

## Editorial

O número 2 do volume 7 de 2017, de abril a junho da Revista Inteligência Competitiva conta com oito artigos e dois relatos.

**1**

**Páginas 1 a 22 – Artigo:**

**Título: A captura de sinais antecipativos para a inovação de produto: estudo com micro e pequenas empresas**

**Autores:** Carlos Eduardo Pereira, Gilberto Perez

**Resumo:** Com esta pesquisa, procurou-se verificar sobre a captura de sinais antecipativos nas Micro e Pequenas Empresas com a finalidade de inovar produtos. Para tanto, foram considerados os construtos da Inteligência Competitiva, sobretudo, a faceta responsável pela captura de sinais antecipativos, bem como a Inovação de Produtos. O método de pesquisa adotado foi qualitativo exploratório interpretativo, com entrevistas em profundidade norteadas por um roteiro estruturado previamente elaborado. Neste sentido, foram entrevistados cinco responsáveis pelo processo da inovação de produtos em Micro e Pequenas Empresas localizadas no Município de São Paulo, sendo que nenhuma das empresas pesquisadas possuía competição direta ou indireta para garantir que os entrevistados não omitissem informações e para evitar a contaminação de vieses de um setor específico. A análise dos dados deu-se pela utilização da análise de conteúdo e os resultados da pesquisa indicaram uma característica reativa quanto à busca e posterior captura de sinais antecipativos ou informações já consolidadas no mercado. As inovações de produtos que aconteciam nas Micro e Pequenas Empresas pesquisadas foram, em quase sua totalidade, demandadas por seus clientes, de forma que as informações fossem utilizadas após a solicitação. Notou-se, igualmente, maior predisposição das Micro e Pequenas Empresas em buscar por sinais antecipativos em torno da melhoria de seus processos produtivos.

**2**

**Páginas -23 a 45 – artigo:**

**Título:** Práticas estratégicas e estrategistas: estudo de caso em uma instituição de ensino superior de Santa Catarina

**Autores:** Ana Célia Bohn, Sidnei Grígolo, Jorge Harry Harzer

**Resumo:** O estudo objetivou uma análise da prática estratégica e dos estrategistas, na forma de estudo de caso em uma IES. Buscou-se identificar as ações estratégicas, os estrategistas e os mecanismos institucionais isomórficos relacionados com a prática da estratégia por meio de pesquisa de caráter qualitativa e descritiva. Os participantes do estudo foram a gestora acadêmica e a pedagoga, enquanto respondentes de entrevista semiestruturada e em profundidade, cujo instrumento refere-se a um roteiro já testado e validado por Walter (2010). Para a construção deste houve análise de documentos internos, e a observação direta da pesquisadora. As entrevistas foram gravadas em áudio e transcritas literalmente. As abordagens teóricas que contemplaram esta construção foram a estratégia como prática e o isomorfismo. Os dados obtidos por meio da pesquisa foram descritos e analisados em categorias de análise. Na análise dos dados e resultados verificou-se a presença do isomorfismo do tipo mimético, como predominante na IES. Por momentos, percebeu-se a inclusão do isomorfismo coercitivo advindo das estratégias macro da Instituição. Percebeu-se uma movimentação das pessoas em todos os níveis no sentido de “estrategizar”, sendo

## Editorial

colaboradores dos mais diversos níveis dentro da IES. Já em termos externos, observou-se a participação e o atendimento à comunidade local.

# 3

**Páginas 46 a 81 - Artigo:**

**Título: Inovação e inteligência competitiva na indústria: uma abordagem teórica**

**Autores:** Paula Patricia Ganzer, Uiliam Hahn Biegelmeyer, Mirian Oliveira, Maria Emilia Camargo, Pelayo Munhoz Olea

**Resumo:** A inovação e a inteligência competitiva (IC) são construtos relacionados e que são comumente utilizados na busca de diferenciação no mercado, sendo assim, a indústria protagoniza o uso das abordagens em seu contexto de mercado. O objetivo da pesquisa foi relacionar as abordagens dos artigos selecionados a fim de comparar as semelhanças e discrepâncias entre constructos teóricos envolvendo inovação e inteligência competitiva na indústria. A partir da definição das abordagens, o método de pesquisa utilizado se classifica de natureza aplicada, com abordagem qualitativa, de objetivo exploratório e descritivo, tendo como procedimento técnico a análise bibliográfica. Os resultados da análise permitiram identificar que a inteligência competitiva e a inovação no setor industrial estão relacionadas com os construtos: aprendizagem, devido a um conjunto de procedimentos para coleta e análise de informação sobre o macro ambiente, que permitiriam à organização um processo de aprendizagem contínuo; capacidades dinâmicas, no conhecimento e as habilidades antes na forma individual e coletiva possuem nível de base para o desenvolvimento de capacidades dinâmicas; no comportamento, da empresa na busca pelo êxito de entrada no mercado de uma indústria de alta tecnologia no mercado interno; no conhecimento, a IC gera conhecimento para a tomada de decisão estratégica, pois a informação que fornece permite obter respostas em tempo real; competitividade, nos produtos; a criatividade no trabalho, *feedback* em questão de retorno sobre execução de atividades de inteligência; o gerenciamento de risco, inserido na complexidade de negócios, repleto de ameaças provenientes de fontes naturais, políticos, econômicos e técnicos; a informação, como sendo parte do desenvolvimento da inteligência; o *marketing*, na gestão de *marketing* que engloba canal de distribuição, promoção, *branding*, e gestão de informações; a pesquisa e desenvolvimento, a fim de se obter resultados econômicos; a *Resource-Based View* (RBV) e vantagem competitiva, direcionada ao recurso humano da empresa, sendo estas, abordagens teóricas utilizadas para embasar as pesquisas realizadas no setor industrial em seus diversos segmentos.

# 4

**Páginas 82 a 106 - Artigo:**

**Título:** A gestão de competências como uma das importantes estratégias para o fomento da inovação dentro das organizações

**Autores:** Adilson Cunha Costa

**Resumo:** Este artigo teve por objetivo discutir sobre as possíveis contribuições da gestão de competências para o fomento da inovação nas organizações a partir dos níveis das estratégias, dos processos e da gestão de pessoal. Atribuiu-se a devida

## Editorial

importância ao assunto, porque a implantação de uma gestão de competências que priorize a inovação, entre as estratégias fundamentais, pode aumentar o potencial competitivo das empresas no mercado em que atuam. Neste contexto, procurou-se responder a seguinte questão de pesquisa: quais as contribuições da gestão de competências para o incentivo da inovação nas organizações a partir dos seus níveis estratégico, de processos e da gestão de pessoal? Para responder a essa indagação, o estudo, quanto aos procedimentos metodológicos, foi de caráter exploratório e qualitativo, instrumentalizado por uma revisão bibliográfica sobre as principais teorias que norteiam o tema. Por fim, nos resultados, foram apresentadas algumas perspectivas novas para o alinhamento da gestão de competências ao processo de inovação dentro das organizações, através dos três níveis: o estratégico, o de processo e o de gestão de pessoal.

5

### **Páginas 107 a 132 - Artigo:**

**Título:** Vantagens da implementação do crm na indústria: uma análise multicaseos

**Autores:** Daniel Amancio de Mendonça, Leonardo Augusto Amaral Terra

**Resumo:** No setor industrial, se sobressair aos concorrentes é um desafio, além disso, a consolidação dos métodos de produção e baixa diferenciação fazem com que estratégias focadas somente no produto gerem pouca vantagem em um mercado cada vez mais competitivo. Nesse contexto, o presente artigo busca analisar o impacto de estratégias voltadas ao relacionamento com o cliente na competitividade do setor industrial. Por meio de um estudo multicaseos, através de entrevistas semiestruturadas e com auxílio do software Tropes na análise de conteúdo, identificou-se que as vantagens do CRM nas indústrias são a melhoria na eficiência do atendimento ao cliente, o aumento da fidelização e a maximização dos resultados. Dessa forma, a implementação do CRM é uma eficiente estratégia para indústrias com dificuldades em sobressair no mercado para conquistar clientes e melhorar seus resultados.

6

### **Páginas 134 a 176 - Artigo:**

**Título:** Visão baseada em recursos e monitoramento do ambiente e sua influência nas capacidades dinâmicas

**Autores:** Michael Samir Dalfovo, Mirian Magnus Machado, Andressa Gonçalves, Andreia Baumgartner

**Resumo:** A Visão Baseada em Recursos explica a vantagem competitiva através de uma perspectiva de estratégia a partir de recursos da organização. O Monitoramento do Ambiente é o meio que as organizações possuem para absorver informações do ambiente externo e aproveita-las no processo de administração estratégica. As capacidades Dinâmicas é a habilidade que a organização tem em construir, integrar e reconfigurar as suas competências tanto de fora como de dentro da organização para enfrentar as mudanças do ambiente. O objetivo deste estudo é identificar como a Visão Baseada em Recursos e o Monitoramento do Ambiente influenciam as Capacidades Dinâmicas. Para alcançar este objetivo foi aplicada uma pesquisa que se caracterizou como descritiva e com abordagem

## Editorial

quantitativa, em uma amostra de 404 empresas de porte Micro, Pequeno e Médio. Os critérios de análise utilizados foram os de Análise Fatorial Confirmatória e a Modelagem de Equações Estruturais. Os resultados apontam que nas empresas pesquisadas a Visão Baseada em Recursos e o Monitoramento do Ambiente tem grande influência nas Capacidades Dinâmicas, tendo como objetivo a vantagem competitiva.

**7****Páginas 178 a 207 - Artigo:****Título:** Prevenção de perdas no varejo: uma revisão sistemática**Autores:** Simone Vencato, Takeyoshi Imasato

**Resumo:** A prevenção de perdas no varejo é uma prática gerencial usual em diversas empresas no setor privado, porém pouco explorado por acadêmicos no Brasil. Este trabalho realizou uma revisão sistemática de 604 publicações acadêmicas, com o objetivo de analisar quais são os principais elementos de pesquisa privilegiados nesse campo de atuação. Este método permitiu a identificação de cinco grandes temas de pesquisa e seis subtemas mais explorados na área de prevenção de perdas. Em particular, identificou-se que o furto externo é o tema mais privilegiado pela literatura. A sistematização dos artigos mostrou que a prevenção de perdas é um assunto relevante dentro do campo da administração com poucas pesquisas no Brasil, tendo potencial para ser mais explorado em investigações empíricas.

**8****Páginas 208 a 227 - Artigo:****Título:** Qualidade no atendimento com fator diferencial para as empresas conquistarem e reterem clientes. Área de vendas.**Autor:** Fabio dos Santos

**Resumo:** Este estudo tem como objetivo saber qual é a importância de um bom atendimento para as empresas conquistarem e fidelizarem seus clientes. Hoje em dia existe uma competição muito grande entre as empresas de diferentes ramos, que investem cada vez mais na qualificação dos seus colaboradores, buscando preparar suas equipes para prestarem um atendimento de excelência aos seus clientes. Deste modo, esse artigo também intenciona saber o grau de fidelidade e nível de satisfação dos clientes, como eles se relacionam com as empresas e qual é o papel da liderança na questão do atendimento.

**9****Páginas 228 a 241 - Relato Técnico Científico:****Título:** Competitividade sustentável: análise do desenvolvimento ambiental de um grupo de oficinas mecânicas do Oeste do Paraná**Autores:** Hillary Mariane Lapas Fujihara, Cláudio Antônio Rojo

**Resumo:** A hipótese de Porter criada por Porter e Linde (1995) postula que regulamentação ambiental rigorosa se bem trabalhada influencia positivamente na empresa e no meio ambiente, pois a estimula à inovação tecnológica, que resulta na melhora da capacidade produtiva e diminui a poluição, aumentando a competitividade empresarial. O presente relato-técnico científico objetivou

## Editorial

acompanhar a implantação de melhorias visando atender as regulamentações ambientais de dez oficinas mecânicas do cidade de Cascavel, localizada no Oeste do Paraná que compõem a CNA – Central de Negócios Automotivos. Este grupo tem como objetivo a antecipação para fortalecimento das empresas participantes. Concluiu-se que as empresas estudadas atenderam a todas ou quase todas as solicitações evidenciadas por meio de diagnóstico, algumas delas já possuíam PGRS e após as melhorias realizadas para se adequar as legislações ambientais três buscaram o licenciamento do IAP. Com esta antecipação ao atendimento da legislação ambiental municipal que ainda não está em vigência, pode-se afirmar que as oficinas estudadas estão a frente das demais, conseqüentemente o seu desempenho competitivo é superior.

10

**Páginas 242 a 264- Relato Técnico Científico:**

**Título:** Planificación: dilema o solución para el marketing competitivo

**Autores:** Luciano Augusto Toledo, Marcos Fernando Garber, Conceição Aparecida Barbosa

**Resumen:** El presente estudio tiene por objetivo promover un análisis reflexivo acerca de la acción de planear en el ámbito de Marketing. El trabajo fue estructurado sobre la modalidad de ensayo y presenta el curso teórico de aspectos inherentes a Marketing y a la Planificación de Marketing. La intención de este artículo es propiciar *insights* críticos al respecto de la necesidad de planificar las actividades de marketing. Por ello, el documento está organizado a partir de una introducción que contextualiza el tema, acompañada de los procesos metodológicos adoptados y subsiguientemente el aporte teórico y el análisis crítico. Al final son colocadas las consideraciones finales.

**Boa leitura!**

Prof. Dr. Alfredo Passos