



Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Tecnologia

Aspectos Sócio-Profissionais da Informática

“Dielmar – Uma empresa de sucesso...”

1º Trabalho prático

Grupo 3

Bruno Almeida – bmcalmeyda@gmail.com

Rui Pereira – ruichaves21@gmail.com

Ricardo Lopes – rmlopes20@hotmail.com

Março de 2006

“Dielmar – Uma empresa de sucesso...”

Perfil: A Sociedade Industrial de confecções Dielmar, Lda, foi fundada por 4 alfaiates em Maio de 1965, em Alcains, concelho de Castelo Branco.

Localização: Largo do chafariz velho, Alcains.

Actividade: Confeção em série para homem, direccionada para o segmento médio-alto.

Forma jurídica: sociedade anónima, com capital social de 6.700.000 €.

Conselho de Administração:

- Presidente: Alcino Rafael
- Vogal: Luís Filipe Rafael
- Vogal: Margarida Vicente Beirão
- Vogal: Ramiro Baltazar
- Vogal: Hélder Rafael

Recursos humanos: constituída por uma equipa com mais de 400 profissionais, espalhados pela administração, departamentos e confecção.

Missão: A missão da Dielmar, consiste em melhorar continuamente os produtos e serviços para satisfação dos clientes.

Estratégia:

- Objectivos:
 - ✓ Maximizar o valor da marca Dielmar;
 - ✓ Preservar os altos níveis de qualidade incorporados nos produtos;
 - ✓ Melhorar continuamente a satisfação, fidelização e relacionamento com os clientes;
 - ✓ Valorizar, formar, motivar e criar condições para a melhor compensação dos colaboradores;
 - ✓ Inovar e desenvolver o processo tecnológico;

- ✓ Enfoco e desenvolvimento do novo canal de negócio de distribuição através de redes de lojas próprias Dielmar;
- Linhas de orientação:
 - ✓ Optimizar os objectivos por forma à implementação plena da estratégia da empresa;
 - ✓ Definir com clareza a segmentação do mercado com a melhor orientação ao cliente alvo;
 - ✓ Melhorar a eficiência dos seus sistemas produtivos e de comunicação;
 - ✓ Inovar e desenvolver os actuais produtos;
 - ✓ Conceber e lançar novos produtos adaptados às constantes exigências dos mercados e clientes;
 - ✓ Continuar a aposta na internacionalização dos mercados.

Estruturas produtivas: Desde a sua implantação a Dielmar, S.A. tem demonstrado uma constante preocupação de modernizar a sua estrutura técnico–produtiva, incorporando um elevado índice de tecnologia e qualidade.

Esta preocupação tem sido suportada por um volume de investimento considerável (5.000.000 € nos últimos 4 anos) tanto a nível do processo técnico e tecnológico, nos sistemas de informação e na reorientação da área comercial, com notória incidência do desenvolvimento de uma estratégia de Marketing apostada no incremento da notoriedade da marca junto do consumidor final.

Consideramos este esforço de vital importância no contexto da estratégia da empresa orientada para a consolidação e desenvolvimento dos seus factores críticos de competitividade como seja a Qualidade, Imagem e Design das suas marcas.

A Dielmar, S.A. tem actualmente uma capacidade produtiva anual instalada de, aproximadamente, 120.000 casacos e 240.000 calças.

Marcas: A Dielmar, S.A. é detentora de marcas e colecções próprias (Dielmar®, Dilsport®), o que só por si é revelador duma vasta experiência e imagem de mercado.

“Dielmar” é a primeira marca comercializada pela empresa. Servindo o homem clássico que gosta de qualidade e conforto, através de uma criteriosa selecção de matérias-primas, padrões e cores, integrando perfeitamente as tendências internacionais da moda masculina.

No ano 1997 foi introduzida uma nova linha, comercializada como “Dielmar Must” que tem como alvo principal, um cliente rigoroso na escolha do seu guarda-roupa, voltando

ao requinte da antiga tradição de alfaiataria, combinando a qualidade da confecção, a comodidade da construção dos seus modelos e a leveza dos tecidos utilizados nas suas coleções.

Volume de negócios: Apresentando-se como uma empresa líder de mercado em Portugal, no ramo das confecções de homem, gerou um volume de negócios em 2005 de aproximadamente 15.265.000 €.

Estando desde o início mais dirigida para o mercado nacional, tem hoje uma quota de exportação de cerca de 42% do seu volume de negócios, canalizada principalmente para o mercado intra-comunitário.

Mercado externo: As exportações iniciaram-se em 1978, atingindo um montante de 60.000 €.

Em 2005 as vendas para o Mercado Externo ascenderam a cerca de 6.442.000 €, destinando-se essencialmente aos mercados de Espanha (55%), França (36%) e Dinamarca (5%).

Matérias primas: Um dos factores de sucesso da Dielmar, S.A. é o nível de qualidade incorporado nos seus produtos.

Esta qualidade não é só obtida através de altos índices tecnológicos existentes no processo produtivo, mas também pela selecção das melhores matérias primas.

Devido à existência em Portugal de poucos fornecedores com padrões de qualidade ao nível dos exigidos pela Dielmar, S.A., grande parte da matéria prima é de origem estrangeira.

As matérias primas (tecidos e aviamentos) na sua maior parte são oriundos da União Europeia, mais concretamente de Itália, Espanha e Alemanha.

Principais fornecedores:

- LANIF. FILLI CERRUTI, SPA
- LANIF. POLICARPO, SPA
- LANIF. ING. LORO PIANA
- LANIF. ERMENEGILDO ZEGNA

Principais produtos:

- Fabricados:
 - Calças
 - Casacos
 - Coletes
 - Sobretudos
 - Fatos
 - Fraques
 - Bermudas
 - Calções
- Comercializados:
 - Camisas
 - Gravatas
 - Cintos
 - Pólos
 - Malhas
 - Blusões
 - Meias

Certificação de qualidade:

- Implementação de um Sistema de Garantia da Qualidade, em 1998, de acordo com a norma NP EN ISO 9002. Este sistema permitiu rever e melhorar os processos de trabalho, desde a gestão de materiais, processos de planeamento, de execução, verificação e análise de operações.
- Fixação de uma Política da Qualidade. Onde se apresentam como valores básicos o Pessoal, os Produtos e os Benefícios para os Clientes.
- Certificação em Maio de 2001 pela SGS-ICS
- Início, no último trimestre do ano de 2002, do processo de adaptação à norma NP EN ISO 9001:2000.

Comercial:

- A Dielmar, S.A. tem mais de 200 pontos de venda, constituídos basicamente por retalhistas individuais especializados que asseguram uma cobertura nacional do mercado.
- Implementou o conceito denominado por “Distribuição Própria”. Esta linha de desenvolvimento estratégico está a permitir uma aproximação crescente e sustentada ao consumidor final. Neste momento, em Portugal, existem já 8 lojas Diemar.

Inspirados na tradição da alfaiataria artesanal, “o conceito da loja Dielmar®” oferece:

- ✓ um serviço de alfaiataria por medida, confeccionada exclusivamente para cada cliente (produto disponibilizado em apenas três semanas);

- ✓ um atendimento personalizado;
- ✓ uma grande variedade de modelos e de uma vasta gama de tecidos de grande qualidade e variedade de padrões, cuidadosamente seleccionados;
- ✓ linha de produtos de homem de alta qualidade que permitem completar o guarda roupa do homem exigente dos nossos dias;
- ✓ um alfaiate permanente no seu interior com a finalidade de responder a todo o tipo de exigência dos seus clientes;

Parecerias:

- Federação Portuguesa de Futebol
- Sporting Clube de Portugal
- Media Golf
- Teatro Politeama

Interacção com outras entidades:

- A Dielmar tem um protocolo com a Escola Superior de Tecnologia de Castelo Branco (EST), nomeadamente ao nível dos sistemas de informação, em que os alunos fazem bastantes trabalhos, que servem posteriormente para o seu projecto final.
- A empresa dá também alguns estágios, quer seja a nível de design, de produção ou de contabilidade, e alguns desses alunos estagiários acabam por lá ficar. Exemplo disso, são os dois engenheiros informáticos que estão presentemente na empresa. No entanto, sempre que a Dielmar seja solicitada para dar estágios, a empresa encontra-se aberta nesse sentido
- A ligação com a EST tem-se revelado um verdadeiro sucesso, porque a EST, ao nível dos sistemas informáticos, permitiu dar algum avanço tecnológico e uma preparação mais científica à empresa.

Factores que levaram ao sucesso:

- Forte apetência para trabalhar a nível da qualidade
- Emprego do espírito do artesão aos seus produtos dentro da industria
- Desenvolvimento de peças próprias
- Aposta no design e moda
- Aposta no serviço ao cliente
- Formação sólida dos seus trabalhadores
- Atribuição de regalias aos trabalhadores na empresa (realização de festas, realização de descontos em produtos da empresa, entre outras)
- Matérias primas sujeitas a uma selecção muito criteriosa
- Redução dos períodos de entrega
- Prestações rápidas
- Elaboração de fatos por medida
- Interacção com outras entidades, por exemplo universidades

- Criação de parcerias
- Aposta ao nível de sistemas informáticos
- Aproximação crescente e sustentada ao consumidor final através das lojas Dielmar

Onde a qualidade é visível:

- Qualidade a nível dos tecidos e dos aviamentos que utiliza, isto é, todas as matérias primas sujeitas a uma selecção muito criteriosa por parte da empresa;
- Aposta forte na qualidade da confecção do produto, ou seja, na forma como a peça é feita e no tempo que demora a elaborar a peça ao longo da linha de produto;
- Existência de vários postos de revisão, ao nível de trabalho da linha, para que o produto saia para o mercado com condições mínimas de qualidade;
- Possui certificado de qualidade ISO 9000;
- Está tudo registado, é tudo lido e medido, o que faz com que as situações sejam previstas a tempo e a horas.

Futuro:

- Procura de novos mercados: vendo que há um certo crescimento do estilo de executivo na mulher, a Dielmar lançou esta estação, Primavera-Verão, uma marca própria, que segue o mesmo princípio da filosofia da Dielmar – um produto de qualidade e com uma colecção própria. Esta nova linha de roupa foi a procura de um novo mercado e a tentativa de penetrar em novos clientes, sobretudo neste segmento de mercado, do qual a Dielmar ainda não fazia parte. A partir do momento em que a Dielmar já fazia há alguns anos confecção de senhora para dois clientes, sentiram capacidade para lançar uma marca própria. No entanto, a marca não é a marca Dielmar, antes tem um nome próprio – *Anne Guildan*. A escolha desta marca, foi feita no âmbito que tivesse um nome internacional, porque ela vai destinar-se não só ao mercado português, mas sobretudo ao mercado internacional. Espanha e França são os países para onde a Dielmar exporta mais e onde tem grandes clientes.
- Dar cada vez mais e melhor serviço aos clientes;
- Tentar incrementar o crescimento das exportações;
- Expansão a nível das lojas próprias;
- Internacionalização da marca a nível da distribuição, em Espanha;