

Editorial

É com grande satisfação que apresentamos para vocês leitores, a edição número 1 do volume 8 de 2018 da Revista Inteligência Competitiva. Como sempre vocês irão encontrar artigos, estudos de caso e relatos.

1 - Artigo

Páginas: 1 a 22

Título: GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS E REDUÇÃO DE CUSTOS: UM ESTUDO DE CASO NO SETOR DE LOGÍSTICA DE UMA EMPRESA

Autor: Lisânia Dolberstein Xavier, Flávia Camargo Bernardi, Maria Emilia Camargo, Uiliam Hahn Biegelmeier, Claudia Lehnemann Tannhauser, Silvana Cargnino Biegelmeier, Ademar Galelli

Resumo: Para o desenvolvimento econômico e o sucesso da organização, o capital humano é visto como ativo fundamental. Neste sentido, o presente artigo teve por objetivo demonstrar estratégias de gestão de pessoas que possibilitem a redução de custos. Identificando os fatores proeminentes e predominantes de uma empresa, diante de um cenário econômico financeiro restrito, onde as reduções de custos são essenciais para a saúde financeira da organização, identificaram-se estratégias adotadas pela empresa Beta em busca da redução de despesas. Para tanto, utilizou-se um estudo de caso com pesquisa exploratória e abordagem qualitativa por meio de entrevistas semiestruturadas e em profundidade a partir de um roteiro, e um trabalho de campo com as lideranças da área de logística da empresa, com o intuito de definir as estratégias de maior impacto e retorno nas reduções de custos. Os resultados obtidos demonstraram os fatores positivos frente à decisão da aplicação do projeto da empresa Beta reduzir o custo de despesas operacionais diárias, sem a necessidade de demissões em massa e visando o fator motivacional dos profissionais. O maior impacto diante do projeto, não foi somente identificar as maiores e melhores estratégias de redução de custos, mas sim melhorar a gestão de pessoas.

2 - Artigo

Páginas: 23-43

Título: Panorama dos métodos de análise de informação para inteligência competitiva

Autores: Ítalo Welke de Andrade, Alexander William Azevedo

Resumo: Esta pesquisa teve como objetivo identificar os métodos de análise de informação utilizados pelos analistas de inteligência competitiva (IC) para transformar informação em inteligência. O presente estudo se justifica, pois na literatura especializada na área da ciência da informação não apresenta estudos suficientes e detalhados sobre a aplicação dos métodos de análise de informação. Neste prisma, para alcançar o objetivo proposto foi realizado uma pesquisa exploratória na base de dados referenciais de artigos de periódicos em ciência da informação (BRAPCI) e na biblioteca digital brasileira de teses e dissertações (BDTD), vislumbrando identificar os estudos em que versão os métodos de análise de informação. Foram identificados 57 métodos, dos quais 4 destacam-se como os mais utilizados: cenários, matriz SWOT, benchmarking e a cinco forças de Porter. Infere-se que apesar da grande variedade de métodos de análises existentes, os mais utilizados pelos analistas de IC são os métodos tradicionalmente utilizados para elaboração do planejamento estratégico.

3 - Artigo

Páginas: 44-79

Título: CAPITAL HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES INTENSIVAS EM CONHECIMENTO: DESAFIOS E PERSPECTIVAS

Autores: Fernanda Rocha Bortoluzzi, Denise Genari, Janaina Macke

Resumo: O constructo capital humano contempla o conjunto de habilidades, capacidades e conhecimentos de cada trabalhador e pode favorecer a produtividade, a inovação e o desempenho corporativo. A importância deste elemento se amplia nas empresas vinculadas à tecnologia da informação (TI), uma vez que estas são consideradas organizações intensivas em conhecimento (OICs). A partir destas perspectivas, o presente estudo objetiva caracterizar os profissionais de TI,

Editorial

inseridos em organizações intensivas em conhecimento, e verificar os aspectos relacionados à aquisição de capital humano pelos referidos profissionais. Para tanto, desenvolveu-se uma pesquisa de cunho qualitativo e quantitativo, nas empresas vinculadas à INTERNETSUL. Como principais resultados, identificou-se características importantes vinculadas ao perfil dos profissionais de TI, tais como, conhecimentos específicos na área, comprometimento, vontade de aprender e visão sistêmica. Além disso, verificou-se que os profissionais mais jovens aprimoram-se através da educação formal em maior proporção, se comparados aos indivíduos com maior idade. Embora os resultados da pesquisa assinalem um distanciamento entre a formação oferecida nas universidades e as necessidades do mercado de trabalho, percebeu-se que os profissionais buscam este tipo de formação como a principal forma de aquisição de capital humano.

4 - Artigo

Páginas: 80-107

Título: Os processos cognitivos e de criação do conhecimento para tomada de decisão no contexto do big data

Autores: Daniela Pedroso da Luz, Luana Folchini da Costa, Vanessa de Campos Machado, Ana Cristina Fachinelli

Resumo: O *big data* é um fenômeno caracterizado pelo grande volume, velocidade e variedade de dados disponíveis nas redes. Seu valor está associado à transformação dos dados em conhecimento útil para as decisões estratégicas. Por isso, esse artigo trata dos conceitos de *big data*, criação do conhecimento e tomada de decisão a partir dos processos cognitivos. O valor do *big data* acontece após a transformação das informações em sentido compartilhado. Desta forma, este artigo examina como os processos cognitivos e de criação do conhecimento se manifestam na tomada de decisões no ambiente do *big data*. Conclui-se que os processos cognitivos e os processos de criação do conhecimento são necessários para dar significado ao *big data* e possibilitam a tomada de decisão nas organizações.

5 - Artigo

Páginas: 108-126

Título: SEGMENTAÇÃO PSICOGRÁFICA POR MEIO DA ESCALA VALS-2: UMA ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES INDEXADAS NA PLATAFORMA EBSCO ENTRE 1985 E 2016

Autores: Maurício Alves Rodrigues Pugas, José Jaconias da Silva, Evandro Luiz Lopes, Eliane Herrero, Claudia Brito Silva Cirani

Resumo: O objetivo principal deste trabalho foi analisar as publicações em ciências sociais aplicadas existentes na plataforma EBSCO que utilizam a escala VALS-2, no período de 1985 a 2016. O método utilizado foi a pesquisa bibliométrica. Considerou-se como parâmetros de análise a quantidade de publicações e sua distribuição no tempo, o volume de publicações por periódicos científicos, por autores, por instituições de ensino e por área de conhecimento. Os resultados apresentados demonstraram poucas publicações num período relativamente amplo (mais de 30 anos). Identificou-se visível concentração nas publicações nos periódicos norte-americanos e baixa concentração em estudos teóricos. Observou-se também a baixa produtividade individual, indicando que os pesquisadores que utilizam a escala VALS-2 não buscam, em suas pesquisas, aprofundar os conceitos teóricos que nortearam o criador da escala e que, provavelmente, seu uso esteja sendo restrito à mera operacionalização de variáveis.

6 - Artigo

Páginas: 127-168

Título: INTELIGÊNCIA COMPETITIVA: CONSIDERAÇÕES SOBRE A PRÁTICA NO AMBIENTE EMPRESARIAL BRASILEIRO

Autores: Adalberto Escalona Gonçalves Garcia

Resumo: Este trabalho tem como objetivos descrever o atual estágio de aplicação do ciclo de Inteligência Competitiva (IC) nas organizações brasileiras de médio e grande porte, com base na opinião de especialistas do setor, e destacar eventos internos das organizações capazes de influenciar negativamente o desenvolvimento da atividade. Para a sua consecução, além da revisão de literatura, coletaram-se dados mediante a realização de entrevistas em profundidade; visando à triangulação de informações, realizaram-se buscas em estudos de natureza semelhante. Trata-se de uma pesquisa qualitativa que empregou como técnica de exame dos dados a análise

Editorial

de conteúdo. As evidências sugerem a ocorrência de falhas em todas as etapas do ciclo de IC, o que indica a existência de um longo caminho a ser percorrido para o aperfeiçoamento das práticas relacionadas à atividade. Considera-se que a IC, mediante o adequado desenvolvimento das atividades estabelecidas em suas fases, age no sentido de favorecer a percepção da mudança (*sensing*) e de fornecer a inteligência necessária à apropriação do conhecimento que servirá de base para a ação (*seizing*), contribuindo, assim, para a renovação continuada do negócio (*transforming*).

7 - Artigo

Páginas: 169-199

Título: ESTRATÉGIAS PARA IMPLANTAÇÃO DE UM PARQUE CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO: O CASO UPFPARQUE

Autores: Beatriz Frandoloso Martins, Cassiane Chais, Adrieli Alves Pereira Radaelli, Paula Patrícia Ganzer, Pelayo Munhoz Olea, Cristine Hermann Nodari, Cleber Cristiano Prodanov, Fernando Fantoni Bencke

Resumo:

Em um contexto marcado pela inserção do conhecimento nas atividades corporativas, no desenvolvimento de novas tecnologias e inovação, surgiram os Parques Científicos e Tecnológicos. Devido à complexidade do processo de implantação e de operacionalização desse tipo de empreendimento, faz-se necessário estratégias alinhadas às necessidades da região na qual está inserido. O artigo objetivou identificar a estratégia utilizada para a implantação do Parque Científico e Tecnológico da Universidade de Passo Fundo (UPFParque). A metodologia aplicada caracteriza-se por ser exploratória - qualitativa; a técnica de coleta de dados foi entrevista semiestruturada; e para a análise dos dados utilizou-se análise de conteúdo. Os resultados demonstram que para a implantação do UPFParque, utilizou-se estratégias, nas quais se destacou o estreito relacionamento da Universidade com o poder público municipal, estadual e federal e a interação com o setor produtivo do Corede Produção.

8 - Artigo

Páginas: 200-226

Título: Eficiência em Inteligência Competitiva com aplicação da Análise Envoltória de Dados (DEA): um estudo na Indústria Digital

Autores: Paulo Henrique de Oliveira, Carlos Alberto Gonçalves, Cleiton Martins Duarte

Resumo: Objetivou-se com este estudo identificar de forma quantitativa a eficiência de empresas da Indústria Digital de Minas Gerais em empregar adequadamente os recursos humanos, tecnológicos e informacionais disponíveis no processo de Inteligência Competitiva (IC). Para tanto, utilizou-se da Análise Envoltória de Dados (DEA). Os resultados indicaram a empresa "j" como a mais eficiente, evidenciando que a empresa mais eficiente na produção de IC é efetivamente aquela que utiliza melhor os recursos que dispõe e, assim, corroborando o argumento de que esses recursos são fatores determinantes na rapidez da distribuição dos produtos de inteligência competitiva defendido por diversos autores. A aplicação da DEA para estudo da eficiência nos processos de Inteligência Competitiva das empresas selecionadas foi satisfatória, visto que apontou as empresas consideradas como padrão de eficiência (benchmarks) e destacou quais recursos precisam ser melhor gerenciados para a produção eficiente dos produtos de inteligência competitiva demandados.

9 - Estudo de Caso

Páginas: 227-243

Título: PLANO DE NEGÓCIOS: EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA PARA ALUNOS DE GASTRONOMIA

Autores: Victor Hugo da Silva Santos, Luciana Leite de Andrade Lima

Resumo: Os estabelecimentos de alimentação e bebidas são, atualmente, mais do que espaços destinados à satisfação da necessidade alimentar, refletindo, assim, na necessidade do mercado de profissionalização da gestão e melhoria do serviço prestado. Tendo em vista a necessidade do desenvolvimento de profissionais alinhados a partir da concepção da educação empreendedora, este trabalho teve como objetivo despertar e desenvolver o espírito empreendedor dos estudantes do curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), utilizando a construção de uma ferramenta utilizada na idealização e na gestão de um

Editorial

empreendimento, o plano de negócios. Além de contribuir na formação dos estudantes do curso, o trabalho analisou a construção dos planos de negócios, tentando identificar as potencialidades e dificuldades dos alunos na elaboração desta ferramenta.

10 – Estudo de Caso

Páginas: 244-264

Título: MARKETING ESTRATÉGICO: DA TEORIA A PRÁTICA EMPRESARIAL NO RAMO DE TELECOMUNICAÇÃO

Autores: Luciano Augusto Toledo, Adriana Beatriz Madeira, Claudio Alberto Moraes, Karen Perrotta Lopes de Almeida Prado

Resumo: o artigo se enquadra em um trabalho exploratório qualitativo que por meio do método do estudo de caso visa a estudar o marketing estratégico no contexto de uma empresa do setor de telecomunicações. A intenção do artigo é propiciar *insights* críticos a respeito da obrigação de se planejar as atividades de marketing. Toda investigação ocorreu no setor de telecomunicações do Brasil, mais exatamente na Motorola do Brasil. Finalmente o processo estratégico configura-se como um esforço permanente de ajuste e adequação de seus objetivos e recursos, competências e capacidades às oportunidades proporcionadas pelo ambiente de negócios em mudança.

11 - Relato Técnico Científico

Páginas: 265-282

Título: RESULTADOS OBTIDOS COM A IMPLANTAÇÃO DO BUSINESS INTELLIGENCE: O CASO DA EMPRESA ALFA

Autores: Gustavo Yuho Endo, Maria Inês Presrlak, Vinicius Thomas Back, Claudio Antonio Rojo

Resumo: O objetivo deste relato técnico-científico é apresentar os resultados obtidos com a implantação do *business intelligence* na Empresa Alfa. Para que o objetivo desta pesquisa fosse alcançado foi selecionado o relato técnico, pois, descreve experiências das organizações e é uma forma de descrever o processo prático realizado nas organizações. A escolha se deve pela geração de conhecimento por parte do pesquisador e a interação entre as instituições de ensino superior e as organizações. Os resultados obtidos foram que a organização necessitava de uma melhor forma de gerenciamento de suas informações para o processo de tomada de decisão e, com a implantação do *business intelligence* as informações da organização foram bem trabalhadas, sendo possível o acesso instantâneo as informações, melhorando assim a gestão e dando maior suporte as decisões dos gestores. Os principais resultados obtidos destacados neste relato técnico-científico foram no planejamento e controle da produção, na controladoria e na gestão de vendas e, apresenta-se ainda um projeto na logística da organização. Destaca-se também a satisfação do diretor executivo com os resultados obtidos com a implantação do *business intelligence*.

Boa leitura!

Prof. Dr. Alfredo Passos