

A importância da gestão industrial no mercado competitivo

The importance of industrial management in the competitive market

Juan Carlo Andrade Cruz

Anhanguera Educacional.

DOI: 10.47573/aya.5379.2.66.4

RESUMO

Este presente estudo tem como objetivo principal várias formas sobre o gerenciamento de um Gestor Industrial e diversas ferramentas estratégicas para com que qualquer organização tenha um diferencial competitivo no mercado atual e futuro, agregando valores diferenciais sobre: marca, mercado e profissional, e também mostrar a importância de acordo com a gestão da empresa, produção, manutenção, qualidade, custos, economia, logística, gestão de pessoas, tecnologia da informação, planejamento estratégico, marketing e vários outros fatores decisivos na tomadas de decisões, em geral este artigo foi criado para facilitar o leitor de uma maneira geral e descrever o que é a Gestão Industrial e alguns conceitos básicos sobre sua funcionalidade dentro de qualquer organização.

Palavras-chave: gestão industrial. agregar valores. mercado.

ABSTRACT

This study has as main objective several ways of managing an Industrial Manager and several strategic tools so that any organization has a competitive advantage in the current and future market, adding differential values about: brand, market and professional, and also showing the importance according to the company's management, production, maintenance, quality, costs, economy, logistics, people management, information technology, strategic planning, marketing and several other decisive factors in decision making, in general this article was created to facilitate the reader in general and describe what Industrial Management is and some basic concepts about its functionality within any organization.

Keywords: industrial management. add values. market.

INTRODUÇÃO

A gestão industrial tem sido cada vez mais fundamental na vida de qualquer organização, trazendo diversos fatores positivos entre todo o processo interno e externo de todos os departamentos da empresa, gerenciando cada fator detalhando seus principais pontos de melhoria necessário, entre eles a visão macro entre, fornecedor, empresa e cliente, fazendo um grande diferencial competitivo em diferentes aspectos, agregando valor sobre a marca e qualidade de processos, produtos e serviços prestados.

Sendo assim um Gerente Industrial controla praticamente toda a empresa, sendo ele o responsável das definições de metas, objetivos, planos de ações e etc., mais para que isso aconteça de forma correta e alinhada é preciso de uma excelente equipe de profissionais dedicados, qualificados, e com o foco bem definido alinhado com a missão, visão e valores da organização. Com isso, a empresa tende a caminhar de forma organizada atingindo seus principais objetivos e cumprindo suas metas, conseguindo fazer a diferença no mercado tão competitivo.

Segundo Hernan E. Contreras Alday (2002), cita o mundo de negócios:

“É impossível conceber atividades empresariais sem a criação de valor para benefício da sociedade ou sem o desejo das pessoas de nela se engajar produtivamente. Hoje isso é mais verdadeiro do que nunca. Tradicionalmente dominado por grandes empresas, o mundo dos negócios se tornou o palco prioritário da criatividade de cidadãos que buscam

a independência econômica e a vibração do mercado.” (HERNAN E. CONTRERAS, 2022, pg.16).

Um Gerente Industrial tem que lidar com diversos acontecimentos conseqüentemente ele deve estar sempre preparado para qualquer situação de casos muitos simples de serem resolvidos até casos mais complexos, exemplo uma parada de linha produção é com certeza algo que nenhuma organização quer passar sendo uma situação que pode levar a grandes prejuízos. Assim o Gerente Industrial tem que estar sempre alerta a todos os pontos e ter todas as informações necessárias para antecipar e programar acontecimentos indesejáveis, a informação com certeza é um diferencial importante, porque sem ela não há dados para soluções e inovações, mas não só basta informações tem que ter um profissional qualificado para gerenciar e organizar todas essas informações e o principal saber trabalhar com elas e para que isso aconteça existe o Gestor Industrial.

GESTÃO DA EMPRESA

A gestão de uma organização no cenário atual está sendo cada vez mais complexo com o grande crescimento econômico no mundo, assim dificultando permanência de empresas que não tem visão de futuro que não investe em inovações tecnológicas e gerenciais, visando este fator entra em cena a valorização de ferramentas de trabalho com informações concretas visando sua busca permanente no mercado, mais para que isso aconteça a empresa precisa definir suas equipes altamente qualificadas que saiba trabalhar com ferramentas estratégicas como exemplo o ciclo PDCA, que gerencia tomadas de decisões para atingir metas de melhoria contínua visando sua sobrevivência no mercado.

Segundo Cordeiro e Ribeiro (2002), cita a evolução organizacional:

“A partir da década de 1990 o ambiente de negócios se tornou mais complexo. Fenômenos econômicos e sociais de alcance mundial estão reestruturando o ambiente empresarial. A globalização de economia, alavancada pela tecnologia da informação e da comunicação, é uma realidade inescapável. As chamadas novas tecnologias, bem como as novas formas de organização do trabalho, têm colocado métodos tradicionais de gestão das empresas no banco dos réus.” (CORDEIRO e RIBEIRO, 2002, p.1).

As tecnologias atuais usadas de forma correta juntamente com as ferramentas de gestão podem gerar um grande resultado e até surpreender a equipe que o desenvolveu e o implantou.

Organizar para produzir

Na maioria das vezes os casos de desperdício é um dos principais fatores que aumenta os custos de uma empresa. Para tal situação, várias empresas usam métodos que no passado contribuam para a redução de custos tais como: cópias, telefonia e impressões, que no caso poderia ser mais utilizado: e-mail, arquivos eletrônicos e comunicação via rádio, para redução desses custos. Ainda hoje, muitos desses modelos de gestão são bastante utilizados pelas empresas no intuito de reduzirem seus custos de produção, porém muitos gestores não levam em consideração a organização do trabalho como ferramenta para se reduzir custos. A organização do trabalho busca além de organizar o ambiente de trabalho, mas também o acompanhamento detalhado dos processos possibilitando uma melhor compreensão de onde e como se pode alterar determinada atividade, visando sempre a diminuição ou eliminação dos desperdícios que podemos chamar de “vilões” dos setores produtivos.

Segundo Denis Dall' Asta, cita sobre o desperdício industrial:

“Harold E. Paddock, em 1958, escreveu que a existência do desperdício na indústria moderna teve certo interesse durante a I Guerra mundial, quando a estrutura da Indústria da Guerra conseguia um aproveitamento pobre dos recursos naturais, do trabalho, e das máquinas à disposição dos empresários industriais. Onde ocorreram muitas perdas de recursos em função de problemas relacionados com a grande diversidade de métodos de produção. Herbert C. Hoover, representante de lideranças industriais que perceberam que mais estudos deveriam ser feitos para reduzir os desperdícios industriais e que incentivaram algumas ações para aumentar o reconhecimento industrial do desperdício e métodos para a sua eliminação. Os estudos resultaram na publicação, em 1921, de um relatório detalhado de desperdícios em seis indústrias, que contribuíram para o estabelecimento de normas de Padrões para o trabalho na indústria.” (DENIS DALL' ASTA, 2009, p. 65)

A definição é bem simples desperdícios mais custos é igual a um número menor de lucratividade, por isso a atenção e ação com esses fatores são primordiais, para preservar a economia e rentabilidade.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Um dos pontos mais principais para o crescimento, desenvolvimento e gerenciamento de uma organização é o planejamento estratégico que tem o foco de programar e gerenciar vários projetos e plano de ações definindo metas e objetivos a serem alcançados visando alguns fatores importantes como: missão, visão e valores:

- Missão: É o foco da empresa e em qual situação ela se encontra no presente momento.
- Visão: É aonde a empresa prever chegar em um breve futuro.
- Valores: São os cumprimentos que exerce para seus colaboradores e clientes visando sempre o melhor atendimento para sua valorização.

Além disso o Planejamento Estratégico consulta os ambientes interno e externo com uma visão macro de: mercado, governo e concorrentes, analisando sua situação e colocação atual e sempre buscando estratégias inovadoras para sua estabilidade e consolidação de mercado.

Segundo Maria Carolina Andion e Rubens Fava (2002), cita a função do Planejamento Estratégico:

“O planejamento estratégico é um importante instrumento de gestão para as organizações na atualidade. Constitui uma das mais importantes funções administrativas e é através dele que o gestor e sua equipe estabelecem os parâmetros que vão direcionar a organização da empresa, a condução da liderança, assim como o controle das atividades. O objetivo do planejamento é fornecer aos gestores e suas equipes uma ferramenta que os munície de informações para a tomada de decisão, ajudando-os a atuar de forma pró-ativa, antecipando-se às mudanças que ocorrem no mercado que atuam.” (ANDION e FAVA, 2002, p. 27).

Com essa análise de ambientes interno e externo conseguimos informações suficiente para direcionar e posicionar em qualquer tipo de negócio no mercado competitivo, através dessas informações definimos estratégias para que o poder de barganha seja efetivo em sua atuação, mas sempre observando custos e taxas.

Segundo Gewehr e Dieh, relata sobre as condições da taxonomia:

“Seguindo a taxonomia de Porter (2004), compradores podem ser considerados poderosos e conseguem forçar a baixa dos preços da indústria se algumas condições forem verdadeiras, tais como: 1) ele está concentrado ou adquire grandes volumes em relação às vendas do vendedor; 2) os produtos que ele adquire da indústria representam uma fração significativa de seus próprios custos ou compras; 3) os produtos que ele compra da indústria são padronizados ou não diferenciados; 4) ele enfrenta poucos custos de mudança; 5) ele consegue lucros baixos; 6) compradores que podem ser uma ameaça concreta de integração para trás; 7) o produto da indústria não é importante para a qualidade dos produtos ou dos serviços do comprador; 8) o comprador tem total informação. Mintzberg e Quinn (2001) também corroboram estas condições.” (GEWEHR e DIEH, 2007, p. 5).

Com essas condições estaremos preparados para minimizar as taxas a serem pagas, sem desperdício sendo efetivo nas ações tomadas.

Marketing no planejamento estratégico

O marketing é uma das ferramentas mais utilizada atualmente ele faz com que o produto e o serviço sejam informados aos consumidores final através de meios de comunicações, divulgando suas características e importância, além de conquistar seu público-alvo e despertar o sonho de consumo de várias pessoas.

Suas características no planejamento estratégico é coordenar um trabalho de marketing para buscar novos clientes, agregando valor e elevando sua marca, satisfazendo as expectativas de seus consumidores.

A importância do marketing é tão imensa em um planejamento estratégico que existe um (PEM) - Planejamento Estratégico de Marketing pode ser redundante, mas com convicção não é uma utopia e sim uma realidade.

Segundo Souza e Yonemoto, cita sobre a definição desse PEM:

“O planejamento estratégico de marketing envolve decidir sobre a estratégia central, criar o posicionamento competitivo da empresa e de seus produtos ou serviços e implementar essa estratégia. Isso vale tanto para a empresa com um único produto como para um conglomerado que engloba muitos negócios diferentes.” (SOUZA & YONEMOTO, 2010, p. 5).

O planejamento estratégico sempre irá precisar do marketing como uma ferramenta competitiva, no final isso agregará um valor diferencial tão quanto outros fatores utilizados.

LOGÍSTICA EMPRESARIAL

Fator importante para crescimento de uma empresa a logística faz com que a organização trabalhe em perfeita sincronização entre fornecedores, empresa e clientes, assim agregando um diferencial competitivo na redução de tempo, com isso consequentemente na redução de custos e ganho no aumento de produtividade.

Assim as empresas que possuem o sistema (ERP), que significa “Enterprise Resource Planning”, em português “Planejamento de Recursos Empresariais”, que gerencia todos os departamentos de forma alinhada, com isso as informações é transmitida para todos os setores que o sistema está interligado com essa grande evolução interage além das informações, todo o ciclo de pessoas, tecnologia e processos, traçando o fluxo de materiais até o serviço ao cliente numa

linha básica que abrange: compras, controle, produção, vendas e distribuição.

Segundo Francisco Ferraes Neto e Maurício Kuehne Junior (2002), cita a logística e competitividade:

“Competir é preciso e, portanto, uma realidade que não se pode mais ignorar. Assim, todas organizações buscam diferenciar-se de seus concorrentes para conquistar e manter clientes. Só que isto está se tornando cada vez mais difícil. O aumento da arena competitiva, representado pelas possibilidades de consumo e produção globalizadas, a necessidade de que se façam lançamentos mais frequentes de novos produtos, os quais, em geral, terão ciclos de vida curtos, e a mudança no perfil dos clientes, cada vez mais bem informados e exigentes, forçam as empresas a serem criativas, ágeis e flexíveis, mas também a aumentar a sua qualidade e confiabilidade. Sem dúvida, tarefas que estão desafiando os executivos em todo o mundo e exigindo maiores esforços.” (FRANCISCO FERRAES NETO e MAURÍCIO JUNIOR, 2002, p. 43).

Em um centro de distribuição bem gerenciado com um fluxo constante movimentando a economia naquele local, facilitando os trabalhos a serem realizados.

Segundo Bowersox e Cooper (1992), cita o sistema de distribuição:

“Varejistas, são as mais numerosas participantes dos sistemas de distribuição e são definidos como unidades de negócio que vendem bens e serviços para o público, para seu uso e benefício e em virtude de seu relacionamento com o público há uma grande analogia funcional entre a maioria destas empresas.” (BOWERSOX e COOPER, 1992).

A logística empresarial sempre será muito estudada para fazer com que as organizações estejam cada vez mais alinhadas com as demandas em relação ao tempo e ao cumprimento das metas estipuladas.

PRODUÇÃO

A tão famosa produção que sempre foi o fator primordial de qualquer organização pois sem ela não há lucratividade nem produto e nem mesmo algum tipo de serviço, se notarmos sua nomenclatura a separação da palavra ficaria “produzir a ação” ou a “ação de produzir”, ou seja sem ação não há produção.

Um Gerente de Produção é focado em produtividade sem se esquecer de atender a demanda com absoluta qualidade, sempre em busca de redução de tempo, processo, custo, desperdício e até mesmo a eliminação de retrabalho. Com o avanço da tecnologia a era digital passou a incorporar no sistema produtivo, consolidando como a famosa Indústria 4.0 que está sendo fator decisivo no mercado atual.

Segundo Célio Eduardo Zacharias, Pedro Paulo Silva e Ana Valéria Carneiro Dias, cita a famosa Indústria 4.0:

“A Indústria 4.0 ou quarta revolução industrial foi precedida por outras três revoluções industriais na história, cada uma com o seu respectivo impacto na dinâmica da economia mundial, na relação laboral e na aplicação de tecnologia para a fabricação de novos produtos. A primeira revolução industrial ocorreu na segunda metade do século 18, sendo intensificada no século 19 e surgiu com a introdução de facilidades mecânicas na produção. A partir de 1870, a adoção da eletricidade e da divisão do trabalho na indústria deu início à segunda revolução. A terceira revolução, também chamada de “revolução digital”, teve seu início em 1970, quando se desenvolveram avançadas técnicas de eletrônica e de tecnologia da informação para automação dos processos de produção.” (TROPÍIA, SILVA e DIAS, 2017, p. 4)

Certamente a Indústria 4.0 passou de patamar de futuro para a realidade e com absoluta convicção só tem a evoluir com novas descobertas onde a mudança acontece em um piscar de olhos, um bom gestor tem que estar ligado a essas constantes modificações de tecnologias, sempre adquirindo conhecimento de causa agregando valor em seu trabalho desenvolvido produzindo o seu melhor com esses resultados todos que estiverem ao seu redor tende a se beneficiar.

MANUTENÇÃO

Muitas vezes criticadas por gerar custos e tomar tempo, mas essencial para qualquer produção que dependa dela, mas se bem administrada a gestão da manutenção é fator decisivo no progresso do setor industrial. O pânico das empresas é que sua produção pare por falta de manutenção, por todo esse transtorno as empresas que tem uma visão além vem priorizando a manutenção preditiva e preventiva, evitando riscos de uma simples parada de linha produtiva por um parafuso até o mais complexo de perder um cliente por não atender a demanda porque a linha parou.

Segundo Williams, cita o resultado de falta de política de manutenção:

“A redução do desempenho do equipamento, que traz a diminuição da qualidade e da produtividade, pode ser evitada com políticas adequadas de manutenção que garantam a eficiência do equipamento. A falta dessas políticas, além da redução da capacidade do processo, acarreta paradas efetivas do equipamento, reduzindo a sua disponibilidade. A disponibilidade dos equipamentos depende da confiabilidade e da manutenibilidade por eles apresentadas (WILLIAMS *et al.*, 1994).”

Conseqüentemente a manutenção preventiva se transforma em uma política efetiva, segundo a definição de Filho:

“A manutenção preventiva obedece a um padrão previamente esquematizado e definido geralmente pelo fabricante ou fornecedor dos ativos da fábrica, que estabelece paradas periódicas com a finalidade de permitir a troca de peças usadas por novas, assegurando assim o funcionamento ideal da máquina por um período predeterminado. (FILHO, 2013).”

Agora que sabemos a importância da manutenção uma gestão perita no assunto é essencial em um mercado muito acirrado que nos tempos atuais não permite erros e nem falhas, isso no final pode gerar uma agregação de valor que nem podemos imaginar.

QUALIDADE INTEGRADA

Com o Planeta evoluído e uma enorme gama de consumidores todas prestações de serviços e produtos tem que ser de alta qualidade, a muito tempo a qualidade e as certificações agregava valor ao produto com qualidade garantida certificada se tornava um produto inovador dos demais similares no mercado elevando seu valor e a sua marca o mais alto possível, mas com o passar dos anos isso foi se mudando e hoje qualidade é um sinal de obrigação porque sem qualidade o produto não tem valor e não disputa mercado.

Antônio Lázaro Conte e Gislene Regina Durski, cita sobre o conceito da qualidade:

“O conceito de qualidade evoluiu ao longo do século, mudando de uma atividade de inspeção e seleção de itens não-conformes, com caráter fortemente corretivo, para o uso de

técnicas estatísticas que garantiriam a qualidade do produto de forma preventiva. Posteriormente a ênfase mudou do produto para o processo, pois um processo com os padrões da qualidade desejados apresenta como consequência um produto com a qualidade esperada. Paralelamente, passou-se a trabalhar com os sistemas de qualidade das empresas. Atualmente o conceito evoluiu, além das fronteiras da empresa abrangendo toda a cadeia onde essa está inserida.” (CONTE e DURSKI, 2002, p. 52).

Com essa definição da qualidade no processo e na redução de tempo no momento de inspeção, isso conseqüentemente gera uma economia de dinheiro que poderá ser usado em um investimento de outra forma ou alguma melhoria.

Qualidade Japonesa

Como podemos falar sobre qualidade sem citar o Japão, sendo que Kaoru Ishikawa revolucionou a qualidade com o seu Diagrama de Causa-e-Efeito assim transformando em uma ferramenta poderosa e simples de ser usada para analisar e resolver diversos problemas.

Segundo Conte e Durski (2002, p. 52):

“O sucesso das empresas japonesas, que produziam com ótima qualidade e preços mais baixos do que os praticados nos demais países, foi em parte creditado à capacidade de implementação de programas de produtividade e qualidade total que contavam com a participação dos funcionários.”

Não precisa ser um expert em carros pra saber que existe um veículo da Toyota (fábrica japonesa) chamado Corolla que é considerável “inquebrável”, ou seja, um grande exemplo dessa qualidade japonesa.

CUSTOS INDUSTRIAIS

Todo Gestor Industrial visa o lucro constante e até mesmo sua ampliação, mas para progredir deve estar sempre atento aos custos industriais sua redução e controle sobre o mesmo é fator decisivo para obtenção de lucro.

Em um processo produtivo sempre haverá percas até mesmo em um processo que por sua supervisão não consegue enxergar, sempre olhamos no que é visível e tangível, mas poucos conseguem visualizar o invisível e o intangível, um grande exemplo sobre isso é o tempo que não enxergamos, não tocamos, mas podemos aproveitá-lo da melhor forma possível, se reduzimos um determinado tempo de processo de uma linha também conseqüentemente reduziremos o seu custo.

Segundo RP da Costa, HA Ferreira e AFS Júnior relata a gestão de custo juntamente com um conhecimento sobre economia:

“A gestão de custos e preços de uma firma industrial é antes de tudo interdisciplinar. Conhecimentos de Economia de Empresas (Microeconomia) – e mesmo de Macroeconomia - é o alicerce desta gestão. Saber como se comportam as firmas e os consumidores em um ambiente de economia de mercado é conhecimento fundamental. Além disso, outras áreas do conhecimento verificam-se fundamentais para uma adequada compreensão dos fenômenos, técnicas e ferramentas que balizam a gestão de custos e preços em um ambiente industrial. (RP DA COSTA, HA FERREIRA, AFS JÚNIOR, 2010, p. 8).”

Custos Industriais e Economia Empresarial andam de mãos dadas visando sempre o menor custo e a maior lucratividade.

ECONOMIA EMPRESARIAL

Economia, taxas de juros, contabilidade, retorno financeiro, é o ponto crítico de uma empresa para sua permanência no mercado competitivo, no passar dos anos temos vistos muitas organizações de grande porte se quebrando mais isso pode ser definido por diversos fatores:

- Empreendedores sem visão de mercado;
- Falta de mão de obra qualificada;
- Infraestrutura sem inovação aos serviços prestados;
- Indefinição de seu público-alvo;
- Crise econômica;
- Etc.

Para evitar este tipo de situações, sempre devemos ficar atento às tendências e oscilações do mercado, com isso temos informações necessárias para definir planos de ações assim executando estratégias necessárias para o gerenciamento do seu negócio.

Segundo Pompermayer e Lima (2002, p. 50):

“As organizações, empresas ou qualquer outro tipo de entidade, não são estruturadas por forças isoladas, que se interligam com a aparência de um todo fragmentado. Elas, só contrário, são forças coesas e, guindadas pela sua missão e seus objetivos, promovem o desenvolvimento da comunidade, da cidade, da região e da macroeconomia em que estão inseridas. No cumprimento da sua missão, as organizações desenvolvem suas atividades econômicas, buscando cumprir suas principais funções: patriótica, mercadológica, tecnológica, social e econômica, o que torna os negócios mais atraentes e mais ricos em reciprocidade.”

Por isso é sempre bom está atento as movimentações financeiras de mercado e as ações de sua empresa para não ser agredido pelas taxas de juros, sendo assim a economia empresarial é uma das ferramentas mais utilizadas e que se deve ter o absoluto cuidado, porque ela pode definir o futuro das empresas.

GESTÃO DE PESSOAS

Nos tempos atuais as tomadas de decisões se tornaram constantes devido ao grande avanço da tecnologia a mudança é rápida, isso é maravilhoso, mas a pressão sobre as decisões aumenta a cada dia que se passa, e como a maioria das pessoas não gostam de mudanças e preferem permanecer na zona de conforto um gestor de pessoas encontra grandes dificuldades no poder de influenciar sua equipe que possua diversas personalidades que a mudança é necessária para o crescimento da organização.

Segundo Stefano (2008, p. 65). cita a importância da gestão de pessoas e a necessidade vai muito além de novas ferramentas:

“A gestão de pessoas precisa ter como base de trabalho a missão e visão organizacional acompanhando a evolução das empresas e um dos pontos mais importantes é a sua ligação com as estratégias organizacionais. As ações que envolvem a gestão de pessoas não devem ser vistas como segmentos isolados, elas precisam estar combinadas e sempre

antecedendo as estratégias organizacionais. Os novos horizontes dos profissionais de recursos humanos estão inseridos em um cenário de grandes turbulências provocadas pelas mudanças econômicas, políticas, sociais, culturais, tecnológicas, organizacionais etc. É necessário mais do que novas ferramentas, mas uma moderna forma de encarar e conduzir a relação com o pessoal e com o negócio da empresa. Isso será traduzido em novas oportunidades para os administradores de recursos humanos que estão preocupados em agregar valor à empresa e a seus colaboradores, participando ativamente da melhoria da qualidade de vida das pessoas e da sociedade.”

Isso nos mostra que um Gestor de Pessoas possui um trabalho árduo e efetivo não só pra trazer benefícios para a empresa, além disso ajuda a sua equipe a se desenvolverem como pessoas em todas as áreas da vida, um excelente Gestor de Pessoas trabalha tanto na psicologia quanto em processo de coaching com sua equipe.

ESTRATÉGIA DA INFORMAÇÃO

Informação é um fator fundamental para a evolução de qualquer empresa, a informação gera conhecimento transformados em dados que possam ser útil para diversos fatores, mas para que isso aconteça são necessários:

- Comunicação entre departamentos;
- Controle;
- Padrão;
- Conhecimento;
- Processamentos de dados;
- Departamento de TI trabalhando focado nos objetivos;
- Etc.

Sendo assim a estratégia da informação tem um papel importante no que chamamos de inovação, com isso o departamento de tecnologia da informação dentro de uma organização está sendo muito trabalhado ultimamente assim está se tornando um diferencial competitivo para as empresas.

Siqueira (2005, p. 2), cita sobre os sistemas de informações das organizações:

“Os setores de sistemas de informações das organizações são um exemplo característicos de como esse processo tem sido trabalhado equivocadamente ao longo dos anos. Durante muitos anos o processo de desenvolvimento de sistemas tentou ser tratado como um processo de engenharia de produto. Os especialistas tentam encontrar formas de transformar o desenvolvimento de sistema de informação, e consequentemente as informações geradas, em algo parecido com uma linha de montagem. Processos fechados, prazos engessados, desenvolvimento de métricas, automatização de processos e minimização da interferência humana têm sido os grandes desafios dos gerentes de informática do século XXI. Essa talvez seja a grande questão dos processos de desenvolvimento de sistemas: encontrar um meio eficiente de codificar o conhecimento e a sabedoria humana. Pelos inúmeros insucessos já vividos pela história dos sistemas de informações, esse é um caminho tortuoso e incerto.”

As informações bem gerenciadas são de extrema importância para o crescimento de qualquer organização, fazendo uma apuração efetiva dessas informações, poderá ser usada de forma estratégica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi realizar um estudo abrangente sobre a Gestão Industrial e o mercado competitivo com diferentes visões, e relatar alguns pontos decisivos no comando de uma organização, gerando um diferencial sobre vários aspectos gerenciais, promovendo assim um conhecimento estratégico na visão de um gestor industrial.

REFERÊNCIAS

- ALDAY, Hernan E. Contreras. Coleção Gestão Empresarial FAE Gazeta do Povo. Gestão Empresarial. 2.ed. 2002, pg. 16.
- ANDION, Maria Carolina & FAVA, Rubens. Coleção Gestão Empresarial FAE Gazeta do Povo. Gestão Empresarial. 2.ed. 2002, pg. 27.
- BOWERSOX, D.J.; COOPER, M.B. Strategic Marketing Channel Management. New York: McGraw – Hill, 1992.
- CARVALHO, V. R. Qualidade de vida no trabalho. In: OLIVEIRA, O. J. (Org.). Gestão da qualidade: tópicos avançados. São Paulo: Thomson, 2004.
- CONTE, Antônio Lázaro & DURSKI, Gislene Regina. Coleção Gestão Empresarial FAE Gazeta do Povo. Gestão Empresarial. 2.ed. 2002, pg. 52.
- CORDEIRO, José Vicente B. de Mello & RIBEIRO, Renato Vieira. Coleção Gestão Empresarial FAE Gazeta do Povo. Gestão Empresarial. 2.ed. 2002, pg. 1.
- KALAKOTA, R.; ROBINSON, M. E-business: estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- MENEZES, H. Comércio eletrônico para pequenas empresas. Santa Catarina: Visual Books, 2003.
- NETO, Francisco Ferraes & JUNIOR, Maurício Kuehne. Coleção Gestão Empresarial FAE Gazeta do Povo. Gestão Empresarial. 2.ed. 2002, pg. 43.
- POMPERMAYER, Cleonice Bastos & LIMA, João Evangelista Pereira. Coleção Gestão Empresarial FAE Gazeta do Povo. Finanças Empresariais. 2.ed. 2002, pg. 50.
- REZENDE, D. A.; ABREU, F. Tecnologia da informação: aplicada a sistemas de informações empresariais. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- SIQUEIRA, Marcelo Costa. Gestão Estratégica da Informação. 1.ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2005, pg. 2.
- WILLIAMS, J.H. *et al.* Condition-based Maintenance and Machine Diagnostics. Londres: Chapman & Hall, 1994. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=BQt1btDo-tAC&oi=fnd&pg=PP15&dq=WILLIAMS,+J.H.+et+al.+Condition-based+Maintenance+and+Machine+Diagnostics.+Londres:+Chapman+%26+Hall,+1994.&ots=xv0C3h6g6s&sig=vJXnWRKHijYASQLt7yR82rzUfyI>
- ALENCAR, L. H.; ALMEIDA, A. T.; MOTA, C. M. M. Sistemática proposta para seleção de fornecedores

em gestão de projetos. *Gestão & Produção*, São Carlos, v. 14, n. 3, set./dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2007000300005&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 19 mai. 2008.

ASTA, D. D. O impacto dos desperdícios na análise de retorno de curto prazo das empresas, Universidade Federal de Santa Catarina Professor Adjunto B da UNIOESTE - Universidade Estadual do Oeste do Paraná. *Revista TECAP - Número 03 - Ano 3 - Volume 3 – 2009*. Disponível em : https://www.researchgate.net/profile/Denis-Dall-Asta/publication/280102010_O_Impacto_dos_Desperdicios_na_Analise_de_Retorno_de_Curto_Prazo_das_Empresas/links/55a98c6908aea9946721e03b/O-Impactos-dos-Desperdicios-na-Analise-de-Retorno-de-Curto-Prazo-das-Empresas.pdf

BUCKHOUT, S; FREY, E.; NEMEC JUNIOR, J. Por um ERP eficaz. *HSM Management*, v. 3, n. 16, 1999.

GEWEHR, A. C. PODER DE BARGANHA DOS COMPRADORES E SEUS IMPACTOS EM UMA EMPRESA TÊXTIL DO VALE DOS SINOS (RS): O CASO DE UMA FORNECEDORA DO CLUSTER CALÇADISTA. Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Brasil, *Revista Alcance* 2007, aprovado 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Diehl/publication/305485049_PODER_DE_BARGANHA_DOS_COMPRADORES_E_SEUS_IMPACTOS_EM_UMA_EMPRESA_TEXTIL_DO_VALE_DOS_SINOS_RS_O_CASO_DE_UMA_FORNECEDORA_DO_CLUSTER_CALCADISTA/links/5829164308ae5c0137f14623/PODER-DE-BARGANHA-DOS-COMPRADORES-E-SEUS-IMPACTOS-EM-UMA-EMPRESA-TEXTIL-DO-VALE-DOS-SINOS-RS-O-CASO-DE-UMA-FORNECEDORA-DO-CLUSTER-CALCADISTA.pdf

OTANI, M.; MACHADO, W. V. A proposta de desenvolvimento de gestão da manutenção industrial na busca da excelência ou classe mundial. *Revista Gestão Industrial*, v. 4, n. 2, p. 1-16, abr./jun. 2008.

SOUZA, C. A.; ZWICKER, R. Implementação de sistemas ERP: um estudo de casos comparados. In. *ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO*, 24, 2000, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2000.

DIAS, C.; SILVA, P.; TROPIA, C. *Industria 4.0: Uma caracterização do sistema de produção*. XVII Congresso Latino, Altec, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Celio-Tropia/project/Industria-40-uma-caracterizacao-do-sistema-de-producao/attachment/593b13f582999cd48571406a/AS:503453002153984@1497043957474/download/Industria4.0_Altec2017_V04.pdf

RAMOS, A. S. M.; MIRANDA, A. L. B. Processos de adoção de um sistema integrado de gestão: uma pesquisa qualitativa com gestores da Unimed/Natal. In. *ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO*, 23, 2003, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: ABEPRO, 2003.

ANDUJAR, A. M. Modelo de qualidade de vida dentro dos domínios bio-psico-social para aposentados. 2006. 206 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

FILHO, L. F. S. "Manutenção por análise de vibrações: uma valiosa ferramenta para gestão de ativos". Trabalho de conclusão de curso (Engenharia Naval e Oceânica) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola Politécnica, Rio de Janeiro, 57p., 2013. Disponível em: <http://www.monografias.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10005471.pdf>

PURCIDONIO, P. M. Práticas de gestão do conhecimento em arranjo produtivo local: o setor moveleiro de Arapongas – PR. 2008. 153 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Ponta

Grossa, 2008.

SOUZA, M. S.; YONEMOTO, H. W. O planejamento estratégico de marketing, -ISSN 21-76 ..., Repositório Institucional, Universidade Federal do Ceará, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/55569>

STEFANO, S.R. Liderança e suas relações com a estratégia de gestão de pessoas e o bem-estar organizacional: um estudo comparativo em duas instituições financeiras internacionais. Universidade de São Paulo Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade Departamento de Administração Programa de Pós Graduação em Administração, Teses USP, 2008. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-14012009-160756/?gathStatIcon=true>

RP C.; HA F.; AFS J. Preços, orçamentos e custos industriais - 2010 - edisciplinas.usp.br. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5987943/mod_resource/content/1/POC%20EDU%2020091015%205%20CAPS.pdf

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus pela a vida e que a paz reine no mundo, agradeço a todos os profissionais da educação que contribui com o ensino e aprendizagem formando novos pensadores.