
V. 8, N. 3, JUL./SET. 2018

Editor
Alfredo Passos
profdrpassos@gmail.com

Como referenciar - ABNT
Revista Inteligência Competitiva, v.
8, n. 3, p. i-v, jul./set. 2018

© Atelie Brasil
Rua Pe. Guilherme Pompeu, nº1,
Centro- Santana de Parnaíba
06501-055 - São Paulo - Brasil

EDITORIAL

Este número da Revista Inteligência Competitiva apresenta uma inovação além dos importantes artigos que sempre são publicados.

São apresentados dois estudos de caso sobre Inteligência Artificial – IA. O objetivo dessa publicação é o de incentivar à pesquisa científica dessa área no Brasil.

Atualmente, Inteligência Artificial – IA, faz parte das atividades humanas mais corriqueiras. Utilizações que parecem simples como do corretor ortográfico do smartphone que completa as palavras e frases que você escreve com mais frequência, até processos complexos de automação industrial.

Nesse caminho das máquinas que aprendem, estão os robôs.

Segundo dados da Federação Internacional de Robótica (IFR, na sigla em inglês) mostram que na Coreia do Sul, país que lidera o processo de automação, há 531 robôs para cada grupo de 10 mil trabalhadores na indústria como um todo.

Em Cingapura, no Japão e na Alemanha, a proporção é superior a 300. Na China está em 49, mas com previsão de chegar a 150 até 2025. No Brasil, empresários do setor de automação avaliam que há apenas 10 robôs para cada 10 mil trabalhadores na indústria.

Além dos dois estudos de caso, seis artigos que mostram o estado da arte em Inteligência Competitiva no Brasil e no mundo e um Relato Técnico Científico.

Boa Leitura

ARTICLE

PRODUCT PRICING WITH MARKETING DATA UNDER RISK USING BUSINESS INTELLIGENCE

S. Ehlham Bagheri, Hamed Fazlollahtabar, Minoo Talebi Ashoori

Abstract: Since product pricing is a significant decision for producers and is known as a challenging problem in today's marketing operations, the aim of this study is to design an integrated decision support system for pricing. The emerging business environment is highly dynamic in which only companies being higher in terms of competitiveness can succeed in achieving a sustainable market. Nowadays, most companies often use complicated information systems such as business intelligence systems for effective decision making and analytics. Here, by using pricing methods the prices of products are determined on the basis of marketing data under the terms of risk so that to maximize revenue along with fulfilling customers' demands. A case study is

reported to show the effectiveness of the approach. There, we analyzed different effects of our proposed pricing models and studied the influences on the purchase behavior of the customers.

ARTIGO

INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E A RESILIÊNCIA EM EMPREENDIMENTOS SOCIAIS - UM ESTUDO MULTICASOS

Lúcia Regina Silveira Auozani

Resumo: O objetivo deste trabalho é analisar a contribuição da inteligência competitiva para a resiliência em empreendimentos sociais que prestam serviços a crianças, jovens e adultos em situação de vulnerabilidade. A Inteligência Competitiva (IC) por ser um processo dinâmico que aborda questões tanto de caráter econômico como social, na prospecção e monitoramento da gestão do conhecimento e informações, desempenha papel fundamental na inovação tecnológica das organizações. As organizações de cunho social também fazem uso de tecnologias de comunicação para coleta, análise e disseminação de informações referentes à sua área de atuação. Os empreendedores sociais cercam-se de todo o manancial possível e necessário de conhecimentos, tecnologias, capacidades e recursos para levarem suas organizações a alcançarem objetivos possíveis. Os dados utilizados foram de natureza secundária, pois foram utilizadas histórias de vida de empreendedores brasileiros considerados referência na geração de inovações sociais de impacto, segundo o Prêmio Empreendedor Social realizado pelo jornal Folha de São Paulo e pela Fundação Schwab.

ARTIGO

PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DAS FERRAMENTAS CANVAS E ANÁLISE SWOT EM UMA EMPRESA DE PEQUENO PORTE

Laís Viera Trevisan, Camila Borges Fialho, Daniel Arruda Coronel

Resumo: O planejamento estratégico em uma organização consiste em um processo de análise da empresa sob diversos ângulos, em um direcionamento de rumos e monitoramento das ações. Nesse sentido, se bem utilizado pela empresa, ele é capaz de fornecer uma série de benefícios, contribuindo para um maior alcance dos resultados pretendidos. O planejamento estratégico dispõe de ferramentas de suporte à gestão estratégica, exemplos dessas são o Canvas e a análise SWOT. Diante disso, o presente estudo objetiva a implantação de tais ferramentas em uma empresa de pequeno porte do ramo de consultoria empresarial. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de natureza descritiva com abordagem metodológica qualitativa, optando-se pelo estudo de caso. A partir de uma revisão bibliográfica, de pesquisa documental, de entrevista semiestruturada com os proprietários e de observação participante, foi possível a implantação das ferramentas, permitindo colocar à disposição dos gestores o

modelo de negócio da empresa e também uma análise do cenário externo e interno à organização, que irão auxiliar na identificação de possíveis melhorias e na entrega de melhores propostas de valor aos seus clientes, bem como na definição de futuras estratégias de atuação.

ARTIGO

A GERAÇÃO DE INOVAÇÃO ATRÁVES DA INTELIGÊNCIA COMPETITIVA: UMA ANÁLISE DOS DADOS DISPONÍVEIS NA PINTEC

Cesar Tirso

Resumo: O processo de inteligência competitiva e a inovação são ações empresariais consideradas no mercado altamente competitivo atual, essenciais para a sobrevivência de uma corporação. O objetivo da presente pesquisa foi localizar como o processo de IC está atrelado à inovação utilizando os dados disponíveis pela PINTEC. Inicialmente foram feitos levantamentos teóricos com o objetivo de introduzir alguns termos e conceitos considerados padrões em ambas as áreas, para em seguida ser feita uma análise dos valores apresentados na última publicação de pesquisa de inovação do IBGE. Os resultados corroboram que esta estratégia auxilia na inovação, onde a IC gera um insumo para a tomada de decisão, sendo que essa estratégia é tipicamente um processo interno, devido à alta importância dos dados obtidos, enquanto externamente o foco tende a ser em informações que não são diretamente do setor, como é o caso de indicadores e análises econômicas. Por fim, levanta-se a análise que um processo de inteligência competitiva bem estruturada dentro de um mercado competitivo se torna uma competência essencial dentro de uma corporação com a possibilidade de aumentar o *market share* da mesma, no longo prazo.

ARTIGO

COMPOSTO PRODUTO SOB A ÓTICA DA COCRIAÇÃO

Isabella Morais, Karen Perrota L. Prado, Sérgio Silva Dantas, Evange Elias Assis, Luciano Augusto Toledo

Resumo: Este estudo teve como objetivo investigar como as empresas estão desenvolvendo a cocriação no que se refere à introdução de novos produtos por meio de um estudo de caso de uma empresa de benefícios ao trabalhador (nome não autorizado a divulgar). Para a fundamentação teórica, foram abordadas teorias sobre o conceito de cocriação e também criação de um novo produto em redes sociais. Pode-se observar o conceito de cocriação como parte importante no processo de criação de novos produtos, sendo a interação com o cliente a peça fundamental para que a cocriação contribua de fato na criação de novos produtos. Foi realizada uma pesquisa de campo por meio de entrevistas realizadas com colaboradores da empresa integrantes da área de inovação e canais digitais em que se descobriu que a empresa ainda não possui canais de abertura com o cliente que favorecem as interações, porém está cada vez mais interessada em ouvir o cliente em seus processos de criação de novos produtos.

ARTIGO

TECNOLOGIAS MÓVEIS E REDES SOCIAIS NO MERCADO DE TRABALHO: VISÃO DOS GESTORES ORGANIZACIONAIS

João Batista Ferreira, Izabela Fernandes Flores

Resumo: Com esta pesquisa, procurou discutir e descrever os benefícios e malefícios do uso das redes sociais e do aplicativo WhatsApp no ambiente de trabalho, e relatar a visão dos gestores organizacionais sobre o assunto. Especificamente, comentar a importância do uso das redes sociais para a sociedade; demonstrar as finalidades de redes sociais no ambiente organizacional; identificar os benefícios e malefícios relacionados a redes sociais no mercado de trabalho, na visão dos gestores; identificar os benefícios e malefícios relacionados ao uso do aplicativo WhatsApp no ambiente de trabalho, na visão dos gestores. A metodologia desta pesquisa, quanto à natureza podemos dizer que é uma pesquisa aplicada, quanto aos objetivos trata-se de uma pesquisa exploratória, e quanto aos procedimentos qualitativa. Pesquisa de campo, utilizando para a coleta de dados a entrevista semiestruturada com cinco (5) gestores de ramos de atividades diferentes, do município de Coromandel/MG, sobre a visão dos mesmos em relação ao uso das redes sociais e do aplicativo WhatsApp no mercado trabalho. Os resultados demonstraram que os gestores sabem que o avanço tecnológico, em específico tanto as redes sociais como o aplicativo WhatsApp, são fatores que contribuem para as tomadas de decisões, auxiliam no operacional das empresas. Mas, o uso em demasia pelos funcionários prejudicam a produtividade e a qualidade nas prestações de serviços.

ESTUDO DE CASO

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL APLICADA A NEGÓCIOS

Mauro Segura

Resumo: O objetivo desse estudo é uma apresentação de trinta minutos sobre IA – Inteligência Artificial. o Bradesco e a IBM se juntaram para conversar sobre a introdução de IA - Inteligência Artificial dentro do Banco. . A estratégia escolhida pelo Banco foi dominar a tecnologia de IA para uso nas atividades internas, com os funcionários, e somente a partir dos resultados positivos, a BIA seria aprimorada e ampliada para o público externo. Foi uma estratégia cautelosa e plenamente justificável, pelo tamanho e complexidade da operação do Banco.

ESTUDO DE CASO

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: COMO AMPLIAR SUA ADOÇÃO

Viviane Oliveira

Resumo: O dilúvio de informações atualmente nos assaltando no século 21 está tendo um profundo impacto em nossos estilos de vida

e em como trabalhamos. Devemos separar constantemente informações confiáveis e exigidas da enorme quantidade de dados que encontramos todos os dias. Através de teorias matemáticas, modelos e cálculos experimentais, a Inteligência Artificial explora as incertezas do conhecimento e da inteligência que ocorrem durante os processos cognitivos dos seres humanos. O autor concentra três chaves para entender a tomada de decisão da IA.

RELATO TÉCNICO CIENTÍFICO

DIAGNÓSTICO E PROPOSIÇÃO DE MELHORIAS NA GESTÃO DE UMA EMPRESA DE AVICULTURA DE POSTURA COMERCIAL

Cibely Delabeneta, Claudio Antonio Rojo

Resumo: O presente relato técnico tem como objetivo diagnosticar e propor mudanças para melhorar a gestão de uma empresa que explora a atividade de avicultura de postura comercial. Utilizando o instrumento de análise SWOT foi possível identificar os pontos fortes e fracos, as ameaças e oportunidades da empresa e assim propor algumas melhorias. Foram realizadas duas reuniões com os gestores da empresa, sendo a primeira para traçar o perfil e diagnosticar qual área apresentava a necessidade de intervenção de uma consultoria e coletar os dados necessários para a pesquisa. A segunda reunião para apresentar a análise SWOT concluída e as propostas de intervenção. Os setores que mais demandaram intervenção foram o departamento comercial e o de marketing. Foram propostas quatro intervenções, sendo a primeira de demonstrar a viabilidade do produto B e como estratégia para aumentar a sua produção e venda foram elaboradas as outras três intervenções focadas na primeira. A segunda intervenção propõe a contratação de um vendedor externo. As outras duas intervenções são relacionadas ao marketing que é pouco explorado pela empresa, e há duas oportunidades de melhoria. A primeira é de atualizar e divulgar a página na website e a segunda é de substituir a embalagem de papel por embalagem de isopor que comercialmente é mais atrativa.

ATÉ O PRÓXIMO FASCÍCULO
