

Inteligência Competitiva

Prof. Dr. Rogério Henrique de Araújo Júnior

Faculdade de Ciência da Informação

Universidade de Brasília

1- Definições e campo de estudo

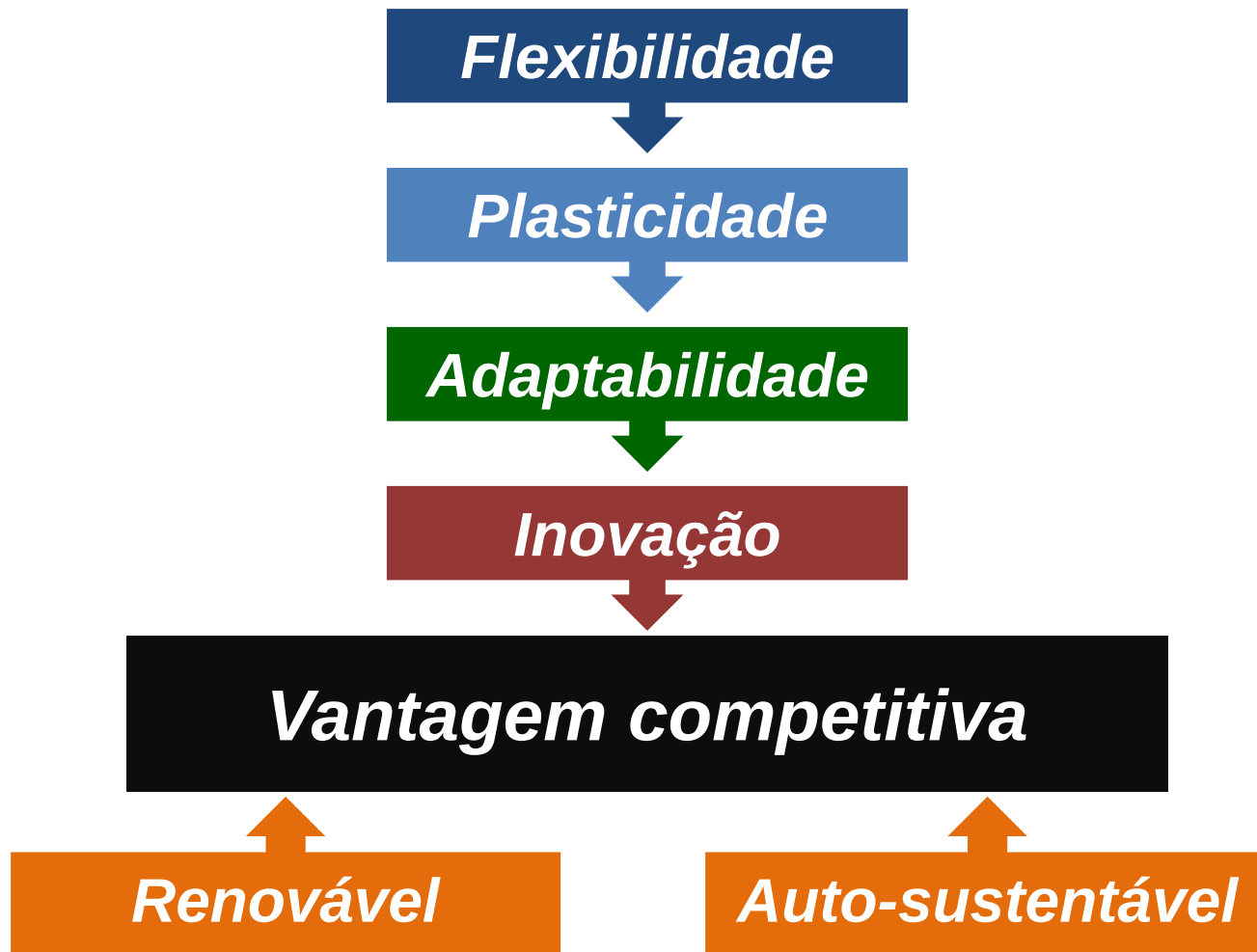
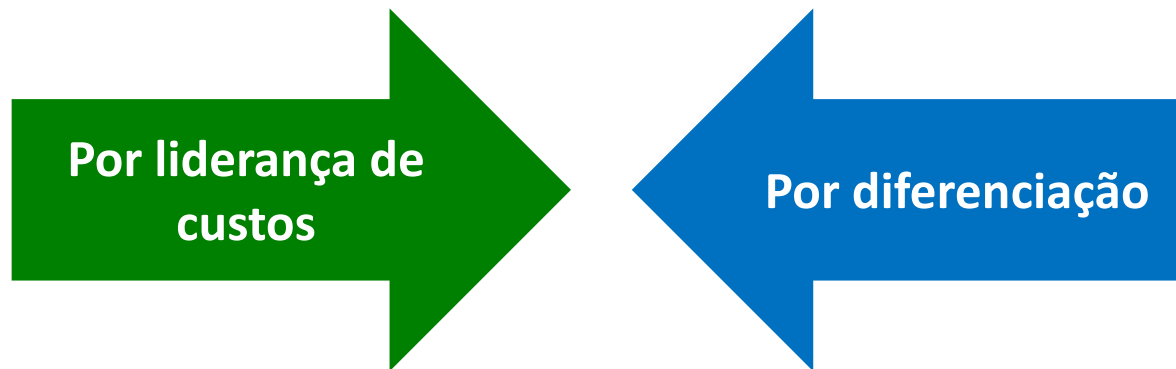


Figura 1 - O Escopo da inteligência
Fonte: baseado em Martins et al (2008)

- A vantagem competitiva foi um termo cunhado por Michel Porter na década de 1980 para definir o valor que uma empresa cria para os seus compradores e que ultrapassa os seus custos de fabricação.

O conceito está apoiado na concepção de que o cliente atribui valor a um dado serviço ou produto e paga por isso.

- A vantagem competitiva pode ser de dois tipos:



- A inteligência quando considerada em plano mais amplo, aponta tradicionalmente para atividades relacionadas à espionagem, grampos e obtenção ilegal de informações sensíveis.

Inteligência é a capacidade de uma organização social de adquirir informações, fazer julgamentos, adaptar-se ao meio, desenvolver estratégias e agir racionalmente com base nas informações obtidas.

- Quando envolvemos a questão da competitividade o escopo da inteligência pode ser firmado da seguinte forma:

Capacidade de utilização das informações obtidas em prol de uma posição competitiva.

- A inteligência competitiva pode ser definida como o conjunto de ações sistemáticas e integradas de busca, processamento, análise e disseminação de informação que visam subsidiar os tomadores de decisão no ambiente corporativo.

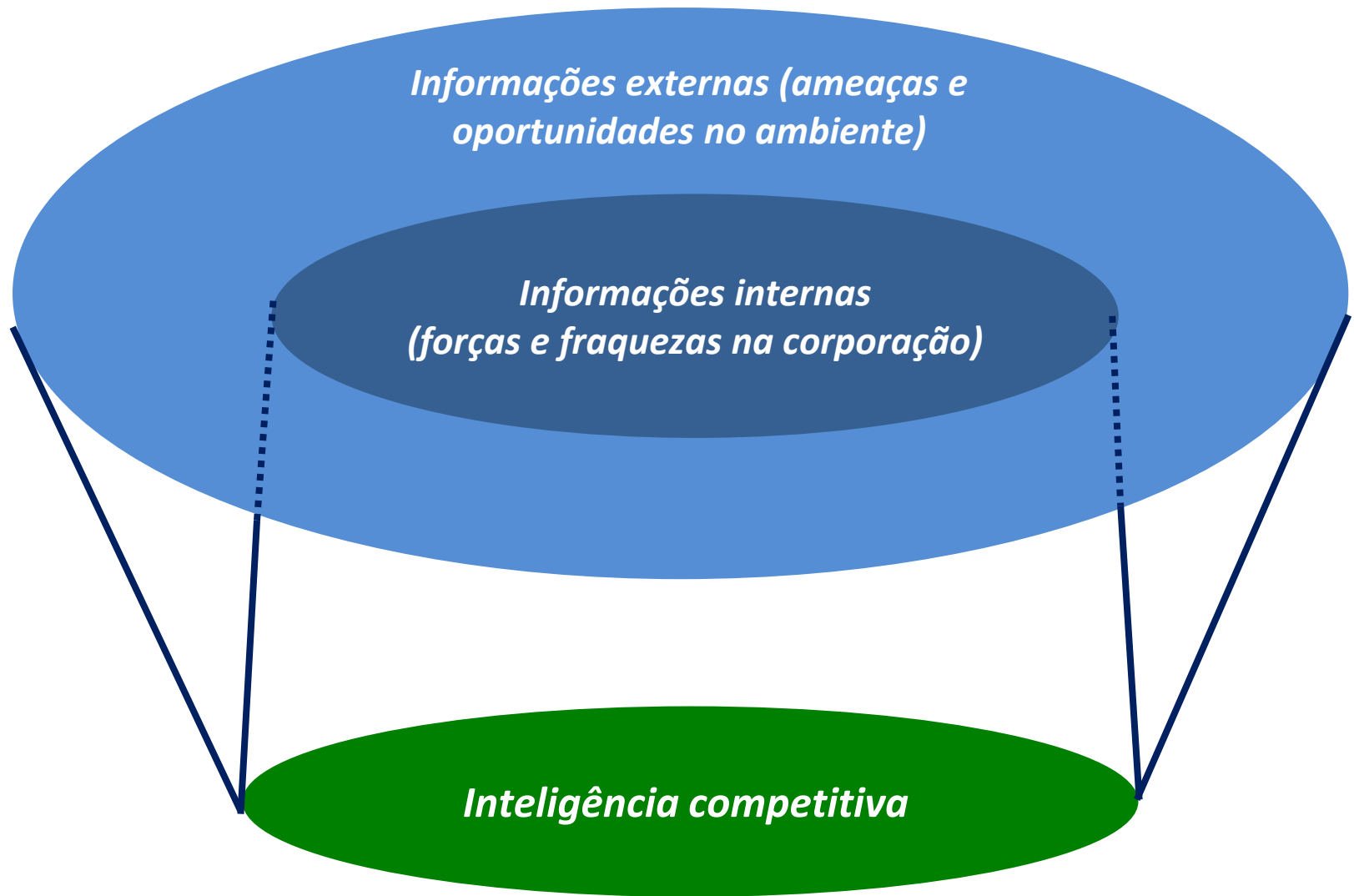


Figura 2 – Onde buscar informação?

Dentre as prioridades da inteligência competitiva podemos citar:

- Permitir à organização, visualizar o melhor contexto de atuação estratégica, por meio do conhecimento das melhores práticas organizacionais;

- Permitir à organização, a partir do uso das informações, o estabelecimento de vantagem competitiva a médio e longo prazo;
- Permitir à organização a possibilidade de aprimoramento dos sistemas componentes da estrutura organizacional;

- Permitir à organização a identificação, em outras empresas, de avanços tecnológicos desconhecidos até então;
- Propiciar à atividade do planejamento, informações que melhor definam o papel da estratégia na inserção das organizações no mercado (*Araújo Jr., 2001*).



Figura 3 - O Contexto da inteligência competitiva

Fonte: baseado em Araújo Jr. (2001)

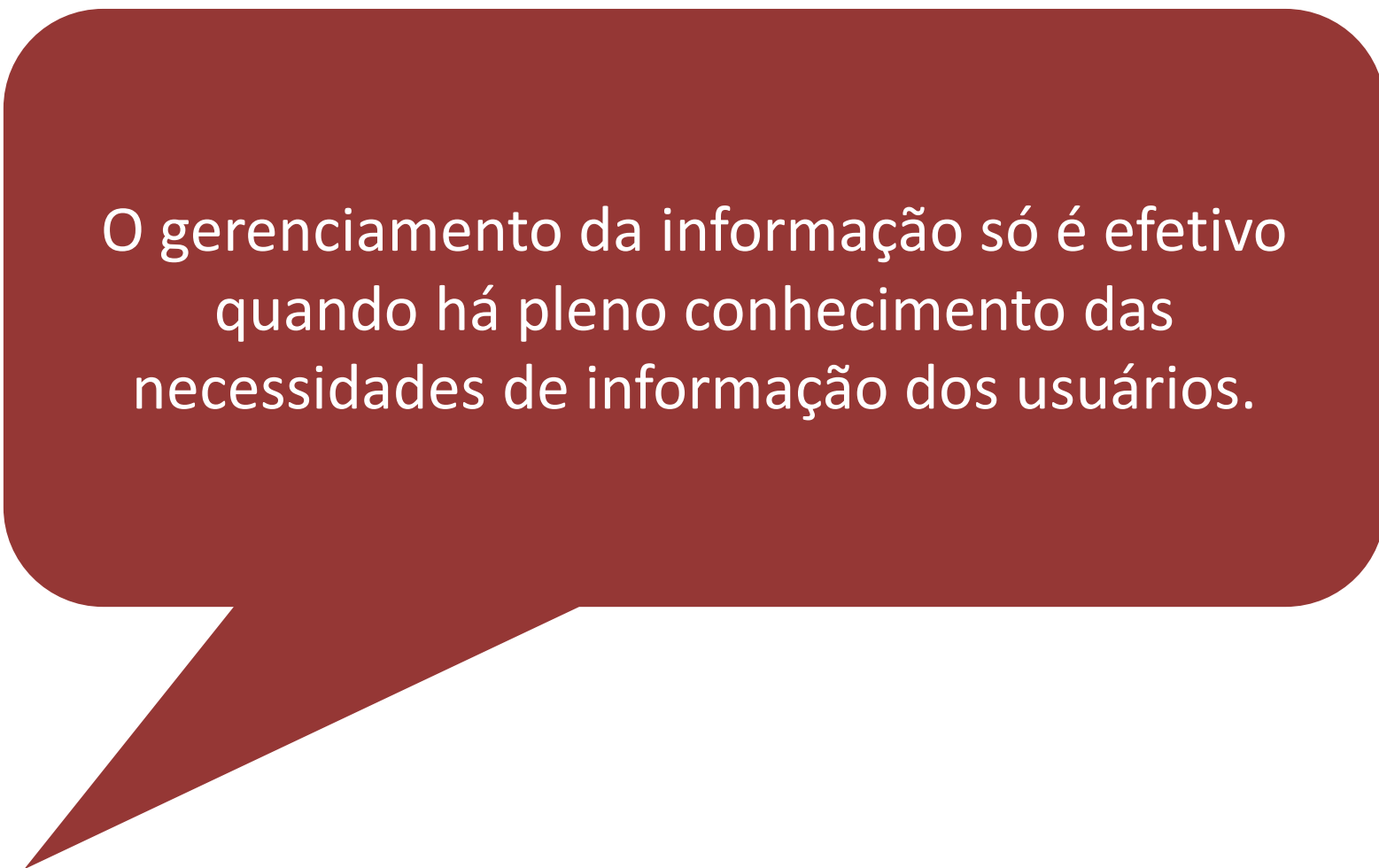
2- Gestão da informação e Inteligência Competitiva

- O gerenciamento da informação envolve três tarefas básicas:



Figura 4 – Etapas no gerenciamento da informação

Fonte: baseado em Araújo Jr. (2001)



O gerenciamento da informação só é efetivo
quando há pleno conhecimento das
necessidades de informação dos usuários.

- O requisito básico a ser considerado no gerenciamento da informação é a adaptação de modelos de transferência de informação no ambiente corporativo.

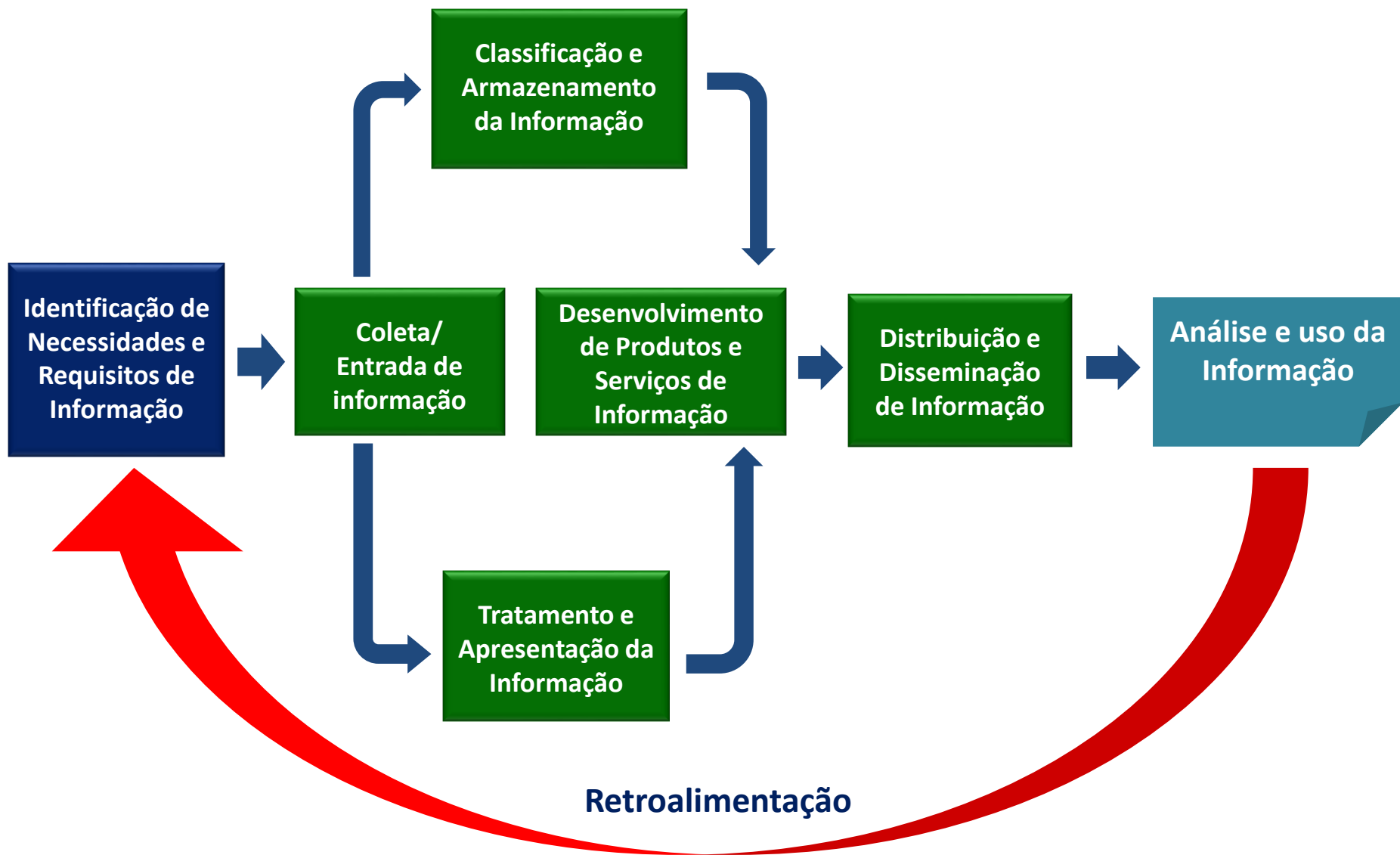


Figura 5 - adaptada de McGee; Prusak (1994)

- Sistema de inteligência – processo que congrega atividades de busca, processamento, análise e disseminação de informação para apoiar seus usuários nas tomadas de decisão.
- Os sistemas de inteligência podem ser denominados “*fábricas de informação incorporada*”.

- Para que os sistemas de inteligência competitiva funcionem como “*fábricas de informação incorporada*”, será necessário incorporar à gestão da informação processos de agregação de valor.

Os processos que agregam valor à informação, segundo Taylor (1986) são:

- **Organização**: confecção de rótulos através do quais a informação poderá ser recuperada em uma base de dados;
- **Análise**: ações de descrição, representação e organização de conteúdos informacionais, com vistas à elaboração de linguagens documentárias voltadas para o armazenamento e a recuperação da informação;

- **Síntese**: informação sumarizada na medida exata para a formação de juízo no processo decisório; e
- **Julgamento**: ações de filtragem, análise e padronização da informação a serem empregadas em situações específicas.



Figura 6 – Fábrica de informação incorporada

Fonte: Araújo Jr. (2009)

- A figura 06 a seguir ilustra a possibilidade de integração dos modelos de vantagem competitiva (objetivo central da inteligência competitiva), gestão da informação e agregação de valor à informação, cerne da concepção de *fábrica de informação incorporada*.

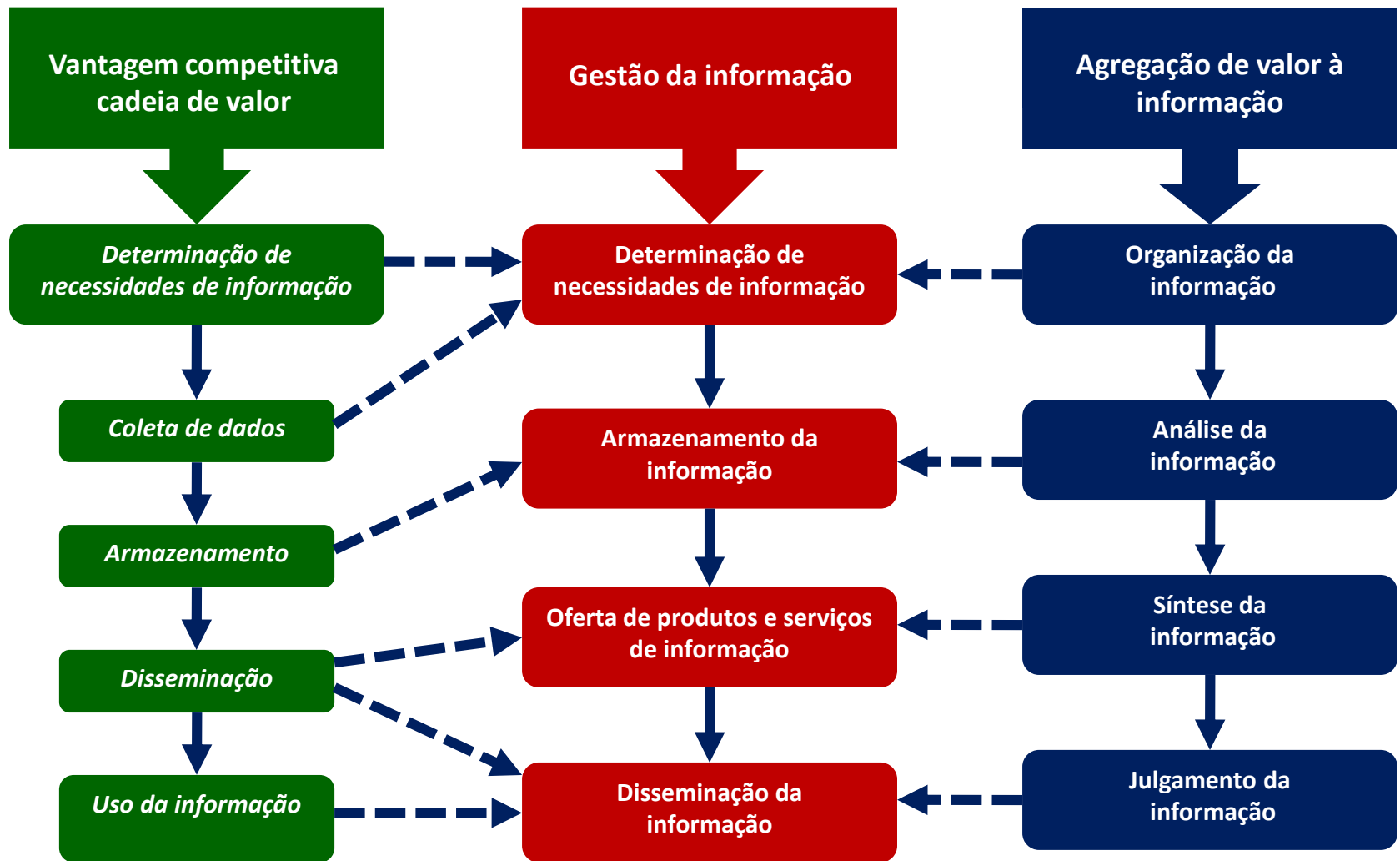


Figura 7 – Integração dos modelos de gestão da informação, vantagem competitiva e valor agregado à informação

Fonte: Araújo Jr., 2009

Referências

ARAÚJO JR., Rogério Henrique de. In: TARAPANOFF, Kira, Org. Inteligência organizacional e competitiva. Brasília : Editora Universidade de Brasília, 2001. Benchmarking.

ARAÚJO JR., R. H. de. Construção e funcionamento de uma unidade de produção de informações estratégicas na esfera governamental. In: XIV Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración, 2009.

CHAÍN C. N. Gestión de información en las organizaciones. Murcia : Universidad de Murcia, 2000.

DAVENPORT, T. Ecologia da informação. São Paulo : Futura, 2000.

MCGEE, J.; PRUSAK, L. Gerenciamento estratégico da informação. Rio de Janeiro: Campus, 1994. TAYLOR, R. S. Value-added process in information systems. Norwood : Ablex, 1986.

Rogério Henrique de Araújo Júnior
<araujojr@unb.br>