

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Avaliação da administração geral da empresa Incorel Comércio, em Goiânia

Assessment of the general management of the company Incorel Comercio, in Goiânia

Linha de pesquisa: Gestão Estratégica

Discente: Laura Alves Machado

Orientador: Msc. Marcos de Freitas Pintaud

Avaliadora: Dra. Silvana de Brito Arrais Dias

Avaliadora: Msc. Wanessa Pazini Rocha

RESUMO

A administração desempenha um papel fundamental no entendimento e cumprimento das obrigações de uma empresa, além de estabelecer diretrizes estratégicas, tomada decisões importantes e gerenciamento dos recursos disponíveis. Diante disso, é essencial uma administração eficiente e bem estruturada, para o sucesso e destaque no mercado atual, o que motivou a definição do tema dessa pesquisa focado em Administração Empresarial. Dessa forma, esse estudo teve como objetivo geral, avaliar a administração geral da empresa Incorel Comércio, em Goiânia, e teve como objetivos específicos: (I) levantar dados gerais sobre a administração geral da organização; (II) fazer uma avaliação e análise dos dados levantados; (III) desenvolver e apresentar alternativas de melhorias para a administração da mesma. Metodologicamente, a pesquisa contou com aplicação tanto de entrevista com um gestor, como também aplicação de questionários para 05 colaboradores e 20 clientes da organização. Esse estudo foi norteado pela pergunta problema 'Como pode ser avaliada a administração geral atual da Incorel Comércio?' Os resultados demonstram que a Incorel demonstra uma gestão estratégica sólida, respaldada por práticas de planejamento eficientes, uma estrutura organizacional bem definida e um compromisso palpável com a inovação e a adaptação contínua. Esses resultados estão apresentados de forma gráfica e descritiva, com análises e interpretações respaldadas pelas obras exploradas.

Palavras-chave: Administração, Empresa, Estratégias organizacionais

ABSTRACT

Administration plays a crucial role in understanding and fulfilling a company's obligations, as well as establishing strategic guidelines, making important decisions, and managing available resources. Therefore, efficient and well-structured administration is essential for success and prominence in today's market, which motivated the definition of the theme of this research focused on Business Administration. Thus, this study had the general objective of evaluating the overall administration of Incorel Comércio, a company in Goiânia, with specific objectives including: (I) collecting general data about the organization's administration; (II) assessing and analyzing the collected data; (III) developing and presenting improvement alternatives for its administration. Methodologically, the research involved both interviews with a manager and the administration of questionnaires to the 05 organization's employees and 20 customers. The research was guided by the research question, 'How can the current

overall administration of Incorel Comércio be evaluated?' The results indicate that Incorel demonstrates a solid strategic management, supported by efficient planning practices, a well-defined organizational structure, and a tangible commitment to innovation and continuous adaptation. These findings are presented graphically and descriptively, with analyses and interpretations supported by the explored literature.

Keywords: Administration, company, Organizational strategies

INTRODUÇÃO

Fundada em 26/09/1988, a Incorel Comércio de Materiais para Construção LTDA tem seu registro ativo na receita federal desde 24/04/2004. Em 11/09/2011, a empresa foi adquirida pelos atuais proprietários, mantendo-se sob a gestão familiar desde então.

Anteriormente à compra, a empresa passava por dificuldades financeiras. A pesquisa de mercado então foi essencial para saber por onde começar. Verificaram que existia um déficit em encontrar empresas com produtos a pronta entrega e de boa qualidade. Desenvolveram então, um plano de negócio, buscando uma boa administração para alavancar seu crescimento e lucro.

Para atender às demandas dos clientes, a empresa investiu na expansão de seu portfólio de produtos, buscando oferecer opções cada vez mais diversificadas e de alta qualidade. Com isso, foi possível incluir em seu catálogo uma ampla gama de opções em termos de tamanho e material, desde grelhas e ralos menores para banheiros até modelos maiores para áreas externas e de alto tráfego.

As grelhas e ralos foram fabricados com materiais resistentes e duráveis, como ferro fundido e alumínio, que garantem uma longa vida útil e excelente desempenho em ambientes úmidos e com grande fluxo de água. Já as sub-tampas foram produzidas em PVC e ferro galvanizado, materiais que oferecem uma resistência à corrosão e a agentes químicos.

Com essa ampliação na variedade de produtos, a empresa conseguiu atender às necessidades de um público cada vez mais exigente e diversificado, consolidando-se como uma referência no mercado de grelhas, ralos e sub-tampas.

É fato que o mercado de ferro fundido está crescendo cada vez mais no mundo. Hoje em dia, existem empresas multinacionais voltadas somente para a produção de peças para comercialização no mercado de construção civil.

Diante disso, a concorrência, existe no Brasil e em grande parte de Goiás. Mas a empresa conseguiu realizar grandes diferenças para se sobressair, e conseguir maior espaço no mercado.

O estudo apresenta como objetivo geral, avaliar a administração geral da empresa Incorel Comércio, em Goiânia, e teve como objetivos específicos: (I) levantar dados gerais sobre a administração geral da organização; (II) fazer uma avaliação e análise dos dados levantados; (III) desenvolver e apresentar alternativas de melhorias para a administração.

A pesquisa se justificou, pela necessidade de compreender como a avaliação da administração geral pode ser utilizada como ferramenta para a melhoria da gestão empresarial. A partir desse trabalho, percebe-se que é desenvolvendo práticas eficazes para obter um desempenho superior nos seus processos, o que pode trazer benefícios como aumento da produtividade e da qualidade dos produtos e serviços oferecidos, além da redução de custos. Além disso, a pesquisa pode contribuir para a produção de conhecimento na área de Administração, visando fornecer dados valiosos para organização que busca aperfeiçoar suas estratégias de gestão e implementar métodos de avaliação mais eficazes, desejando aprimorar seus resultados e ganhar vantagem competitiva no mercado. Portanto, espera-se que esse

estudo contribua significativamente para o desenvolvimento da empresa, se tornando mais eficiente e bem-sucedida.

O que tornou viável o desenvolvimento dessa pesquisa foram as orientações semanais com o orientador de TCC, a disponibilidade da empresa Incorel em submeter-se à avaliação e bibliotecas virtuais e físicas para consultas, na fase de exploração teórica de conteúdos pertinentes ao estudo. O trabalho limitou-se a avaliação da administração geral da empresa e teve como pergunta problema norteadora 'Qual avaliação pode ser feita da administração geral atual da Incorel Comércio?'

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Planejamento

O planejamento é um processo que leva a empresa a deixar de olhar só para o presente e a contemplar o futuro, de uma forma crítica e criativa, buscando definir propósitos que garantirão a continuidade do negócio e o sucesso frente aos desafios do mercado.

Planejamento é o processo "racional" que determina de forma consciente, os cursos de ação passíveis de serem executados pela organização e a respectiva seleção das alternativas possíveis. O objetivo básico é a eliminação do inútil e supérfluo, tanto na forma como na substância a fim de possibilitar um resultado maior e/ou melhor, dentro de uma mesma unidade de tempo. (BALLESTERO, 1990 p. 30)

A implementação do planejamento em uma organização é notoriamente complexa devido às diversas variações nos ambientes que afetam todo o processo. Apesar das dificuldades, o planejamento continua sendo uma das principais ferramentas para um gestor, sendo crucial na tomada de decisões e na organização dentro da empresa. É durante o planejamento que a equipe responsável se preocupa em contemplar as atuais estratégias adotadas pela organização e procura definir aquelas que serão garantidoras do bom desempenho e sucesso da mesma, no futuro.

Para Maximiano (2006), o processo de planejamento estratégico, compreende desde a tomada de decisão sobre qual o padrão de comportamento que a organização pretende seguir até os produtos e serviços que pretende oferecer, e mercados e clientes que pretende atingir. Esse processo envolve avaliação da realidade da empresa, do mercado, do que se pretende para o futuro da organização. Segundo Copeland, Koller e Murrin (2002), a arte da avaliação está na definição das fontes de valor, passo prioritário à análise quantitativa, e de caráter essencialmente subjetivo.

Ao seguir todos os requisitos e fundamentos de um planejamento adequado, a empresa pode alcançar um reconhecimento significativo no mercado, destacando-se da concorrência. Segundo Porter (1989), uma empresa sem planejamento "corre o risco de se transformar em uma folha seca, que se move ao capricho dos ventos da concorrência".

Além do planejamento estratégico, feito normalmente nas instâncias de direção da organização, a empresa precisa contar também com o planejamento tático e com o planejamento operacional. Assim, do topo aos níveis mais inferiores, a organização passa a olhar para o futuro e a desenvolver suas ações de forma orientada e com o mínimo de riscos.

Organização

A organização em uma empresa é um processo contínuo e sistemático de estruturação das atividades e recursos disponíveis para atingir os objetivos estabelecidos, garantindo eficiência e eficácia na execução das tarefas e alcançando melhores resultados. Ressaltando assim que a organização envolve desde a definição das responsabilidades e tarefas de cada

colaborador até a alocação adequada de recursos financeiros e materiais para a realização das atividades.

Segundo Maximiano (2000), a organização consiste em estabelecer as atividades a serem realizadas e as responsabilidades correspondentes, além de distribuir os recursos disponíveis de acordo com critérios pré-definidos.

Contudo, é um aspecto crucial para o seu sucesso e consiste em estabelecer uma estrutura clara e bem definida, que inclui o estabelecimento de funções e responsabilidades, hierarquia de autoridade, processos de trabalho, alocação de recursos e a coordenação e comunicação entre as equipes.

Com uma organização eficiente, as empresas conseguem otimizar seus processos, reduzir custos e aumentar a produtividade, garantindo maior competitividade no mercado. É fundamental que a organização esteja alinhada aos objetivos estratégicos da empresa e que seja, constantemente, revisada e atualizada, para se adaptar às mudanças no ambiente de negócios.

Segundo Chiavenato, uma organização é um conjunto de cargos funcionais e hierárquicos a cujas prescrições e normas de comportamento todos os seus membros devem se sujeitar. (CHIAVENATO, 2004 p.154).

A organização também é essencial para a alocação adequada de recursos, incluindo pessoal, financeiro e materiais, garantindo que cada recurso seja utilizado de forma eficiente e produtiva. Isso pode ajudar a reduzir os custos operacionais da empresa e aumentar sua lucratividade.

Além disso, uma organização eficiente pode melhorar a comunicação e a coordenação entre as equipes, permitindo que elas trabalhem de forma mais harmoniosa e colaborativa. Isso pode resultar em uma maior produtividade, qualidade do trabalho e satisfação do cliente.

Direção

A direção em uma empresa é uma função gerencial que tem uma importância fundamental para o sucesso da organização. Ela é responsável por definir a estratégia da empresa e traçar um caminho claro para alcançar seus objetivos. Além disso, a direção é responsável por liderar e motivar os colaboradores, tomando decisões estratégicas que afetam a empresa como um todo.

Para Stair (2004, p. 5) “O valor da informação está diretamente ligado à maneira como ela ajuda os tomadores de decisões a atingirem metas da organização.” A direção envolve a tomada de decisões, o estabelecimento de metas e objetivos, a definição de políticas e estratégias, a motivação dos colaboradores, a comunicação eficaz e a resolução de conflitos.

É importante que a direção tenha habilidades de liderança, capacidade de tomada de decisão, visão estratégica e uma comunicação clara e efetiva, para garantir o sucesso da empresa.

“A função de direção se relaciona diretamente com a maneira pela qual o objetivo ou objetivos devem ser alcançados por meio da atividade das pessoas que compõem a organização.” (CHIAVENATO, 2003, p.174)

Com base nisso, podemos dizer que a direção é a principal responsável por garantir a sobrevivência e o crescimento da empresa em um mercado cada vez mais competitivo. Através da definição de objetivos claros e da elaboração de estratégias eficientes, a direção pode guiar a empresa para o sucesso.

Além disso, a direção deve ter habilidades de liderança e comunicação para motivar as equipes e alinhar seus esforços em direção aos objetivos da empresa. É importante que a direção esteja sempre atenta às mudanças no mercado e às necessidades dos clientes, para que possa tomar decisões estratégicas rápidas e eficientes.

Por fim, a direção deve monitorar constantemente os resultados da empresa, avaliando sua eficiência e eficácia e realizando ajustes necessários. Isso permitirá que a empresa se adapte rapidamente às mudanças do mercado e mantenha sua competitividade.

Controle

O controle refere-se ao monitoramento das atividades e processos, com o objetivo de avaliar o desempenho da organização e garantir que os objetivos definidos sejam alcançados. Assim, envolve a medição e análise de indicadores, a identificação de desvios, a implementação de ações corretivas e a revisão dos processos e estratégias.

O objetivo do controle é garantir que a empresa esteja operando de forma eficiente e eficaz, minimizando riscos e maximizando resultados.

“O controle do trabalho deve ser realizado para que se possa certificar de que o mesmo está sendo executado em conformidade com o método preestabelecido e de acordo com o plano de produção estabelecido pela supervisão.” (BONOME, 2009, p.24)

É importante que o controle seja feito de forma sistemática, com base em indicadores claros e relevantes, para garantir a qualidade e consistência dos resultados, pois, ele envolve a coleta de informações, análise e interpretação dos resultados e tomada de decisões para corrigir eventuais desvios. Para isso, é necessário definir padrões de desempenho, que servirão como base para a avaliação do desempenho real da empresa.

“A finalidade do controle é assegurar que os resultados do que foi planejado, organizado e dirigido se ajustem tanto quanto possível aos objetivos previamente estabelecidos.” (CHIAVENATO, 2003, p.176)

Diante disso, pode ser realizado em diversos níveis da empresa, desde o controle operacional de processos produtivos até o controle estratégico das atividades da empresa como um todo. O controle pode ser realizado de forma preventiva, a fim de evitar desvios antes que ocorram, ou corretiva, para corrigir desvios já ocorridos, permitindo que a empresa identifique problemas e oportunidades de melhoria, bem como ajuda a empresa a se adaptar a mudanças no ambiente externo. Além disso, o controle pode fornecer informações importantes para tomadas de decisão gerenciais, permitindo a avaliação da eficácia das estratégias e planos estabelecidos.

Inovação e competitividade

A interconexão entre inovação e competitividade é fundamental em uma empresa. A inovação é um processo criativo que pode gerar novos produtos, serviços, processos ou modelos de negócios, conferindo à empresa vantagens competitivas, como a capacidade de se destacar no mercado, reduzir custos, aumentar a eficiência e aprimorar a qualidade de seus produtos e serviços.

Por sua vez, a competitividade refere-se à capacidade da empresa de competir efetivamente no mercado, em relação a outras empresas do mesmo setor.

A tarefa da Administração passou a ser a de interpretar os objetivos da organização e transformá-los em ação organizacional por meio de planejamento, organização, direção e controle dos esforços realizados em todas as áreas e níveis da organização, a fim de alcançar tais objetivos e garantir a competitividade em um mundo de negócios concorrencial e complexo. (CHIAVENATO, 2004 p.8)

“A inovação é a peça fundamental para o surgimento de um empreendimento, uma vez que os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do empreendedor” (DRUCKER, 1987, p. 39). Desse modo, a inovação se torna um fator-chave para ampliar a

competitividade da empresa, permitindo-lhe fornecer soluções melhores e mais eficientes para seus clientes, além de aumentar a produtividade e reduzir custos.

“É o poder da inovação que move todos os aspectos da vida econômica e social.” (CHIAVENATO, 2003, P.524). A empresa que investe em inovação está mais preparada para enfrentar as mudanças do mercado e se adaptar às novas demandas dos consumidores, mantendo-se competitiva. Portanto, a inovação é uma estratégia importante para a competitividade da empresa, especialmente em um ambiente de negócios cada vez mais dinâmico e competitivo.

Diante disso, a competitividade de uma empresa no mercado refere-se à sua capacidade de oferecer produtos ou serviços de alta qualidade a um preço competitivo em comparação com outras empresas do mesmo setor, incluindo a habilidade de se adaptar às mudanças do mercado, atender às necessidades dos clientes, inovar e diferenciar-se dos concorrentes.

“Mais recentemente, as novas abordagens trouxeram à tona a emergente necessidade de competitividade das organizações em um mundo globalizado e carregado de mudanças e transformações.” (CHIAVENATO, 2003, P.11)

Além de oferecer produtos ou serviços de alta qualidade a um preço competitivo, uma empresa competitiva também se destaca pela sua capacidade de maximizar a eficiência operacional. Isso significa que ela é capaz de reduzir custos, aumentar a produtividade e otimizar seus processos internos.

A competitividade é, portanto, um fator crítico para o sucesso de uma empresa no mercado, permitindo-lhe crescer e prosperar em um ambiente altamente concorrido. Quando uma empresa consegue se manter competitiva, ela pode conquistar uma posição de destaque em seu setor, aumentar sua participação de mercado e consolidar sua reputação perante os clientes e demais *stakeholders*.

METODOLOGIA

Este capítulo tem como objetivo apresentar a metodologia utilizada na pesquisa, que teve como foco a avaliação da administração geral da empresa Incorel Comercio, em Goiânia.

Para Andrade (2010, p. 117) metodologia “é o conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento”

Abordagem da pesquisa

O presente trabalho é caracterizado como uma pesquisa qualitativa e quantitativa, de natureza descritiva. Essa abordagem metodológica permite uma análise aprofundada e abrangente do tema em questão.

Segundo Marconi e Lakatos (2008, p.136), pesquisa quantitativa é aquela focalizada em termos de grandeza ou quantidade do fator presente em uma situação. Os caracteres possuem valores numéricos, e pesquisa qualitativa, tem como base na presença ou ausência de alguma qualidade ou característica, e também na classificação de dada propriedade.

Instrumentos

Na presente pesquisa, foram aplicados dois questionários distintos, um direcionado aos colaboradores da empresa e outro voltado para os clientes. Ambos os questionários adotaram formato de questões de múltipla escolha, permitindo uma coleta de dados padronizada e comparável.

Além disso, foi realizada uma entrevista estruturada com o Diretor Administrativo, Sr. Leonardo. Essa entrevista focou a administração atual da organização, abordando questões relacionadas às práticas e estratégias adotadas. Além disso, buscou explorar sugestões de melhorias para o futuro, visando aprimorar a administração geral da empresa.

População

De acordo com Vergara (2010, p.46), universo “trata-se de definir toda a população e a população amostral. Entenda-se aqui por população não o número de habitantes de um local, mas um conjunto de elementos que possuem as características que serão objeto de estudo

A empresa Incorel possui um total de 5 colaboradores, distribuídos da seguinte forma: 3 vendedores, 1 entregador e 1 funcionário de serviços gerais. Além disso, a empresa conta com 4 sócios, sendo que cada um desempenha uma função específica em cada departamento.

A pesquisa foi realizada com todos os 5 colaboradores da empresa, incluindo os vendedores, entregador e funcionário de serviços gerais. Além disso, um dos quatro sócios administrativos, e 20 clientes acessados na pesquisa.

Essa abordagem permitiu obter *insights* e perspectivas tanto dos colaboradores operacionais quanto dos sócios que têm responsabilidades administrativas.

De acordo com Vergara (2010, p.46), universo “trata-se de definir toda a população e a população amostral. Entenda-se aqui por população não o número de habitantes de um local, mas um conjunto de elementos que possuem as características que serão objeto de estudo.”

Amostra

De acordo com Marconi e Lakatos (2008, p.27), “amostra é uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo.”

A pesquisa foi conduzida com a participação de 20 clientes selecionados por conveniência, que são colaboradores de construtoras, os quais responderam ao questionário através do Google Forms. Além disso, 5 prestadores de serviços também foram selecionados por acessibilidade. Por fim, uma entrevista foi realizada com o gestor da organização.

Com base nessas informações, a amostra total consistiu em 1 diretor administrativo, 3 vendedores, 1 entregador, 1 funcionário de serviços gerais e 20 clientes frequentadores da loja donos de construtoras.

Procedimentos

Tanto a entrevista com o Diretor Administrativo quanto os questionários aplicados aos funcionários e clientes da empresa, foram cuidadosamente agendados previamente, de forma a evitar qualquer interrupção na rotina normal da empresa. Essas atividades foram realizadas no período de 01 de setembro a 30 de outubro, com o intuito de coletar informações atualizadas e relevantes.

Para a entrevista foi adotada uma abordagem objetiva e direta, visando obter respostas claras e precisas. E a aplicação dos questionários, consistiu em perguntas objetivas de múltipla escolha.

RESULTADOS

Os resultados obtidos nesta pesquisa serão embasados nos dados coletados por meio da entrevista realizadas com o Diretor Administrativo, Sr. Leonardo, assim como pelos questionários aplicados aos funcionários e clientes da empresa. Esses resultados estão

apresentados, logo a seguir, de forma clara e objetiva, utilizando descrições, gráficos, análises, conclusões e sugestões de melhorias para a administração da organização.

Apresentação da empresa

A Incorel Comércio, situada em Goiânia, consolidou mais de duas décadas de atuação como uma referência pioneira no segmento da construção civil na capital. Ao longo de seus mais de 20 anos de história, a empresa solidificou sua presença no mercado e se tornou uma escolha confiável para profissionais da construção e consumidores que buscam produtos de qualidade e atendimento diferenciado. Com uma estrutura organizacional de característica funcional e especializada no setor da construção civil, a Incorel continua a expandir-se de maneira significativa, impulsionada por seu amplo estoque e atendimento personalizado. Sua expertise no mercado é evidenciada pela capacidade de se adaptar às demandas em constante evolução.

A empresa investe estrategicamente em áreas-chave, incluindo controle de estoque, desenvolvimento de vendedores e modernização da comunicação. Essas iniciativas não apenas fortalecem as operações, mas também proporcionam atendimento direto e fabricação personalizada de peças, contribuindo para a fidelização do cliente. No entanto, é essencial reconhecer as fraquezas que requerem atenção. A dependência de mão de obra especializada e a competição acirrada são desafios que, se não enfrentados eficientemente, podem comprometer a eficácia operacional e a competitividade no mercado.

Vislumbrando oportunidades, a Incorel busca expandir seu alcance de mercado, aumentando o estoque para ampliar as possibilidades de venda. Além disso, a incursão no marketing digital reflete uma resposta positiva às demandas contemporâneas, enquanto a busca incessante pela inovação destaca o compromisso com o crescimento sustentável. Consciente das ameaças inerentes ao ambiente de negócios, como a volatilidade do mercado e a concorrência acirrada, a empresa adota estratégias robustas. Antecipando-se aos riscos associados à sazonalidade do negócio e à escassez de mão de obra especializada, a Incorel busca mitigar potenciais impactos adversos. A seguir é apresentada o resultado de uma análise Swot desenvolvida durante a pesquisa, com a finalidade de ilustrar um pouco mais a realidade da empresa aqui apresentada.

ANÁLISE SWOT DA GESTÃO DA EMPRESA INCOREL

<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reputação no mercado • Estratégias Adaptativas em todos os departamentos • Contato direto e atendimento personalizado • Eficiência em seus processos 	<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dependência de mão de obra especializada • Déficit de inovação tecnológica
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expansão de mercado • Investimento em marketing digital • Inovação contínua • Parcerias estratégicas. 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Volatilidade do mercado • Concorrência crescente • Escassez de mão de obra especializada • Riscos de sazonalidade.

COLETA DE DADOS

Entrevista com diretor administrativo

Os dados levantados na entrevista, antecipadamente planejada, com o Sr. Leonardo, diretor geral da empresa foco desse estudo, buscando avaliar a administração da organização, demonstram que a empresa Incorel enfrenta desafios consideráveis de gestão como muitas outras organizações, nos dias atuais. Dentre eles, destacam-se a variação na oferta e demanda do mercado, o aumento da concorrência no ambiente de negócios cada vez mais competitivo e a escassez de mão de obra qualificada.

Para enfrentar esses desafios, a empresa tem adotado uma série de estratégias. O controle eficaz de estoque, por exemplo, desempenha um papel fundamental para garantir que os clientes sejam atendidos com eficiência, independentemente, das flutuações do mercado. Outra estratégia importante é o desenvolvimento dos vendedores, que desempenham um papel crucial na satisfação dos clientes e no alcance das metas da empresa. A força de vendas de uma empresa começa neles. Além disso, a modernização das formas de comunicação com esses clientes e a multiplicidade nas opções de entrega e contato têm contribuído para manter a competitividade da empresa.

Os pontos fortes da empresa, como sua sólida reputação e pioneirismo no mercado, continuam a ser ativos valiosos. No entanto, a entrada de concorrentes mais fortes apresenta um desafio que a empresa está determinada a superar. Sua forma de atuar demonstra ter um diferencial que é a sua capacidade de se adaptar para atender às necessidades dos clientes. Assim como as empresas de sucesso que vêm se destacando no mercado em geral, ela não hesita em fabricar peças personalizadas, garantir entregas diretas e manter um contato próximo com os clientes para resolver seus problemas de forma ágil e eficaz. No contexto da administração da empresa, essa aproximação constante com o cliente é sua melhor estratégia de marketing.

A eficiência dos processos é uma prioridade constante. Afinal, a estrutura da empresa precisa estar alinhada aos seus objetivos e estratégias. A diretoria da empresa entende que a segunda metade do ano costuma ser mais produtiva, já que a primeira metade é dedicada ao aprimoramento contínuo dos processos. O fato de os colaboradores estarem sempre dispostos a implementar melhorias nos processos, é prova de sua dedicação e capacidade de se adaptar às mudanças.

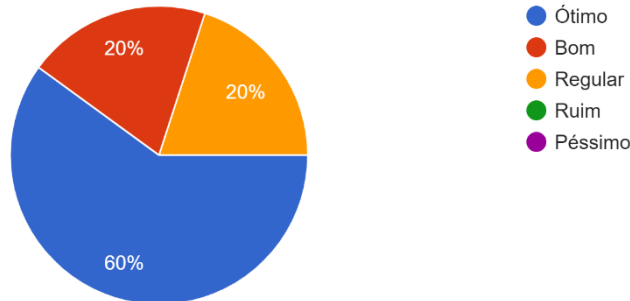
Na fala do Diretor fica claro que a comunicação direta é um pilar fundamental da cultura da empresa. Ela é mantida tanto no ambiente interno, com os colaboradores, quanto no ambiente externo com os clientes, garantindo que desafios e problemas sejam abordados de forma prática e rápida. E quando se trata de motivação e retenção de funcionários, a empresa valoriza a comunicação eficaz e um apoio personalizado, focado ao desempenho de cada indivíduo. Por isso, o teor empreendedor da empresa demonstra o quanto ela está aberta à inovação e à adoção de novas tecnologias, sempre em sintonia com as necessidades dos clientes.

Em relação à qualidade, a empresa tem o compromisso de manter um padrão elevado em todos os processos. Para isso, ela acompanha de perto a produção e a venda, evitando erros e garantindo a satisfação do cliente. Embora não tenha sido mencionado a contratação de serviços anuais de auditoria, ela confia em seu próprio conhecimento e experiência para avaliar sua gestão de forma eficaz.

Por fim, foi enfatizado pelo gestor que a empresa está focada em enfrentar os desafios do mercado com uma abordagem centrada no cliente, na eficiência de processos e na comunicação eficaz. Foi possível perceber que ela valoriza a capacidade de adaptação ao mercado, a melhoria contínua e a capacidade de atender às necessidades desse mercado de forma ágil e eficaz.

Dados obtidos com aplicação de questionários aos colaboradores

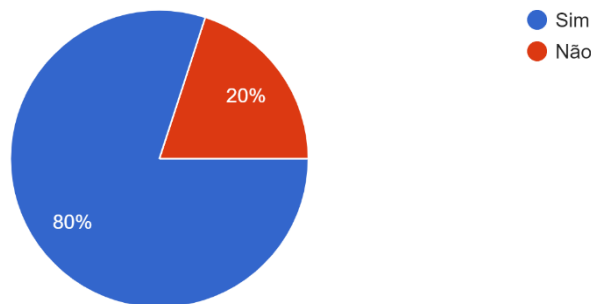
Figura 1: Como você avalia a qualidade da liderança no processo de gestão da empresa?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: A liderança eficaz desempenha um papel crucial no ambiente de trabalho e no desempenho da empresa. A maioria dos respondentes avaliou positivamente a qualidade da liderança na empresa, com 60% considerando-a ótima e 20% boa. No entanto, 20% classificaram-na como regular, indicando espaço para melhorias.

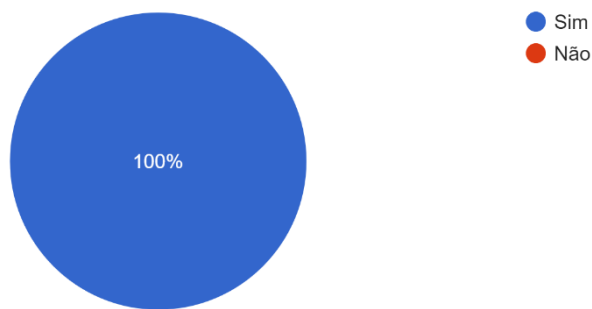
Figura 2: Você acredita que todas as equipes e departamentos estão bem informados sobre as decisões e mudanças que ocorrem na organização?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: A maioria dos respondentes (80%) acredita que todas as equipes e departamentos estão bem informados sobre as decisões e mudanças na organização, indicando uma boa comunicação interna. No entanto, 20% dos participantes expressam insatisfação nesse aspecto.

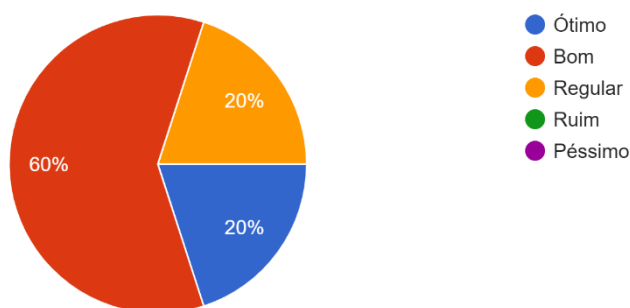
Figura 3: Na sua opinião, a empresa lida bem com a implementação de mudanças e novas tecnologias?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: Todos os participantes do questionário (100%) acreditam que a empresa lida bem com a implementação de mudanças e novas tecnologias, indicando um alto nível de eficácia nessa área.

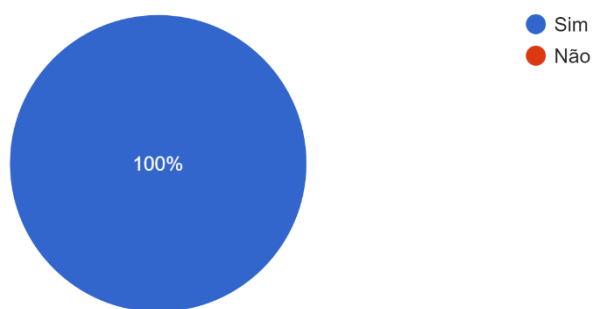
Figura 4: Como você avalia a eficácia da comunicação dentro da empresa?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: As respostas indicam uma variedade de percepções sobre a eficácia da comunicação interna na empresa, tendo 60% que a consideram boa; 20% considerando ótimo; e 20% considerando regular.

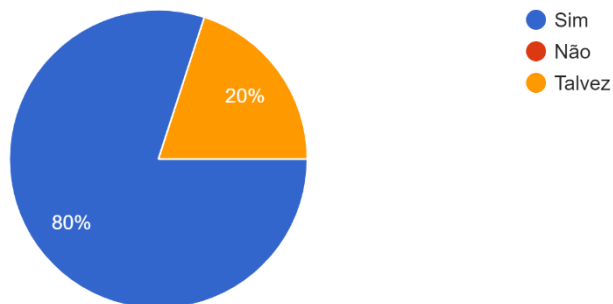
Figura 5: Você tem acesso aos recursos e ferramentas necessários para realizar suas tarefas de maneira eficiente?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: No que tange ao acesso a recursos e ferramentas o gráfico mostra que todos os participantes (100%) afirmam ter acesso aos recursos necessários para realizar suas tarefas de maneira eficiente.

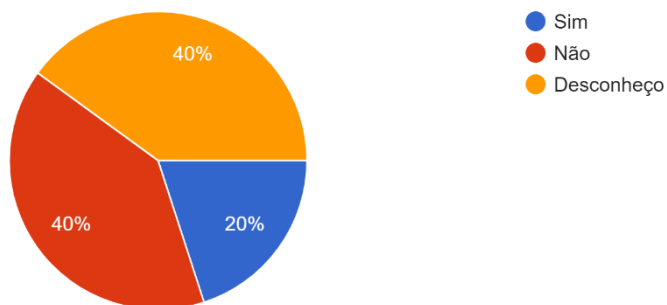
Figura 6: Você acredita que o espírito de equipe existente nas áreas da empresa é suficiente para as boas relações e eficiência nas rotinas?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: Análise: Sobre o espírito de equipe nas áreas da empresa o gráfico mostra que a maioria dos participantes (80%) acredita que o espírito de equipe é suficiente para boas relações e eficiência nas rotinas. No entanto, 20% responderam optou por talvez, indicando alguma incerteza ou possíveis áreas de melhoria.

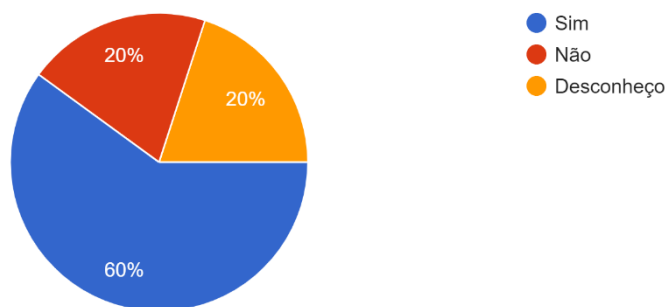
Figura 7: A empresa possui um sistema de gestão da qualidade certificado (por exemplo, ISO 9001)?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: Percebe-se certo desconhecimento dos colaboradores, pois vê-se uma variedade de respostas, sendo: 20% afirmando que a empresa possui essa certificação; 40% indicando que a empresa não possui tal certificação; e 40% desconhecem o status da certificação.

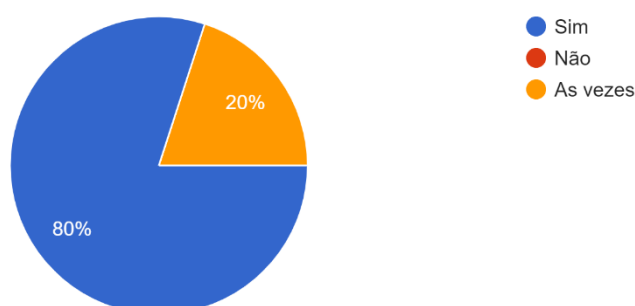
Figura 8: A empresa utiliza sistemas de gestão de relacionamento com o cliente (CRM) para melhorar o atendimento ao cliente?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: A análise da pergunta sobre o uso de sistemas de CRM para melhorar o atendimento ao cliente revela que: 60% dos participantes afirmam que a empresa utiliza sistemas de CRM; 20% indicam que a empresa não utiliza sistemas de CRM; e 20% desconhecem se a empresa utiliza sistemas de CRM.

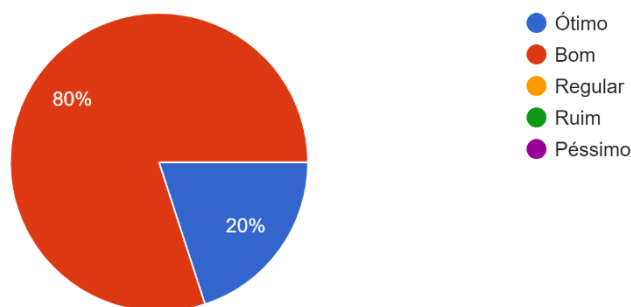
Figura 9: A empresa oferece treinamento regular para melhorar as habilidades e conhecimentos dos funcionários?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: Percebe-se que 80% dos participantes alegam que a empresa oferece treinamento regular para melhorar as habilidades e conhecimentos dos funcionários; e 20% dizem que o treinamento ocorre às vezes.

Figura 10: Como você avalia o gerenciamento da empresa como um todo, no dia a dia?



Fonte: Dados primários, 2023

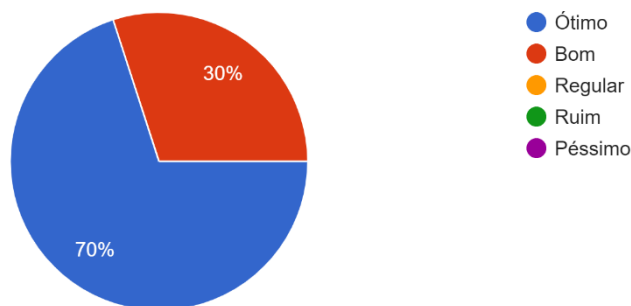
Análise: Quanto a pergunta sobre a avaliação do gerenciamento da empresa no dia a dia mostra uma tendência muito positiva, com: 80% dos participantes o avaliaram como bom; e 20% o classificaram como ótimo.

Figura 11: Quais suas críticas e sugestões para melhoria do dia a dia administrativo e operacional da empresa?

- A empresa precisa da implantação de recursos de gerenciamento de estoque.
- A empresa precisa de uma ferramenta para gerenciar o relacionamento com os clientes

Dados obtidos com aplicação de Questionários aos clientes

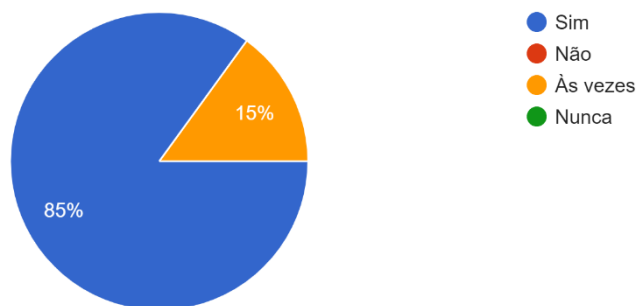
Figura 1: Como você descreve sua experiência geral ao lidar com a empresa?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: A pesquisa revela uma avaliação muito positiva, assim: 70% descreveram a experiência como ótima; e 30% a classificaram como boa.

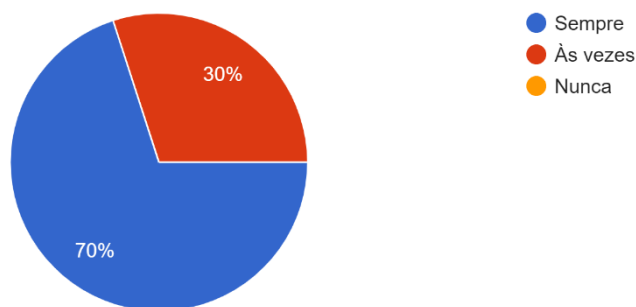
Figura 2: Os produtos e serviços da empresa costumam atender suas expectativas?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: A análise da pergunta sobre se os produtos e serviços da empresa atendem às expectativas revela o seguinte: 85% dos participantes afirmam que os produtos e serviços geralmente atendem às suas expectativas; e 15% indicam que isso ocorre às vezes.

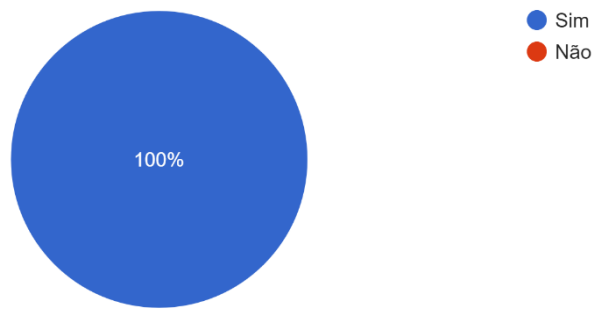
Figura 3: Na sua opinião, essa empresa busca inovar e se adaptar às necessidades dos clientes?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: Quanto a busca iniciativa de inovar e se adaptar às necessidades dos clientes a pesquisa revela que, 70% dos participantes acreditam que a empresa sempre busca inovar e se adaptar às necessidades dos clientes; e 30% indicam que isso ocorre às vezes.

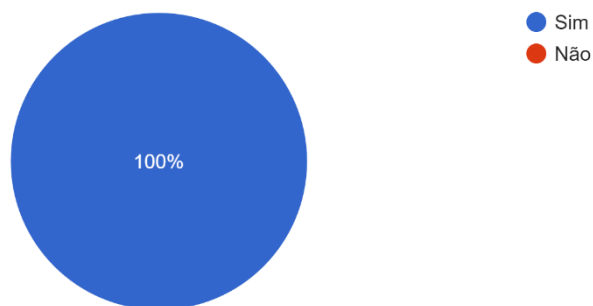
Figura 4: Você acredita que a empresa oferece diferentes canais de compra e interação para atender às suas necessidades?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: O gráfico mostra que 100% dos participantes acreditam que a empresa oferece diferentes canais de compra e interação para atender às suas necessidades.

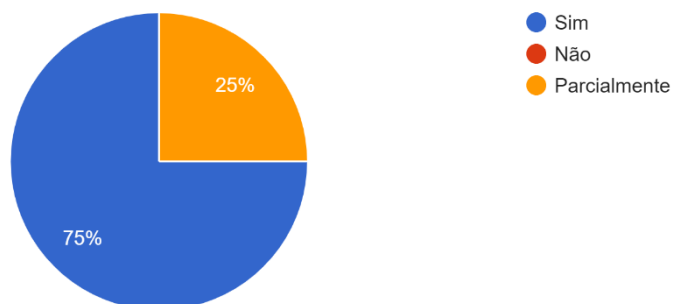
Figura 5: A organização demonstra ter gestão da qualidade e melhoria contínua em tudo que faz e oferece?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: As respostas à pergunta revelam que 100% dos participantes acreditam que a organização demonstra ter gestão da qualidade e busca a melhoria contínua em todas as suas atividades e ofertas.

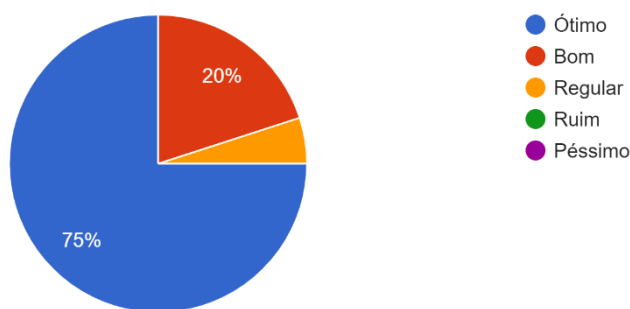
Figura 6: A empresa demonstra monitorar continuamente a satisfação do cliente para identificar áreas de melhoria?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: A análise da pergunta revela que: 75% dos participantes acreditam que a empresa demonstra monitorar continuamente a satisfação do cliente para identificar áreas de melhoria; e 25% responderam "parcialmente", sugerindo que pode haver oportunidades de melhoria na consistência ou na abrangência desse monitoramento.

Figura 7: Na sua opinião, a empresa possui um sistema de gestão da qualidade eficaz para garantir a excelência dos produtos ou serviços?



Fonte: Dados primários, 2023

Análise: 75% dos participantes avaliam o sistema de gestão da qualidade da empresa como ótimo; 20% o classificam como bom; e 1% consideram-no regular.

Figura 8: Quais suas críticas e sugestões para melhoria do atendimento da empresa?

- A empresa precisa de uma plataforma para ter uma comunicação melhor com os clientes, para agilizar as vendas
- Poderia melhorar a organização das entregas
- Precisa de uma organização operacional
- Implementar um canal para simplificar as compras.

Fonte: Dados primários, 2023

ANÁLISE DE DADOS

Analisando os dados levantados sobre a administração geral atual da Incorel Comércio, a pesquisa revela a importância estratégica do planejamento, organização, direção, controle, inovação e competitividade na condução eficaz dos negócios. O planejamento é reconhecido como um processo crítico e criativo que busca definir propósitos para garantir a continuidade do negócio e o sucesso diante dos desafios do mercado, alinhando-se à perspectiva de Ballesterio (1990). Portanto, a de se destacar que A implementação do planejamento é considerada complexa, mas crucial, destacando sua importância na tomada de decisões e na organização, conforme enfatizado por Maximiano (2006).

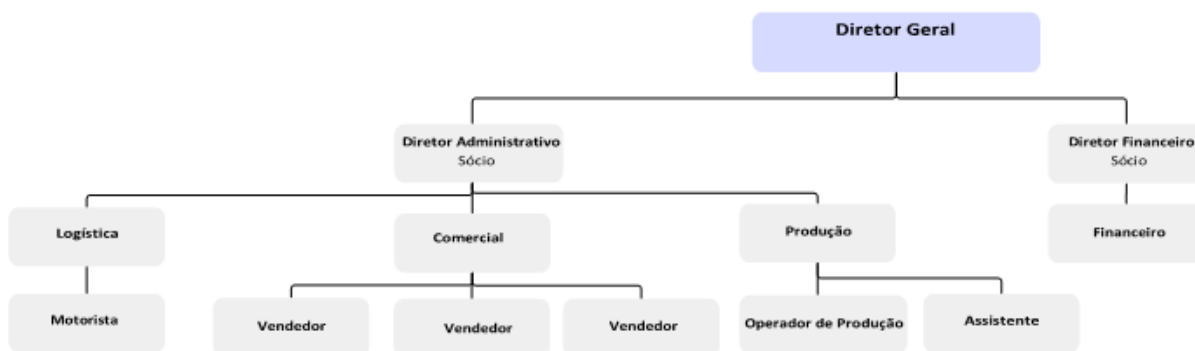
desafios consideráveis de gestão como muitas outras organizações, nos dias atuais. Dentre eles, destacam-se a variação na oferta e demanda do mercado, o aumento da concorrência no ambiente de negócios cada vez mais competitivo e a escassez de mão de obra qualificada.

Para enfrentar esses desafios da competitividade, a empresa tem adotado uma série de estratégias. O controle eficaz de estoque, por exemplo, desempenha um papel fundamental

para garantir que os clientes sejam atendidos com eficiência, independentemente, das flutuações do mercado. Não há espaço para perder energia para os concorrentes. Outra estratégia importante é o desenvolvimento dos vendedores, que desempenham um papel crucial na satisfação dos clientes e no alcance das metas da empresa. A força de vendas de uma empresa começa neles. Além disso, a modernização das formas de comunicação com esses clientes e a multiplicidade nas opções de entrega e contato têm contribuído para manter a competitividade da empresa.

Sendo assim, a organização como um processo contínuo e sistemático, é fundamental para atingir os objetivos estabelecidos pela Incorel. A estrutura clara e bem definida, que inclui a definição de funções e responsabilidades, hierarquia de autoridade, processos de trabalho e alocação de recursos, é crucial para otimizar processos, reduzir custos e aumentar a produtividade, conforme preconizado por Maximiano (2000). Como apresentado no organograma da empresa abaixo, a empresa conta com uma estrutura funcional familiar, e tem dado respostas ao que a empresa busca atingir no dia-a-dia.

A direção, como função gerencial, desempenha um papel vital no sucesso da Incorel, sendo



Fonte: Dados primários, 2023

responsável por definir estratégias, liderar e motivar colaboradores, tomar decisões estratégicas e monitorar constantemente os resultados. Essa visão está alinhada às perspectivas de Stair (2004) e Chiavenato (2003), que destacam a importância da direção na tomada de decisões, no estabelecimento de metas e na liderança.

A partir da formalização das rotinas através de fluxogramas as mesmas se tornam mais compreensíveis para todos os membros da organização, levando-os a concentrar todos os esforços na melhoria contínua da qualidade do atendimento ao cliente e torna eficaz o processo de resolução de problemas. Isso tem envolvido a implementação de práticas organizacionais que visam otimizar a recepção do atendimento, compreender as necessidades dos clientes, registrar dados de forma precisa, proporcionar atendimento personalizado, finalizar vendas de maneira eficiente e, posteriormente, solicitar feedback para aprimoramentos futuros, seguido de um agradecimento ao cliente.

Da mesma forma, percebe-se na rotina de controle de estoque (ver fluxograma logo a seguir), que a empresa busca aprimorar a eficiência ao receber mercadorias, registrar entradas, realizar armazenamento adequado, manter um controle em tempo real, emitir alertas de baixa de estoque, gerar pedidos de reposição e prevenir perdas de mercadorias.

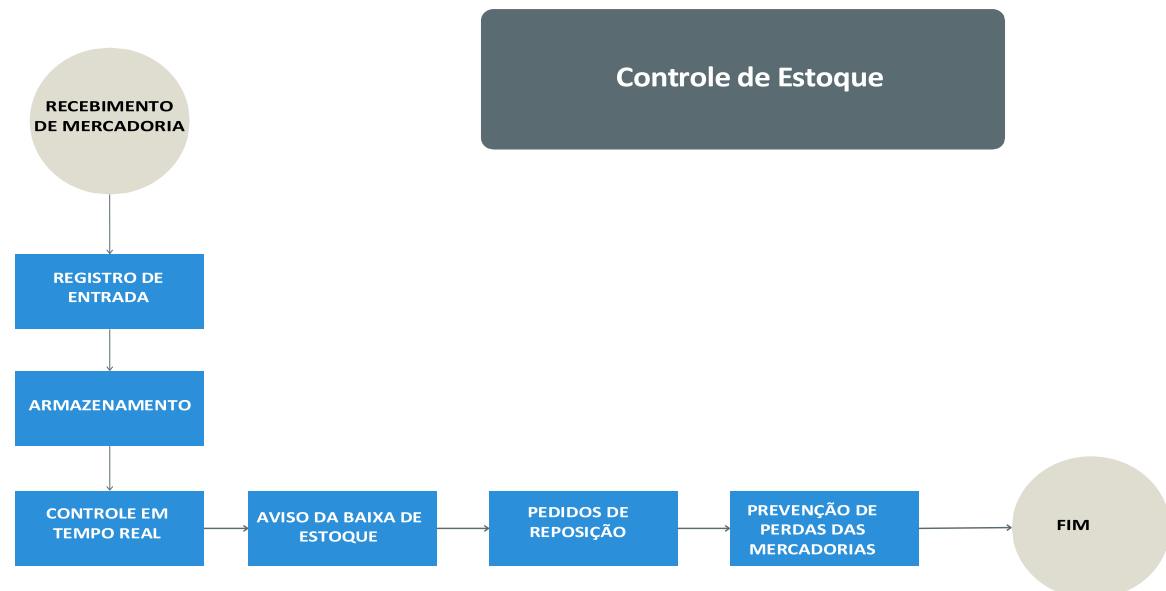
No que diz respeito ao processo de resolução de problemas, adota-se uma abordagem estruturada, desde a identificação do problema até a coleta de informações relevantes, (o que pode ser visto no fluxograma logo a seguir), interação com os departamentos responsáveis, análise de alternativas, tomada de decisão, implementação de soluções e monitoramento contínuo. Essas iniciativas visam não apenas melhorar a eficiência operacional, mas também

promover uma compreensão mais aprofundada e alinhada das metas e valores da organização entre todos os membros.

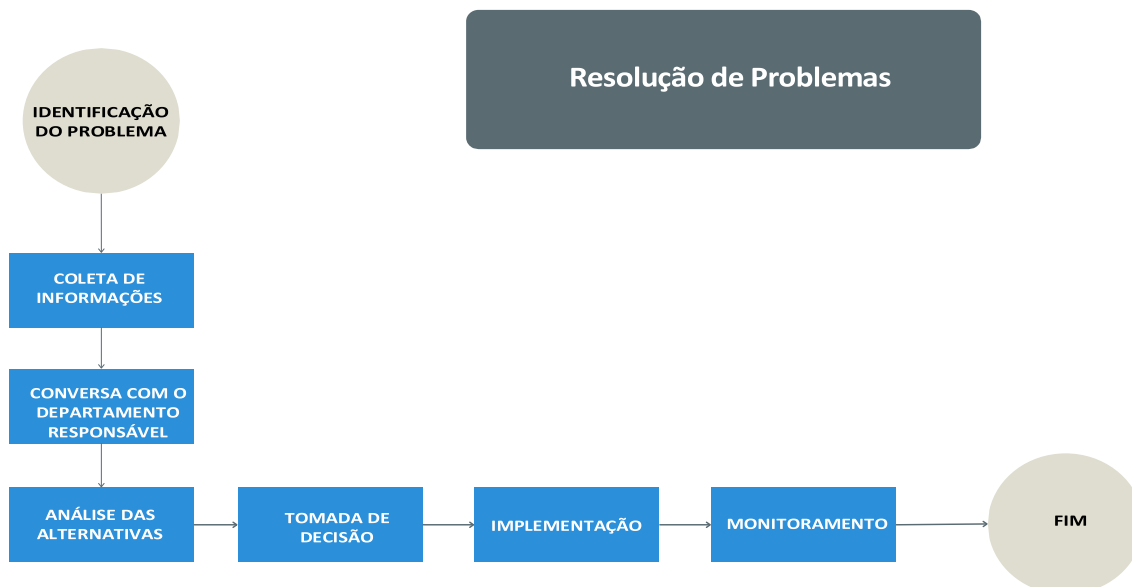
As figuras abaixo promovem uma compreensão mais detalhada dos fluxogramas desenvolvidos pela empresa para facilitar o atendimento ao cliente, o controle de estoque e as ações de resolução de problemas no contexto organizacional.



Fonte: Dados primários, 2023



Fonte: Dados primários, 2023



Fonte: Dados primários, 2023

O controle, como ferramenta de monitoramento, é considerado essencial para avaliar o desempenho da Incorel e garantir que os objetivos sejam alcançados. A ênfase na coleta de informações, análise e interpretação dos resultados para tomada de decisões e ajustes necessários está alinhada às definições de Bonome (2009) e Chiavenato (2003).

Aspecto que vale ser ressaltado e que foi explorado junto aos clientes é quanto a iniciativa da empresa de inovar e se adaptar às necessidades dos clientes e a pesquisa revela que, 70% dos clientes participantes acreditam que a empresa sempre busca inovar e se adaptar às suas necessidades, demonstrando um percentual interessante de satisfação dos mesmos.

Também quando questionados se os produtos e serviços da empresa atendem às expectativas, a pesquisa revela que 85% dos participantes afirmam que os produtos e serviços geralmente atendem às suas expectativas. Isso demonstra a sintonia da empresa com os requerimentos dos clientes, o que facilita inclusive para a empresa reconhecer onde melhorias e inovação devem ser priorizadas. A interconexão entre inovação e competitividade é reconhecida como fundamental. A inovação, destacada como um processo criativo que gera vantagens competitivas, e a competitividade, referindo-se à capacidade da empresa de competir efetivamente, coincide com as visões de Drucker (1987) e Chiavenato (2003).

O processo de gestão também precisa contar com o papel crucial dos líderes e colaboradores. Na pesquisa realizada junto aos colaboradores, percebe-se que 80% dos participantes alegam que a empresa oferece treinamento regular para melhorar as habilidades e conhecimentos dos colaboradores e 20% dizem que o treinamento ocorre às vezes. Aqui fica evidente que a organização reconhece a importância do bom preparo de quem lidera e quem executa, para que os resultados sejam alcançados.

Outro aspecto importante nesse contexto está no que tange ao acesso a recursos e ferramentas para a excelência do trabalho. O gráfico mostra que todos os participantes (100%) afirmam ter acesso aos recursos necessários para realizar suas tarefas de maneira eficiente.

Finalizando, vale destacar que algumas críticas e sugestões foram apresentadas pelos colaboradores, para melhoria do atendimento da empresa, como: a empresa precisa de uma plataforma para ter uma comunicação melhor com os clientes, para agilizar as vendas; poderia melhorar a organização das entregas; garantir melhor organização operacional e implementar um canal para simplificar as compras.

Em suma, a Incorel demonstra um compromisso abrangente e estratégico com o planejamento, organização, direção, controle, inovação e competitividade, refletindo uma abordagem sólida para enfrentar os desafios do mercado e garantir o sucesso contínuo da empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dessa forma, as análises realizadas proporcionaram uma compreensão aprofundada da administração geral da Incorel Comércio, revelando seus pontos fortes e áreas de oportunidade. As conclusões derivadas dos questionários e da entrevista com o diretor geral, Sr. Leonardo, oferecem *insights* valiosos para orientar ações futuras e melhorias na empresa.

A Incorel demonstra uma gestão estratégica sólida, respaldada por práticas de planejamento eficientes, uma estrutura organizacional bem definida e um compromisso palpável com a inovação e a adaptação contínua. Esses elementos são fundamentais para o sucesso no ambiente empresarial dinâmico atual.

No entanto, ao considerar o futuro da Incorel, identificam-se oportunidades de aprimoramento. A integração mais estreita entre estratégias de longo prazo e operações diárias pode potencializar a eficácia das ações. Fortalecer os canais de comunicação interna e externa contribuirá para uma compreensão mais abrangente e alinhada das metas e valores da organização.

Investir no desenvolvimento contínuo dos colaboradores, por meio de programas de treinamento mais abrangentes, é uma estratégia que pode elevar ainda mais as capacidades da equipe. A implementação sistemática de avaliações da satisfação do cliente oferecerá *insights* valiosos, promovendo melhorias constantes na qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

A busca por certificações reconhecidas, como a ISO 9001, e a realização de auditorias periódicas reforçarão o compromisso da Incorel com a excelência e a conformidade nos processos internos.

A proposta de implementação de um Sistema de Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM) surge como uma estratégia inovadora. Essa iniciativa proporcionará à Incorel uma compreensão mais profunda das necessidades e padrões de compra dos clientes, permitindo uma abordagem personalizada em todos os pontos de contato.

A otimização da comunicação interna e externa, aliada à capacidade analítica do CRM, oferecerá à Incorel a vantagem de antecipar tendências de mercado, otimizar estratégias de vendas e personalizar ofertas, contribuindo significativamente para a satisfação do cliente.

Estas considerações não apenas apontam áreas de aprimoramento, mas fornecem um roteiro estratégico para fortalecer a posição da Incorel no mercado. A empresa está no caminho certo, e estas sugestões podem catalisar melhorias contínuas, garantindo eficiência operacional, satisfação do cliente e adaptabilidade às mudanças do ambiente empresarial.

Em resumo, este estudo pretende ser um guia útil para a Incorel Comércio na busca constante por excelência e inovação. Ao implementar essas recomendações, a empresa estará mais bem preparada para enfrentar os desafios do mercado e consolidar sua posição como líder em seu setor.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico. 10ª ed.** São Paulo: Atlas, 2010.

BALLESTERO, Maria Esmeralda Alvarez. **Organização, sistemas e métodos**. São Paulo: Editora McGraw-Will, 1990.

BONOME, João Batista Vieira. **Teoria geral da administração**. IESDE BRASIL SA, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. Elsevier Brasil, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria geral da administração Compact**. Elsevier Brasil, 2004.

COPELAND, Tom; KOLLER, Tim; MURRIN, Jack. **Avaliação de empresas – Valuation: calculando e gerenciando o valor das empresas**. Tradução: Allan Vidigal Hastings. 3. ed. São Paulo: Makron Books Ltda., 2002.

DRUCKER, P.F.: **Inovação e espírito empreendedor**. Prática e princípios. 2a.ed.. Pioneira, São Paulo, 1987.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 7°. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. 5. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PORTER, Michael. **Estratégia competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1989

STAIR, Ralph M (2004, 1º de janeiro). **Sucesso com tecnologia**.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL
Av. Universitária, 10091 Setor Universitário
Caixa Postal 151 CEP: 74025-010
Goiânia | Goiás | Brasil
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62) 3946.3091
www.pucgoias.edu.br | prodin@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

ANEXO IV

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

A estudante LAURA ALVES MACHADO, do Curso de ADMINISTRAÇÃO, matrícula 20201002300524, telefone (62) 99910-1166 email laura.alvesmachado@outlook.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado AVALIAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO GERAL DA EMPRESA INCOREL COMÉRCIO, EM GOIÂNIA, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 07 de DEZEMBRO de 2023.

Assinatura da autora Laura Alves Machado

Nome completo da autora: LAURA ALVES MACHADO

Assinatura do professor-orientador: Marcos de Freitas Pintaud

Nome completo do professor-orientador: MARCOS DE FREITAS PINTAUD.