



FERRAMENTAS DE GESTÃO DA QUALIDADE APLICADAS EM UMA EMPRESA DE VESTUÁRIO

Autores: Caroline SCHIMITZ, Layla dos Santos CARVALHO, Louise Hass SOARES, Marcela Guetzinger de BORBA, Vitória Costa de MIRANDA, Susana Nunes Taulé PIÑOL.

Identificação autores: Acadêmica do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Acadêmica do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Acadêmica do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Acadêmica do Curso de Administração Integrado ao Ensino Médio IFC-Campus São Francisco do Sul; Orientador IFC-São Francisco do Sul.

Avaliação na modalidade: Extensão

Área do conhecimento/Área Temática: Sociais Aplicadas

Nível: Médio

Introdução

Para melhorar a qualidade de um empreendimento é preciso conhecer o comportamento do consumidor e aplicar melhorias no negócio que visem a superação das expectativas do cliente. A aplicação de ferramentas de gestão da qualidade em lojas varejistas permitem apurar alguns aspectos que requerem melhorias a fim de que o gestor possa tomar decisões mais acertadas em busca da qualidade.

Segundo O Portal da Administração (2017), dependendo do tipo de negócio que se pretende implementar, pode ser importante identificar desde a faixa etária e o nível de renda dos possíveis clientes até o estado civil e se tem filhos. Com as informações em mãos, o próximo passo é delimitar a parcela desse grande público para a qual valerá a pena dedicar as maiores atenções.

Comportamento do consumidor é o estudo do quando, porquê, como e onde as pessoas decidem comprar ou não um produto. Combina elementos da psicologia, sociologia, economia e antropologia social. Tenta compreender o processo de tomada de decisão do comprador, tanto individualmente como em grupo. Estuda as características dos consumidores individuais, através de variáveis demográficas e comportamentais, numa tentativa de compreender os desejos das pessoas. Também tenta avaliar a influência sobre o consumidor de grupos, como a família, amigos, grupos de referência e a sociedade em geral.

Para realizar este estudo convidou-se uma empresa de vestuário localizada no centro da cidade; uma empresa prestadora de serviços do segmento calçadista e vestuário. Seus serviços são fornecer roupas e calçados para os consumidores, mantê-los bem-vestidos e na moda. O público-alvo da empresa escolhida é predominantemente feminino, de classe média, casado e com filhos.



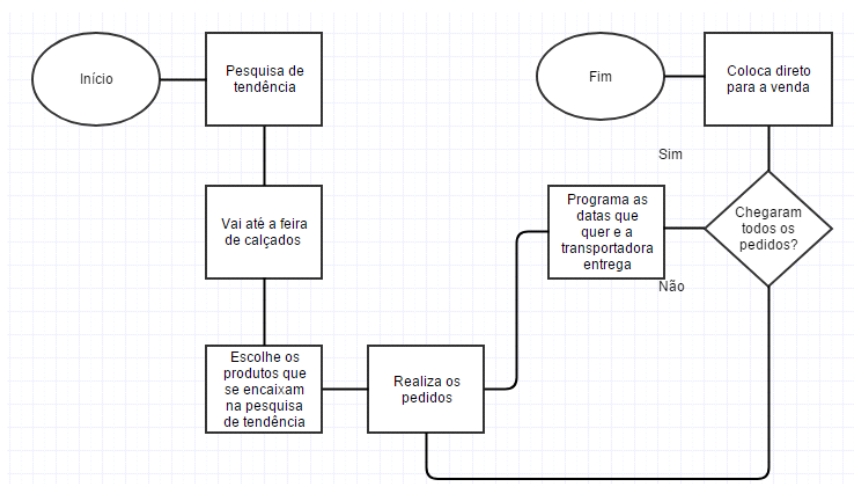
O objetivo geral deste estudo é aplicar ferramentas de gestão da qualidade em uma empresa de vestuário no intuito de identificar aspectos a serem melhorados no empreendimento. Neste sentido estabeleceu-se os seguintes objetivos específicos: aplicar a ferramenta de estudo fluxograma; aplicar a ferramenta Janela do Cliente; aplicar a Matriz GUT e aplicar a folha de verificação.

Material e Métodos

Cada aplicação de ferramenta atendeu necessidades diferentes de levantamento de dados e de execução. Sendo que, para aplicação do fluxograma efetuou-se entrevistas com os colaboradores da empresa que realizam a atividade; para a realização da Janela do Cliente aplicou-se questionário junto aos clientes; para matriz de GUT procedeu-se a observação dos resultados das ferramentas aplicadas e entrevistas junto ao gestor e para a folha de verificação realizou-se entrevistas com os colaboradores seguida de observação das atividades. Em todos os casos baseou-se as análises em referências bibliográficas.

Resultados e discussão

O objetivo principal do fluxograma é descrever o fluxo, manual ou mecanizado. Apresenta como principal característica ser claro e objetivo, sendo os mais utilizados de todos os instrumentos e ferramentas à disposição do analista. (ALVAREZ, 2011). O processo detalhado é representado na Figura 1.



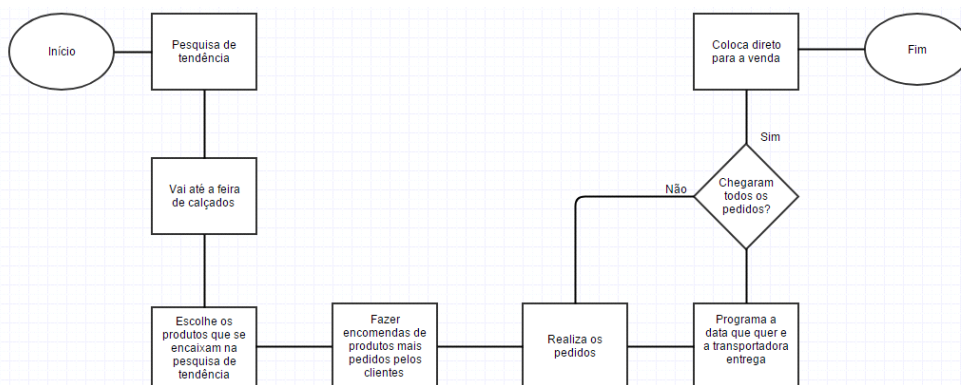


Figura 1: Fluxograma Atual e Proposto

A análise propõe que o gestor reúna nas encomendas os pedidos dos clientes para que ao serem atendidos os mesmos mantenham-se cativos à loja. A ferramenta Janela do Cliente cruza as informações referentes aos atributos valorizados e recebidos ou não pelo cliente. A aplicação desta ferramenta resultou na “janela” ilustrada na Figura 2 que aponta apenas o atributo preço como valorizado mas não recebido pelos clientes que participaram desta coleta de dados, o que indica que o cliente desta empresa pode ser sensível a qualquer alteração de preço, e que as condições de pagamento constituem fatores relevantes na decisão de compra.

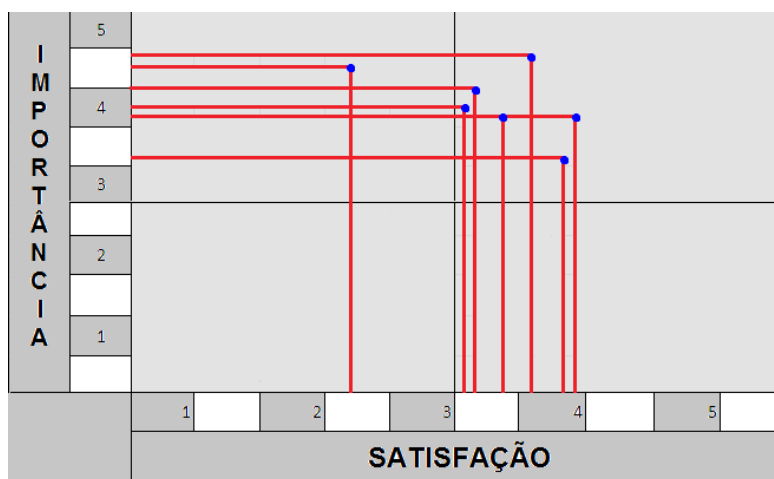


Figura 2: Janela do Cliente

A Matriz GUT, por sua vez, é uma ferramenta de auxílio na priorização de resolução de problemas. Os conceitos essenciais dessa ferramenta de gestão passam



pelo entendimento de três 3 atributos de classificação de problemas: Gravidade, Urgência e Tendência. A aplicação desta ferramenta na empresa de vestuário considerou três aspectos a melhorar: a organização dos produtos, a limpeza e higienização visto que o acúmulo de poeira na região central é um fator crítico e a necessidade de um estoque, conforme observa-se na Figura 3.

Problemas	G	U	T	G.U.T
Organização dos produtos	3	2	2	12
Limpeza e higienização	3	3	4	36
Necessidade de um estoque	4	4	5	80

Figura 3: Matriz GUT

A folha de verificação, segundo Carpinetti (2017, p.78), é usada para planejar a coleta de dados a partir de necessidades de análise de dados futuras. Com isso a coleta de dados é simplificada e organizada, eliminando-se a necessidade de rearranjo posterior dos dados. A folha de verificação aplicada na empresa considerou erros no aproveitamento de vendas e pode ser constatada na Figura 4.

Folha de Verificação	
Erros no aproveitamento de vendas	
Produtos que não saem do estoque	
Não oferecem mais produtos na hora da venda	
falta de agilidade das vendedoras	
produtos repetidos	
falha no material dos produtos	

Figura 4: Folha de verificação

Com a aplicação desta ferramenta foi possível apurar que o mal uso do estoque vem acarretando vários problemas para a loja fazendo com que as variedades de produtos não sejam expostas adequadamente. As vendedoras por muitas vezes não lucram por esquecer de verificar os produtos que têm no estoque, ou por não oferecerem mais produtos na hora da venda, fazendo com que os clientes não achem o que desejam.



Conclusão

Os resultados oriundos da aplicação das ferramentas apresentadas destacam alguns aspectos que o gestor pode melhorar com a alteração de alguns procedimentos. Em boa parte das ferramentas o estoque, considerando organização, gestão e espaço físico, aparece como setor que deve ser priorizado nas decisões organizacionais.

Referências

ALVAREZ, M.E.B. 2011 *Manual de organização. Sistemas e métodos*. 5.ed. São Paulo: Editora Atlas S.A.

CARPINETTI, L.C.R. 2012. *Gestão da Qualidade*. 2.ed. São Paulo: Editora Atlas S.A.

O PORTAL DA ADMINISTRAÇÃO, 2017. Comportamento do consumidor. (www.administradores.com.br/artigos/marketing/comportamento-do-consumidor/fatores-que-influenciam-o-comportamento-de-compra-e-suas-variaveis/47932/).

Acesso: 01/05/17.