

3. Características da Pesquisa

Este capítulo apresenta inicialmente características do mercado brasileiro das empresas produtoras de filmes e alguns dados referentes ao respectivo segmento nos últimos anos. Posteriormente, o método de pesquisa utilizado é descrito.

3.1. Mercado cinematográfico no Brasil

O mercado cinematográfico brasileiro é caracterizado, assim como na maior parte dos países em desenvolvimento, pelo amplo domínio do produto importado americano. A geografia do setor cinematográfico nacional apresenta o sudeste brasileiro como o principal centro produtor (Ministério da Cultura, 2011).

Segundo a Agência Nacional de Cinema - ANCINE (2011), a distribuição das produções brasileiras em 2010 foi feita por 46 empresas, sendo que 31 delas distribuíram exclusivamente filmes nacionais. A ANCINE (2011) também cita que as empresas internacionais foram responsáveis pela distribuição de 22,06% dos títulos brasileiros e totalizaram 39,58% dos espectadores. Entre as distribuidoras independentes, o maior destaque coube à Zazen, que distribuiu apenas um título, o “Tropa de Elite 2”, e teve uma participação de público de 8,20%. O sucesso desse filme ainda levou a produtora Zazen a ocupar a liderança do *ranking* de obras brasileiras com um total de 43,70% do público.

Atualmente, o mercado nacional tem 54,87% da participação voltada às empresas internacionais e 45,13% por distribuidoras independentes (ANCINE, 2011). A Tabela 9 apresenta as 10 (dez) maiores rendas entre os meses de dezembro de 2010 e maio de 2011, e a participação no mercado brasileiro por distribuidoras.

Tabela 9: Participação de Mercado por Distribuidoras – Renda no Brasil - Período: dezembro de 2010 a maio de 2011 (adaptado de ANCINE, 2011)

Distribuidora	Renda (R\$) x 1000	Participação
Sony/Disney (Columbia)	54.015	36,08%
Downtown (Freespirit)	26.186	17,49%
Fox	25.782	17,22%
Warner	15.241	10,18%
Paramount/Universal	12.883	8,61%
Imagem (Wmix)	8.550	5,71%
Paris (SM)	1.501	1,00%
Playarte	1.297	0,87%
Europa (Cannes)	1.237	0,83%
Zazen	1.147	0,77%
Outras	-	1,24%

A produtora analisada nesta dissertação possui cerca de 10 (dez) estúdios com área total de 8.000 m². Ela utiliza para gravações externas 30 (trinta) unidades portáteis de produção e 04 (quatro) unidades móveis com 16 (dezesesseis) câmeras, que equivalem a estúdio sobre rodas. Ainda possui 1 (uma) fábrica de cenários para estúdios, 17 (dezesete) cidades cenográficas, 8 (oito) almoxarifados de materiais/equipamentos, uma 01 (uma) confecção de roupas com 13 (treze) almoxarifados de figurinos, sendo 1 (um) central denominado de “acervo de figurino”, 12 (doze) de produção denominados de “cativos”.

Este estudo é focado nas atividades que ocorrem dentro do almoxarifado central e em apenas um dos almoxarifados cativos, uma vez que as atividades nos demais almoxarifados cativos se repetem. Atualmente essa produtora cria, edita e veicula mais de dois mil longas-metragens por ano movimentando 12.000 itens no atendimento as produções.

3.2. Método de pesquisa

Este trabalho foi desenvolvido inicialmente com a análise de material bibliográfico disponível na literatura acadêmica, por meio do qual se pode delimitar a linha de pesquisa, bem como oferecer maior embasamento ao desenvolvimento do tema. Posteriormente foram feitas entrevistas *in loco*, não estruturadas, para mapear os processos com o coordenador de logística,

responsável pela gestão dos almoxarifados na produtora, e com o profissional envolvido diretamente na implantação da tecnologia RFID na respectiva empresa. As mesmas foram guiadas por um questionário que continha os seguintes pontos: 1- Dados da empresa; 2- Descrição sobre o processo anterior, com os seus principais problemas; 3- Objetivos do projeto; 4- Motivos pela escolha da tecnologia RFID; 5- Descrição do processo após a implementação da nova tecnologia, com o fluxo do processo, indicando os pontos de leitura e quais as informações/recursos utilizados; 6- Resultados obtidos. Durante as entrevistas foram efetuadas observações diretas e consultas nos sistemas de informação da empresa.