



**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico  
**Evento:** XXI Seminário de Iniciação Científica

## **A DINÂMICA ORGANIZACIONAL NA EMPRESA CPA LTDA<sup>1</sup>**

**Rúbia Goi Becker<sup>2</sup>, Gustavo Arno Drews<sup>3</sup>.**

<sup>1</sup> Estudo das práticas organizacionais desenvolvido na disciplina de Práticas Organizacionais do Curso de Administração.

<sup>2</sup> Aluna do Curso de Bacharelado em Administração, [bya.becker@hotmail.com](mailto:bya.becker@hotmail.com)

<sup>3</sup> Professor orientador, mestre em administração, curso de Bacharelado em Administração, [gadrews@unijui.edu.br](mailto:gadrews@unijui.edu.br)

### **Introdução**

O presente estudo parte da ideia de que os acadêmicos do curso de Administração deveriam possuir, além do embasamento teórico-científico, uma boa experiência prática durante a realização do curso e não somente ao final do mesmo. Para tanto desenvolve-se uma análise interdisciplinar, proporcionando uma visão global da organização, que perpassa pelas diferentes áreas funcionais. Deste modo reproduz-se o ato de gestão, através do planejamento do negócio, definindo produtos ou serviços, seguindo na alocação dos recursos para por esse plano em ação, o que remete à logística, para então iniciar o processo de produção ou prestação dos serviços atendendo assim a um mercado pretendido. De acordo com Chiavenato (2000) “a Administração é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar o uso de recursos a fim de alcançar objetivos”.

Conhecer esta dinâmica em toda a sua organicidade é requisito para a formação de um perfil de administrador que possa atuar de forma global e integral no desempenho de suas atribuições. Daí a justificativa de buscar uma empresa para ver isto na prática, o que é viabilizado na disciplina de práticas organizacionais do Curso de Administração. Como objeto de estudo tem-se a Auto Center CPA, a fim de verificar como se dá a dinâmica organizacional que se estabelece na interface das áreas funcionais de planejamento organizacional, de produção e operações, de finanças, de marketing e de gestão de pessoas sob o impacto das variáveis do meio social e das dimensões indivíduo-grupo-sistema organizacional, tratadas no comportamento organizacional na empresa.

### **Metodologia**

Para efetuar o estudo, adotaram-se os procedimentos metodológicos compreendidos em uma pesquisa de cunho básico e aplicados, o que permite aumentar e/ou gerar conhecimento sobre as áreas funcionais; de caráter qualitativo devido à relacionar de forma dinâmica o mundo real e o sujeito, interpretando os fenômenos e a atribuição de significados sobre as áreas funcionais na organização em estudo; com propósito exploratório, descritivo e explicativo, contemplando características deste fenômeno organizacional, dotando-se de referencial teórico discutido em disciplinas antecedentes; valendo-se da técnica de observação no ambiente da empresa e aplicação de um questionário aos sócios-proprietários da mesma para coleta de dados.

### **Resultados e discussão**



# SALÃO DO CONHECIMENTO

UNIJUÍ 2013  
Ciência • Saúde • Esporte



**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XXI Seminário de Iniciação Científica

Fruto de uma semente familiar, a CPA foi fundada 1998, na cidade de Ijuí, tendo como um objetivo fundamental oferecer soluções para o setor de autopeças através de ações rápidas e diferenciadas. Cultivada com o carinho e a dedicação de seus fundadores – José e Ana –, a empresa veio crescendo gradativamente ao longo dos seus 15 anos, com esforço e dedicação desenvolveu-se e fixou suas raízes na Cidade de Ijuí, ao noroeste do estado do Rio Grande do Sul. Está localizada estrategicamente próxima a uma das entradas da Cidade (BR285), a qual recebe um fluxo de aproximadamente 100.000 pessoas diariamente, sendo o maior e mais importante centro populacional da região, possuindo grande circulação de automóveis.

O core business, auto-center, leva a empresa a participar efetivamente do mercado de peças, acessório, aditivos, óleos e lubrificantes, abrangendo um universo de modelos de veículos que se enquadram na linha leve. Contando para isso com uma estrutura de 1.400 m<sup>2</sup> representando 1.100 m<sup>2</sup> de armazenagem, com capacidade de armazenagem de 60.000 itens. A empresa posiciona-se como uma empresa de confiabilidade e excelência em produtos e serviços. Com o slogan “Tudo para o Seu Carro”, reproduz o anseio por reconhecimento do mercado estadual, representando a segunda maior Auto-Center do estado, uma referencia em tamanho e diversidade em produtos. Busca fortalecer o reconhecimento da marca através de ações de marketing voltadas à divulgação da marca em site, inserções diárias na TV e no rádio, apostando na relação de proximidade com seus clientes.

Atende uma fatia de mercado que representa 40% do total de clientes existentes na região noroeste do Rio Grande do Sul, o que em números corresponde à 7 mil clientes diretos espalhados pelos 216 municípios de abrangência, ofertando 25.000 itens em estoque, bom atendimento e agilidade na prestação de serviços. No gerenciamento deste negócio a empresa utiliza um moderno software desenvolvido exclusivamente para Auto-Centers, garantindo o controle sobre giro diário das mais 60 unidades de produtos e atendimentos que ultrapassam 20 veículos. Envolto a isto, a empresa conta com a parceria de 20 fornecedores que atuam como fomentadores de P&D contemplando orientações acerca da venda de produtos e a prestação de serviços. Mantém uma relação equilibrada com a concorrência, indiscutivelmente por ser a segunda maior Auto Center do RS, direcionadas as atividades de auto-center, pois a maioria trabalha separadamente as atividades de comercialização de peças e prestação de serviços de oficina.

Em meio a esta atividade tem destaque o fator humano, representado na empresa por 14 funcionários, seis a menos do que necessita para atender efetivamente a demanda do mercado, o que se explica pela deficitária gestão de recursos humanos, tanto em termos salariais como ao alinhamento deste setor ao propósito da empresa. Outro agravante deste gargalo está na inexistência de um planejamento estratégico da área e de uma descrição de cargos e salários, levando à desmotivação do quadro funcional, geração de conflitos internos e rotatividade de colaboradores. Este desalinhamento entre a área de Gestão de Pessoas e o restante da empresa acarreta prejuízos a empresa, tanto em termos de processos, quanto em termos de negócio, pois impede que ela utilize todo seu potencial produtivo e mercadológico.

Os processos da empresa giram em torno da venda de produtos ou prestação de serviços, iniciando-se com a demanda do cliente, a qual pode ser percebida de dois modos: através da venda direta no





**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XXI Seminário de Iniciação Científica

balcão ou pela manutenção do veículo, a qual não deixa de incluir venda à medida que necessitar dos produtos ofertados pela loja. Em meio aos processos desenvolvidos tem-se o reflexo financeiro da empresa, refletindo se os objetivos estão sendo atingidos positivamente, garantindo a satisfação dos clientes e a lucratividade desejada pela empresa. Neste sentido tem-se um percentual de 60% do faturamento advindo da venda de peças e 40% resultante da prestação de serviços.

### Conclusões

Neste estudo da dinâmica organizacional existente entre as áreas funcionais pode-se afirmar que a Auto-Center possui grande potencial de mercado, representando atualmente referência em termos de bom atendimento, qualidade e infraestrutura, sendo reconhecida além do estado do Rio Grande do Sul. Seu domínio de mercado possibilita uma vantagem competitiva relevante, especialmente por nunca ter sofrido crises ou períodos representativamente ruins, além de ser visivelmente dominante em termos de quantidade de produtos estocados. Criou-se uma relação de confiança e tradição diante do mercado, trabalhando de forma íntegra e justa, o que gerou a força da marca que possui hoje. Seus gestores possuem boa visibilidade de mercado e tendências, no entanto não conseguem repassar aos demais colaboradores, o que gera descompasso na consecução dos objetivos traçados. Assim exige-se reavaliação do sistema e conseqüentemente ajuste do mesmo, a fim de se manter o equilíbrio entre as áreas organizacionais e a continuidade do negócio.

**Palavras chave:** Dinâmica; Interface; Áreas Funcionais; Processos; Gestão.

### Agradecimentos

Agradeço ao professor orientador Gustavo Arno Drews, pelo apoio e encorajamento contínuos no desenvolvimento da análise, aos demais Mestres do DACEC da Unijuí pelos conhecimentos transmitidos e aos Gestores da empresa CPA LTDA pela receptividade e abertura no acesso às informações da mesma.

### Referências Bibliográficas

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à Teoria Geral da Administração. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.  
RIGON, Cleide Marisa; DREWS, Gustavo Arno; ZAMBERLAN, L. PIZOLOTTO, Maira Fátima; GRIEBELER, Marcos Paulo Dhein. Práticas Organizacionais: Orientações Gerais. Notas de Aula. Ijuí, 1º semestre/2013.

