

**PRODUÇÃO E INDUSTRIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DIRECIONADOS A BRINQUEDOTECA E PEDAGÓGICA**

PANDINI, Isabela 1

MOREIRA, Lizandra 1

CHIDICHIMA, Carlos Antonio 2

pandiniisabela@gmail.com

**RESUMO:** No trabalho a seguir, é apresentado os resultados de uma pesquisa aplicada em uma empresa X de Toledo-PR, com o objetivo de se obter os resultados e os estudos aplicados perante o setor de recursos humanos e o setor de produção, conhecendo como funciona seu trabalho produtivo, desde o recebimento da matéria prima até a expedição do produto acabado, conhecendo também os serviços de pós-venda com os clientes. Teve o objetivo de apresentar alguns pontos que poderiam ser melhorados pela empresa, com uma visão holística do negócio.

**Palavras-chave**: Conhecimento. Pesquisa. Resultado.

**1 INTRODUÇÃO**

A administração estratégicapossibilita que a empresa possa seguir rumos ou caminhos que elevam para resultados positivos, com determinação e aprendizado. Dentro do mundo da administração de empresas, se observa várias oportunidades e objetivos a serem alcançados ou conquistados, e para isso é importante definir as missões, visão e valores de todas as empresas.

A organização para ter um resultado de sucesso não se envolve apenas em produto de qualidade, competência, estratégias e etc. Mas sim em uma maneira como ela administra esses recursos, ou seja, fazer um excelente trabalho com os recursos e competências disponíveis.

É necessário para a sobrevivência da indústria as decisões estratégicas e operacionais. Segundo Chiavenato (2000, p.174) “Toda organização existe, não para si mesma, mas sim para alcançar objetivos e produzir resultados”. A tomada de decisões estratégicas onde os administradores têm por finalidade se engajar com as seguintes decisões: o que produzir, quanto produzir, quando produzir e quais os recursos serão utilizados para a produção.

**2 METODOLOGIA DA PESQUISA**

 As pesquisas podem ser realizadas de diversas maneiras, com um objetivo de chegar a um determinado resultado e demonstrar os dados obtidos. Para Ander Egg (1978, p. 28) “A pesquisa é o procedimento reflexivo sistemático controlado e crítico que permite descobrir novos fatos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo do conhecimento”, partindo disto a pesquisa pode ser aplicada de forma quantitativa (em quantidade) ou qualitativa (por qualidade).

 Com base em pesquisas e perguntas abordadas pelos alunos, foram feitas de forma qualitativas e também foram feitas duas visitas presenciais na empresa estudada, para conhecer o processo de produção, desenvolvimento de produtos e o conhecimento da fábrica, e também a parte de recrutamento e seleção, cartão ponto, contratação de novos colaboradores, folha de pagamento entre outros assuntos abordados

 A pesquisa foi de forma básica em virtude do cenário atual por motivos da pandemia, com dificuldades para se obter mais conhecimentos e relevância nos estudos dos alunos, foi realizada algumas perguntas de forma virtual, por motivos de estarem com restrição e evitando visitas na empresa.

Os objetivos em relação à pesquisa foram formar profissional para se obter conhecimentos e experiência com relação à produção e fabricação de produtos manuais, ou seja, ver as expectativas de mercado da empresa e os seus objetivos perante a expansão da marca.



**3 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA**

3.1 SETOR DE RECURSOS HUMANOS

 O setor de Recursos Humanos em uma empresa, deve ser considerado de extrema importância para o bom desenvolvimento de uma empresa, ou organização. Para Chiavenato (2000, p.129) "são as pessoas que ingressam, permanecem e participam da organização, qualquer que seja seu nível hierárquico, ou sua tarefa.” Por meio deste setor, se torna possível traçar estratégias alinhadas ao negócio e com os pontos estratégicos da empresa, reter talentos, oferecer treinamentos e desenvolver especialistas em diversos setores como marcenaria, almoxarifado, montagem, acabamento, estoque, expedição e áreas afins, e com isso tornar a empresa competitiva no mercado, com grandes profissionais.

Perante as observações feitas na empresa, se observou que a mesma é receptiva e capacitada, no qual os colaboradores se sentem à vontade, os mesmos sabem a importância de cada um deles perante o desenvolvimento dos produtos.

Toda empresa precisa e vê a necessidade de contratar novas pessoas constantemente, sempre surgindo uma demanda de mão de obra. Para Faissal, (et. al, 2005, p. 85). "precisaremos analisar se os candidatos possuem as competências necessárias que lhes possibilitem não só executar com eficiência e eficácia as atribuições que estarão sob a sua responsabilidade.” A empresa estudada, trabalha com baixa rotatividade de funcionários, por motivos de os mesmos, se sentirem muito à vontade e acolhidos na empresa, ou seja, a maioria dos colaboradores da linha de produção estão no nível de segurança perante a teoria de Maslow, com uma estabilidade de trabalho seguro, com remunerações e benefícios e a permanência no emprego.



Atualmente a empresa conta com aproximadamente 139 colaboradores, recrutados a partir de seleção de currículos recebidos via e-mail e WhatsApp disponibilizado ou então preenchendo um currículo na recepção da empresa. Uma vez identificado o perfil desejado, o candidato é convidado a comparecer a uma entrevista, com a administração da empresa e o supervisor da área responsável do setor. O candidato sendo selecionado, passa pela etapa de arrecadação documental e exames admissionais para o desenvolvimento da função. Partindo disso, é feito o ingresso do colaborador no sistema da fábrica, coletando a sua digital no cartão ponto.

Após todo esse processo de contratação e admissão o colaborador passa por um treinamento específico da área, no qual o líder acompanha e repassa as normas técnicas, a serem utilizadas para o desenvolvimento da atividade.

A empresa possui baixa rotatividade de colaboradores, para Faissal, (et. al, 2005, p. 104). “o índice de rotatividade tem sido o único indicador utilizado para aferir a qualidade das práticas de seleção”, sendo assim exigindo pouco do setor de Recursos Humanos, em questão de fazer novas contratações, e também baixo custo com desligamentos.

Perante as observações feitas na empresa, se observou que a mesma é receptiva e capacitada, no qual os colaboradores se sentem à vontade, os mesmos sabem a importância de cada um deles perante o desenvolvimento dos produtos.

A empresa possui baixa rotatividade de colaboradores, sendo assim exigindo pouco do setor de Recursos Humanos, em questão de fazer novas contratações, e também baixo custo com desligamentos.

3.2 SETOR DE PRODUÇÃO





O setor de produção é responsável pela transformação da matéria-prima, e conduz até o produto acabado. Para Slack, (et. at, 1999, p. 28). “à função produção na organização representa a reunião de recursos destinados à produção de seus bens e serviços". A sua principal função é fazer com que o produto tenha e seja de qualidade, fazendo com que o seu consumidor final esteja satisfeito com sua compra.

 O setor operacional de uma empresa é a parte principal pois é a responsável pela fabricação dos produtos, e onde vai se obter lucro com a venda dos mesmos. Lida também com o que fazer com a empresa, e se relaciona diretamente com o cliente, pois a linha de produção roda conforme os pedidos e demandas.

A linha de produção é dividida em etapas, nas quais são o recebimento da matéria prima. De acordo com Martins e Laugenil, (2015, p. 283). “é conveniente que exista uma área física na qual os materiais recebidos sejam colocados e inspecionados”. Os principais materiais para a produção de brinquedos, são de placas de fibra de média densidade e madeira, e também trabalham com Etileno Acetato de Vinila (E.V.A) e borracha. A madeira é um item escasso no mercado, pelo mesmo motivo que são comprados conforme os seus fornecedores, possuem em estoque. O MDF (Medium Density Fiberboard, em português, placa de fibra de média densidade) é uma das principais bases para a produção do brinquedo, no qual é efetuada a compra a cada dois meses, com pedido mínimo de uma carreta, onde demora aproximadamente 40 dias para a entrega. O E.V.A é feito o pedido por quilo, ou seja, um material muito leve, porém acaba se tornando caro e com grandes quantidades em estoque.

 O estoque conta com materiais semiacabados, segundo Martins e Laugeni (2015, p. 333), “O estoque consiste em fazer que estes absorvam as diferenças decorrentes da variação da demanda”, e por estes motivos se caso o cliente faça



uma solicitação de compras o material já está semi-acabado, sendo assim tornando o processo mais ágil e facilitando a rápida entrega ao cliente, pois o produto já está semiacabado, o mesmo já vai direto para a linha de montagem .

A expedição trabalha conforme a demanda dos clientes, é retirado um espelho conforme a solicitação de venda, todos os dias são emitidos esses pedidos. Após a impressão dos mesmos, é separado as mercadorias conforme a solicitação. Dentro da expedição conta com um estoque de produtos semiacabados, que são separados e armazenados por categorias.

Após o faturamento do pedido do cliente, os produtos são embalados, e identificados com o devido remetente, em seguida enviados para o local onde fica

todos os pedidos faturados, e logo após é feita uma solicitação para a transportadora retirar e entregar ao cliente final.

Na empresa se observou ser comprometida com o seu cliente, independente das circunstâncias, ou seja, ela irá entregar um produto de qualidade no prazo combinado. Isso é um ponto positivo para a mesma, porém, não se observou um serviço de pós-venda, para Antonio Gobe, (2007, p. 218) “o pós venda têm por objetivo gerar satisfação e fidelização do cliente”, sendo que a empresa escuta seu cliente e faz um processo de melhoria interna.

A pós-venda é tão importante quanto outras etapas do processo do produto, pois irá identificar se o seu cliente está satisfeito com seu produto e se voltará a fazer novos pedidos, ou se irá se relacionar com os concorrentes. Quando se conclui um bom trabalho no pós-venda garante uma fidelização do cliente, sendo assim abre novas portas para novas oportunidades de negócios e crescimento.





**4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Como meio de se destacar perante seus concorrentes, a mesma poderia estar usando a ferramenta de marketing para atingir novos clientes ou interesses futuros. Utilizar mais os sites e redes sociais para mostrar um pouco mais de todo o processo de um produto vendido pela empresa.

A empresa conta com uma vantagem competitiva diante dos seus concorrentes, pois a mesma se encontra em uma rodovia federal, com localização estratégica, se tendo um fácil acesso ao pátio da mesma, é amplo para os caminhões manobrar com os materiais acabados com destino ao centro de distribuição, facilitando também a entrega de matéria prima e dos principais produtos para a produção e fabricação.

**5 REFERÊNCIAS**

CHIAVENATTO, Idalberto, **Teoria Geral da Administração**. 6° ed. Rio de Janeiro. Editora Campos, 2000.

FAISSAL, R; PASSOS, A. E. V. M.; MENDONÇA, M. C. F.; ALMEIDA, W. M. C.; **Atração e Seleção de Pessoas**, Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005

SLACK,N; CHAMBERS, S; HARLAND,C; HARRISON, A; JOHNSTON,R; **Administração da Produção**, São Paulo: Editora Atlas, 1999.

MARTINS, P. G; LAUGENI, F.P; **Administração da Produção**. 3° edição, São Paulo. Editora Saraiva.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E.M; **Fundamentos de Metodologia Científica**, 7° edição, São Paulo. Editora Atlas, 2010.

GOBE, A. C.; FISCHER, C. H.; SOUZA, J. J.; MOREIRA, J. C. T.; PASQUALE, P.P. **Administração de Vendas**, 7° edição, São Paulo, Editora Saraiva, 2007.

