

REDES DE VALOR: UMA ADAPTAÇÃO NECESSÁRIA

Tiago da Costa: Leilane Pothin Preuss
FAP - Faculdade Adventista Paranaense, Ivatuba - Paraná

Luis Daniel Pittini Strumiello (Orientador)
FAP - Faculdade Adventista Paranaense, Ivatuba - Paraná

A competição vem sendo a energia que faz a engrenagem da economia girar eficientemente. Essa tem se intensificado cada dia, exigindo das empresas maior eficácia e aprimoramento de bens e serviços. Com tantos mecanismos de gestão que compatibilizam níveis hierárquicos, menos pessoas têm que realizar mais, e com maior eficiência. Desta maneira, as organizações precisam de elementos que possam tornar o que fazem excelente, configurando-se uma tarefa difícil, usar somente suas forças para alcançar os objetivos esperados. A necessidade de agregar valor a um bem, serviço e aos clientes, têm sido vital para as empresas. Avanços tecnológicos, inovações mercadológicas, entre outros fatores, têm tornado o consumidor mais exigente. O compartilhamento e integração de informações são aspectos essenciais para viabilizar e suportar processos de agregação de valor em cadeias de negócios. A importância da Rede de Valor acontece justamente neste ponto, quando se faz necessária a integração de empresas para melhoria do todo. O trabalho fará uma breve abordagem do histórico e da proposta da aplicação da Rede de Valor, mostrando a importância de estabelecer vínculos para a sobrevivência de empresas no mundo dos negócios. Pretende-se: Mostrar a Rede de Valor como diferencial que pode dar suporte a empresas que têm tido dificuldades de permanência no mercado, ou de alcançar resultados satisfatórios; enfatizar a importância das relações que as organizações devem estabelecer com todos aqueles que possam, direta ou indiretamente, influir na agregação de valor ao um bem ou serviço. A pesquisa empreendida teve caráter teórico-empírico, desenvolvida na forma de estudo exploratório e descritivo. Esses estudos exploratórios foram efetivados através de pesquisa bibliográfica e entrevistas. Partiu-se então, para a análise de campo, executando-a através das técnicas de entrevista semi-estruturada e a observação empírica. Com os dados obtidos efetuou-se sua descrição e análise e a formulação de hipóteses. Sabendo que a Rede de Valor não é um processo que depende somente de uma das partes, e sim que envolve toda uma cadeia de organizações, os resultados tendem a se evidenciar após um processo lento e de completa conscientização de todos os envolvidos no processo. Por isso os resultados ainda são parciais, levando-se em conta o período de adaptação a um novo paradigma. A Rede de Valor contribuirá para a construção de um diferencial competitivo, que se traduzirá na satisfação de todos os envolvidos na Rede de Valor, atendendo aos objetivos mútuos das empresas e dos clientes.

Faculdade Adventista Paranaense

tiago.costa@iap.org.br; strumiello@iap.org.br