

V. 8, N. 4, OUT./DEZ.
2018

Editor
Alfredo Passos
profdrpassos@gmail.com

Como referenciar - ABNT
Passos, Alfredo. Editorial –
outubro a dezembro de
2018. **Revista Inteligência
Competitiva**, v. 8, n. 4, p.
i-viii, out./dez., 2018

© Atelie Brasil
Rua Pe. Guilherme Pompeu,
nº 1, Centro- Santana de
Parnaíba
06501-055 - São Paulo -
Brasil

EDITORIAL

Este número da Revista Inteligência Competitiva apresenta como sempre o estado da arte em pesquisas sobre esse tema, através dos seguintes artigos: A Percepção dos colaboradores diante da estratégia de incorporação no setor bancário: um estudo de multicase; Interação da Smart City com o desempenho do supply chain management; Inteligência Competitiva: um estudo bibliométrico na base de dados ISI WEB OF SCIENCE de 1956 a 2016; Características dos gestores no processo de tomada de decisão estratégica em organizações: uma revisão sistemática; Estudo de embalagens em localidades estratégicas de produtos com base em suco de tomates; Manufatura enxuta: metodologias A3, Mapeamento de fluxo de valor e Kaizen voltados à manufatura enxuta; Impacto da marca versus impacto do preço para a decisão de compra do consumidor: um estudo teórico oriundo de uma pesquisa bibliométrica na base de dados Scopus.

Ainda o estudo de caso: Alocação de custos em um centro de diagnóstico por imagem hospitalar: estudo de caso na sociedade hospitalar São José/RS.

Boa Leitura

ARTIGO

A PERCEÇÃO DOS COLABORADORES DIANTE DA ESTRATÉGIA DE INCORPORAÇÃO NO SETOR BANCÁRIO: UM ESTUDO DE MULTICASOS

THE PERCEPTION OF CONTRIBUTORS TO THE STRATEGY OF INCORPORATION IN THE BANKING SECTOR: A MULTICASE STUDY

Angélica Letícia de Souza Santos - Faculdade de Educação São Luís, (FESL) Brasil - angélica_gee@hotmail.com; **Pedro Henrique Camargo de Abreu** - Universidade Estadual de Campinas, (FT-UNICAMP) - Phcamargo1997@gmail.com; **Leonardo Augusto Amaral Terra** - Universidade de São Paulo (FEA-RP/USP), Brasil - prof@leoterra.com.br

Resumo: O cenário econômico é marcado por constantes mudanças nas organizações, e um dos principais fatores motivadores desse processo é a concorrência acirrada entre as empresas. Na busca por maior espaço no mercado, as companhias têm investido na união de forças e valores para estar à frente de seus concorrentes. Esse processo de junção, denominado de incorporação, representa uma decisão estratégica que se tornou muito frequente no mercado de instituições financeiras. O presente artigo baseia-se em um estudo de multicase de duas instituições financeiras brasileiras que passaram por mudanças organizacionais em razão da estratégia de incorporação. O objetivo da pesquisa consiste em identificar quais as estratégias adotadas para o processo de incorporação e as suas respectivas consequências para as organizações. A justificativa do estudo se dá pelo fato das incorporações, apesar de serem muito recorrentes no mercado atual, não representam um tema comum em pesquisas recentes, além do mais, o fato delas ocorrerem em instituições financeiras de qualquer porte, despertou a necessidade de explorar as estratégias usadas para amenizar os impactos gerados no processo. Os resultados obtidos, evidenciaram que o planejamento e a participação de toda a equipe, constituem fatores determinantes para o sucesso da incorporação, levando em consideração que a necessidade de adaptação e reestruturação se mostram presentes. Além disso, as ações tomadas

pelas empresas analisadas, proporcionaram aprendizado e maturidade para futuras incorporações.

Palavras-chave: Incorporação. Mudanças organizacionais. Competitividade. Estratégia.

Abstract: The economic scenario is characterized by constant changes in organizations, and one of the main motivating factors of this process is the relentless competition between companies. In the pursuit for more space in the market, companies have invested in the union of forces and values to be ahead of its competitors. This merger process, called incorporation, represents a strategic decision that has become very frequent in the financial institutions market. This article is based on a multicase study of two Brazilian financial institutions that went through organizational changes due to the incorporation strategy. The objective of the research is to identify the strategies adopted for the incorporation process and their respective consequences for organizations. The justification of the study is given by the fact of incorporation, even being very recurrent in the current market, do not represent a common theme in recent researches. In addition, the fact that they occur in financial institutions of any size, has inspired the need to explore the strategies used to mitigate the impacts generated in the process. The results obtained, evidenced that the planning and participation of the entire team are decisive factors for the success of the merger, considering the need for adaptation and restructuring. In addition, the actions taken by the companies analyzed, provided learning and maturity for future incorporation.

Keywords: Incorporation. Organizational changes. Competitiveness. Strategy.

ARTIGO

INTERAÇÃO DA SMART CITY COM O DESEMPENHO DA SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

SMART CITY INTERACTION WITH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PERFORMANCE

César Ricardo Maia de Vasconcelos - Universidade Potiguar (UnP),
Brasil - cesarmvasconcelos@gmail.com; **Glauber Ruan Barbosa Pereira** -
Universidade Potiguar (UnP), Brasil - adm982@gmail.com

Resumo: Este trabalho objetiva compreender a interação entre as propriedades de smart city com o desempenho de Supply Chain Management, através de uma análise bibliométrica na base de dados Web of Science. A evolução dos artigos na temática atingiu seu ápice de publicações nos principais Journals ligados a área de negócios e gestão em 2015, considerando o período entre 2008 a 2017. Os resultados apontam a evolução do conceito e uso intenso de tecnologias que podem auxiliar nas complexidades das cidades com o avanço de pesquisas sobre essa abordagem. Como contribuição este estudo aponta o crescimento de trabalhos sobre smart city e supply chain management, distintamente, oferecendo dessa maneira, a possibilidade para o desenvolvimento de pesquisas com a interação dos assuntos supracitados com maior ênfase. Quanto aos aspectos limitantes da pesquisa, considera-se o período temporal da análise dos trabalhos, bem como o uso exclusivo de uma base de dados e os seus indexadores de periódicos científicos.

Palavras-Chave: Cidade inteligente. Supply chain management. Inteligência competitiva. Logística.

Abstract: This work aims to understand the interaction between the properties of smart city and the performance of Supply Chain Management, through a bibliometric analysis in the Web of Science database. The evolution

of the articles on the subject reached its apex of publications in the main Journals linked to the business and management area in 2015, considering the period between 2008 and 2017. The results point to the evolution of the concept and intense use of technologies that can help in the complexities of cities with the advancement of research on this approach. As a contribution, this study points to the growth of work on smart city and supply chain management, clearly, thus offering the possibility for the development of research with the interaction of the aforementioned subjects with greater emphasis. As for the limiting aspects of the research, we consider the time period of the analysis of the works, as well as the exclusive use of a database and its indexers of scientific journals.

Keywords: Smart city. Supply chain management. Competitive Intelligence. Logistics.

ARTIGO

**INTELIGÊNCIA COMPETITIVA: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO
NA BASE DE DADOS ISI WEB OF SCIENCE DE 1956 A 2016**

**COMPETITIVE INTELLIGENCE: A BIBLIOMETRIC STUDY IN
THE ISI WEB OF SCIENCE DATABASE FROM 1956 TO 2016**

Vera Lúcia Cruz - Universidade Potiguar, Brasil - veralc22@hotmail.com
César Ricardo Maia Vasconcelos - Université Pierre Mendes France de Grenoble – France - cesarmvasconcelos@gmail.com; **Mayara dos Santos Silva** - Universidade Potiguar - Brasil - mayssilva28@gmail.com

Resumo O objetivo do estudo foi o de mapear a produção científica internacional sobre inteligência competitiva em uma das principais bases de dados, a ISI Web of Science entre os anos 1956 e 2016, realizando uma pesquisa bibliométrica em trabalhos acadêmicos, identificando-se, após aplicados os filtros de refinamento, 162 registros de publicação em 108 periódicos distintos. O estudo conclui que, apesar do crescimento das pesquisas sobre o assunto, existe uma lacuna de investigação em algumas áreas do conhecimento como na administração e na ciência da informação, principalmente no Brasil, apontando também, a possibilidade de exploração do assunto com diferentes perspectivas como por exemplo através da pesquisa e desenvolvimento, marketing e área de vendas.

Palavras-Chave: Inteligência Competitiva. Produção Científica. Bibliometria. Web of Science.

Abstract: The objective of the study was to map the international scientific production on competitive intelligence in one of the main databases, the ISI Web of Science between the years 1956 and 2016, conducting a bibliometric research in academic works, identifying, after applying the refining filters, 162 publication records in 108 different journals. The study concludes that, despite the growth of research on the subject, there is a research gap in some areas of knowledge such as administration and information science, especially in Brazil, also pointing to the possibility of exploring the subject with different perspectives as for example through research and development, marketing and sales area.

Keywords: Competitive Intelligence. Scientific Production. Bibliometric. Web of Science.

ARTIGO

CARACTERÍSTICAS DOS GESTORES NO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO ESTRATÉGICA EM ORGANIZAÇÕES: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA**CHARACTERISTICS OF MANAGERS IN THE PROCESS OF DECISION MAKING STRATEGIC IN ORGANIZATIONS: A SYSTEMATIC REVIEW**

Leonardo Alves de Oliveira Casimiro - Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste – Brasil - leonardocasimiro2@gmail.com

Sandra Mara Stocker Lago - Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste – Brasil - sandra.lago@unioeste.br

Resumo: O estudo identificou as produções acadêmicas que abordam as características dos gestores no processo de tomada de decisão estratégica em organizações. A pesquisa justifica-se pela fundamental compreensão de como os tomadores de decisões se comportam no processo decisório estratégico, questão central visando o entendimento do comportamento organizacional. O estudo foi de caráter exploratório e descritivo, através de pesquisa bibliográfica. Como base de dados foram utilizados a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e o catálogo de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), assim como os principais periódicos da Plataforma Sucupira e os principais eventos da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) no período entre 2007 e 2017. Foram selecionados 27 trabalhos que compuseram a amostra final do estudo, sendo realizadas análises quantitativas, buscando indicadores relevantes, além de análises qualitativas evidenciando os temas centrais abordados nos trabalhos. O estudo evidenciou os diferentes aspectos e características no ambiente do processo decisório e do gestor na tomada de decisão estratégica, como: intuição, cognição, valores pessoais, influência da composição do grupo tomador de decisão, racionalidade limitada, poder e liderança, valores organizacionais, estruturas de poder e gênero.

Palavras-chave: Tomada de decisão estratégica. Estratégia. Alto escalão. Revisão sistemática.

Abstract: The study identified the academic productions that address the characteristics of managers in the process of strategic decision making in organizations. The research is justified by the fundamental understanding of how decision-makers behave in the strategic decision-making process, a central issue aiming at the understanding of organizational behavior. The study was exploratory and descriptive, through bibliographic research. The Brazilian Digital Library of Theses and Dissertations (BDTD) and the catalog of theses and dissertations of the Coordination of Improvement of Higher Education Personnel (CAPES), as well as the main periodicals of the Sucupira Platform and the main events of the National Association of Graduate Studies and Research in Administration (ANPAD) between 2007 and 2017. Twenty-seven studies were selected to compose the final sample of the study, with quantitative analyzes being carried out, searching for relevant indicators, as well as qualitative analyzes highlighting the central themes addressed in the works. The study evidenced the different aspects and characteristics in the decision-making environment and the manager in the strategic decision making, such as: intuition, cognition, personal values, influence of the group of decision makers, limited rationality, power and leadership, organizational values, power structures and gender.

Keywords: Strategic decision making. Strategy. High echelon. Systematic review.

ARTIGO

ESTUDO DE EMBALAGENS EM LOCALIDADES ESTRATÉGICAS DE PRODUTOS COM BASE EM SUCO DE TOMATES**PACKAGING STUDY IN STRATEGIC LOCATIONS OF TOMATO JUICE BASED PRODUCTS**

Luciano Augusto Toledo - Universidade Presbiteriana Mackenzie Brasil - luciano.toledo@mackenzie.br; **Felix Hugo Agüero Díaz Leon** - Universidade Presbiteriana Mackenzie – Paraguai - felix.leon@mackenzie.br

Resumo: O presente estudo tem como intuito avaliar como a embalagem do molho de tomate influencia na decisão de compra do consumidor no ponto de vendas, já que a partir dela se dá a primeira interação entre o consumidor e a empresa. Dessa forma, foi utilizada uma pesquisa qualitativa exploratória com o propósito de obter dados relativos à embalagem de molho de tomate e a percepção dos clientes sobre ela. Para a análise de dados foi desenvolvido um questionário de perguntas abertas, que foi distribuído e respondido de imediato, por clientes de alguns supermercados, no próprio ponto de vendas. Os resultados obtidos foram relacionados com o material utilizado como base no referencial teórico, gerando hipóteses a respeito da preferência do consumidor e da possível influência da embalagem na decisão de compra.

Palavras-chave: atomatados, consumidor, clientes, embalagem, marketing, pesquisas, ponto de venda, supermercado.

Abstract: This study has the objective to evaluate how the package of tomato sauce influences the decision of its customer. An exploratory qualitative research was made to obtain data that concern the package of tomato sauce. For data analysis it was developed a questionnaire of open questions, which was distributed and responded immediately by customers of some supermarkets in own sales point. The results were related to the study, creating hypotheses about consumer preference and the possible influence of the package in the purchase decision.

Key-words: tomato sauce, consumers, clients, pack, marketing, quest, sales point, market.

ARTIGO

MANUFATURA ENXUTA: METODOLOGIA A3, MAPEAMENTO DE FLUXO DE VALOR E KAIZEN VOLTADOS À MANUFATURA ENXUTA**PREÇOS DE PRODUTOS COM DADOS DE MARKETING SOB RISCO USANDO INTELIGENCIA PARA OS NEGOCIOS**

Bruno Barbieri - Universidade de Caxias do Sul - Brasil - bruno.barbieri@suspensys.com; **Zaida Cristiane dos Reis** - Universidade de Caxias do Sul - Brasilzcreis@gmail.com; **Paula Patrícia Ganzer** - Faculdade CNEC Farroupilha - Brasil - ganzer.paula@gmail.com
Cassiane Chais - Universidade de Caxias do Sul- Brasil - cassichais@gmail.com; **Vandoir Welchen** - Universidade de Caxias do Sul - Brasil - vwelchen@ucs.br; **Juliana Matte** - Universidade de Caxias do Sul - Brasil - u.cxs1@gmail.com; **Pelayo Munhoz Olea** - Universidade de Caxias do Sul - Brasil - pelayo.olea@gmail.com

Resumo: Este artigo buscou entender conceitualmente algumas ferramentas do Lean Manufacturing, tais como A3, Mapeamento de Fluxo de Valor e Kaizen, a fim de desenvolver uma metodologia que auxilie os empresários de

empresas de pequeno e médio porte da região da serra gaúcha a alcançarem a melhor produtividade, competitividade e, por consequência, lucratividade de suas organizações. O objetivo da pesquisa foi verificar qual estratégia operacional empresários utilizam atualmente e testar a metodologia desenvolvida a fim de entender sua aplicabilidade e aceitação entre os sujeitos pesquisados. Diante disso, por meio de uma pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva desenvolvida com o auxílio de questionários com três entrevistados dos ramos moveleiro, agrícola e de fundição, em que pretendeu-se verificar qual estratégia operacional esses empresários utilizam, a fim de testar a metodologia desenvolvida para entender sua aplicabilidade e aceitação entre os sujeitos pesquisados. Conclui-se que as empresas não adotam as práticas de manufatura enxuta na sua essência, mas demonstraram interesse em aplicá-las, pois entendem que seriam capazes de tornar a empresa mais competitiva e lucrativa.

Palavras-chave: Manufatura enxuta, Metodologia A3, Mapeamento de fluxo de valor, Kaizen.

Abstract: This article sought to conceptually understand some Lean Manufacturing tools, such as A3, Value Stream Mapping and Kaizen, in order to develop a methodology that helps entrepreneurs of small and medium-sized companies in the region of the state of Rio Grande do Sul to achieve the best productivity, competitiveness and, consequently, profitability of their organizations. The objective of the research was to verify which operational strategy entrepreneurs are currently using and to test the methodology developed in order to understand its applicability and acceptance among the subjects surveyed. A qualitative, exploratory and descriptive research was developed with the help of questionnaires with three interviewees from the furniture, agriculture and foundry branches, in which it was tried to verify which operational strategy these entrepreneurs use, in order to test the methodology developed to understand its applicability and acceptance among the subjects surveyed. We conclude that firms do not adopt lean manufacturing practices in their essence, but have shown an interest in applying them because they understand that they would be able to make the company more competitive and profitable.

Keywords: Lean Manufacturing, A3 Methodology, Value Stream Mapping, Kaizen.

ARTIGO

IMPACTO DA MARCA VERSUS IMPACTO DO PREÇO PARA A DECISÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO TEÓRICO ORIUNDO DE UMA PESQUISA BIBLIOMÉTRICA NA BASE DE DADOS SCOPUS

BRAND IMPACT VERSUS PRICE IMPACT FOR THE CONSUMER PURCHASE DECISION: A THEORETICAL STUDY FROM A BIBLIOMETRIC SEARCH IN THE SCOPUS DATABASE

Lucas Tartarotti - Universidade de Caxias do Sul – Brasil - lutarl@ucs.br
Deise Taiana de Ávila Dias - Universidade de Caxias do Sul – Brasil - deiset.dias@gmail.com; **Deonir De Toni** - Universidade de Caxias do Sul – Brasil - deonirdt@terra.com.br

Resumo: Marca e preço são duas das variáveis estratégicas no processo de decisão de compra do consumidor. Verificou-se na base de dados que marca e preço são temas constantemente abordados por pesquisadores de diferentes países, principalmente os profissionais da área do marketing. Neste sentido, estes são temas corriqueiros em revistas científicas de impacto. Com vistas a isso, a pesquisa realizada teve como objetivo analisar o impacto das variáveis

preço e marca na decisão de compra do consumidor e como elas se relacionam entre si. Assim, foi realizado um estudo teórico a partir de uma pesquisa bibliométrica. Utilizou-se a base de dados Scopus, cuja orientação de busca foi a Lei de Zipf (1ª Lei da Bibliometria) considerando os termos “price” (preço) e “brand” (marca) no título, resumo e/ou palavras chave. Os resultados demonstram que estas variáveis estão interligadas e relacionadas no processo de decisão de compra do consumidor.

Palavras-chave: Marca. Preço. Decisão de Compra. Bibliometria.

Abstract: Brand and price are two of the strategic variables in the consumer buying decision process. It has been found in the database that brand and price are themes constantly addressed by researchers from different countries, especially the marketing professionals. In this sense, these are common themes in impact journals. In order to do so, the objective of this study was to analyze the impact of price and brand variables on consumer buying decisions and how they relate to one another. Thus, a theoretical study was carried out from a bibliometric research. We used the Scopus database, whose search orientation was the Law of Zipf (1st Law of Bibliometrics) considering the terms "price" and "brand" in the title, abstract and / or keywords. The results demonstrate that these variables are interrelated and related in the consumer purchasing decision process.

Keywords: Brand. Price. Purchase Decision. Bibliometric.

ESTUDO DE CASO

ALOCÇÃO DE CUSTOS EM UM CENTRO DE DIAGNÓSTICO POR IMAGEM HOSPITALAR: ESTUDO DE CASO NA SOCIEDADE HOSPITALAR SÃO JOSÉ/RS

ALLOCATION OF COSTS IN A CENTER OF DIAGNOSIS BY HOSPITAL IMAGE: CASE STUDY IN THE HOSPITAL SOCIETY SÃO JOSÉ/RS

Geovani Endrigo Klock - Universidade de Caxias do Sul - Brasil - geovaniklock@hotmail.com; **Diego Luís Bertollo** - Universidade de Caxias do Sul - Brasil - dlbertollo@ucs.br; **Maria Emília Camargo** - Universidade de Caxias do Sul - Brasil - mariaemiliappga@gmail.com; **Beatriz Salvador Bizotto** - Universidade de Caxias do Sul - Brasil - beatrizlucibizotto@gmail.com

Resumo: Os hospitais filantrópicos enfrentam diversas dificuldades para manter suas portas abertas e continuarem a oferecer os seus serviços à população que busca atendimento, tanto de caráter de urgência ou preventiva, independentemente do plano de saúde que venham a ter, gerando a necessidade da formação de uma equipe administrativa qualificada, com bom planejamento estratégico e com conhecimento nas diversas legislações e normas que regem estas instituições. Nesse sentido, é importante demonstrar que uma administração efetiva com foco nos resultados não deve estar apenas preocupada com o faturamento, mas também ter uma visão aguçada quanto a alocação de custos, trazendo a situação real de cada setor, não permitindo que setores absorvam os custos de outros, distorcendo a análise individual dos mesmos. Assim, as contínuas mudanças, cortes e ajustes podem proporcionar eficiência aos hospitais atendendo as expectativas, tanto dos clientes internos quanto externos.

Palavras-chave: Custos Hospitalares. Mensuração de Custos. Ponto de Equilíbrio. Apuração de Resultados.

Abstract: The philanthropic hospitals face several difficulties to keep their doors open and continue to offer their services to the population that seeks

care, both of an emergency or preventive nature, regardless of the health plan they may have, generating the need to form a team with good strategic planning and with knowledge in the various legislations and norms that govern these institutions. In this sense, it is important to demonstrate that effective results-focused management should not only be concerned with billing, but should also have a keen focus on cost allocation, bringing the real situation of each sector, not allowing sectors to absorb costs of others, distorting their individual analysis. Thus, continuous changes, cuts and adjustments can provide efficiency to hospitals meeting the expectations of both internal and external customers.

Keywords: Hospital Costs. Measurement of Costs. Point of Equilibrium. Determination of Result.

ATÉ O PRÓXIMO FASCÍCULO
