

## Editorial

O segundo número de 2016, volume 6 da Revista Inteligência Competitiva conta com nove (9) artigos e um relatório de pesquisa.

### Artigo - p. 1-25

#### Título: ANÁLISE DAS POLÍTICAS DE GESTÃO DE PESSOAS NA EMPRESA VIDROS E VIDROS

Autores: Maiara Colpo; Alexandre Marcos Bonan; Nelson Santos Machado; Fernando Fantoni Bencke; Sayonara Teston

“Este artigo visou à análise das políticas de gestão de pessoas na empresa Vidros e Vidros. Buscou identificar as principais dificuldades existentes na gestão dos recursos humanos da empresa. Foram realizadas entrevistas com os gestores e aplicado questionário aos colaboradores, e identificadas as práticas de gestão de pessoas que poderiam melhor se adequar à empresa em estudo. Em relação aos procedimentos metodológicos, este artigo consiste em um estudo de caso, associado a uma pesquisa com abordagem exploratória, com enfoque qualitativo. No desenvolvimento do estudo foi possível constatar que as atuais ações de gestão de pessoas não estão inteiramente alinhadas com os interesses dos colaboradores. Foi possível apontar que a implantação de políticas de gestão de pessoas na empresa poderá contribuir positivamente para o sucesso da organização e para a satisfação de seus colaboradores”.

### Artigo - p. 26-5011

#### Título: INTELIGÊNCIA COMPETITIVA NO MERCADO DE *BUSINESS PROCESS OUTSOURCING* (BPO): ESTUDO DE MÉTODOS APLICADOS

Autor: Frederico Vidigal

“Objetivou-se investigar como são definidas as necessidades de informação, periodicidade, captação externa e interna, fontes e produtos de inteligência. Metodologicamente, a pesquisa qualitativa e descritiva envolveu entrevistas semiestruturadas com gestores de IC. Constatou-se o uso de análises estratégicas mercadológicas, fontes de informação externas e internas, informações mapeadas de forma cíclica e por terceiros. A definição de necessidades parte da diretoria comercial, que gera produtos informacionais para a decisão estratégica”.

### Artigo - p. 51-90:

#### Título: INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COMO ESTRATÉGIA DE GESTÃO EMPRESARIAL: ESTUDO EM UMA EMPRESA DE COMÉRCIO DE PRODUTOS VETERINÁRIOS

Autores: Rodrigo Bianchini Christo; Aleixina Maria Lopes Andalécio

“A implantação de inteligência competitiva facilitou os processos administrativos, tornando-os mais eficientes e menos burocráticos. As mudanças foram consideradas como positivas, uma vez que permitiram a melhoria do ambiente, no aspecto do trabalho em equipe, a partir da valorização dos funcionários por parte da empresa. Os resultados indicaram que houve evolução no planejamento estratégico financeiro, que ficou mais eficaz. Há evidências de que, após a implantação da Inteligência Competitiva, a empresa tornou-se mais competitiva em relação aos concorrentes no mercado em que atua, possibilitando maior aceitação de seus produtos no mercado”.

### Artigo - p. 91-118

#### Título: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO EMPRESARIAL: UN ESTUDIO DEL SECTOR BRASILEÑO DE ALUMINIO

## Editorial

Autores: Claudio Alberto de Moraes; Luciano Augusto Toledo; Marcos Fernando Garber

“El artículo configura un estudio para la comprensión del proceso de segmentación del mercado de aluminio brasileño con énfasis en los beneficios buscados en el mismo. Para realizar el trabajo, se asumió inicialmente una postura exploradora para un posterior proceso descriptivo. En la etapa descriptiva se tomó como población objetivo a la industria productora de aluminio primario, la cual es compuesta por seis empresas: Albras, Alcan, Alcoa, BHP-Billiton, CBA y ValeSul. Finalmente, el estudio indicó que la conexión entre la segmentación tradicional y la debida a beneficios, parece ser mucho más débil de lo esperado en el sector de aluminio brasileño”.

**Artigo - p. 119-146**

**Título: INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA EM ORGANIZAÇÕES COM P&D**

Autores: Vanessa Bolico da Silva, Eduardo Corrêa de Sá Gazolla

“Os dados foram tratados por estatística descritiva e correlação linear múltipla. Os resultados evidenciaram um baixo uso — ou mesmo falta de compreensão — das premissas de estratégias de inovação que exigem maior mudança de modelo mental dos gestores de P&D, particularmente no que diz respeito ao papel dos modelos de negócio. Há também indícios de que as empresas pesquisadas subestimam os benefícios dos fluxos de conhecimento de dentro para fora da empresa. Por fim, a pesquisa traz evidências de que uma estratégia de inovação adequada tem o potencial de auxiliar as empresas brasileiras em processo de emparelhamento tecnológico”.

**Artigo - p. 147-180**

**Título: FATORES CRÍTICOS EM PROJETOS DE INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA ANTECIPATIVA E COLETIVA**

Autores: Raquel JANISSEK-MUNIZ

“Implantar um projeto de Inteligência Estratégica Antecipativa e Coletiva é frequentemente percebido como tarefa complexa e de difícil implantação, que pode provocar dificuldades de ordens diversas. Neste artigo apresentamos fatores críticos em projetos de Inteligência, contribuindo ao avanço teórico que deve permear a definição desse tipo de solução nas organizações”.

**Artigo - p. 181-199**

**Título: INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COMO PROCESSO PARA A FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO UTILIZANDO OS SINAIS FRACOS DAS ORGANIZAÇÕES**

Autores: Tânia Craco; Uiliam Hahn Biegelmeyer; Maria Emilia Camargo; Alice Munz Fernandes; Gabriela Zanandrea; Danielle Nunes Pozzo; Rejane Remussi

“O método de pesquisa utilizado possui abordagem qualitativa por meio de um estudo de caso. Como técnica de coleta de evidências, desenvolveram-se entrevistas semiestruturadas com os gestores das empresas, onde se constatou que para a efetiva implantação da IC é imprescindível à participação da gestão e a centralização das informações, observando-se que o maior obstáculo enfrentado durante tal processo refere-se ao aspecto cultural relacionado ao compartilhamento e reconhecimento de fontes confiáveis de informações. Comparativamente,

## Editorial

a empresa que apresenta IC procura antecipar e modificar possíveis cenários, trabalhando com os sinais fracos, em contrapartida a outra empresa volta-se aos sinais fortes desenvolvendo um planejamento estratégico direcionado às ameaças da concorrência ao invés da antecipação de oportunidades”.

### Artigo - p.200-228

#### Título: COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES SOBRE O AMBIENTE ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO COMPARATIVO

Autor: Wender Rodrigues de Siqueira

“O estudo pretende-se comparar a percepção dos empresários quanto a importância do acesso às informações e quanto ao compartilhamento de informações entre as dimensões do macro e do microambiente organizacional. Para tanto, adotou-se nesta pesquisa quantitativa – descritiva e aplicada – o estudo de caso. Os resultados demonstram, para este estudo, haver diferença na percepção dos empresários do APL em relação à importância e ao interesse no compartilhamento de informações sobre o macro e o microambiente organizacional, sendo maiores na dimensão do microambiente. Conclui-se como sendo importante conscientizar os empresários sobre a importância do monitoramento ambiental em ambas as dimensões (macro e microambiental)”.

### Artigo - p.229-256

#### Título: INTELIGÊNCIA PARA COMPETITIVIDADE: O PAPEL DO CONHECIMENTO NA IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE INOVAÇÃO

Autores: Alexandre Takeshi Ueno, Neri dos Santos, Gertrudes Dandolin

“A investigação foi conduzida com o método da revisão de literatura realizada de forma sistemática, identificando estudos de caso com evidências empíricas sobre o tema pesquisado. A pesquisa apresenta como resultado, que o conhecimento permite ampliar as capacidades empresariais estabelecidas, criar pontes entre a ideia e sua exploração comercial, bem como preparar as empresas para a inovação de ruptura. Conclui que as oportunidades baseadas em conhecimento são essenciais para o processo de inteligência competitiva, induzindo e fortalecendo a capacidade inovativa das empresas”.

### Relatório de Pesquisa - p.257-267

#### Título: ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DA INFORMAÇÃO ESTRATÉGICA

Autores: Francisco Carlos Paletta; Priscila Mansold

“O objetivo deste estudo é avaliar as demandas informacionais do setor produtivo considerando como área de estudo o mercado financeiro e a relevância do papel do profissional da informação na mediação do processo de busca, acesso, apropriação e uso da informação estratégica. Os critérios de avaliação foram embasados em estudos teóricos de usuários da informação. Apresenta conceitos e indica áreas de atuação relevantes para o profissional da informação atuando em unidades de inteligência estratégica no setor produtivo”.

Boa leitura!

Prof. Dr. Alfredo Passos