



SUMÁRIO

A análise da contribuição de 3R's, no âmbito da gestão ambiental, como fonte de inovação e de redução de custos em organização industrial do segmento coureiro calçadista.	3
A IMAGEM DO BRASIL NO MERCADO INTERNACIONAL.....	4
A Importação como Fator de Desindustrialização do Setor Calçadista Brasileiro	5
A relação da produção e da partilha: planejamento de metas de produção e um Empreendimento de Economia Solidária de Canoas/RS.	6
Análise comparativa entre importar ou fabricar internamente: um estudo à luz da contabilidade gerencial em uma metalúrgica.....	7
Análise da estruturação do marketing de relacionamento na prestação de serviços de internet.....	8
ANÁLISE DO PROCESSO DE INOVAÇÃO EM SERVIÇOS DE TI: ESTUDO DE CASO DA EMPRESA ALPHA.....	9
ANÁLISE DO PROCESSO PRODUTIVO DA EMPRESA FRIGORÍFICO E DISTRIBUIDORA DE CARNES BOA VISTA LTDA, À LUZ DO SISTEMA TOYOTA DE PRODUÇÃO.	10
ANÁLISE DOS PREÇOS DE TRANSFERÊNCIA (TRANSFER PRICING): ESTUDO DE CASO APLICADO NA EMPRESA ALFA.....	11
Educação e trabalho no Brasil: seus conceitos e paradigmas.....	12
ESTRATÉGIA E TEORIA CONTINGENCIAL	13
ESTUDO DA CONSTRUÇÃO DE VANTAGENS COMPETITIVAS ATRAVÉS DE REDES DE COOPERAÇÃO	14
Estudo da Inovação e Cultura Organizacional em Pequenas e Médias Empresas da Região do Vale dos Sinos	15
GESTÃO DE MICRO E PEQUENA EMPRESA: RELAÇÃO ENTRE TEORIA E PRÁTICA NA PLANO 1 CONSULTORIA JÚNIOR.....	16
Gestão Empreendedora em uma Cooperativa de Crédito.....	17
GESTÃO PROFISSIONALIZADA E O ÊXITO DO EMPREENDIMENTO FAMILIAR.....	18
Inclusão de Pessoas com Deficiência: Análise das Práticas de Inclusão de Pessoas com Deficiência e suas Atividades de Trabalho na Empresa XYZ.	19
MAPEAMENTO DE PROCESSOS ATUANDO PARA A MELHORIA DO CICLO OPERACIONAL DO PRODUTO CARTÃO DE CRÉDITO DE UMA AGÊNCIA BANCÁRIA.....	20



MODELO DE GESTÃO DA LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO DOS PRODUTOS STIHL NO MERCADO NACIONAL.....	21
O Diagnóstico Participativo como estratégia no processo de gestão de uma Cooperativa de Reciclagem de Resíduos Sólidos Urbanos de Esteio/RS.....	22
O Impacto das Restrições de Trânsito na Distribuição Urbana de Cargas: Estudo de Caso da Empresa Transduarte	23
O Perfil dos Empreendedores que Utilizaram o Microcrédito Produtivo Orientado.	24
O SGA como ferramenta de otimização de uso de recursos materiais e financeiros no comércio: o caso de uma grande varejista de veículos do RS.....	25
OTIMIZANDO O SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE COM O BALANCED SCORECARD	26
OUTSOURCING COMO DIFERENCIAL ESTRATÉGICO PROPORCIONADO POR UMA EMPRESA LOGÍSTICA.....	27
PLANEJAMENTO DE MARKETING COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO	28
PROPOSIÇÃO DE MODELO DE GESTÃO DE INOVAÇÃO EM UMA EMPRESA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE TI.....	29
Qualidade de Vida no Trabalho - Estudo de Caso	30
UTILIZAÇÃO DO PLANEJAMENTO DE VENDAS E OPERAÇÕES (S&OP) COMO FERRAMENTA DE GESTÃO - ESTUDO DE CASO NA EMPRESA ARTECOLA.....	31



A análise da contribuição de 3R's, no âmbito da gestão ambiental, como fonte de inovação e de redução de custos em organização industrial do segmento coureiro calçadista.

Adriano Cristian Gewehr¹; Dusan Schreiber²

Este estudo procurou abarcar a institucionalização das práticas organizacionais no âmbito da gestão ambiental, como fonte de inovação de processos, bem como oportunizar a redução de custos operacionais. O estudo se justifica na medida em que a limitação dos recursos naturais exige das organizações concepção de práticas com vistas à preservação do meio ambiente. Nesta perspectiva as empresas que desenvolvem postura pró-ativa, no tocante a prevenção da poluição, acabam se diferenciando, via melhoria contínua de processos e inovação de produtos e mercados. As práticas de prevenção à poluição (3R's), estão dentre as alternativas para reinvenção dos processos e criação de novos produtos, conforme constatado na empresa, objeto deste estudo, uma indústria de laminados sintéticos que atende ao setor calçadista no Vale dos Sinos. O objetivo central deste estudo configura avaliação das práticas de prevenção da poluição em uma indústria de laminados sintéticos do cluster calçadista, como fonte de inovação para empresa e conversão desta em ganhos econômicos, via redução de custos. A pesquisa é de natureza aplicada, além de descritiva, por analisar as características de um fenômeno (práticas dos 3R's) procurando relacioná-lo com as variáveis sem a interferência do pesquisador. Utilizaram-se, na primeira etapa, dados secundários, decorrentes de revisão da literatura concernente ao tema, além da análise documental, para respaldar metodologicamente o estudo de caso, que exige a triangulação de dados, para maior confiabilidade dos resultados obtidos. Na sequência foram levantados dados e evidências por meio de observação não participante e entrevistas, que permitiram a compreensão do "modus operandi" das práticas organizacionais institucionalizadas no âmbito da gestão ambiental. As referidas práticas da empresa ALPHA demonstraram a capacidade de inovação e sustentabilidade do negócio respectivamente, uma vez que: - idealizam novas aplicações para as sobras de processamentos; - visam reinserir os resíduos em outras indústrias de reprocessamento. Observou que tanto a inovação dos processos impulsionada pelo 1ºR, como as novas finalidades dadas ao resíduo, aplicando-se o 2ºR e o 3ºR, trouxeram as economias comentadas por Naime (2004) e Vesilind e Morgan (2011): menores desperdícios de matéria prima, redução de custos para aquisição de insumos ou materiais auxiliares, e redução de custos com tratamento e disposição dos resíduos. (FEEVALE)

Palavras-chave: Ganho. Poluição. Processo. Resíduos.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (tenoacg@yahoo.com.br e dusan@feevale.br)



A IMAGEM DO BRASIL NO MERCADO INTERNACIONAL

Sophia Ferreira Petry¹; Fábio André Engel¹; Ana Maria Pohren Erhart¹; Luiz Carlos da Silva¹; André Luciano Viana²

O tema do estudo tem relação com a imagem do Brasil no mercado internacional. Justifica-se a importância da pesquisa pela necessidade de identificar uma visão bilateral: o que o Brasil tem a oferecer na economia mundial e como os brasileiros são idealizados em outros países. O estudo tem como objetivo apresentar a imagem do Brasil no mercado internacional, por meio da percepção de brasileiros residentes em outros países e de um estudo de caso de uma vinícola gaúcha escolhida para produzir um vinho licenciado para a **Copa Do Mundo da Fifa Brasil 2014™**. Metodologia: apresentou-se uma pesquisa bibliográfica em relação ao conceito de microeconomia, globalização, marketing internacional encontrados em um estudo de caso de uma empresa do ramo de vinhos. Também foram realizadas entrevistas com cinco brasileiros residentes em diferentes países, por meio eletrônico, questionando-os acerca de como o Brasil é percebido pelos habitantes daquele país na visão dos entrevistados. Resultado: Na visão dos entrevistados, o Brasil é visto com um País que possui a “alegria de um povo hospitaleiro e pelo futebol, sem esquecer do famoso carnaval brasileiro”. Ao mesmo tempo, é possível visualizar que o “Brasil tem investido em produtos nacionais para alavancar a sua “marca” no mercado externo”. Considerações finais : Por meio desse estudo, percebe-se que o Brasil ainda possui um longo caminho à construir em outras áreas de atuação, pois ainda é predominantemente lembrado por características de um país tropical e, principalmente, pelo “futebol arte”. (FEEVALE)

Palavras-chave: Marketing Internacional. Globalização. Microeconomia. Imagem do Brasil.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (sophiapetry@bol.com.br e andreviana@feevale.br)



A Importação como Fator de Desindustrialização do Setor Calçadista Brasileiro

Jean Carlo Amann¹; José Carlos Lehn²

O tema da pesquisa delimita-se em abordar como a importação de calçados vem impactando o desenvolvimento da indústria calçadista brasileira. Tal abordagem justifica-se, principalmente, pela importância que o segmento calçadista representa em âmbito nacional, tornando necessário um diagnóstico das consequências advindas com a importação de calçados pelo país. Neste contexto, o problema central do estudo traduz-se na leitura dos impactos causados pela importação de calçados à indústria brasileira a partir do ano de 2005, período em que o ingresso de itens estrangeiros passou a apresentar maior relevância à economia do país. Com o objetivo geral de analisar como as importações de calçados pelo Brasil têm afetado o desenvolvimento da indústria calçadista nacional, são abrangidos os seguintes objetivos específicos: contextualizar as indústrias calçadistas brasileira e mundial; averiguar as razões para a importação de calçados no Brasil; identificar a situação nacional da importação de calçados e sua relação com a indústria interna; estudar os resultados das medidas de defesa comercial à indústria calçadista. Para o desenvolvimento do trabalho, optou-se pela pesquisa descritiva, com procedimentos de pesquisa bibliográfica e de estudo de caso, através da coleta de dados pelas técnicas de pesquisa bibliográfica e de entrevista, esta realizada com o Presidente Executivo da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados). A partir das análises elaboradas, os resultados do estudo apontam à desindustrialização do setor calçadista doméstico, o qual enfrenta estagnação frente outros ramos industriais e demonstra retração de seu PIB (produto interno bruto), ao longo da última década, em meio à indústria brasileira de transformação. Além destes fatores, os resultados indicam, também, a uma forte tendência de aumento das importações de calçados pelas empresas brasileiras. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Palavras-chave: Indústria calçadista brasileira. Importação. Desindustrialização. Medidas de defesa comercial.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (jean.amann@gmail.com e jclehn@feevale.br)



A relação da produção e da partilha: planejamento de metas de produção e um Empreendimento de Economia Solidária de Canoas/RS.

Rita de Cássia da Rosa Sampaio Brochier¹; Mychel da Silva Romero¹; Robinson Henrique Scholz²

O objetivo deste trabalho é apresentar o trabalho de desenvolvimento do Planejamento de Metas de Produção construído na Cooperativa COOPCAMATE, em 2013. O trabalho desenvolvido partiu da necessidade de se pensar a relação da produção e a retirada mensal dos cooperados, visto que a renda da cooperativa estava baixa, mas havia excesso de material armazenado no galpão. Este estudo se alicerça nas atividades da Incubadora de Empreendimentos Solidários, do Centro Universitário La Salle, em Canoas/RS. Foram realizados quatro encontros na sede da COOPCAMATE, onde coletivamente por meio da educação popular, a cada encontro foram desenvolvidas atividades com a perspectiva de melhora de renda a partir do processo de produção, ou seja, maior volume de triagem no galpão. As atividades foram realizadas *in locus*, com a aplicação da pesquisa-ação, propondo uma prática fundante de reflexão-ação-reflexão. As observações realizadas, os documentos e as oficinas realizadas compõem o *corpu* de dados e situa o trabalho de forma qualitativo. Os resultados apontam para i) a melhora nas relações sociais entre os cooperados, no sentido de potencializar ações coletivas no trabalho; ii) o aumento da renda em 50% após a finalização das atividades de formação/interação; iii) organização e limpeza do espaço produtivo da cooperativa, auferindo melhora significativa do *layout* produtivo; e iv) perceptível melhora na qualidade de vida no trabalho, uma vez que com o galpão organizado e o coletivo trabalhando em prol de objetivos em comum, ampliam as metas de produção, do trabalho e da projeção do trabalho. (CENTRO UNIVERSITÁRIO UNILASALLE)

Palavras-chave: Cooperativismo. Produção. Educação Popular.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (ritadecassiasampaio@ig.com.br e robinsonscholz@hotmail.com)



Análise comparativa entre importar ou fabricar internamente: um estudo à luz da contabilidade gerencial em uma metalúrgica.

Adriano Cristian Gewehr¹; Dusan Schreiber²

Em um cenário macroeconômico cada vez mais complexo e competitivo, cabe aos profissionais atuantes na área de controladoria, a tarefa de realizar análises aprofundadas de todos os processos organizacionais e do seu reflexo sobre o resultado econômico da empresa. Dentre as variáveis que tem merecido maior atenção destaca-se a relevância de custos relativos a gestão de suprimentos, pela representatividade que possuem em relação ao total de valores despendidos na operação. Numa perspectiva mais ampla, no entanto, é possível afirmar que ao mesmo tempo em que a gestão equivocada na área de suprimentos pode oferecer riscos, também pode vir a representar oportunidades de redução de custos, por meio de importação de matérias-primas. Nesse sentido as decisões de comprar no país, importar ou produzir internamente, passam a configurar um desafio relevante. O objetivo da pesquisa cujos resultados subsidiaram a produção deste trabalho foi o de analisar qual a alternativa que traz o melhor resultado global para a fabricação de três produtos da ALPHA. As alternativas referem-se a: (i) continuar importando os componentes que constituem a estrutura dos produtos; (ii) fabricar os componentes internamente, em outra unidade do grupo, com necessidade de investimentos adicionais. A metodologia de cálculo desenvolvida se orientou nas seguintes variáveis: (i) custo dos estoques e de oportunidade; (ii) custo unitário diluído de todas as despesas de importação; (iii) tempo de retorno dos investimentos e índices de viabilidade; (iv) a exigência interna da ALPHA de incluir margem bruta de contribuição mínima de 25% em faturamentos cruzados entre suas unidades. A pesquisa caracteriza-se como aplicada, tendo em vista o aproveitamento dos resultados discutidos, para situações similares. Trata-se de estudo de caso e método descritivo, com coleta de dados realizada por meio de levantamento documental na filial 8 da empresa ALPHA no município de São Leopoldo - RS. Para o produto X, o custo do produto vendido (C.P.V.) superaria os lucros em 83,5%, caso ocorresse a migração para fabricação na coligada. No produto Y, a alternativa de fabricação interna, além de incrementar os lucros da filial 9, reduz o C.P.V. da filial 8, sendo necessários, no entanto, 30 meses para o retorno deste investimento. Para o produto Z, há um aumento no C.P.V. da filial 8, mas que é superado em 4,6 vezes pelo incremento de lucro na coligada, o que garante um retorno de investimento inferior á um ano. (FEEVALE)

Palavras-chave: Fabricação. Investimentos. Variáveis.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (tenoacg@yahoo.com.br e dusan@feevale.br)



Análise da estruturação do marketing de relacionamento na prestação de serviços de internet

Rafael Schaab¹; Dusan Schreiber²

Este trabalho realiza uma análise dos processos de venda, instalação e utilização da internet, a partir do estudo de caso do Provedor de Serviços de Internet Alfa. O estudo abordou como tema central o marketing de relacionamento, com foco no atendimento ao cliente. A qualidade em serviços é um tema percebido e valorizado pelos gestores, principalmente para as empresas prestadoras de serviços, onde o conceito do Momento da Verdade é a base e o princípio fundamental (ALMEIDA, 1995). Da mesma forma ressalta-se a relevância do relacionamento com os clientes que possuem e com os clientes potenciais, valendo-se da gestão do relacionamento com o cliente (SILVA; ZAMBON, 2012). Neste cenário, este estudo objetiva medir a satisfação percebida pelos clientes do Provedor, avaliando os pontos positivos e negativos, com vistas à melhoria dos serviços prestados. Quanto à metodologia optou-se por estudo de caso único no Provedor de Serviços de Internet Alfa, através de uma amostragem probabilística, com a aplicação de questionário a clientes. Os resultados evidenciaram: (i) que a indicação de terceiros é a alternativa mais significativa no quesito conhecimento do serviço de internet do Provedor; (ii) O processo de instalação foi bem avaliado; (iii) o serviço em si, de uso da internet, apontou fragilidades quanto a confirmação da expectativa do cliente em 20% das respostas, tanto por falha de comunicação na venda como por eventuais falhas operacionais. Os outros 80% indicaram satisfação quanto a experiência de utilização da internet. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Marketing de Relacionamento. Atendimento ao Cliente. Qualidade em Serviços. Satisfação.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (rafaelschaab@feevale.br e dusan@feevale.br)



ANÁLISE DO PROCESSO DE INOVAÇÃO EM SERVIÇOS DE TI: ESTUDO DE CASO DA EMPRESA ALPHA

Cristofer Adriano Grings¹; Dusan Schreiber²

O presente trabalho foi construído com o objetivo de evidenciar aspectos estruturantes do processo de inovação em uma empresa que presta serviços de tecnologia da informação. Esta problemática se torna importante ao passo que a inovação é observada como um processo que demanda investimentos relevantes e como ocorre, na maioria das vezes, de forma inconstante e não linear, existe a necessidade de evidenciar e gerenciar as variáveis que caracterizam o processo para atender os objetivos esperados. Para obter as informações necessárias foi desenvolvido um estudo teórico aprofundado sobre os serviços, sobre as atividades de tecnologia da informação, bem como, sobre os temas centrais desta pesquisa: inovação e gestão da inovação. Para entender como acontece a dinâmica das inovações em serviços de tecnologia da informação foi realizado um estudo de caso único que procurou investigar as alternativas de inovação na ótica dos serviços internos prestados por uma área organizacional que faz a gestão e suporta uma das principais aplicações da empresa Alpha. Com isto, se desenvolveu uma pesquisa exploratória e descritiva com abordagem qualitativa. Na pesquisa bibliográfica realizada para a fundamentação teórica buscaram-se fontes teóricas em livros, artigos científicos, dissertações e sites na *internet*. Esta base teórica foi fundamental para descrever e analisar o processo de inovação em serviços, norteando a construção das pesquisas semiestruturadas aplicadas aos colaboradores da área objeto de estudo. Através da análise dos resultados, do conteúdo e da observação do pesquisador, foi possível encontrar evidências que contribuíram para a confirmação da hipótese levantada nesta pesquisa, atestando que as alternativas mais viáveis de inovação em uma empresa de tecnologia de informação surgem com o redesenho de processos internos e com o desenvolvimento de novas funcionalidades. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Inovação; Serviços; Tecnologia da Informação; Gestão da Inovação.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (gringscris@gmail.com e dusan@feevale.br)



ANÁLISE DO PROCESSO PRODUTIVO DA EMPRESA FRIGORÍFICO E DISTRIBUIDORA DE CARNES BOA VISTA LTDA, À LUZ DO SISTEMA TOYOTA DE PRODUÇÃO.

Katia Adriana Hansen¹; Fabiano André Trein²

A concorrência entre as organizações voltadas para o ramo frigorífico, nos últimos anos, está em ascensão. As empresas estão desenvolvendo programas de gerenciamento que possibilitem o seu mantimento no mercado consumidor. Esses programas, além de darem grande parte do suporte necessário para a empresa frente às suas concorrentes, ajudam também a melhorar o processo produtivo, além de aumentarem os seus rendimentos. Dessa forma, para que as empresas se mantenham no mercado e, ao mesmo tempo, continuem competitivas, torna-se necessária a implantação de sistemas produtivos que melhorem o desenvolvimento dos produtos, mantendo o baixo custo e a qualidade. Em um mundo dinâmico onde surgem inovações tecnológicas a cada dia, as empresas precisam apresentar ao consumidor produtos de alta qualidade, buscando sempre o conhecimento necessário para driblar as dificuldades que possam aparecer em sua trajetória. O tema central desenvolvido neste trabalho é a análise do processo produtivo da empresa Frigorífico e Distribuidora de Carnes Boa Vista Ltda, à luz do Sistema Toyota de Produção, a fim de identificar quais as perdas existentes na empresa, como também propor melhorias para a redução das perdas existentes no processo produtivo. O objetivo geral deste estudo consiste em avaliar e demonstrar como o Sistema Toyota de Produção - STP pode contribuir para a diminuição das perdas dos custos e para a continuidade do negócio. Para a realização deste trabalho foi desempenhada uma pesquisa bibliográfica, descritiva, qualitativa, com estudo de caso junto a 8 funcionários da empresa. A amostra é considerada não-probabilística por conveniência dos 8 respondentes, aos quais a pesquisadora teve maior acesso e disponibilidade de tempo. Os resultados obtidos foram variados, tendo as mais diferentes respostas e entendimentos sobre as perguntas aplicadas. Porém, o que se observou foi que a empresa possui exemplos de todas as 7 grandes perdas citadas pelo STP, mas que podem ser resolvidas com a implantação das melhorias observadas e sugeridas ao longo desta pesquisa, focando tanto na melhoria da qualidade e a produtividade da empresa, como também na diminuição dos custos. Através dos resultados deste estudo, é possível afirmar que as contribuições foram muito significativas, pois nunca havia se feito nenhum estudo deste tipo dentro da empresa e analisando-se todos os processos da produção, verifica-se a existência de perdas que para muitos não eram visíveis. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Processo Produtivo. Sistema Toyota de Produção. Perdas. Melhoria contínua.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (katiahansen@outlook.com e fabianotrein@feevale.br)



ANÁLISE DOS PREÇOS DE TRANSFERÊNCIA (TRANSFER PRICING): ESTUDO DE CASO APLICADO NA EMPRESA ALFA

Afonso Curcio Tomedi¹; Dusan Schreiber²

O contexto atual, de acirrada competição entre os agentes, tem exigido das organizações a revisão de seus processos e práticas organizacionais, com o intuito de assegurar a sua permanência no mercado. Neste cenário globalizado destaca-se o aumento das atividades que envolvem os fluxos de divisas entre diversos países, mediadas principalmente por empresas transnacionais. Em muitos países estas operações foram reguladas e sujeitas à tributação por meio de métodos que facultam a regulação de preços de mercado. No Brasil isso não foi diferente. Em face da complexidade da política cambial e tributária concernente, o presente trabalho procurou analisar compreensivamente os métodos de utilização dos preços de transferência, que devem ser aplicados a subsidiárias internacionais instaladas no Brasil e ou empresas que operam com paraísos fiscais, em comparação com exigências legais de outros países. Para atingir este objetivo, optou-se pelo estudo de caso único, na empresa ALFA, subsidiária brasileira de uma empresa multinacional, localizada na região sul do país, que atua no segmento comercial de máquinas e componentes. O estudo se justifica na medida em que, dentro da sistemática adotada pela organização, ocorrem, de forma recorrente, relevantes perdas financeiras, decorrentes da tentativa de padronizar em nível global o processo de formação de preços. A revisão do modelo resultou numa nova sistemática, que oferece redução significativa das perdas financeiras, além de maior aderência à legislação tributária e política cambial do Brasil. (UNIVERSIDADE FEEVALE). (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Preços de Transferência. Importação. Exportação. Custos. Preços Praticados.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (afonso_ct@hotmail.com e dusan@feevale.br)



Educação e trabalho no Brasil: seus conceitos e paradigmas

Pedro Rinaldo Biazus Veleda Machado¹; Dusan Schreiber²

Os níveis de educação formal no Brasil têm influenciado cada vez mais o mercado de trabalho contribuindo para melhor qualificação de candidatos a emprego, bem como para a hermenêutica do emprego, que transcende o significado do trabalho como modo de subsistência, passando a ser percebido como uma forma de legitimação do indivíduo na sociedade. Com cada vez mais pessoas ingressando no mercado de trabalho a formação acadêmica dos indivíduos têm sido um dos itens mais relevantes no processo de seleção. Destarte verifica-se a necessidade de realizar o estudo com o propósito de analisar em profundidade a díade emprego - trabalho, avaliar paradigmas, conceitos e discrepâncias que ligam a educação e os princípios de trabalho. Com este objetivo, foi realizado uma pesquisa com abordagem quantitativa, *surve*, com base em 30 respondentes do construto, enviado por e-mail, utilizando a ferramenta *google doc*. A análise estatística dos dados obtidos, facultou verificar a existência da preferência dos empregadores por altos níveis de educação, principalmente do ensino superior. Além disso foi possível constatar que as organizações possuem preconceitos e paradigmas como cor, raça ou sexo, entre outros tantos, que dificultam a empregabilidade de alguns indivíduos mesmo que estes possuam uma formação educacional condizente com a posição hierárquica. (UNIVERSIDADE FEEVALE; FEEVALE)

Palavras-chave: Educação. Trabalho. Emprego. Empregabilidade.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (veleda.pedro@gmail.com e dusan@feevale.br)



ESTRATÉGIA E TEORIA CONTINGENCIAL

Marco Juarez Reichert¹; Cleusa Maria Marques Frezza²

Mais do que em qualquer época, a empresa está suscetível às interações com os ambientes internos e externos, o que exige dela uma constante tomada de ações capazes de alinhar-se à busca desta visão de longo prazo, ou seja, a estratégica para gerar valor ao seu negócio. Não há uma única e melhor maneira de se administrar uma empresa, devido às eventualidades e incertezas do meio onde ela se insere, traduzindo conceitualmente assim, a Teoria da Contingência. O objetivo deste trabalho foi o de aprofundar-se nas teorias de estratégias empresariais e na contingencial e posteriormente avaliar uma situação real da empresa Polimix na Argentina, do segmento de plásticos. Procura-se entender como ela se relaciona com o ambiente geral, em que se diferencia e quais suas vulnerabilidades, como estabelece sua estratégia de longo prazo para realizar sua visão e gerar valor ao negócio. Na metodologia empregada, foi produzida pesquisa bibliográfica, a qual amparou a fundamentação teórica da primeira parte do relatório e, na segunda parte, a pesquisa exploratória se deu com um estudo de caso, com levantamento de dados diretamente da empresa e principalmente através de entrevistas. Estudadas as informações, buscou-se uma melhor compreensão de como a organização se relaciona dentro dos diferentes ambientes, aplicando internamente uma pesquisa de clima e externamente de satisfação de clientes. Fez-se análise financeira e criou-se mecanismos para as definições filosóficas da organização. Propôs-se a implantação de várias ferramentas estratégicas, como o Balanced Scorecard e ações para preparar um sistema de gestão da qualidade. Concluiu-se que a empresa precisa melhorar sua estratégia de valorização, tendo recomendado uma maximização de valor do negócio, para depois concretizar uma fusão ou venda da empresa, captando a atenção dos sócios. O autor pode confrontar sua experiência profissional e acadêmica de gestão e agregou para si um conhecimento promissor para dedicar-se às estratégias de valor para organizações. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Estratégia, ambiente empresarial, teoria da contingência, visão do negócio, valor

¹Autor(es) ²Orientador(es)



ESTUDO DA CONSTRUÇÃO DE VANTAGENS COMPETITIVAS ATRAVÉS DE REDES DE COOPERAÇÃO

Rafaela Nascimento Bühler¹; Dusan Schreiber²

Os desafios encontrados pelos ingressantes na economia são diversos e difíceis de superar, caso a nova empresa não esteja preparada para a acirrada disputa presente no mercado. No caso de pequenas e médias empresas (PMEs), os desafios podem ser ainda maiores, pelo fato de concorrerem com grandes *player* experientes no mercado. Assim, deparando-se com mercados altamente competitivos, pequenas e médias empresas, com limitações para competirem isoladas, buscam na cooperação interorganizacional meios para se tornar mais fortes e de atingir seus objetivos comuns. Com isso, ao se associarem, complementam-se e desenvolvem-se, conquistando benefícios mútuos. A literatura aponta a cooperação como uma alternativa encontrada por essas pequenas e médias empresas, para manterem-se competitivas e sobreviverem no mercado. Neste contexto, o presente trabalho tem como objetivo central identificar e analisar os principais fatores que proporcionam vantagem competitiva às empresas associadas a redes de cooperação empresarial e compará-los com o percebido, na prática, por empresas do segmento de supermercados cooperadas na cidade de Parobé - RS. Para tanto, a pesquisa realizada, de natureza qualitativa-descritiva, baseia-se em um estudo de múltiplos casos. Para a coleta de dados, foram realizadas entrevistas estruturadas com gestores das empresas selecionadas. Os resultados obtidos foram analisados, tendo como base o referencial teórico, utilizado também como comparativo. Assim foi possível identificar, através da percepção das empresas entrevistadas, as vantagens competitivas e as limitações inerentes a este modelo de negócio. Por fim, a partir da presente pesquisa verificou-se que a cooperação interorganizacional por meio de rede, para as PMEs do segmento de supermercados, constitui-se numa alternativa estratégica que fortalece e beneficia as empresas associadas, no contexto em que se insere. Assim, o principal diferencial competitivo, deste modelo de negócio, está baseando, principalmente, na aprendizagem coletiva, na troca de informações e nos ganhos em escala. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Redes de empresas, cooperação, vantagem competitiva

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (rafinhanascimento@gmail.com e dusan@feevale.br)



Estudo da Inovação e Cultura Organizacional em Pequenas e Médias Empresas da Região do Vale dos Sinos

Marcos Roberto de Almeida Rodrigues¹; Cristian Jean Koch¹; Vania Gisele Bessi²

As mudanças no cenário econômico, que ocorreram, em especial nas duas últimas décadas, impactaram, de forma relevante, o desempenho das organizações sediadas na região do Vale do Rio dos Sinos. De uma região eminentemente industrializada, caminha-se para uma matriz produtiva mais diversificada. As transformações levam as organizações à necessidade de introduzir em seus processos internos as práticas de inovação, tanto em produtos como em processos, com o propósito de recuperar a capacidade de competir, tanto no mercado interno como externo. No entanto, para que uma empresa possa ser reconhecida como inovadora, esta ideia precisa estar disseminada entre todos os colaboradores, como parte da própria cultura organizacional. Tal panorama suscita o interesse em analisar com maior profundidade e detalhamento as iniciativas inovadoras por parte das indústrias que se mantêm atuantes e competitivas, bem como entender se essas iniciativas estão, definitivamente, incorporadas à cultura dessas organizações. O objetivo geral da pesquisa é verificar e analisar como a cultura organizacional voltada para a inovação é transmitida, percebida e vivenciada em organizações que se posicionam como inovadoras. Foi realizada uma pesquisa do tipo survey, tendo-se enviado questionário às empresas a partir do banco de dados de associações comerciais, instituições de ensino e do parque tecnológico do Vale dos Sinos. Obteve-se um retorno de 162 questionários. A partir da análise preliminar dos dados, pode-se observar que 60% das respondentes consideram-se empresas inovadoras. A maioria das organizações respondeu que tem como prática incentivar a criação de novos produtos, de melhorias nos processos e assumir riscos, em busca da inovação. As organizações pesquisadas também referem, em grande número, que a cultura organizacional encoraja novas ideias e novas maneiras de pensar e executar o trabalho, lidando com o erro como uma possibilidade de aprendizagem. No entanto, percebe-se que as empresas, em geral, não realizam pesquisa de clima interno ou pesquisa de satisfação dos clientes, em busca de melhorias internas ou externas. (UNIVERSIDADE FEEVALE; FAPERGS)

Palavras-chave: Sinos

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (marcosfeevale@gmail.com e 0036999@feevale.br)



GESTÃO DE MICRO E PEQUENA EMPRESA: RELAÇÃO ENTRE TEORIA E PRÁTICA NA PLANO 1 CONSULTORIA JÚNIOR

João Henrique Sperafico¹; Raquel Engelman Machado²

Pesquisas indicam que no Brasil 99% das empresas formais estão classificadas como micro e pequenas, proporcionando mais de 50% dos empregos. Entretanto a taxa de mortalidade de empresas com até dois anos de existência é de 49,2%, com até 3 anos, 55,64% e com até 4 anos, 59,9%. Devido a sua importância para a economia brasileira e o alto índice de mortalidade, torna-se relevante analisar as práticas realizadas em empresas iniciantes com base no que sugerem as teorias de administração. Neste sentido, o presente trabalho aborda a relação entre as teorias referentes à administração de micro e pequenas empresas e a elaboração do diagnóstico situacional como ferramenta de gestão, tendo como objetivo analisar as práticas de duas empresas criadas em 2012 e que utilizaram a consultoria do Projeto de Extensão Plano 1 Consultoria Júnior. Para tanto, os métodos adotados nesse estudo foram a pesquisa bibliográfica, para o embasamento teórico, e pesquisa documental, utilizando o “Questionário para Elaboração Diagnóstico” e o “Relatório do Diagnóstico” elaborados durante a consultoria prestada. As empresas estudadas atuam em ramos de atividades diferentes, comércio e serviços, entretanto possuem semelhanças quanto às características das empresas de pequeno porte descritas na teoria, ou seja, são flexíveis, criativas, com produtividade limitada e com baixo capital de giro. Também apresentam as mesmas dificuldades abordadas pelos autores, como falta de experiência e conhecimentos gerenciais, principalmente advindas do não planejamento no momento de abrir o negócio (plano de negócios), o que resulta em uma avaliação precária dos aspectos que envolvem o novo empreendimento. Já entre os pontos positivos salientam-se os conhecimentos sobre mercado de atuação e sobre a atividade fim da organização. Com base nos resultados, verifica-se a necessidade de adequação das práticas de gestão utilizadas e da realização de um planejamento de seus negócios. Também é possível concluir que o auxílio prestado por terceiros, como consultorias, assessorias e instituições especializadas, que necessitem de baixo investimento, podem suprir a falta de conhecimento sobre a teoria e prática de administração de empresas, elevando suas chances de sucesso. Como limitações estão o estudo de apenas dois casos, não permitindo generalizações; e o fato de que ainda não foi possível mensurar os resultados, já que a consultoria foi realizada há pouco tempo. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Empreendedorismo. Micro e Pequena Empresa. Diagnóstico. Planejamento.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (joaoh.sperafico@hotmail.com e raqueleng@feevale.br)



Gestão Empreendedora em uma Cooperativa de Crédito

Licia Schallenberger Jachs¹; Ernani Cesar de Freitas²

Este trabalho de conclusão de curso aborda o tema "Gestão Empreendedora em uma Cooperativa de Crédito". As cooperativas de crédito agregam valor para a sociedade e são muito importantes, pois tudo o que elas produzem é revertido para a cidade atuante da cooperativa, auxiliando, no desenvolvimento e na economia de muitas regiões. No objetivo geral do estudo, propôs-se analisar como ocorre e se desenvolve a relação entre profissionalização da gestão e empreendedorismo na cooperativa de crédito Y, a fim de auxiliar no seu crescimento. A fundamentação do estudo pautou-se em algumas categorias teóricas como: profissionalização da gestão (GOMES, 2004; LEONE, 2005; LODI, 1978); empreendedorismo (DOLABELA, 1999; FILION, 1999; DRUCKER, 2008; DORNELAS, 2001; LOZINSKY, 2008); gestão empreendedora (BATEMAN; SNELL, 1998; ROBBINS, 2000; CARNEIRO, 2008; BERNARDI, 2010). No que diz respeito à metodologia que embasou o trabalho, a pesquisa foi do tipo exploratória com procedimentos baseados em pesquisa bibliográfica e estudo de caso. As técnicas de coleta de dados utilizadas foram pesquisa bibliográfica, questionário e pesquisa documental. O resultado da análise aponta que as cooperativas de crédito também podem profissionalizar-se e que há uma estreita relação de sua gestão com o empreendedorismo. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Cooperativismo. Gestão. Profissionalização. Empreendedorismo.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (licia_jachs@yahoo.com.br e ernanic@feevale.br)



GESTÃO PROFISSIONALIZADA E O ÊXITO DO EMPREENDIMENTO FAMILIAR

Tássia Warken da Rosa¹; Ernani Cesar de Freitas²

Este artigo aborda o tema gestão profissionalizada do empreendimento familiar, em especial quanto à sua relação com processos sucessórios e o êxito da empresa. Justifica-se porque as empresas familiares representam grande parcela das organizações e compartilham dificuldades recorrentes, em sua maioria decorrentes da falta de profissionalização na sua gestão. Como objetivo geral, neste estudo, se propõe mostrar a importância da gestão profissional em empresas familiares para que empreendimentos tornem-se negócios de sucesso, facilitando seu crescimento e perpetuidade. O estudo foi baseado em fundamentos teóricos como empreendedorismo (HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2008; DORNELAS; TIMMONS; SPINELLI, 2010); empresa familiar (STEINBERG; BLUMENTHAL, 2011; BERNHOEFT; OLIVEIRA, 1991); cultura organizacional (SCHEIN, 2009; DIAS, 2003); gestão profissionalizada (FREITAS, 2005; CASILLAS; FERNÁNDEZ; SÁNCHEZ, 2007); e sucessão (BERNHOEFT, 1989; STAUDT, 2006). A pesquisa foi de natureza aplicada, exploratória e descritiva, com base em pesquisa bibliográfica e estudo de casos múltiplos. As técnicas utilizadas foram a pesquisa bibliográfica e a entrevista não-estruturada. Como resultado, verificou-se que a profissionalização da gestão de empresas familiares é fundamental para o êxito desses empreendimentos, para que tenham perpetuidade e segurança em aproveitar novas oportunidades de mercado. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Empresas Familiares. Gestão Profissionalizada. Sucessão. Empreendedorismo de Oportunidade. Cultura Organizacional.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (tassia.warken@hotmail.com e ernanic@feevale.br)



Inclusão de Pessoas com Deficiência: Análise das Práticas de Inclusão de Pessoas com Deficiência e suas Atividades de Trabalho na Empresa XYZ.

Mariana Delgado Monteiro de Araujo¹; Deise Marques Chamorro¹; Dusan Schreiber²

A inclusão de pessoas com deficiência é um estudo de relevância no que tange às práticas de Responsabilidade Social Empresarial. Segundo o último censo do IBGE realizado no ano de 2010, as pessoas com deficiência representam 23,9% da população brasileira. Através da inclusão profissional, as empresas realizam um papel importante na igualdade das oportunidades para esse grupo de pessoas. Desde o ano de 1981, declarado pela ONU como ano internacional da pessoa com deficiência, iniciou-se a preocupação efetiva com a participação plena e a igualdade do deficiente. Através de pesquisa documental e pesquisa participante, buscou-se analisar os processos de inclusão na empresa XYZ. A fundamentação teórica toma por base, Bahia (2006), Manuais publicados pelo Instituto Ethos, Lei de Cotas Lei nº 8.213/91 e as leis complementares necessárias para o completo entendimento e melhor interpretação da Lei das Cotas e para o olhar sobre a atividade de trabalho, levamos em conta aspectos apontados na perspectiva ergológica, a partir do filósofo Yves Schwartz (2000, p. 485) para o qual “toda a atividade de trabalho é sempre, em algum grau, de um lado, descritível como um protocolo experimental e, de outro, experiência e encontro”. Um estudo de caso único, onde foram realizadas visitas na empresa, com o pesquisador diretamente envolvido e analisados os documentos e registros da empresa, com o objetivo de estudar os diversos aspectos da inclusão de pessoas com deficiência orientada pela análise do conteúdo. Foram observadas práticas de inclusão de pessoas com deficiência com o objetivo de desenvolver as capacidades laborais dos profissionais, com a análise percebeu-se que as atividades de inclusão estão mais difundida na área de manufatura da empresa, nas áreas administrativas encontram-se resistências à inclusão de pessoas com deficiência. A hipótese da perspectiva ergológica é que não se deve separar a relação entre o trabalho e o viver, nem reduzir a atividade de trabalho a uma aplicação de procedimento. (FEEVALE; UNISINOS; FEEVALE)

Palavras-chave: Pessoas com Deficiência. Inclusão Profissional. Atividade de Trabalho. Ergologia.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (maridma@gmail.com e dusan@feevale.br)



MAPEAMENTO DE PROCESSOS ATUANDO PARA A MELHORIA DO CICLO OPERACIONAL DO PRODUTO CARTÃO DE CRÉDITO DE UMA AGÊNCIA BANCÁRIA

William Rodrigo Dilkin¹; Felipe Morais Menezes²

O mercado dos cartões de crédito está em ampla expansão no mercado brasileiro, desta forma, podendo ser diferente, o mercado encontra-se cada vez mais concorrido, ou seja, atender as necessidades e expectativas dos clientes passa a ser um diferencial competitivo entre as empresas. Neste sentido, o estudo possui como objetivo geral analisar como a ferramenta de mapeamento de processos pode auxiliar na identificação dos processos ineficazes no ciclo operacional do produto cartão de crédito. Como fundamentação teórica foi abordado o conceito de serviços, serviços bancários, qualidade nos serviços, ciclos de serviços, organização, sistemas, métodos organizacionais, processos, fluxograma, tipos de fluxogramas e mapeamento de processos. A pesquisa foi classificada como exploratória e com análise qualitativa. Em relação aos seus procedimentos técnicos, o estudo se enquadrou como pesquisa bibliográfica e também como estudo de caso na agência do HSBC de Novo Hamburgo (RS). Para coleta e análise das informações, foram realizadas entrevistas não estruturadas, observação direta nos processos com a participação dos colaboradores responsáveis e auxílio de documentos disponibilizados na empresa. O mapa dos processos é apresentado na forma de fluxograma gráfico e descritivo possibilitando a identificação de processos falhos, sugerindo melhorias e indicadores para monitorar as etapas do ciclo operacional do cartão de crédito. Após a análise dos dados coletados, os resultados encontrados demonstram a importância da ferramenta mapeamento de processos, uma vez que proporcionaram identificar processos ineficazes através da elaboração do fluxograma do processo, o que permitiu mapear as principais falhas, possibilitando assim, sugerir melhorias e indicadores a logística dos cartões de crédito (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Serviços Bancários – Cartão de Crédito – Processos – Fluxograma

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (wyl_ev@hotmail.com e felipemenezes@feevale.br)



MODELO DE GESTÃO DA LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO DOS PRODUTOS STIHL NO MERCADO NACIONAL

César Reginaldo do Amaral¹; Fernando Gomes Ritter²

A presente pesquisa teve por objetivo geral a análise dos resultados obtidos com a implementação do modelo de gestão 4PL (*fourth party logisti*) na distribuição dos produtos da empresa Stihl Ferramentas Motorizadas em território nacional. Para atender ao objetivo geral desenvolveram-se os seguintes objetivos específicos: descrever o modelo de gestão anterior e o atual, identificar os motivos que levaram a Stihl a optar pela mudança, analisar as vantagens e desvantagens após aplicação do 4PL e identificar oportunidades de melhoria. Para o desenvolvimento do trabalho utilizou-se o estudo de caso, observação participante, coleta de dados de fontes secundárias e entrevistas com funcionários das empresas envolvidas no processo. Os resultados do estudo demonstram que o modelo 4PL aplicado na Stihl trouxe benefícios para a área de logística da empresa. O nível de qualidade do transporte contratado elevou-se e a transição do 3PL para o 4PL oportunizou maior conhecimento dos processos executados na distribuição de seus produtos. Por outro lado, a configuração atual do modelo permite discutir sua eficácia considerando o conceito de 4PL, pois não existe um conhecimento profundo da cadeia de suprimentos da Stihl por parte do seu Integrador Logístico. Este conhecimento é fundamental, no intuito de propor inovações que permitam o aumento da qualidade dos serviços e redução de custos para o seu cliente. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Logística. Party Logistics. Stihl. Terceirização. 4PL.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (amaral.rgs@gmail.com e fgitter@gmail.com)



O Diagnóstico Participativo como estratégia no processo de gestão de uma Cooperativa de Reciclagem de Resíduos Sólidos Urbanos de Esteio/RS.

Rita de Cássia da Rosa Sampaio Brochier¹; Mychel da Silva Romero¹; Robinson Henrique Scholz²

Este estudo tem por objetivo demonstrar o processo de construção do Diagnóstico Participativo realizado a Cooperativa de Trabalho de Recicladores do Município de Esteio - COOTRE, para pensar estrategicamente seu processo de gestão, visando o desenvolvimento de uma tecnologia social. Por meio de diversos estudos sobre tecnologia social, esta contribui para a inclusão e transformação social, especialmente quando se compartilha o saber popular e o conhecimento científico. A metodologia utilizada foi participativa baseada nos princípios da educação popular. Entende-se que a educação popular busca a reflexão sobre o próprio fazer, a interação e o desenvolvimento de potencialidades voltadas a outras formas de relações de trabalho, de sociedade e de vida. Foram realizados oito encontros no período de novembro de 2012 a março de 2013 na sede da COOTRE. Participaram de forma coletiva os 22 cooperativados, onde a cada encontro foram construídas as etapas do Diagnóstico Participativo: Negócio, Princípios, Missão e Visão. Conclui-se que os resultados foram alcançados, conforme as etapas que seguem: **Negócio** preservar o Meio Ambiente. **Missão** Preservar o Meio Ambiente através da reciclagem de resíduos sólidos no município de Esteio, contribuindo para a qualidade de vida da população. **Princípios** Comprometimento com o meio Ambiente; Valorização dos cooperados; Organização; União; Diálogo em grupo; Transparência; Respeito com os colegas; Valorização do trabalho; Preservação da vida e da saúde **Visão** Ser reconhecida pelo trabalho responsável de reciclagem de resíduos sólidos, pela união dos cooperados, gerando renda e preservando o meio ambiente, até 2017. A partir desta experiência, percebeu-se a importância da construção coletiva através da educação popular, pois foi notória a evolução do grupo durante os encontros realizados. Assim, entende-se que a multiplicação da metodologia do diagnóstico participativo é instigadora da criação de tecnologias sociais. (CENTRO UNIVERSITÁRIO UNILASALLE)

Palavras-chave: Diagnóstico Participativo. Cooperativismo. Educação Popular.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (ritadecassiasampaio@ig.com.br e robinsonscholz@hotmail.com)



O Impacto das Restrições de Trânsito na Distribuição Urbana de Cargas: Estudo de Caso da Empresa Transduarte

Rodrigo de Oliveira¹; Fernando Gomes Ritter²

A distribuição de cargas em centros urbanos é atualmente um dos grandes desafios logísticos enfrentados pelas empresas transportadoras. Neste ambiente, onde a frota de veículos cresce exponencialmente, onde o adensamento populacional nas grandes cidades é uma realidade e o investimento público em mobilidade urbana é vagaroso, a implantação de restrições de trânsito a veículos pesados é recorrente e preocupante. Com a ascendência das classes sociais beneficiadas pela estabilidade econômica brasileira e com o conseqüente aumento do consumo, cada vez mais se torna necessário mensurar quais são os impactos destas restrições para as empresas e para o meio ambiente, oportunizando assim o desenvolvimento de ações para a minimização dos impactos negativos causados. Assim, este estudo objetivou quantificar os impactos causados pelas restrições de trânsito nas operações logísticas da transportadora Transduarte, na cidade de São Paulo. Para isso foi realizada uma revisão teórica a partir da pesquisa bibliográfica em relação ao tema, com foco no resgate de conceitos de logística, de estratégias logísticas, de modais de transportes e principalmente, de restrições à distribuição de cargas em centros urbanos. Os resultados foram obtidos a partir do procedimento de pesquisa documental, com abordagem quantitativa de um conjunto de indicadores de desempenho logístico, traçando assim um comparativo do antes e do após a implantação destas restrições. Notou-se com os resultados da pesquisa que os impactos das medidas de restrições foram significativos e negativos tanto para a empresa, quanto para o meio ambiente, afirmação esta comprovada pelo aumento de 86,43% no deslocamento de frota para a movimentação de uma tonelada de carga, pelo aumento de 75,32% no deslocamento de frota para o faturamento de R\$ 1.000,00, pela diminuição do aproveitamento da capacidade de carga dos veículos em 16,96%, pelo aumento de 22,84% no consumo de combustível para a movimentação de uma tonelada de carga, pelo aumento de 54,48% do custo de manutenção de frota quando comparado ao peso transportado e pelo aumento de 22,84% da geração de dióxido de carbono (CO₂), um dos gases causadores do efeito estufa. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Logística. Transporte. Distribuição urbana. Restrições de trânsito.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (rdoliveira777@gmail.com e fgritter@gmail.com)



O Perfil dos Empreendedores que Utilizaram o Microcrédito Produtivo Orientado.

Rodrigo de Araujo Azambuja¹; Katia Fernanda Isse²

Este trabalho abrange o empreendedor e a necessidade de crédito existente para a expansão do negócio, explica a formação de linhas de microcrédito governamentais para promover este desenvolvimento. O objetivo desta pesquisa é demonstrar o perfil dos empreendedores que utilizaram o microcrédito em São Leopoldo-RS, no Programa Gaúcho de Microcrédito e no Programa Crescer, apresentando o número, gênero e faixa etária dos tomadores, o segmento da economia e a formalidade dos negócios, bem como os valores liberados no período de Abril de 2012 a Abril de 2013 e a finalidade dos empréstimos concedidos. O microcrédito produtivo orientado (MPO) possui metodologia diferente da usual, neste caso a instituição é quem procura o público-alvo, o crédito é exclusivo para atividades produtivas, sendo realizado o assessoramento antes e após a tomada dos recursos através do agente de microcrédito. O método utilizado é a pesquisa quantitativa a partir dos dados obtidos através da concessão destes recursos realizados como profissional na área, função a qual desempenhei no período referenciado anteriormente pelos dois programas citados. Os resultados mostram as mulheres como as principais tomadoras dos recursos do MPO, a faixa etária de maior índice destacou pessoas com idades entre 31 e 50 anos, o comércio foi o segmento de maior procura por estes recursos, constatou-se que na finalidade das operações o investimento foi mais requisitado frente ao capital de giro e a grande maioria destas microempresas são informais, o total de recursos liberados atingiu a marca de R\$ 503.165,00 em 187 operações, com média de 15 microcréditos mensais com valores de R\$ 2.690,72 cada, os prazos contratados concentraram-se na média de 14 prestações, desta forma se obtém o perfil dos microempreendedores beneficiados pelos recursos presentes no MPO. Como conclusão destaca-se a importância deste trabalho na identificação deste público-alvo, produzindo conhecimentos científicos necessários para embasar as próximas ações de MPO, subsidiando com informações pertinentes estas políticas de auxílio às microempresas com pouco acesso a recursos financeiros, proporcionando maior eficácia nos resultados a serem obtidos futuramente promovendo assim uma eficiência maior na abrangência da promoção do microcrédito para o desenvolvimento da economia local de cada região. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: microcrédito produtivo orientado. empreendedor. crédito. agente de microcrédito. programa gaúcho de microcrédito. programa crescer.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (rodrigo-city@hotmail.com e katiadf@feevale.br)



O SGA como ferramenta de otimização de uso de recursos materiais e financeiros no comércio: o caso de uma grande varejista de veículos do RS.

Adriano Cristian Gewehr¹; Dusan Schreiber²

A mudança de postura da sociedade em relação ao meio ambiente tem exigido das organizações adaptação de suas práticas organizacionais, independente do seu segmento de atuação. Desta forma cada vez maior número de organizações tem inserido dentro das suas estratégias ações voltadas para a preservação do meio ambiente. O desafio relevante consiste em conciliar a operacionalização destas ações com os objetivos econômicos, enquanto fins precípuos da organização. Tal dualidade justifica a importância deste tipo de pesquisa. Estes fatores, têm estimulado a concepção de modelos de gestão, que visem a otimização dos recursos materiais da empresa com uma utilização mais sustentável dos recursos naturais, dentro de uma abordagem sistêmica. Esta pesquisa procurou explorar como a implantação e o funcionamento de um Sistema de Gestão Ambiental pode propiciar um consumo mais eficiente e sustentável dos recursos organizacionais, otimizando os recursos financeiros alocados. Trata-se de uma pesquisa descritiva, devidamente amparada em dados secundários no que tange à construção do embasamento do estudo, e em dados primários extraídos da organização objeto de estudo. Tais dados foram coletados via entrevistas não estruturadas. O estudo de caso foi realizado no município de Novo Hamburgo, em uma grande concessionária de veículos, pertencente ao segmento de comércio varejista que possui certificação da ISO14.001 há mais de dois anos. Observou-se que as ações que emergem do funcionamento do SGA na ALPHA, respaldam o modelo teórico sugerido por Epstein e Roy (1998), no que tange a melhoria do desempenho ambiental, através do gerenciamento das obrigações e riscos ambientais. Os resultados do estudo também corroboram o modelo referenciado por Oliveira et al (2011), para quem a preocupação para com os impactos ambientais significa a oportunidade de repensar e remodelar métodos poluidores substituindo-os por não-poluidores, possibilitando ampliar os lucros a médio e longo prazo, sem interrupções nas operações por autuações. Em suma, os resultados das ações analisadas, evidenciam a capacidade de um SGA em gerar um modelo de gestão como resposta as demandas ambientais, maximizando os recursos internos da empresa, algo já proposto por Barney e Hesterly (1996, apud, JÚNIOR; BULGACOV; BARANIUK, 2004); e conseqüentemente otimizando os esforços financeiros. (FEEVALE)

Palavras-chave: Ambiental. Gestão. Recursos.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (tenoacg@yahoo.com.br e dusan@feevale.br)



OTIMIZANDO O SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE COM O BALANCED SCORECARD

Cleverson Eduardo Goedtel¹; Renata Gheno²

O presente trabalho monográfico, intitulado, Otimizando o Sistema de Gestão da Qualidade Com O Balanced Scorecard, é resultado de uma pesquisa que procurou investigar os benefícios que a união destas duas ferramentas pode trazer para uma melhor gestão das empresas, através de indicadores de desempenho. A pesquisa teve como objetivo apresentar as ferramentas de gestão Balanced Scorecard e o Sistema de Gestão da Qualidade, abordando suas respectivas características. Os dados foram coletados em bibliografias, sites e artigos relacionados a ambos os temas, além da aplicação de uma pesquisa qualitativa em três diferentes empresas dos segmentos industrial e serviço na região do Vale dos Sinos, estado do Rio Grande do Sul. Na análise pode se observar que tanto o Sistema de Gestão da Qualidade, quanto a ferramenta Balanced Scorecard, são fundamentais para a prática da gestão de indicadores, porém, quando tratadas em sinergia, tendem a gerar um melhor resultado para a organização. (FEEVALE)

Palavras-chave: Sistema de Gestão da Qualidade - Balanced Scorecard - Indicadores de Desempenho.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (cleverson@feevale.br e renatag@feevale.br)



OUTSOURCING COMO DIFERENCIAL ESTRATÉGICO PROPORCIONADO POR UMA EMPRESA LOGÍSTICA.

Gerson Lanzer¹; Cleusa Maria Marques Frezza²

Muito recentemente, a Logística assumiu lugar de destaque nas empresas, pois auxilia no seu planejamento estratégico. É ela que realiza as movimentações e atendimentos para que os produtos ou serviços estejam disponíveis aos clientes na quantidade adequada, no tempo exato e no lugar certo com menor custo, maximizando lucro e minimizando despesas. O tema abordado neste estudo é a Logística e a terceirização como diferencial estratégico. O objetivo geral é proporcionar ao acadêmico conhecimento teórico com a contextualização da área de logística auxiliando a formação profissional. O objetivo específico é formar uma base de conhecimento teórico sobre Logística Empresarial, Estratégia de Logística, Logística: uma fonte de serviços, Terceirização e Mensuração dos serviços. A metodologia usada é a pesquisa aplicada buscando solução de problemas através da geração de conhecimento, pesquisa descritiva e bibliográfica, bem como uma abordagem qualitativa. Neste estudo, percebeu-se que o setor de notas fiscais e fretes está focado em controles e baseado em conhecimento, comprometimento e confiança. Os resultados parciais apontam que a parceria entre empresas é a solução para melhores índices de serviços e redução de custos. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Logística, planejamento, estratégia, terceirização, mensuração.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (gersonlanzer@yahoo.com.br e cleusammf@feevale.br)



PLANEJAMENTO DE MARKETING COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

Madger Ilha da Silva¹; Cleusa Maria Marques Frezza²

A proposta estabelecida neste estudo visa à aplicação da teoria junto ao ambiente profissional, proporcionando ao pesquisador a experiência e o exercício necessários para a execução da profissão do curso de administração de empresas. Este estudo objetiva realizar a revisão de uma teoria administrativa específica e a fundamentação teórica de uma área organizacional. Foram abordadas a teoria estruturalista da administração e a área de marketing, respectivamente. Esta revisão visa à construção de um relatório contendo os pontos fundamentais da teoria estudada, com seus principais estudiosos, seus subsídios para a teoria e a realização de uma crítica às contribuições destes estudiosos. Quanto à metodologia utilizada para a realização deste estudo adotou-se a pesquisa descritiva bibliográfica seguida por um estudo de caso realizado em uma empresa. Como resultado desta revisão bibliográfica pode-se apontar que se obteve um maior conhecimento sobre a teoria estruturalista e a área de marketing, com seus conceitos e princípios. A Teoria estruturalista teve como sua grande contribuição uma nova forma de visualizar as organizações, com uma abordagem interorganizacional, de sistema aberto, onde o todo é maior que a soma das partes integrantes; o que a diferenciou das demais teorias elaboradas até então. O ser humano passou a ser tratado de forma diferenciada, nesta teoria os conflitos do momento foram levados em conta no comportamento das pessoas, abriu-se espaços par a informalidade dentro das organizações. O marketing, que pode ser definido como, o processo de atender necessidades e desejos das pessoas, está se perpetuando como uma área relevante no ambiente empresarial, contribuindo para o alcance dos objetivos estratégicos das organizações e estabelecendo-se como uma ferramenta de diferencial competitivo. (FEEVALE)

Palavras-chave: Teoria Geral da Administração. Teoria Estruturalista. Fundamentos de Marketing. Diferencial competitivo.

¹Autor(es) ²Orientador(es)



PROPOSIÇÃO DE MODELO DE GESTÃO DE INOVAÇÃO EM UMA EMPRESA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE TI

Cristofer Adriano Grings¹; Dusan Schreiber²

Este trabalho objetiva analisar como ocorre o processo de inovação em uma empresa que presta serviços de tecnologia da informação, visando propor um modelo de gestão de inovação mais aderente à realidade atual e alinhado à estratégia organizacional da empresa estudada. Considerando que a maioria das inovações tem caráter incremental, o processo de decisão para o gerenciamento de inovação organizacional deve propiciar condições adequadas para combinar as metas financeiras com os objetivos relacionados à inovação de produtos e processos. Neste cenário, a gestão da inovação se torna uma prática fundamental às organizações que dependem do desenvolvimento de novas ideias para gerar valor e competitividade no ambiente onde estão inseridas. Para obter as informações necessárias, foi desenvolvido um estudo teórico aprofundado sobre serviços, atividades de tecnologia da informação, bem como, sobre os temas centrais desta pesquisa: inovação e gestão da inovação. Para facultar a compreensão do processo de inovação em serviços de tecnologia da informação optou-se pela realização de um estudo de caso único, por meio de abordagem qualitativa, pesquisa exploratória e descritiva, em uma organização do segmento localizada na região sul do país. A fundamentação teórica, realizada por meio de pesquisa em livros, artigos científicos, dissertações e sites na *internet* possibilitou a descrição do processo de inovação em serviços, norteando a construção do roteiro de questões que fizeram parte de entrevistas semiestruturadas, aplicadas aos três colaboradores da área objeto de estudo, o que contribuiu para elencar os pontos a serem observados pelo pesquisador na proposição do modelo de gestão de inovação. Através da análise dos resultados, da análise do conteúdo e da observação do pesquisador, foi possível evidenciar as dificuldades específicas da área quanto ao processo de inovação e com isto, propor um modelo de gestão baseado no sistema *Stage-Gate* de Robert G. Cooper para sanar os problemas encontrados e tornar os esforços do desenvolvimento das ideias mais efetivos no que tange o maior aproveitamento dos recursos envolvidos e o aumento da visibilidade das inovações produzidas. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Inovação; Tecnologia da Informação; Gestão da Inovação; Stage-Gate.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (gringscris@gmail.com e dusan@feevale.br)



Qualidade de Vida no Trabalho - Estudo de Caso

Rodrigo Garcia Martins¹; Renata Gheno²

Diante a um cenário mercadológico a busca pela qualidade tem se destacado a cada ano, fazendo com que as organizações exijam de seus empregados o máximo de empenho em suas atividades. Com isso, o desgaste físico e mental é resultado de um ambiente promíscuo onde não há preocupação com a saúde e o bem-estar do trabalhador. Este trabalho tem como objetivo geral identificar e analisar os impactos das políticas e práticas de gestão da qualidade de vida no trabalho em uma empresa operadora e prestadora de planos de saúde com área de atuação no Vale do Sinos. Para a pesquisa as informações foram coletadas por meio de documentação indireta, através de pesquisa bibliográfica em livros e artigos; pesquisa documental; entrevista e observação participante. Por meio da pesquisa bibliográfica, foi possível conhecer teorias sobre a Gestão de Pessoas, o Trabalho e a Qualidade de Vida no Trabalho, entre outros aspectos. As análises foram baseadas nos resultados de questões escolhidas da Pesquisa de Clima Organizacional dos anos de 2011 e 2012, na qual foi possível identificar o grau de satisfação dos colaboradores em relação a qualidade de vida no trabalho. Mesmo com a redução dos índices em 2012, nota-se que a empresa possui políticas e ações que promovam o bem-estar e saúde e busca o aperfeiçoamento constante em suas práticas internas. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Saúde. Gestão de Pessoas. Qualidade de Vida no Trabalho. Satisfação.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (rgarciamartins@bol.com.br e renatag@feevale.br)



UTILIZAÇÃO DO PLANEJAMENTO DE VENDAS E OPERAÇÕES (S&OP) COMO FERRAMENTA DE GESTÃO - ESTUDO DE CASO NA EMPRESA ARTECOLA

Daniela Aparecida Torres¹; Fabiano André Trein²

O presente trabalho aborda como tema central o Planejamento de Vendas e Operações (*Sales & Operations Planning - S&OP*), tendo como objetivo geral identificar a importância da utilização do S&OP enquanto ferramenta de gestão na empresa estudada, a partir do estudo do processo desenvolvido na mesma. A exigência de processos avançados e integrados é imposta pela competição no mundo dos negócios, e tais processos, como o implementado pela empresa-alvo desse estudo, podem representar a chave para tornar as empresas mais competitivas. Mediante pesquisa bibliográfica buscou-se maior conhecimento e embasamento teórico na área de logística e operações. A pesquisa de campo teve uma abordagem qualitativa, baseada no estudo de caso da Arteccla Indústrias Químicas Ltda, localizada na cidade de Campo Bom, Estado do Rio Grande do Sul. O método da pesquisa foi estruturado através de entrevistas informais diretas semiestruturadas com os colaboradores que participam do processo tanto no nível tático como operacional, e também através da observação-participante e análise documental. Com base nesse estudo foi possível evidenciar a importância do processo e os benefícios decorrentes do S&OP para a empresa e para a melhoria das atividades dos colaboradores, assim como também foi possível identificar e sugerir as possíveis melhorias no processo. Através desse estudo pode-se identificar que a implementação foi bastante metodológica, iniciando-se através de estudos teóricos e análise de ferramentas, do envolvimento da alta administração e então propriamente do desenho do processo e implementação operacional. Houve resistência por parte dos colaboradores envolvidos, principalmente por tratar-se de um processo abrangente, sistemático e de mudança da cultura da empresa. No entanto, através desse estudo de caso foi possível evidenciar que após 3 anos do início da implementação os colaboradores atualmente percebem a importância e os benefícios do uso do processo S&OP para suas atividades e para os resultados da empresa. Ficou nítido que há entre os colaboradores das diversas áreas envolvidas a visão e interesse por um melhor balanceamento entre oferta e demanda. De modo geral, a avaliação da utilização do processo foi positiva, pois os entrevistados foram unânimes em afirmar que o processo trouxe contribuições para a gestão da empresa e também observou-se que o processo S&OP é de fato uma ferramenta de gestão importante para a empresa e é utilizado para a tomada de decisões. (UNIVERSIDADE FEEVALE)

Palavras-chave: Gestão de Operações. Planejamento de Produção e Materiais. Gestão de estoques.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (daniela.torres@artecola.com.br e fabianotrein@feevale.br)