logo a empresa não possui contrato fixo com médicos, enfermeiros ou até mesmo auxiliares e nem técnico de segurança do trabalho, por ser pequeno porte e não ter muitos funcionários.

Segundo Chiavenato (1999), o trabalho refere-se a um conjunto de normas e procedimento que visa à proteção da integridade física e mental do trabalhador, preservando-o dos riscos de saúde inerentes às tarefas do cargo e ao ambiente físico onde são executadas. Relaciona-se com o diagnóstico e prevenção das doenças ocupacionais a partir do estudo e controle de duas variáveis: homem e seu ambiente de trabalho.

Sabendo das responsabilidades legais, a empresa se adéqua as normas do ministério do trabalho, regido pelo código 3.214 - 79 no qual relata que a empregador é responsável pela saúde e segurança do empregado, tanto no local de trabalho quanto no percurso. A par da lei, a empresa está toda legalizada e todos os funcionários possuem carteira assinada.

**5 MARKETING**

Produto:A empresa trabalha com uma variedade de produtos como roupas, calçados, moda intima, perfumaria e joias buscando sempre marcas com melhor qualidade e que garanta satisfação dos clientes, entretanto é importante para empresa saber o nível de satisfação do cliente, chamado pós-venda.

Preço: São condizentes com a qualidade do produto, mais sempre a empresa cede 10% de desconto nas compras à vista, e parcela as compra em até 6 vezes nos cartões de credito.

Praça:Contém uma loja física, e almeja ampliar distribuição de seus produtos na região do Vale do Acaraú.

Promoção: Usa o meio de comunicação para promover sua marca, como som volante, em datas especiais, promove eventos que chamam o cliente à loja.

 Para Kotler (1998) o marketing pode ser definido como "o processo gerencial através do quais indivíduos e grupos obtêm aquilo que desejam e de que necessitam, criando e trocando produtos e valores uns com os outros".

**6. ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS**

A empresa define suas estratégias considerando seus anseios de crescimento na região. Para longo prazo, pretende ser a empresa mais renomada e conceituada da cidade, almejando abri filiais em toda região do Vale do Acaraú abrangendo e adequando seu público alvo com a realidade do mercado.

Para curto prazo, quer chegar aos seus clientes da região com uma logística de entrega rápida e eficaz.

De acordo com Maximiano (2004), entende-se por planejamento e estratégia a atividade de se definir um futuro desejado e de se estabelecer os meios pelos quais este futuro será alcançado.

Quanto ao material e patrimônio a estratégia de compras da empresa é de responsabilidade da Administração Geral, onde é comunicado pelos vendedores o nível de estoque que a empresa está e diante desta informação são feitas reposição de estoque, dependendo da demanda, as vezes são feitas compras nas empresas regionais pois a chegada das mercadorias são em prazos mais curtos, já as empresas que fornecem a loja, que se localizam no sul do Brasil, demora cerca de dois meses a chegada dos produtos, então os pedidos são feitos antecipadamente.

Dias (2004) relata as áreas dos recursos materiais: “A administração de materiais poderia incluir a maioria ou a totalidade das atividades realizadas pelos seguintes departamentos: compras, recebimento, planejamento e controle da produção, expedição tráfego e estoques.”

Após a chegada desses produtos, são lançados no sistema que gerencia o nível de estoque e depois é feito a reposição dos produtos nos expositores nas suas devidas referencias, onde é separada por numeração, cor e modelos.

Os patrimônios da empresa são identificados através de um inventário feito em cartório, onde se destacam a família, em uma linha sucessória de filho e esposo.

**7. ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO**

A empresa adota um layout que é definido por linear, por linha de produto, que se difere entre masculino, feminino, moda intima, acessórios, sapataria e perfumaria, já que o empreendimento estudado trabalha com produtos acabados não existe um sistema de produção.

Neste caso, a produção pode ser definida como vendas, que se inicia quando o cliente chega a loja, escolhe um produto que esteja a procura, experimenta, e concretizando a venda.

Drucker (1975) fala que, toda empresa precisa, portanto, de objetivos de produtividade para cada um dos três recursos principais: recursos naturais, trabalho e capital.

A empresa é de pequeno porte o Administrador Geral é sempre muito próximo aos clientes visando assim à satisfação do mesmo. Conforme Las Casas (2009) qualidade em serviços está ligada à satisfação.

Entretanto o administrador geral é responsável pelas áreas de recursos humanos, financeiro, reposição de estoque. Já os vendedores são responsáveis pelo bom atendimento ao cliente, limpeza dos produtos e ambiente e nível de estoque.

A loja Sem Comentários conta com uma equipe terceirizada que fica responsável pelo marketing da empresa, quando solicitado.

Por fim, ao citar a estrutura da empresa, ela e composta por dois prédios: a unidade da loja, que tem em um ambiente anexo um escritório, e um complexo para estoque, que fica situado sobre a loja.

O produto que a empresa oferece aos seus clientes, na sua fabricação, gera impacto ambiental, mesmo não tendo ciência da abrangência desses impactos, a loja Sem Comentários apoia uma empresa de reciclagem que atua na cidade de Bela Cruz, dispondo de equipamentos de segurança do trabalho e muitas vezes auxiliando na compra ou na manutenção de equipamentos usados pela empresa Reciclar, a empresa dispõe 2 % de seu percentual de lucratividade mensal para essa ação. De acordo com NASCIMENTO (2008), o Sistema de Gestão Ambiental (SGA) pode ser definido como um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma organização, de forma a obter o melhor relacionamento com o meio ambiente.

**8 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Durante as observações realizadas por ocasião da realização do artigo, obteve-se experiências impares do dia-dia empresarial, e entendendo bem os processos de uma empresa com interação e aprendizado.

Este trabalho no qual foi estudado, mostra a estrutura organizacional da empresa loja Sem Comentários localizada na cidade de Marco no interior do Ceará, onde mostra sua alta cúpula administrativa que é chamada de administração geral até o processo de venda, provida de uma ótima administração.

Considera-se que os objetivos propostos neste artigo foram atingidos visto que pode ser visto de perto os desafios encontrados pela loja principalmente no tocante a manutenção de um empreendimento competitivo e atender bem as necessidades dos clientes.

A experiência adquirida nesse artigo é de suma importância, mostrando a empresa como todo adentrando nos seus processos e deixando claro como uma empresa bem sucedida deve se estruturar, com o auxílio, harmonia e interação da empresa o estágio alcançou proporções bem proveitosas.

**REFERÊNCIAS**

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas**. Rio de Janeiro, Editora Campus, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto**. Administração geral e pública**. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**.3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais: Princípios, conceitos e**

DRUCKER, Peter F. **Administração: Tarefas, Responsabilidades, Práticas.** V.1. São Paulo: Pioneira, 1975.

FAYOL, Henri. **Administração Geral e Industrial.** São Paulo. Atlas, 2003.

**Gestão.** – 6.ed. – São Paulo: Atlas, 2011. 360 P.

Janeiro: Prentice Hall, 1998.

JONES, Gareth. **Fundamentos da Administração Contemporânea.** 4. Ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.

KOLTER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing.** Rio de

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LACOMBE, Francisco J. M. e HEILBORN, Gilberto L. J. **Administração princípios e tendências.** 1. ed. – São Paulo: Saraiva, 2003.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de Serviços.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

NASCIMENTO, Luiz Felipe. **Gestão Ambiental e Sustentabilidade.** Sistema Universidade Aberta do Brasil, 2008.

SILVA, Mateus de Oliveira. Cargos e salários. In: BOOG, Gustavo; BOOG, Magdalena (Coord.). **Manual de gestão de pessoas e equipes.** São Paulo: Gente, 2002. Cap. 27.

1. Universitário do curso de administração da Faculdade Luciano Feijão. Sobral – CE. 2016. [↑](#footnote-ref-1)