

**RESUMOS DE TC – TRABALHO DE CURSO
DEFESA EM 2010/1º
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIBRASIL**

Área de concentração

Planejamentos Empresariais e Administração Estratégica

Linhas de pesquisas:

- Processo de administração estratégica
- Marketing para a administração estratégica
- Gestão de sistemas de operações e gestão da qualidade, para a administração estratégica
- Estratégias em ações locais, administração social e terceiro setor

Área de concentração

Organização e Gestão Humana

Linhas de pesquisas:

- Gestão humana e social nas organizações
- Gestão do conhecimento, da inovação e transformação no trabalho
- Gestão da responsabilidade social e da ética

ELABORAÇÃO, IMPLEMENTAÇÃO E CONTROLE DE PROJETO POR ORGANIZAÇÃO DO TERCEIRO SETOR: DA INTENÇÃO AO REAL. ESTUDO DE CASO AFECE (ASSOCIAÇÃO FRANCISCANA DE EDUCAÇÃO AO CIDADÃO ESPECIAL)

Autores:

MARIANE SOBRAL PANSINI
PRICILA MAYUMI HIKISHIMA PRESTES
SHIMAHANENDRE RAFAEL LÂNOS JACOB MAESTRI
SUÉLEN TIEKO SATO
SUSAN GRAZIELA DE AGUIAR

Professor orientador:

Miguel Arantes Normanha Filho, Me.

RESUMO

Este trabalho surgiu a partir de uma constatação: a grande contribuição social do terceiro setor, pela limitação ou ausência do Estado no atendimento das graves questões sociais existentes. São várias as formas de atuação do Terceiro Setor, tendo o mesmo, objetivo social. Por meio de análise da organização estudada, delimitou-se o tema em: Projetos para o Terceiro Setor. Optou-se por um estudo de caso que foi realizado em uma organização com objetivo social. Colocou-se como problema de pesquisa: A organização estudada consegue estruturar e implementar modelos de gestão coerentes com seus valores e padrões culturais, sintonizados com seus objetivos estratégicos, que proporcione competência técnica para elaboração de projetos? O objetivo geral constitui-se em: analisar se o modelo de gestão da organização em questão tem competência técnica para elaboração, implementação e controle de projetos. Foram utilizados para esta pesquisa, o método qualitativo e pesquisas bibliográficas, com base em livros, artigos, teses e dissertações sobre o tema, organizações do terceiro setor. Assim como, pesquisa documental, com documentos cedidos pela organização. Com base nas informações obtidas por meio dos métodos aplicados obteve-se o resultado esperado, sendo respondido o problema e objetivo geral da pesquisa.

Palavras chave: Terceiro Setor. Gestão da organização. Elaboração de projetos.

SPIN-OFF: PESQUISA DE CAMPO NA EMPRESA BMV METAL MECÂNICA

Autores:

CRYSLAINE TAMARA DOS SANTOS
FABIULA CASSOL
JULIANA CORRÊA DO NASCIMENTO MELOS
LEANDRO TEODORO DE CAMARGO
VINICIUS EDUARDO FAVARO

Professor orientador:

Mauro José Kummer, Me.

RESUMO

O investimento em segmentos distintos faz com que a empresa tenha a vantagem de concorrer em dois ou mais nichos de mercado e assim obter um equilíbrio na sua posição diante dele. Este trabalho tem como fonte de pesquisa a empresa do ramo de metal-mecânica, BMV, que se encontra na cidade de Colombo - Paraná, região metropolitana de Curitiba, que optou por investir em dois segmentos distintos de mercado, a fim de aumentar o seu espaço no ramo metalúrgico. Iniciando com os dois segmentos em uma mesma empresa, e posteriormente em função de um ordenamento próprio adotou-se o modelo de gestão spin-off, dividiu assim a empresa em duas, sendo matriz a BMV Usinagem, atuando como prestadora de serviços para empresas automotivas e a filial BMV Puxadores, atuando na criação, desenvolvimento e produção de ferragens para o mercado moveleiro e de decoração. Neste trabalho são pesquisados os efeitos do spin-off dentro da organização, o grau de aceitação dos gestores e colaboradores, e os resultados alcançados a curto prazo pela organização. Também entra no contexto desta pesquisa a estratégia utilizada pela empresa após a divisão, os fatores que serviram como mediadores para adoção do spin-off. E por fim é analisado o processo de produção antes e após a divisão. A fim de que esses objetivos fossem alcançados são discutidos alguns temas, como planejamento estratégico, spin-off, mudança organizacional, inovação e produção, os quais servem de base teórica englobando diversos autores conceituados tais como: Oliveira, Dolabela, Tidd, Drucker, entre outros. A área de concentração desta pesquisa é a de Planejamentos Empresariais e Administração Estratégica, com Linha de Pesquisa em Gestão de sistemas de operações e gestão da qualidade, para a administração estratégica. Tratando-se de pesquisa de cunho qualitativo e quantitativo, na busca por alcançar os objetivos da pesquisa, realizaram entrevistas com os gestores e aplicação de questionário para os funcionários do setor de produção. Com esse embasamento teórico e análise dos dados coletados, a pesquisa procura saber como fatores intervenientes afetaram o processo de produção da empresa BMV de tal forma que ela buscasse a estratégia de efetuar o spin-off

Palavras chave: Estratégia. Modelos de gestão. Produção. Spin off.

O PREGÃO ELETRÔNICO NAS COMPRAS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA. ESTUDO DE CASO DA EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS – ECT

Autores:

DANIEL MARCINISCHEN
JORGE PALANCHUK LEITE

Professor orientador:

João Carlos Kjellin, Esp.

RESUMO

O propósito deste trabalho é analisar o emprego do pregão eletrônico nas licitações públicas frente às demais modalidades. Nesse sentido, buscou-se demonstrar a relação do pregão eletrônico com a lei de licitações, explorar as regras para aplicação das modalidades de licitação, a fiscalização aplicável, os tipos de licitação, as fases que constituem a licitação, as obrigatoriedades e os casos de dispensa de licitação. Os conhecimentos, anteriormente mencionados, serviram de base para analisar o processo de licitação na modalidade pregão eletrônico frente às demais modalidades, visando estabelecer as possíveis vantagens nas compras para a Administração Pública. Por fim, apresenta-se, por meio de um estudo de caso das compras, no ano de 2008, da Empresa de Correios Telégrafos - ECT, os resultados da aplicação da modalidade pregão no modelo eletrônico.

Palavras chave: Licitação Pública. Pregão Eletrônico.

OS FATORES INTERVENIENTES NO PROCESSO DE ARMAZENAGEM, DISTRIBUIÇÃO E O CONTROLE DA QUALIDADE DE IMPLANTES NA EMPRESA SILIMED UNIDADE DE VENDA DE CURITIBA

Autores:

CARLA PATRICIA VIEIRA CUNHA
JONATHAS ALMEIDA DA SILVA
TIAGO ROBERTO LISA
VANUZA ANA TARTARI

Professor orientador:

Mauro José Kummer, Me.

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar e verificar os fatores intervenientes nos processos de armazenagem, distribuição, e o controle da qualidade dos produtos da empresa Silimed na unidade de venda situada em Curitiba. A empresa Silimed fabrica e fornece implantes de silicone para a saúde para o mercado brasileiro. Por tratar-se de produtos estéreis de utilização medicinal, os processos de produção armazenagem e distribuição são normatizados pela ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) e certificados pelos ISO's 9001 e 13485. A presente pesquisa tem como objetivo mostrar as relações entre fornecedor e cliente e a percepção da qualidade no processo de armazenagem e distribuição, apontando os fatores que possam interferir nesse processo. O fato de os implantes serem distribuídos em caráter de consignação aos médicos faz com que se questione a extensão das normas de qualidade na logística e na gestão adotados pela Silimed. Com base em autores como: Paladini, Oliveira, Bowersox, Ballou, Leite e outros, citados no presente trabalho, o grupo de pesquisa procura verificar como identificar os fatores interventores nos referidos processos. Dessa forma, buscou-se trabalhar o tema a partir dos objetivos específicos, de forma a responder a pergunta da pesquisa: Quais os fatores intervenientes no processo de armazenagem, distribuição e o controle da qualidade de implantes da empresa Silimed na unidade de venda de Curitiba?

Palavras chave: Armazenagem. Distribuição. Qualidade. Implantes.

SISTEMA DE INDICADORES PARA SELEÇÃO E AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES. UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA COMP IND. E COM. DE METAIS LTDA.

Autores:

ANGELA CAROLINA HEY CHEROBIM
ELISÂNGELA A. A. EURICH

Professora orientadora:

Sônia Maria dos Santos, Ma.

RESUMO

Em um mercado cada vez mais competitivo, em que a qualidade dos processos vem sendo ressaltada como destaque, um ponto que vem sendo deixado para trás por algumas organizações é a questão da qualidade de suas fontes de fornecimento. Afinal, as empresas que fornecem os materiais para a produção estarão de alguma forma agregando a sua qualidade ao produto final de quem está comprando o material. Para tanto, o presente trabalho, definido na linha de pesquisa de Gestão de Sistemas de Operações e Gestão da Qualidade para a Administração Estratégica, teve por objetivo principal propor para uma empresa no ramo metalúrgico, situada em Pinhais, melhorias em seus indicadores de seleção e avaliação dos fornecedores de matéria prima e serviços para que possa ser cada vez mais competitiva no mercado. Para a realização do trabalho, foram utilizadas pesquisas qualitativas e foram descritos ainda: os departamentos envolvidos com a Administração de Materiais na empresa, a atual seleção e avaliação dos fornecedores, a importância de se fazer a avaliação das fontes de fornecimento e serviços. O modelo ressalta a qualidade, o prazo de entrega e o cumprimento das quantidades solicitadas como base para o desenvolvimento da avaliação de desempenho dos fornecedores. A pesquisa mostrou que a empresa já possui a metodologia necessária, só não faz uso dela da forma correta.

Palavras chave: Indicadores. Produção. Fornecedores. Qualidade.

PRÁTICAS PARA HIGIENE E SEGURANÇA DO TRABALHO: ESTUDO DE UMA EMPRESA METALÚRGICA DE PEQUENO PORTE

Autores:

BRUNA DANIELE NOWICKI
CAMILA SZOLOMICKI PEREIRA
ELIAS BATISTA ALVES
HELEN FABRINE MERIZIO
MICHELE PEREIRA PONTES

Professora orientadora:

Graciela Sanjutá Soares Faria, Dr^a

RESUMO

A partir da análise do número expressivo de acidente de trabalho que ainda ocorre nas organizações e dos problemas de saúde apresentados pelos trabalhadores foi identificada uma oportunidade de explorar os fatores que envolvem a Higiene e Segurança no trabalho e buscar compreender as estratégias adotadas para a prevenção de acidentes e promoção da saúde. Assim, o objetivo deste estudo é apresentar as práticas adotadas por uma empresa de pequeno porte (EPP) para promover a Higiene e Segurança junto aos seus funcionários. Para esta pesquisa, optou-se por fazer um estudo de caso em uma empresa metalúrgica de pequeno porte, situada em Pinhais, através de entrevistas semi-estruturadas com membros da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), do Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT) e outros funcionários. Percebeu-se que a empresa está em conformidade com a legislação vigente e tem adotado as práticas necessárias para garantir um ambiente de trabalho seguro, por meio da atuação efetiva do Técnico de Segurança, dos treinamentos, do Diálogo Diário de Segurança (DDS), das orientações, da sinalização das áreas de risco e da manutenção do Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional (PCMSO). Ela disponibiliza recursos como folders, informativos e vídeos para a conscientização dos funcionários, os quais demonstraram ter conhecimento da política de segurança da empresa, entretanto, por subestimarem os riscos, em alguns casos cometem atos inseguros. São interessantes propostas de outros estudos com enfoque em práticas de higiene e segurança em pequenas empresas, dentro da linha de pesquisa de Gestão Humana e Social nas organizações.

Palavras chave: Segurança no Trabalho. Higiene no trabalho. Acidentes de Trabalho, Empresa de Pequeno Porte.

LOGÍSTICA REVERSA DO PROCESSO DE GARRAFAS DE VIDRO. UM ESTUDO DE CASO MÚLTIPLO

Autores:

ADILSON NABOZNY FERREIRA
ALINE CRISTIANE FERREIRA
ARIANE GISELE CABRAL
RODRIGO ARTIN

Professora orientadora:

Sônia Maria dos Santos, Ma.

RESUMO

Este trabalho, incluído na linha de pesquisa: Gestão de sistemas de operações e gestão da qualidade para a administração estratégica, estudou as etapas da logística reversa do vidro em algumas empresas que atuam na área de bebidas. Conforme estudado, entende-se que o processo de reutilização ocorre através de um ciclo, em que a própria empresa é responsável pelo retorno das garrafas. Inicialmente, são discutidos os principais conceitos relacionados ao tema, tais como, logística reversa e reciclagem. Foram feitos estudos bibliográficos e três estudos de casos por meio de entrevistas com perguntas abertas e observação in loco com questionários realizados em empresas distintas. Percebeu-se que hoje em dia as empresas que atuam no ramo da reutilização da garrafa estão conscientizadas no que diz respeito à reciclagem e proteção ao meio ambiente. Embora alguma das empresas pesquisadas não dominem a logística reversa no seu contexto teórico, fazem-na de maneira inconsciente ao realizarem o processo de retorno das embalagens reutilizáveis à cadeia produtiva.

Palavras chave: Logística. Reversa. Reciclagem do Vidro.

UM ESTUDO SOBRE O PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO BASEADA EM SISTEMAS DE APOIO À DECISÃO (SAD) EM UMA EMPRESA DE MÉDIO PORTE DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO NA ÁREA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COM SEDE EM CURITIBA

Autores:

CIELY RUCKHABER DE SANTI
DARLEN JEYSLANNE DE OLIVEIRA SILVA
MANOELLA DE SOUZA PATRICIO
NÍCOLAS ROUSSOS

Professor orientador

Antonio Ronaldo Madeira de Carvalho, Me.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar a utilização de um sistema de apoio à decisão (SAD) e a real importância nas atividades diárias de um Gestor em uma empresa de médio porte com sede em Curitiba. Para alcançar o objetivo, optou-se por uma pesquisa exploratória. Através de pesquisas com os Gerentes e Coordenadores das filiais da empresa espalhadas pelo território nacional, foi possível identificar que esses profissionais possuem um maior controle sobre suas atividades diárias por meio da utilização do sistema desenvolvido e utilizado pela empresa, ainda que utilizado de forma empírica ou rotineiramente. Percebe-se que os Gerentes e Coordenadores fazem uso direto do Sistema de Apoio à Decisão para assim administrar suas equipes, seus atendimentos a clientes e a otimização dos recursos da empresa, tanto humano quanto material.

Palavras chave: Sistemas. Decisão. Gerentes. Coordenadores, Tomada de Decisão. Otimização de recursos.

SUCCESSÃO FAMILIAR. ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DO RAMO ORTOPÉDICO

Autores:

MARCELLE ANTUNES LIMA DA SILVA
MILTON JOSÉ PAULUCIO JUNIOR
RAFAEL ROCHA FRANÇA
SUELEN DE SOUZA

Professor orientador:

Sônia Maria dos Santos, Ma.

RESUMO

Este trabalho, incluído na linha de pesquisa processo de administração estratégica, teve como objetivo estudar o processo sucessório em uma empresa familiar do ramo ortopédico de Curitiba, fundamentando e traçando o perfil das empresas familiares, o planejamento sucessório e os conflitos envolvidos no processo através da visão de diferentes autores. Como instrumento para obtenção dos dados, foi realizada uma entrevista com roteiro semi-estruturado com o atual gestor da empresa e sucessor de um dos fundadores. Percebe-se a relevância do estudo uma vez que o planejamento da sucessão e a correta escolha de um sucessor capacitado são aspectos de vital importância para a continuidade dos negócios da família. Por meio do estudo ficou claro que as empresas familiares devem se antecipar, planejando o momento da sucessão e preparando um ou mais possíveis sucessores para minimizar erros e evitar a falência.

Palavras chave: Empresa familiar. Sucessão. Planejamento e conflitos.

MARKETING EM MICRO E PEQUENA EMPRESA. ESTUDO DE CASO EM UM CONSULTÓRIO ODONTOLÓGICO

Autores:

ARAINA FANTINATO NASCIMENTO
REGINA VANELLI GARCIA
TATIANA DO MONTE

Professor orientador:

Eduardo Senise, Me.

RESUMO

A motivação para a escolha do tema deste trabalho foi averiguar se são possíveis ações de Marketing para o sucesso da micro e pequena empresa, tendo como foco um negócio da área odontológica. Dessa forma, o objetivo principal para a elaboração do Trabalho de Conclusão do Curso é analisar a viabilidade da implantação das ferramentas de Marketing em uma pequena empresa. Pretende-se discutir e analisar o Marketing aplicado para as pequenas empresas, em particular, em um consultório odontológico, utilizando ferramentas de Marketing e identificando a segmentação do público-alvo para esse tipo de empresa. Assim, pretende-se contribuir para que empresários possam ampliar sua visão de relacionamento com seus clientes. Com o estudo realizado também são pesquisados conceitos teóricos, técnicas e metodologias, entendendo o significado de cada um desses conceitos.

Palavras chave: Micro e pequena empresa. Marketing. Segmentação. Público-alvo.

FATORES QUE INFLUENCIAM O PÚBLICO FEMININO NA HORA DA DECISÃO DE COMPRA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NO MERCADO DE TELEFONIA MÓVEL DE CURITIBA – PR

Autores:

GUSTAVO LOVATEL BOEIRA
JAQUELINE PADOVAN ROSSI
JOÃO PAULO CORDEIRO DE OLIVEIRA
LUIZ FERNANDO BOLICENHA

Professor orientador:

Júlio A. F. dos Reis, Me.

RESUMO

Este trabalho busca identificar quais são os fatores que influenciam o público feminino na hora de decisão de compra de telefonia móvel em Curitiba - PR. O mercado de telefonia móvel vem crescendo rapidamente dentro do Brasil e no mundo, além de movimentar bilhões de reais, e a disputa entre as operadoras é dinâmica e intensiva, visto que, para se manter nesse mercado, as empresas investem maciçamente em Marketing, com o objetivo de manter e conquistar mais clientes. Esta pesquisa será quantitativa, com a aplicação de questionário fechado, aplicado para o público que detém conhecimento do assunto abordado. O público escolhido para essa pesquisa é segmentado no sexo feminino, essa escolha foi devido ao crescimento desse gênero, no âmbito populacional, empresarial, acadêmico e familiar. A mulher vem assumindo posições de liderança em todos os segmentos e o nível de influência vem aumentando e demandando novas condições de compra dentro do mercado. O intuito dessa análise foi contabilizar a utilização dos serviços de telefonia móvel pelo público feminino na cidade de Curitiba – PR, analisar os fatores que esse público utiliza na decisão da compra e os meios mais utilizados para adquirir informações com relação ao serviço ou ao produto. O resultado encontrado através da pesquisa foi satisfatório, pois os itens que mais atraem as mulheres pesquisadas na hora de tomar decisão de compra ou adquirir um serviço de telefonia móvel é o preço do aparelho, cobertura e plano financeiro de acordo com as suas necessidades.

Palavras chave: Público feminino. Comportamento do consumidor. Telefonia móvel.

A IMPORTÂNCIA DOS FATORES HUMANOS NA BUSCA PELA MELHORIA CONTÍNUA DA QUALIDADE. UM ESTUDO DE CASO NA ÁREA DE PRODUÇÃO DE UMA EMPRESA DE PEÇAS AUTOMOTIVAS

Autores:

KARINNY ELAINE CORDEIRO
KELLY CRISTINA WENGLAREK
LEONI VOLOSKI
LUCILENE CHASTALO

Professora orientadora:

Sônia Maria dos Santos, Ma.

RESUMO

Este trabalho de pesquisa científica, delineado como estudo de caso, na linha de pesquisa de Gestão de sistemas de operações e gestão da qualidade para a administração estratégica, visou identificar a importância dos fatores humanos na busca pela melhoria contínua da qualidade em uma empresa de peças automotivas. Através das informações coletadas, foi possível identificar como a empresa se relaciona com seus funcionários e a percepção dos mesmos em relação aos métodos utilizados. O estudo de caso foi realizado por meio de pesquisa de campo e foi possível conhecer as principais atividades da empresa, seus procedimentos de melhoria da qualidade, a participação dos colaboradores, tanto nos processos, como na resolução de problemas, através de um programa de sugestões e treinamentos. Esse entendimento proporcionou a compreensão acadêmica e profissional, aprimorando conhecimentos e gerando maior desenvoltura profissional.

Palavras chave: Qualidade. Pessoas. Melhoria contínua. Processos. Motivação. Satisfação.

ESTUDO DA IMPORTÂNCIA NA CONSTRUÇÃO E MANUTENÇÃO DO MARKETING DE RELACIONAMENTO ENTRE UMA MICRO EMPRESA COM SEUS CLIENTES

Autores:

GENI GUILHERME DE OLIVEIRA BIFFE
JANINE DO PILAR PIRES DA SILVA
JOSIANE VIRIATO DA SILVA
KELLY DE SOUZA ALMEIDA

Professor orientador:

Cezar Antonio Bittencourt Jr., Esp.

RESUMO

O presente trabalho segue a linha de pesquisa: Marketing para a administração estratégica e tem como foco esclarecer de forma sucinta o problema de pesquisa, que é: como uma micro empresa constrói e mantém o marketing de relacionamento com seus clientes? Para que o mesmo fosse possível, foi necessário se apoiar em conceitos e fundamentações científicas de modo a enriquecer o conhecimento e atingir o objetivo.

No objetivo geral, buscou-se estudar a importância na construção e manutenção do marketing de relacionamento entre uma micro empresa e seus clientes e avaliar quais as ações adotadas pela empresa do estudo de caso abordado para manter este relacionamento. Foi utilizado, no estudo, conceitos sobre diversos temas relacionados ao objetivo do trabalho, como o conceito de marketing, marketing de relacionamento, ferramentas e comportamento do consumidor.

Para se obter os dados, foi realizada uma entrevista com um modelo semi-estruturado ao gestor da empresa e aplicado um questionário a uma pequena amostra de clientes, no intuito de pesquisar e compreender tanto a visão do gestor como a dos clientes, construindo uma análise referente ao assunto abordado.

Como auxílio para finalização da pesquisa, foi utilizada uma ferramenta de diagnóstico denominada Grade de Correlação que possibilitou identificar as forças e fraquezas da micro empresa abordada e que a mesma obteve uma postura de desenvolvimento no mercado.

Palavras chave: Marketing de relacionamento. Clientes. Ações de marketing.

FIDELIZAÇÃO DA PARCERIA COMERCIAL DO BALAROTI PARA ARQUITETOS

Autores:

JACQUELINE BATISTA BEGGI
JULIANA MONTEIRO BOESE
PATRICIA VALOIS RESZKO
REGIANE PAMPUCHE PEPFLOW
SIBELI LUSTOSA DE CAMARGO

Professor orientador:

Emídio Zirhut, Dr.

RESUMO

A adequação constante das empresas demandada pelo mercado pede uma gestão segura e uma estratégia cabível, pois compreende uma variedade de fatores que se estendem desde sua missão, visão e valores a toda relação com o ambiente em que está inserida. Este caso ilustra a identificação de um nicho de mercado por parte da empresa Balaroti, tal nicho trata do público de arquitetos, o qual demanda um atendimento diferenciado, fornecido neste estudo de caso pelo Balaroti Design, marca desenvolvida pela empresa para esse fim. Analisando o atendimento oferecido, num determinado momento, percebeu-se a necessidade de aprimorar sua estratégia e qualificar sua abordagem, visando como consequência à melhoria de sua participação de mercado e de seus resultados. Identificadas as adequações a serem feitas para o atendimento ao público desejado, chega então o momento de se mostrar flexível e implantar as devidas modificações em sua política estratégica, desde seu arranjo físico até sua cultura, contemplando formação, postura e comportamento da empresa desde os gestores até os atendentes e demais envolvidos no processo, entre outros fatores relevantes à implantação de uma nova atuação no mercado como exposição, produtos, serviços de entrega e pós-venda. Uma pesquisa realizada junto à assessoria de marketing da empresa Balaroti e aos atendentes envolvidos no processo estratégico de fidelização permitiu no presente trabalho a análise de resultado referente à nova política de atendimento fornecida pela empresa, definindo seu retorno positivo ou negativo de acordo com a visão dos envolvidos.

Palavras chave: Estratégia. Ambiente. Nicho de mercado. Atendimento. Processo. Exposição. Produtos. Serviços. Fidelização.

GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE TERMOPLÁSTICOS DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA – RMC

Autores:

ADRIANA PORTES CÓCOLO RIBEIRO
SILVANA MARTENS

Professor orientador:

Mauro José Kummer, Me.

RESUMO

Em uma economia globalizada, na qual o ciclo de vida dos produtos está cada vez mais curto e o aprimoramento dos processos produtivos demanda dispêndios consideráveis por parte das organizações, a gestão da inovação constitui uma ferramenta interessante, por permitir que sejam previamente analisados e, se viáveis, introduzidos no mercado novos produtos e processos para atender ao mercado crescente. Diante desse panorama, esta pesquisa busca resposta para a seguinte pergunta: Como a empresa X gerencia seus processos de inovação tecnológica? A empresa em questão é uma indústria de termoplásticos, de médio porte, situada na região metropolitana de Curitiba. Para apoiar o problema, foram estabelecidos os objetivos específicos: (i) pesquisar que fatores determinam a capacidade de inovar da empresa X; (ii) pesquisar a necessidade de inovação tecnológica para a empresa X; (iii) pesquisar quais estratégias são utilizadas pela empresa X para obter vantagem em relação ao mercado no qual ela compete; (iv) pesquisar a relação entre inovação e sustentabilidade na empresa. Para execução dos objetivos, foi proposto um modelo de análise constituído por 8 indicadores que serviram de base para a realização desta pesquisa. A metodologia utilizada foi estudo de caso e se utilizaram como instrumentos de pesquisa entrevistas semi-estruturadas e questionários, aplicados aos três níveis da empresa X e aos seus fornecedores. O embasamento teórico principal foi o Manual de Oslo, que se concentra na inovação tecnológica de produtos e processos; e a Pesquisa de Inovação Tecnológica – PINTEC, que é um estudo sobre inovação realizado e voltado para todas as empresas em nível nacional. Os resultados da pesquisa indicaram que a empresa pesquisada apresenta uma estrutura fabril moderna, porém hierarquizada e centralizada, limitando e desmotivando seus funcionários a inovarem. Constatou-se também que a empresa X mantém estratégias de dependência, porém trabalha no sentido de se desvincular parcialmente e tem buscado alternativas como a criação de produtos com marca própria. A questão ambiental levantada como fator crítico para o setor de plástico é uma preocupação dos gestores da empresa X, a qual procura adquirir matéria-prima de fácil pós-descarte e reutiliza os resíduos ou repassa às empresas de reciclagem. O fato de o setor de plástico ser muito importante para a economia mundial, faz com que as empresas do setor mereçam maior atenção no âmbito acadêmico. A realização deste estudo pode ser considerada uma pequena contribuição para as indústrias que almejam conhecer sobre o gerenciamento das inovações tecnológicas, bem como incentivar novos estudos de forma a aprimorar conhecimentos existentes sobre o tema.

Palavras chave: Gestão da inovação. Indústria. Plástico. Estratégia.

MERCADO DE TELEFONIA CELULAR: DECISÃO E AÇÕES DE GESTÃO PARA REPOSI- CIONAMENTO DA MARCA. ESTUDO DE CASO DA REGIONAL SUL

Autores:

ANDRESSA DE OLIVEIRA SANTOS
HILDA JAQUELINE PADILHA DE NOVAES
LILIANE ONDINA DE MEDEIROS
WILLIAM MACHADO CRISTO

Professor orientador:

Miguel Arantes Normanha Filho, Me.

RESUMO

A proposta deste trabalho acadêmico é estudar a decisão e as ações empresariais para o reposicionamento da marca de uma empresa de telefonia celular, por meio da metodologia do estudo de caso. Objetivava-se com este estudo, entender o processo da tomada de decisão, e o detalhamento dos passos necessários para desenvolver as estratégias de reposicionamento de marca. O resultado da escolha dos meios, bem como o formato da nova imagem da empresa foi amplamente divulgado pelos meios de comunicação do país. Utilizou-se pesquisa descritiva e abordagem qualitativa, no contexto de um estudo de caso, tendo a entrevista como ferramenta principal para a coleta de informações. Por fim, apresentam-se as conclusões, recomendações e direcionamento para futuras pesquisas.

Palavras chave: Estratégias. Marketing. Participação de mercado. Reposicionamento. Marca. Sistemas de Informação. Decisão Gerencial.

IMPLEMENTAÇÃO DO SISTEMA DE PRODUÇÃO ENXUTA EM UMA INDÚSTRIA DE SMART CARDS SOB O PONTO DE VISTA HUMANO

Autores:

ALEX FROEDER
ANDRÉ FERREIRA
HÉLIO HAGAWA
LUCIANO RICHERTI

Professora orientadora:

Bianca Larissa Klein, Ma.

RESUMO

No marco inicial dos processos produtivos, não havia necessidade de buscar no trabalhador uma mão de obra altamente qualificada, pois a ele eram destinadas atividades padronizadas e rotineiras e com baixo grau de complexidade. Com a evolução dos sistemas de produção e desenvolvimento da tecnologia as exigências sobre o perfil e sobre a qualificação do trabalhador foram se modificando. Passou-se a exigir do funcionário, além da sua força braçal de trabalho, competências intelectuais, analíticas, trabalho em equipe, polivalência e flexibilidade entre outras características. A pesquisa foi realizada em uma indústria de smart cards que passa por um processo de implementação do Sistema de Produção Enxuta. Para fundamentar esta pesquisa, foi necessário um estudo sobre o conceito e as ferramentas do Sistema de Produção Enxuta, também conhecida como Sistema Toyota de Produção e Lean Manufacturing e de sistemas de produção precedentes a ela, como a Administração Científica de Frederick Taylor e a Produção em Massa e a Linha de Montagem de Henry Ford. Em cada sistema de produção, o detentor do capital exige um determinado perfil de seus funcionários. O objetivo desta pesquisa é avaliar o nível de exigência sobre o perfil e as qualificações do trabalhador na empresa pesquisada nesse novo contexto de sistema de produção, qual o perfil atual do trabalhador e qual importância ele tem dentro desse processo produtivo.

Palavras chave: Critérios de seleção. Perfil do trabalhador. Níveis de exigência.