

Editorial

O número 1, volume 7 de 2017 da Revista Inteligência Competitiva conta com seis artigos, um estudo de caso e três relatos técnicos.

Ainda, para reforçar o conhecimento, especialmente dos autores e dos futuros autores desta RIC, o “Manual ANPAD de Boas Práticas da Publicação Científica”.

Neste documento, são listados alguns pontos relevantes, inspirados em Moizer (2009), Konrad (2008), Ryan (2008) e COPE (2010), que podem ser úteis para os autores terem mais sucesso em suas iniciativas de publicação de manuscritos.

Página 1-43 – Artigo:

Título: COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL: ESTUDO DO MODELO TRIDIMENSIONAL EM UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO NA CAPITAL GAÚCHA

AUTORES: Sheila Cristina Tavares de Oliveira Bassani, Flávia Camargo Bernardi, Mikael Dalberto, Maria Emilia Camargo e Uiliam Hahn Biegelmeier

Resumo: Diante da competitividade existente no mercado e das dificuldades relacionadas à gestão de pessoas, a análise do comprometimento organizacional tem se tornado relevante para as organizações que almejam crescimento sustentável. O comprometimento no ambiente do cooperativismo é particular, haja vista a dupla natureza das cooperativas, sendo estas, ao mesmo tempo, entidade social e empresa inserida no mercado, necessitando de colaboradores na gestão qualificados e que ao mesmo tempo ponderem quanto aos princípios da filosofia cooperativista da instituição. Desta forma, o sentimento de compromisso para com o desempenho da cooperativa pode ser direcionado a partir de estratégias de gestão de pessoas adequadas, desde que estas contemplem o conhecimento acerca das variáveis que mais contribuem para a geração deste sentimento em seus colaboradores. A partir disso, o estudo pretende identificar a dimensão de comprometimento predominante nos colaboradores da região de Porto Alegre em uma cooperativa de crédito, com base no modelo tridimensional proposto por Meyer e Allen (1991), buscando conhecer as variáveis que podem influenciá-lo, apresenta ainda sugestões de melhoria a partir destes resultados. Para tanto, o estudo teve como metodologia a pesquisa descritiva, por meio do estudo de caso, com abordagem quantitativa, utilizando-se um instrumento já validado cientificamente, junto a um grupo de 115 colaboradores ativos da cooperativa. Os resultados apontam a existência do alto grau do componente afetivo, destacando-se ainda, as variáveis interesse pela empresa e orgulho de pertencer.

Página 44-71 – Artigo:

Título: QUALIDADE SOBRE RODAS”: O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DE CONSUMIDORES SOBRE OS SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO EM *FOOD TRUCKS*

Autores: Pyetro Pergentino de Farias, Joelma Ferreira da Silva e Jammilly Mikaela Fagundes Brandão

Resumo: Os *food trucks*, modelo de negócio de origem norte-americana fundamentado na comercialização de alimentos em veículos, de forma itinerante, vem se difundindo de forma inovadora pelas capitais brasileiras. O presente artigo teve como objetivo analisar a percepção de consumidores sobre a qualidade dos serviços de alimentação em *food trucks*. Para isto, realizou-se uma pesquisa

Editorial

quantitativa fazendo uso do método *survey*, com a aplicação de um questionário *on-line*, obtendo um total de 108 respondentes. Dentre as principais constatações do estudo, observou-se que a principal motivação que os consumidores possuem para ir ao *food truck* consiste em poder saborear alimentos criativos com praticidade e comodidade. Além disso, a maioria dos respondentes apresentou uma elevada satisfação no que se refere aos nove indicadores de qualidade alimentar, estabelecidos por Marimoto e Paladini (2009).

Página 72-90 - Artigo:

Título: MERCADO DE TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS DE FUTEBOL E O PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO: CORRELAÇÃO ENTRE OS VALORES DO TRANSFERMARKT E DO JOGO ELETRÔNICO FOOTBALL MANAGER

Autores: Eric Matheus Rocha Lima, Ivan Wallan Tertuliano, André Luis Aroni, Afonso Antonio Machado e Carlos Norberto Fischer

Resumo: O objetivo deste estudo foi comparar a avaliação financeira de atletas atuantes no continente europeu por meio do *website* Transfermarkt® (TM) e do jogo Football Manager® (FM), verificando a confiabilidade de tais colaborações para os clubes reais. A amostra utilizada foi composta por 52 atletas, presentes em ambas as plataformas. Eles foram separados em dois grupos de 26 atletas, com o primeiro composto por jogadores profissionais de 18 a 20 anos (G1), e o segundo contando com atletas de 21 a 23 anos (G2). As informações coletadas foram tratadas por meio do cálculo da média (M) e do desvio padrão (DP) dos valores de comercialização dos atletas no início da temporada 2015/2016, sendo apresentados como valores percentuais. Para fins de análise intragrupo, o grupo G1 apresentou uma diferença de 1,2%, apontando um maior valor de mercado dos jogadores do FM. Na análise do G2 o valor encontrado foi de 10,9%, ou seja, o FM apresentou maior valor de mercado para os jogadores desse grupo em comparação ao TM. Por fim, o jogo eletrônico FM e o website TM apresentaram-se como efetivas ferramentas para os clubes de futebol, permitindo um fácil acesso à relevantes informações acerca do mercado.

Página 91-128 - Artigo:

Título: FUSÃO ENTRE ALL – AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA E RUMO LOGÍSTICA OPERADOR A MULTIMODAL: UMA ANÁLISE A PARTIR DA VISÃO BASEADA EM RECURSOS.

Autores: Anderson Aquiles Viana Leite, Cristiane Teresinha Agnolin e Carlos Eduardo Carvalho

Resumo: Este artigo buscou analisar a negociação no setor logístico brasileiro entre a ALL – América Latina Logística e a empresa Rumo Logística, uma subsidiária da Cosan S.A. Foi desenvolvida uma descrição do processo de fusão, a verificação dos benefícios e impactos negativos da transação e a relação dos dados com a visão baseada em recursos. O estudo consiste em uma pesquisa cuja abordagem é exploratória. A pesquisa se classifica quanto ao enfoque como qualitativa. Com relação aos procedimentos, consiste em um estudo de caso. Foi possível constatar que as empresas envolvidas com o processo de fusão dispunham de recursos

Editorial

atraentes que se tornam complementares as operações das duas companhias, sendo de interesse a aquisição dos recursos da ALL – América Latina Logística por parte do grupo Cosan S.A, por meio de sua subsidiária Rumo Logística Operadora Multimodal. Também ilustra que a operação de fusão iniciou com o tratamento de divergências contratuais de transportes que foram amplamente debatidas e analisadas por ambas as empresas, mostrando a complexidade do tema. Evidenciou que os impactos gerados com a fusão foram benéficos para ambas às empresas. Conclui-se que processos de fusão e incorporação desta natureza permitem o alcance de vantagens competitivas pelo acesso a recursos.

Página 129-153 - Artigo:

Título: MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA SOBRE APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO NA BASE SPELL

Autores: Mayara Pires Zanotto, Juliano Uecker de Lima, Diego Luís Bertollo, Adrieli Pereira Radaeli, Fabiano Larentis e Eric Henry Charles Dorion

Resumo: Aprendizagem organizacional é vista como baseada em rotina, dependente de histórias e orientada para um resultado. Organizações são vistas como aprendizado por meio de inferências que codificam da história para rotinas que guiam o comportamento. Diante desta perspectiva, este estudo procurou mapear a produção científica brasileira sobre aprendizagem organizacional na base de dados Spell, publicados a partir do ano de 2000. Para tanto, realizou-se uma pesquisa quali-quantitativa, com finalidade exploratório-descritiva. Adotou-se como procedimento técnico pesquisa documental e levantamento operacionalizado através de análise bibliométrica. Dos 93 artigos analisados, 91 deles trabalham com a perspectiva da Aprendizagem Organizacional, enquanto 2 artigos posicionam-se na corrente da Desaprendizagem Organizacional. Existe uma ascensão de publicação a partir de 2011, predominância de publicações com dois autores e em revistas de Qualis elevado.

Página 154-182 - Artigo:

Título: PERSPECTIVAS TEÓRICAS DO MAINSTREAM DA ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UMA META-SÍNTESE

Autores: Jonathan Simões Freitas, Júlia Araújo Tiso Mudrik, Paulo Vítor Guerra, Lin Chih Cheng e Carlos Alberto Gonçalves

Resumo: Na última década, vários artigos foram publicados visando revisar o desenvolvimento da pesquisa em administração estratégica (AE). Nesses trabalhos, a investigação dos fatores explicativos da heterogeneidade de desempenho entre firmas é identificada como a motivação distintiva dessa disciplina acadêmica. Nesse sentido, a vertente denominada "estratégia-como-conteúdo" é identificada como o *mainstream*, enfatizando aspectos substantivos (*i.e.* tipos de estruturas e estratégias) para a explicação das diferenças de desempenho organizacional. Nesse contexto, há uma notável convergência desses artigos no que se refere à descrição da evolução teórica dessa corrente de pesquisa. Contudo, nenhum desses trabalhos, isoladamente, fornece esse quadro geral a eles subjacente. Sintetizar essa visão por eles compartilhada acerca do desenvolvimento teórico do *mainstream* de AE, refletindo sobre as principais mudanças ocorridas, é, portanto, o objetivo deste artigo. Nesse sentido, uma estrutura sintética embasada nas revisões de literatura da pesquisa em AE é proposta, caracterizando-se as principais perspectivas teóricas da vertente de estratégia-como-conteúdo e fundamentando-se análises acerca da evolução que esta sofreu nas últimas décadas. Obras escritas mais importantes, principais fatores explicativos apontados para as diferenças de

Editorial

desempenho entre as firmas, bem como contribuições teóricas mais relevantes são identificadas para cada perspectiva; padrões no desenvolvimento teórico dessa corrente são também discutidos e tendências promissoras, salientadas. Espera-se, portanto, que este trabalho contribua tanto para a prática administrativa de estrategistas, fornecendo um *framework* sintético dos principais fatores que podem influenciar o desempenho de suas organizações, quanto para a orientação de novos pesquisadores na área, auxiliando-os a melhor delinear os posicionamentos teóricos que adotarão.

Página 183-214 – ECA:

Título: EM BUSCA DA INOVAÇÃO: OLHANDO PARA FORA DA EMPRESA

Autores: Celso dos Santos Malachias e Luiz Carlos Di Serio

Resumo: Em mercados dinâmicos e altamente competitivos, tais como Tecnologia da Informação, a inovação é imperativo para a competitividade nos negócios. Esta pesquisa contribui com estudos sobre inovação no setor de serviços, tradicionalmente conhecido por ser menos inovador que o setor de manufatura. Através dos construtos Capacidade Absortiva e Visão Periférica, este estudo objetiva explorar a relação entre as capacidades inovativas e os resultados da inovação, moderado pela percepção da liderança das empresas sobre o ambiente competitivo. Utilizando uma metodologia de múltiplos estudos de caso, este artigo examina o processo de aquisição de informação do mercado em três empresas de pequeno e médio porte de serviços de negócios intensivos em conhecimento (sigla em inglês: KIBS). O estudo encontra evidências que a Capacidade Absortiva e Visão Periférica funcionaram fatores condicionantes para mais resultados inovadores. Ainda, ele apresenta indícios que a percepção da liderança sobre a concorrência no ambiente de negócios afeta a geração diferenciada de inovações como resultados.

Página 215-231 – Relato Técnico Científico:

Título: BALANCEAMENTO DA REMUNERAÇÃO ESTRATÉGICA DA FORÇA DE VENDAS COMO VANTAGEM COMPETITIVA

Autores: Viviana Beatriz Huespe Aquino Vieira e Claudio Antonio Rojo

Resumo: Uma preocupação das empresas varejistas é o constante aprimoramento na forma de remuneração de seus colaboradores, tendo em vista que a satisfação da equipe tende a trazer bons resultados tanto para a empresa quanto para os colaboradores. Neste relato é apresentada a problemática de uma pequena empresa do setor de calçados, a qual enfrenta dificuldades para gerenciar a sua equipe de vendedores. Na intervenção realizada, caracterizada como uma pesquisa-ação, sugere-se a adoção de um sistema de remuneração de estratégica, resultante da combinação de benefícios financeiros e não-financeiros, com o objetivo de manter a equipe motivada, possibilitando a retenção de bons profissionais, que agreguem valor e se dediquem ao alcance dos objetivos da empresa.

Página 232-261 - Relato Técnico Científico

Título: NOTAS CRÍTICAS ACERCA DAS ESTRUTURAS ORGANIZACIONAIS COMPETITIVAS E MARKETING

Autores: Guilherme de Farias Shiraishi e Luciano Augusto Toledo

Resumo: O presente artigo propõe-se a analisar e estudar o planejamento de marketing no contexto de estrutura organizacionais. O trabalho foi estruturado sob a modalidade de ensaio, e compõe-se de uma revisão do referencial teórico, mediante uma análise conceitual crítica de alguns aspectos pertinentes ao tema.

Editorial

Foram tratadas questões em torno da diferença entre os diversos níveis estratégicos, como a formulação de estratégias corporativas, competitivas e funcionais, além de situar as atividades de planejamento de marketing dentro da hierarquização estrutural das empresas. Por fim, é realizada uma reflexão e levantamento de questões adjacentes ao planejamento de marketing, estratégias e estruturas organizacionais.

Página 262-273 - Relato Técnico Científico

Título: EMPREENDEDORISMO DIGITAL: UM ESTUDO SOBRE O USO DA TECNOLOGIA COMO ALAVANCAGEM DE NEGÓCIOS EM UMA STARTUP EDUCACIONAL

Autores: Alexandre Albuquerque Domingues e Kathryn Floyd-Wheeler

Resumo: Este relato versa sobre como a tecnologia da informação (TI) influencia no aumento da qualidade da atividade empreendedora. Devido à nova realidade brasileira que se apresenta em um universo complexo e multifacetado, acaba exigindo grande flexibilidade do empreendedor para se conectar com o cliente através de aplicativos e dispositivos móveis que passam a ser acessíveis à sociedade brasileira, garantindo flexibilidade e novas relações de negócios em atividades tradicionais como a educação ou outras atividades do terceiro setor. Neste sentido o estudo objetiva explicar como a política de tecnologia da informação auxilia na melhoria dos serviços em uma organização educacional. Com base em pesquisa quantitativa como método um "Startup" foi utilizado como objeto de estudo e validou o aumento da produção dos serviços educacionais através da publicação de aplicativos propostos na ESPEDUC, desta forma a meta de divulgação para oferta e demanda de público foi atingida através de uma política de geração de produtos e acessos móveis digitais a futuros e atuais clientes.

Boa leitura!

Prof. Dr. Alfredo Passos

Editor Chefe