

Editorial

¹Alfredo Passos

Prezado Leitor,

É com muita satisfação que apresento o volume 5 e número 3 do mês de julho a setembro de 2015 da Revista Inteligência Competitiva.

Os artigos e relatórios aqui submetidos, avaliados e aprovados contribuem sobremaneira para os estudos científicos de Inteligência Competitiva no Brasil e em língua portuguesa.

Nesta edição, Fernanda Rocha Bortoluzzi, Greice Back e Pelayo Munhoz Olea são autores do artigo "INOVAÇÃO EMPRESARIAL E REDES DE INOVAÇÃO: UMA RELAÇÃO ENTRE OS CONCEITOS DE INOVAÇÃO E COMPETÊNCIA" que tem como objetivo a investigação, verificar se as produções científicas relacionam *innovation and competence*, e quais relações são decorrentes destes conceitos. Como método utilizaram uma revisão não-sistemática da literatura e as bases de dados: Emerald, Scielo e Science Direct. Entre os resultados obtiveram vinte e quatro artigos, que demonstram existir relação entre os conceitos. As relações encontradas foram: inovação aberta, inovação como emergência, inovação radical, inovação como competência, redes de inovação e inovação empresarial. Sendo com maior frequência encontradas as relações: redes de inovação e inovação empresarial as quais ganham destaque por sua preferência entre os autores.

O artigo "A AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE UM SISTEMA DE METRÔ" dos autores, Kétsia Rizane Lima, Luiz Rodrigo Cunha Moura, Gustavo Quiroga Souki e Gustavo Quiroga Souki traz a mensuração da qualidade percebida pelos clientes e, conseqüentemente, a tomada de decisões que gerem melhoria dos serviços sob a ótica dos clientes é importante para a competitividade das organizações face ao ambiente de concorrência no qual a maioria delas se encontra, bem como em função de um ambiente externo instável. Este trabalho tem por objetivo principal avaliar a qualidade dos serviços do metrô de Belo Horizonte. Esta pesquisa teve duas etapas. Primeiramente foi realizada uma pesquisa exploratória com abordagem qualitativa com os gestores e usuários do metrô. Em seguida, a partir dos resultados obtidos, procedeu-se a segunda etapa da pesquisa do tipo descritiva e de natureza quantitativa. Foram avaliados 54 itens compreendendo fatores como os trens, assentos, infra-estrutura, funcionários, segurança, entre outros. Os resultados indicam que a avaliação geral por parte dos clientes é razoável, obtendo o valor de 5,96 pontos em uma escala de 0 a 10, sendo que 40 itens apresentaram uma nota média acima de 5 pontos e 14 itens apresentaram uma nota média abaixo de 5 pontos. Somente um item apresentou uma avaliação acima de 7 pontos, relacionado ao preço da passagem.

O Relatório Técnico-Científico de Antônio Carlos Almeida e Geysler Rogis Flor Bertolini com o título "GESTÃO POR COMPETÊNCIAS: RELATO TÉCNICO-CIENTÍFICO SOBRE A IMPLANTAÇÃO NA SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL DO BRASIL" aborda a gestão por competências implantada no âmbito da Secretaria da Receita Federal do Brasil - RFB. O objetivo do trabalho é analisar a implantação desse modelo na organização, assim como os resultados pretendidos e a sua adequação às organizações públicas. A metodologia empregada foi o estudo de caso, a partir da análise da estratégia de gestão de pessoas na

¹ Alfredo Passos. Editor Chefe. Revista Inteligência Competitiva. E-mail: profdrpassos@gmail.com

organização sob enfoque, no segmento da gestão por competências. No contexto do setor público e especificamente na organização estudada, onde não se verificaram maiores resistências à adoção do modelo, a ferramenta mostra-se adequada e sua implantação pode contribuir para a gestão de pessoas e a busca dos objetivos do planejamento estratégico. Na discussão do assunto são apresentadas algumas constatações e observações ao modelo e na conclusão é proposto o desenvolvimento de competências conforme o cargo como possibilidade de mitigação de riscos a que está sujeito o modelo.

Já a autora Vanessa Bólico da Silva com o artigo "ESTRATÉGIAS DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COMO SUPORTE À TOMADA DE DECISÃO" enfatiza a crescente concorrência no mercado constitui uma das principais preocupações dos gestores. As forças competitivas assim como a semelhança de equipamentos e serviços oferecidos pelos empreendimentos podem representar ameaças, principalmente às empresas que não monitoram os ambientes externo (concorrencial) e interno em busca de vantagens competitivas e maior segurança na tomada de decisão. O presente artigo tem por objetivo principal analisar as ferramentas de Inteligência Competitiva utilizadas pelas redes hoteleiras no Sul do Brasil como suporte à tomada de decisão. Este estudo, de caráter exploratório com abordagem qualitativa e quantitativa, utilizou-se de questionário estruturado que subsidiou a coleta de dados e informações obtidos a partir dos gestores e empresários de hotéis de grande porte pertencentes a redes hoteleiras situadas no Rio Grande do Sul. Os resultados apontam que as ferramentas de Inteligência Competitiva e as informações não estão sendo utilizadas de forma estratégica, no sentido de obter inteligência visando auxiliar o processo de tomada de decisão.

Siomara Boscato, Gilberto Pinzetta, Fernando Fantoni Bencke, Carla Cazella, Daniele Nespolo e Renato Breitenbach, autores de "ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA ALPHA" o artigo propõe avaliar a qualidade dos produtos e serviços prestados é uma necessidade constante para se tornar uma empresa competitiva. O presente estudo de caso na empresa Alpha, nome fictício, busca avaliar o grau de satisfação dos clientes da empresa e após análise dos dados propor melhorias necessárias para fidelização dos mesmos através de um plano de ação. O presente artigo utilizou uma abordagem quantitativa e exploratória. Do total de 520 clientes, retornam respondidos 226 questionários, obtendo uma taxa de retorno de 43%, considerada satisfatória para a análise dos dados. Diante do estudo foi possível identificar as necessidades e insatisfações com relação aos produtos e serviços oferecidos, podendo assim de acordo com os indicadores propor melhorias adequadas, com ações de Marketing baseando-se na teoria dos 4P's (Produto, Preço, Promoção e Praça), no intuito de aumentar os níveis de satisfação dos clientes com o objetivo final de fidelizá-los.

Para concluir esta edição, Leonardo Guimarães Garcia e Joice Rodrigues Mendonça trazem no artigo "USO DE FEIRAS DE NEGÓCIOS EM PROCESSOS DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA", apresentar o uso de uma feira de negócios do setor gráfico num processo de Inteligência Competitiva (IC) para uma startup produtora de software. Utilizou-se a Pesquisa-Ação como método de pesquisa, tendo a Expoprint Latin America 2014 como a feira utilizada. A coleta de informações na feira combinou dados cedidos pelos organizadores do evento, questionários aos participantes e análise in loco dos estandes da concorrência. Após a análise dessas informações, preparou-se um relatório de IC focado no desenvolvimento da estratégia. Esse conteúdo foi entregue e discutido em reuniões com os proprietários da startup, que o avaliaram e apresentaram suas impressões por meio de entrevistas semiestruturadas. Tanto as conclusões advindas das análises quanto a opinião dos proprietários da startup

indicam a viabilidade e a efetividade do uso das feiras de negócio em processos de IC com essa finalidade.

Aproveito a oportunidade para agradecer o apoio recebido dos autores desta edição e de todas as anteriores que sempre colaboram com seus documentos inéditos. Além disso, agradeço aos editores, bem como aos avaliadores ad hoc e à equipe de apoio da revista.

Boa leitura
Prof Dr. Alfredo Passos
Editor Chefe