

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS  
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

PRISCILLA NUNES SILVA

**PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA: estudo dos trabalhos de conclusão do curso de Gestão Estratégica da Informação na Universidade Federal de Minas Gerais.**

BELO HORIZONTE  
2013

PRISCILLA NUNES SILVA

**PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA: estudo dos trabalhos de conclusão do curso de Gestão Estratégica da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado em cumprimento parcial às exigências para obtenção de título Especialista em Gestão Estratégica da Informação.

Orientadora: Mônica Erichsen Nassif

BELO HORIZONTE  
2013

## **AGRADECIMENTOS:**

Agradeço:

À minha família pela paciência e incentivo para que não desistisse deste trabalho devido às dificuldades encontradas;

Aos meus colegas de classe pelas alegrias e experiências compartilhadas durante o curso;

Aos meus professores e professoras pelas aulas ministradas com tanto empenho!

À minha querida orientadora Mônica por ter aceitado e continuado a me orientar pela compreensão e pelas ideias, correções, sugestões e dedicação a este trabalho. Mônica você sempre foi um exemplo para mim!

À Sônia e à Cláudia por terem sido sempre solícitas e incentivadoras para marcarmos as datas de defesa dos trabalhos!

Ao Professor Frederico Mafra por disponibilizar seu tempo e por suas considerações para a melhoria deste estudo;

Ao Rodney sempre presente em minha vida, que me apoiou desde a escolha do curso até o tema do estudo, disponibilizou seu tempo para discussões sobre o tema, e principalmente, por não permitir que o desânimo me atingisse. Você é minha motivação e inspiração!

## RESUMO

O mercado globalizado aliado às constantes inovações tecnológicas e à crescente geração e divulgação de informações vem tornando o ambiente dos negócios altamente instável. A internacionalização das economias obriga as empresas a encontrarem meios para se tornarem cada vez mais competitivas monitorando, além de seu ambiente interno, o ambiente de negócios no qual estão inseridas. A informação torna-se, dessa maneira, o principal insumo para as atividades das empresas e gerenciá-la tem sido o maior desafio da atualidade. A necessidade de utilizar a informação de maneira eficiente para a tomada de decisões nas organizações tem despertado o interesse para a atividade de Inteligência Competitiva. A Inteligência Competitiva é uma atividade que oferece suporte à alta direção na gestão estratégica da organização. Consiste na permanente monitoração ética de informações externas a respeito de mercado e concorrência que visa à manutenção e/ou aumento da competitividade empresarial em um nicho de mercado. O desenvolvimento da atividade de Inteligência Competitiva nas empresas vem impulsionando os profissionais de diversas áreas a procurarem cursos que complementem sua formação e, conseqüentemente, estudos voltados para essa atividade são desenvolvidos. A presente pesquisa buscou traçar a evolução da produção científica do curso de Gestão Estratégica da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais durante o período de 2007 a 2012. A pesquisa foi realizada através de levantamento bibliográfico, analisando 12 monografias do curso. Concluiu-se que a produção de acadêmica sobre Inteligência Competitiva nesta Escola contribui para a disseminação da IC através da disponibilização dos trabalhos que são produzidos ao final do curso. Com a necessidade de diferenciação das organizações no mercado, acredita-se que o interesse pela IC cresce em quantidade de publicações acadêmicas.

Palavras-chave: Inteligência Competitiva. Gestão Estratégica. Bibliometria.





## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ciclo da IC .....	23
Figura 2 - Monografias ano 2007 .....	27
Figura 3 - Monografias ano 2008 .....	28
Figura 4 - Monografias ano 2009 .....	28
Figura 5 - Monografias ano 2010 .....	29
Figura 6 – Monografias ano 2011 .....	29
Figura 7 – Monografias ano 2012 .....	30

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – TCC disponíveis sobre IC na Biblioteca da ECI por ano.....	31
Tabela 2 – Orientadores dos trabalhos na ECI – 2007 a 2012.....	31
Tabela 3 - Palavras chaves dos trabalhos na ECI – 2007 a 2012.....	32
Tabela 4 - Autores mais citados nos trabalhos da ECI – 2007 a 2012 .....	33
Tabela 5 – Metodologias dos trabalhos na ECI – 2007 a 2012 .....	34
Tabela 6 - Principais problemas nos trabalhos da ECI – 2007 a 2012 .....	34
Tabela 7 – Objetivos gerais nos trabalhos da ECI – 2007 a 2012.....	34
Tabela 8- Conclusões nos da ECI – 2007 a 2012 .....	35

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABRAIC – Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva

BI – Business Intelligence

EAD – Educação à Distância

ECI – Escola de Ciência da Informação

FACISA – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Belo Horizonte

FGV – Fundação Getúlio Vargas

GC – Gestão do Conhecimento

GEI – Gestão Estratégica da Informação

GI – Gestão da Informação

IC - Inteligência Competitiva

IETEC – Instituto de Educação Tecnológica

INT – Instituto Nacional de Tecnologia

NITEG – Núcleo de Informações Tecnológicas e Gerenciais

MPE - Médias e Pequenas Empresas

PUC-MG – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

SCIP – Strategic and Competitive Intelligence Professionals

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

TI – Tecnologias da Informação

## SUMÁRIO

1. Introdução.....	11
2. Justificativa .....	13
3. Objetivos.....	15
3.1 Objetivo geral .....	15
3.2 Objetivos específicos.....	15
4. Referencial teórico.....	16
5. Metodologia .....	26
5.1 Produção científica .....	26
5.2 Análises.....	31
6. Considerações finais .....	36
Referências .....	39
APÊNDICE A – Transcrição dos trechos das monografias analisadas.....	42
APÊNDICE B – Formulário de coletas de dados .....	59

## 1. INTRODUÇÃO

O mercado globalizado aliado às constantes inovações tecnológicas e à crescente geração e divulgação de informações vem tornando o ambiente dos negócios altamente instável. A internacionalização das economias (Queyras; Quoniam, 2006) obriga as empresas a encontrarem meios para se tornarem cada vez mais competitivas monitorando, além de seu ambiente interno, o ambiente de negócios no qual estão inseridas. Muitas organizações são obrigadas, então, a remodelar os seus processos para encaixar-se nesse contexto de mudança empresarial obtendo condições de concorrência no mercado local e/ou expansão de suas atuações.

A informação torna-se, dessa maneira, o principal insumo para as atividades das empresas e gerenciá-la de forma eficiente tem sido o maior desafio da atualidade. Para Choo (2003) as organizações do conhecimento são as que utilizam a informação criando significado e utilizando-a como instrumento para nortear suas decisões. Assim, os recursos informacionais são os elementos estratégicos para a resiliência das empresas em um ambiente mutável. Para conseguirem utilizar as informações de maneira assertiva para tomada de decisões, as organizações estão investindo em estratégias para a captação, a seleção, o tratamento e uso dos recursos informacionais. Uma dessas estratégias é conhecida como inteligência competitiva (IC). A IC é uma atividade que oferece suporte à alta direção na gestão estratégica da organização. Consiste na permanente monitoração ética de informações externas a respeito de mercado e concorrência que visa à manutenção e/ou aumento da competitividade empresarial em um nicho de mercado. No Brasil foi a partir da década de 90 que essa temática começou a tomar forma e, em 2000, foi criada a Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva (ABRAIC) que tem como escopo a disseminação das atividades de IC no país para aumento da competitividade de suas organizações.

A necessidade de desenvolver a atividade de IC nas empresas impulsiona os profissionais de diversas áreas a procurarem cursos que complementem sua formação e, conseqüentemente, estudos voltados para essa atividade são desenvolvidos. Essa produção acadêmica / profissional é um importante instrumento para avaliarmos se a IC vem se tornando uma prática nas empresas. Muitos estudos apresentam propostas de implantação da atividade como estratégia para aumento dos lucros e da competitividade - o

que aponta que a necessidade existe-, mas que a IC ainda é um campo inexplorado pela maior parte dos empresários.

Na Escola de Ciência da Informação (ECI) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), existe, desde 1998, o curso de especialização em Gestão Estratégica da Informação (GEI) que tem como objetivo descrito no site do Núcleo de Informação Tecnológica (NITEG):

capacitar profissionais para o gerenciamento estratégico de ferramentas, produtos e serviços de informação na definição de estratégias, identificação de mercados, tomadas de decisão, proporcionando conhecimentos nas áreas de Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento.<sup>1</sup>

Uma das disciplinas, apresentadas pelo objetivo do curso de GEI, é a de Inteligência Competitiva cuja finalidade apresentada em seu PLANO de ensino (2011) é sintetizada em “propiciar aos alunos os princípios básicos relativos à inteligência competitiva, seja no tocante às abordagens teóricas existentes, seja no que se refere à prática dessa atividade” [...].

Ao final do curso de GEI, os alunos desenvolvem temas de pesquisa para a elaboração de monografias e apresentação à banca como requisito parcial para a obtenção do título de especialista em Gestão Estratégica da Informação.

Pretende-se, com este trabalho, levantar a produção acadêmica relativa ao tema de IC elaborada no curso de GEI da ECI/UFMG no período de 2007 a 2012 avaliando a contribuição dessa Escola para o desenvolvimento da disciplina como atividade estratégica. O período escolhido tem relação com uma pesquisa coordenada pela ECI e desenvolvida com a UNB sobre a produção científica em IC (informação verbal)<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://niteg.eci.ufmg.br/Cursos-Especializacao/especializacao-em-gestao-estrategica-da-informacao>

<sup>2</sup> Incluída pela Orientadora Mônica Erichsen Nassif

## 2. JUSTIFICATIVA

A necessidade de utilizar a informação de maneira eficiente para a tomada de decisões nas organizações tem despertado o interesse para a atividade de IC. De acordo com Francisco José Fonseca de Medeiros – Diretor de Articulação Nacional da ABRAIC - em entrevista ao Portal Administradores<sup>3</sup> (2012), nos últimos dez anos a IC tem-se mostrado como um mercado promissor, devido ao excesso de informação, que gera uma situação na qual o tomador de decisão possui um alto grau de incerteza que só é reduzido através do trabalho dos profissionais de IC. Em contrapartida, o especialista afirma que, atualmente, é difícil encontrar profissionais qualificados no mercado de trabalho devido à escassez de cursos de capacitação. Medeiros aponta que as universidades ainda não estão acompanhando o aumento da demanda por falta de docentes habilitados para ministrar uma disciplina de IC.

No que se diz respeito a estudos no Brasil, de acordo com Coelho *et.al* (2006) a parceria entre o Instituto Nacional de Tecnologia – INT – e a Université Aix-Marseille III, em 1996, contribuiu para que a IC começasse a ser difundida nas empresas brasileiras. Os trabalhos acadêmicos dos estudantes do curso oferecido pela parceria criaram uma bibliografia voltada à realidade nacional que era inexistente.

Atualmente, as publicações de artigos direcionados para o mercado sobre IC mostram a necessidade da ferramenta para a gestão de informações estratégicas. Sites como administradores.com, Plugar, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE-, entre outros, abordam a temática de forma generalista e, em muitos casos, ligadas a propostas de consultoria.

Existem algumas instituições em Belo Horizonte que ofertam cursos sobre a IC. A Universidade Federal de Minas Gerais oferece o curso de especialização *stricto senso* em Gestão Estratégica da Informação onde a IC é uma das disciplinas ministradas. A Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Belo Horizonte – (FACISA-BH) está anunciando seu *site*<sup>4</sup> um curso de curta duração, modalidade Educação à Distância (EAD) sobre a temática assim como acontece no Instituto de Educação Tecnológica (IETEC)<sup>5</sup> e Fundação Getúlio Vargas

---

<sup>3</sup> <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/entrevista-sobre-inteligenciacompetitiva/67641/>

<sup>4</sup> <http://www.facisabh.esab.edu.br/interno.cfm?target=1&IdCurso=450;>

<sup>5</sup> <http://www.ietec.com.br/cursos/curta-duracao/>

(FGV) <sup>6</sup>. A Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG) oferta o curso de especialização em *Business Intelligence* (BI) onde há a disciplina de IC<sup>7</sup>.

Percebemos, então, que as iniciativas de desenvolvimento da IC como disciplina e atividade estratégica ainda não estão consolidadas na capital mineira - apesar de ser exigida tal competência onde se destacam aquelas empresas que acompanham as tendências mundiais através do monitoramento do mundo dos negócios.

Fuld (2007, p.4) aponta o crescimento do reconhecimento da IC como fator de destaque para a competitividade das empresas citando uma pesquisa realizada pela Factiva – empresa de serviços de notícias da Dow Jones-Reuters – que aponta o aumento da produção de artigos sobre o tema - de 68 publicações, em 1990, para 157, em 1994; 751, em 1998, e 9.574 em 2003.

A presente pesquisa justifica-se, portanto, por traçar a evolução da produção científica do curso de GEI/UFMG durante o período de 2007 a 2012 buscando confirmar, ou não, a necessidade e conhecimento sobre IC nas empresas onde os estudantes do curso atuam auxiliando na definição de novas temáticas para pesquisas e projetos.

---

<sup>6</sup> [http://www5.fgv.br/fgvonline/Cursos/Atualizacao/Inteligencia-Competitiva/ICOMPEAD-01slsh2011-1/ICOMPEAD\\_00/SEM\\_TURNO/1103](http://www5.fgv.br/fgvonline/Cursos/Atualizacao/Inteligencia-Competitiva/ICOMPEAD-01slsh2011-1/ICOMPEAD_00/SEM_TURNO/1103)

<sup>7</sup> [http://www.pucminas.br/cursos/dados\\_cursos.php?tipo=2&instituto=403010000&pai=339&pagina=747&menu=943&cabecalho=14&lateral=18&situacao=201301&curso=2848&PHPSESSID=373f5a5cafb8d9d4f0b547d2fbd7b704](http://www.pucminas.br/cursos/dados_cursos.php?tipo=2&instituto=403010000&pai=339&pagina=747&menu=943&cabecalho=14&lateral=18&situacao=201301&curso=2848&PHPSESSID=373f5a5cafb8d9d4f0b547d2fbd7b704)

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo geral**

- Analisar a produção acadêmica em IC no curso de Gestão Estratégica da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, auxiliando para a definição de novas temáticas para pesquisas e projetos.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- Mensurar a quantidade de monografias, apresentadas no período de 2007 a 2012, que tratam de IC;
- Levantar os temas/ problemas mais frequentes dentro da IC;
- Apontar as metodologias mais frequentes;
- Analisar os resultados obtidos.

#### 4. REFERENCIAL TEÓRICO

A informação vem se tornando o grande insumo da era globalizada. Em seu texto *Estratégia e Inteligência Competitiva*, Roedel (2005, p.75, cap.5) cita Castells<sup>8</sup> (1999) que denomina a economia atual como economia da informação, destacando que a capacidade de trabalhar com as informações corretas determina se uma empresa será produtiva e competitiva. Cohen (2002, p.26) abordando assunto semelhante em *Alguns Aspectos do uso da informação na economia da informação* ressalta que “[...] a principal característica dessa nova economia é a quantidade de informações a serem processadas pela organização”; para ele, “as tecnologias da informação fizeram surgir a preocupação quanto ao processamento de informações necessárias para a tomada de decisões no ambiente de negócios da empresa”. Ainda no texto de Roedel (2005, p.75, cap.5) segundo Stewart<sup>9</sup> (1998) a era da informação tem como fonte de riqueza o conhecimento e a comunicação. Atualmente, a informação é utilizada de diversas maneiras, como por exemplo: estudar o porquê do consumidor ter um determinado comportamento na hora de adquirir produtos, monitorar as “tendências” do mercado, analisar os comportamentos da concorrência e auxiliar na tomada de decisões dos diretores das empresas. Saber selecionar e trabalhar com as informações mais relevantes tem sido uma das etapas mais importantes para a formulação das estratégias das empresas. Para Bill Gates *apud* Starec (2005, p. 48) “a maneira como você reúne e usa a informação determinará se você perderá ou vencerá.” Gates destaca que o fluxo de informações tornou-se o motor das empresas.

Tarapanoff (2006, p.9) afirma que o contexto atual imposto às organizações é o da “sociedade da informação e do conhecimento” e que essa nova sociedade, globalizada, está apoiada nas tecnologias da informação (TIC). Para a autora, esse cenário modifica a administração dos recursos das organizações e os “principais ativos da nova maneira de administrar são a informação e o conhecimento”.

Para McGee e Prusak (1994, p.17) a transformação da sociedade industrializada para a sociedade da informação se tornou um clichê na literatura. No entanto, poucas organizações ou empresários conseguiram integrar de forma consistente esse conhecimento às suas estratégias. Uma das justificativas para esse problema é que utilizar a informação como

---

<sup>8</sup> CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, vol.1. 1999.

<sup>9</sup> STWART, Th.A. Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas. Rio de Janeiro: Campus, 4 ed. 1998.

vantagem competitiva é mais complicado do que parece, pois, por exemplo, exige uma capacidade de selecionar as informações que são importantes para determinado objetivo das que não são. Para sanar essa deficiência, os autores propõem que os altos executivos reconheçam o papel que a informação tem em suas estratégias de negócios e que invistam em técnicas para definição clara dos objetivos das organizações, aliadas às de captação e gerenciamento de informações, para o alcance de seu escopo.

Entre as técnicas para trabalhar as informações, estão a Gestão da Informação (GI), a Gestão do Conhecimento (GC) e a Inteligência Competitiva (IC). A GI trabalha com a organização dos recursos informacionais através da aplicação de técnicas de captura, de controle e de disseminação e uso das informações para proporcionar às empresas o suporte ao seu funcionamento. Tarapanoff cita Davenport<sup>10</sup> (1994) que define a atividade de GI como o “gerenciamento de todo o ambiente informacional de uma organização” (2006, p.22). Nessa perspectiva, são avaliados todos os tipos de informação que sejam valiosas à organização, tanto as de **“origem interna quanto as externas”** (grifo nosso) (TARAPANOFF, 2006, p.23). Wilson (1997)<sup>11</sup> *apud* Tarapanoff (2006, p.23) afirma que a GI “preocupa-se com o valor, qualidade, posse, uso e segurança da informação no contexto do desempenho organizacional.” Dessa forma, todos os recursos informacionais são analisados e trabalhados para a geração de valor para as empresas. Podemos dizer que o foco da GI é o autoconhecimento da organização, ou seja, avaliam-se os procedimentos, métodos, satisfação dos clientes, pesquisas de posição no mercado para o desenvolvimento organizacional.

Uma boa gestão da informação traz para a empresa as melhorias dos processos e serviços agregando valor estratégico para as organizações. Tarapanoff (2006) trabalha com a mudança da gestão da informação restrita à gestão de documentos para a gestão de informações focada na gestão de recursos informacionais que tem como objetivo central a supervisão e acompanhamento dos processos, o apoio às decisões e ganho de vantagem de mercado. É de responsabilidade da alta direção o gerenciamento das informações que inclui atividades como:

- Elaboração de políticas de segurança informacional;
- criação e manutenção de reservas de informação;
- organização das informações;

---

<sup>10</sup> DAVENPORT, Thomas. *Reengenharia de Processos*. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

<sup>11</sup> WILSON, T. D. WILSON, T. D. *Information Management: a new focus for integration?* IFLA Journal, v. 14, n. 3, p. 238- 241, 1988.

- criação de centros de informação focados nas necessidades informacionais da organização;
- desenvolvimento de produtos e serviços de informação destinados ao uso de todos os setores da empresa.

As informações devem ser usadas para a criação de significados e conhecimento nas empresas. Ao gerarem conhecimento, as organizações desenvolvem vantagens competitivas e inovações em seus serviços ou produtos. Uma gestão da informação eficiente evolui para a gestão do conhecimento.

Wilson (2006) afirma que o foco da CG é a aplicação do que se conhece na organização para garantir seu desenvolvimento e manutenção no mercado. No entanto, para o autor, não se gerencia o conhecimento, uma vez que ele está nas pessoas. O que se gerencia são as informações através de seu compartilhamento e criação de significado no indivíduo. Ele critica o uso dos termos GI e GC como sinônimo. Para Wilson, o conhecimento é definido pelo “que conhecemos e envolve os processos mentais de compreensão, entendimento e aprendizado que se passam na mente independente da interação com o mundo exterior à mente e a interação com os outros.” O conhecimento, portanto, “não pode ser capturado nem partilhado: tudo o que é capturado ou compartilhado são informações”. (WILSON, 2006, p. 38).

Segundo Rossatto (2002, p.189) a GC é “um processo estratégico contínuo e dinâmico que visa gerar o capital intangível da empresa e todos os pontos estratégicos a ele relacionados e estimular a conversão do conhecimento”. Assim como para Tarapanoff, a atividade deve ser parte da estratégia organizacional e ter sua implantação apoiada pela alta gerência.

A atividade de GC torna-se o ponto inicial para o desenvolvimento da Inteligência Competitiva. Segundo Figueiredo (2005) *apud* Silva<sup>12</sup> (2007, p.28) a GC

ajuda a sedimentar a memória da empresa, criando instrumentos de prontidão às respostas (internas e externas), fortalecendo processos produtivos, melhorando serviços e produtos oferecidos, tornando o compartilhamento de informações e conhecimento mais dinâmico, na velocidade em que a empresa necessita alavancar inovações e a gestão competitiva e a operar de modo otimizado, encurtando o tempo de

---

<sup>12</sup> FIGUEIREDO, Saulo Porfírio. Gestão do Conhecimento: estratégias competitivas para a criação e mobilização do conhecimento na empresa. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

desenvolvimento de produtos e de respostas aos clientes e mercado em geral...

Valentim (2002) diferencia o foco da GC e da IC. Para essa autora, o foco da GC é o capital intelectual da organização e trabalha essencialmente com os fluxos informais de informação. Já o foco da IC é a estratégia da organização e seu trabalho utiliza os fluxos formais e informais de informação.

**Quadro 1 - Valentim, 2002**<sup>13</sup>

<b>Gestão do Conhecimento</b>	<b>Inteligência Competitiva</b>
Foco: Capital Intelectual da Organização	Foco: Estratégias da Organização
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolvimento da cultura organizacional voltada ao conhecimento.</li> <li>• Mapeamento e reconhecimento dos fluxos informais de informação.</li> <li>• Tratamento, análise e agregação de valor às informações utilizando tecnologias de informação.</li> <li>• Transferência do conhecimento ou socialização do conhecimento no ambiente organizacional.</li> <li>• Criação e disponibilização de sistemas de informação empresariais de diferentes naturezas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolvimento da capacidade criativa do capital intelectual da organização.</li> <li>• Prospecção, seleção e <b>filtragem</b> de informações estratégicas nos dois fluxos informacionais: formais e informais.</li> <li>• Agregação de valor às informações prospectadas, selecionadas e filtradas.</li> <li>• Utilização de sistema de informação estratégico voltado à tomada de decisão.</li> <li>• Criação e disponibilização de produtos e serviços específicos à tomada de decisão.</li> </ul>
<b>Trabalha essencialmente com os fluxos informais de informação</b>	<b>Trabalha com os dois fluxos de informação: formais e informais</b>

<sup>13</sup> [http://www.datagramazero.org.br/ago02/F\\_I\\_iden.htm](http://www.datagramazero.org.br/ago02/F_I_iden.htm)

Assim, a Inteligência Competitiva (IC) utilizando a informação estruturada decorrente da atividade de GI e GC proporciona o uso eficiente das informações estratégicas para os processos decisórios da organização. A atuação da GC com a IC cria os processos de inteligência - que se baseiam nas informações externas - e de contra inteligência - que utiliza as informações internas para criar ruídos de informações para os concorrentes de mercado.

A IC, para a *Strategic and Competitive Intelligence Professionals* (SCIP), é “a necessary, ethical business discipline for decision making based on understanding the competitive environment.”<sup>14</sup> Ainda para essa organização, a IC vem se tornando importante uma vez que o desenvolvimento tecnológico no ambiente dos negócios vem trazendo rápidas mudanças e os executivos não podem mais basear suas decisões apenas em suas experiências ou no instinto. A IC aumenta a gestão estratégica de planejamento.

Queyras e Quoniam (p. 80, 2006) definem a IC como um “processo de aprendizagem motivado pela competição, fundada sobre a informação, permitindo a esta última a otimização da estratégia da organização a curto e longo prazo”.

Para Miller (2002, p.35), a IC trata da “análise das informações sobre o mercado e da geração de recomendações para os que decidem dentro das empresas”. Para esse autor, a “inteligência é a informação filtrada, depurada” e seu processo é “baseado no entendimento de que os gerentes devem se manter atualizados sobre as questões fundamentais de negócios de maneira formal e sistemática”. Ele destaca que a “inteligência gera recomendações fundamentadas com relação a acontecimentos futuros”. (grifo adicionado).

Fuld (2007, p.106) define a IC como informação analisada que fornece *insights* e vantagem competitiva. Em entrevista para a Isto É Dinheiro *on line* <sup>15</sup>, o autor completa a definição do termo descrevendo a IC como “um processo de busca de informações no ambiente competitivo. O objetivo é entender e antecipar os problemas que possam afetar a organização. São movimentos de concorrentes, clientes e governos”.

Valentim (2002) <sup>16</sup> destaca que a

---

<sup>14</sup> Uma disciplina de negócios necessária e ética para a tomada de decisão baseada no entendimento do ambiente competitivo (Tradução nossa).

<sup>15</sup> [http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/37025\\_10+PERGUNTAS+PARA+LEONARD+FULD](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/37025_10+PERGUNTAS+PARA+LEONARD+FULD)

<sup>16</sup> [http://www.datagramazero.org.br/ago02/F\\_I\\_iden.htm](http://www.datagramazero.org.br/ago02/F_I_iden.htm)

IC necessita ter o mapeamento e a prospecção de dados, informações e conhecimento produzidos internamente e externamente à organização, conhecer profundamente as pessoas chave da organização independentemente de cargos, assim como as pessoas estratégicas fora da organização, saber quais setores/instituições participam dos fluxos informacionais, formais e informais, tanto no ambiente interno quanto externo à organização, estar sensíveis as necessidades informacionais dos clientes internos e externos, visando elaborar produtos e serviços informacionais de qualidade e direcioná-los de forma adequada e, finalmente diminuir o stress informacional da organização. Todas essas ações visam, portanto, criar uma cultura informacional/intelectual na organização.

O SEBRAE, em seu *Termo de Referência para Atuação do Sistema SEBRAE em Inteligência Competitiva para Médias e Pequenas Empresas (MPE)*, adota a denominação de Gomes e Braga<sup>17</sup>:

IC é um processo sistemático e ético, ininterruptamente avaliado de identificação, coleta, tratamento, análise e disseminação da informação estratégica para a organização, viabilizando seu uso no processo decisório. (SEBRAE, 2007, p.7).

Ainda de acordo com o *Termo de Referência*, as empresas que adotam o sistema de IC terão, entre outros, os seguintes benefícios:

- Expansão e consolidação de seus mercados;
- facilidade em realizar o Benchmarking;
- identificação de oportunidades e ameaças;
- aperfeiçoamento do processo de planejamento;
- minimização do tempo de busca e análise de informação;
- apoio aos trabalhos prospectivos;
- antecipação das tendências de mercado;
- tomada de decisão baseada em conhecimento do ambiente de negócios.

Valentim *et al.* (2003)<sup>18</sup> *apud* Perucchi; Araújo Júnior (2012, p.41) apontam que “o profissional da informação torna-se fundamental para o êxito da IC em organizações porque ele desenvolve atividades voltadas ao trinômio dados – informação – conhecimento objetivando o suporte das atividades desenvolvidas pelos funcionários que nelas atuam”.

A literatura sobre IC comumente apresenta modelos ou etapas da atividade. Para Gomes e Braga a implantação da IC altera a cultura das empresas por modificar a hierarquia do

---

<sup>17</sup> GOMES, Elisabeth, BRAGA, Fabiane, 2004, *Inteligência competitiva: como transformar informação em um negócio lucrativo*. 2. ed. rev. atual. Rio de Janeiro, Campus.

<sup>18</sup> VALENTIM, M. L. P. et al. O processo de inteligência competitiva em organizações. *DataGramZero*, v. 4, n. 3, jun. 2003. Disponível em: <[http://www.dgz.org.br/jun03/Art\\_03.htm](http://www.dgz.org.br/jun03/Art_03.htm)>. Acesso em: 28 abr. 2011.

poder, pois, por trabalhar com a informação, “ela possui um enfoque diferente dos sistemas tradicionais da organização”. (2005, cap.8, p.113). Para as autoras, são cinco etapas que compõem um sistema de IC (Fig.1):

- Identificação das Necessidades de Informação;
- Coleta e tratamento das informações;
- Análise final da informação;
- Disseminação da informação;
- Avaliação.



**Figura 1 - Ciclo da IC**  
Fonte: SILVA, 2012

O processo é cíclico, mas isso não significa que as etapas não se encontrem em determinado momento. Quando o sistema de IC for implantado e estiver com maior maturidade, as fases não estarão tão distintas entre si, fazendo com que o processo seja realizado de maneira natural e mais eficiente.

- Identificação das Necessidades de Informação:

Nesta etapa, é realizado o planejamento do sistema de IC em que são definidas quais informações serão utilizadas. Miller (2002) afirma que é preciso identificar em qual nível se toma as decisões e levantar as informações que são relevantes. Gomes e Braga (2005, p. 113) propõem as seguintes perguntas para auxiliar nesta tarefa:

- a) Quais decisões precisam ser tomadas?
- b) O que vocês precisam saber?
- c) O que vocês já sabem?
- d) Por que vocês precisam saber disso?
- e) Quando vocês precisarão saber disso?
- f) O que farão com a “inteligência” gerada?
- g) Quanto custará obtê-la?
- h) Quanto poderia custar não obtê-la?

Para as autoras, embora pareçam perguntas óbvias, despertam nos entrevistados o foco na resposta.

- Coleta e tratamento das informações:

Etapa para a identificação e organização das fontes de informação relevantes e úteis para responder às questões identificadas na primeira etapa. Nesta fase, são obtidas informações a partir de fontes primárias e/ou secundárias. As fontes primárias podem ser especialistas, clientes, fornecedores. Para Miller (2002), essas fontes são as mais apreciadas pelos executivos, por não serem de fácil acesso, podendo trazer vantagem competitiva. As fontes secundárias são aquelas publicadas em formato de balanços, relatórios anuais, feiras e propagandas.

- Análise final da informação:

Aqui as informações são avaliadas baseando-se em sua validade e confiabilidade sendo, em seguida, interpretadas e organizadas. Para Kahaner *apud* Caixeta; Nassif e Ribeiro, (2008, p. 111) esta é a parte mais difícil do ciclo, uma vez que a análise requer habilidades do analista em julgar a relevância da informação. Aqui são também gerados os chamados “produtos de informação” (GOMES; BRAGA, 2007), sendo estes a transformação dos dados coletados em informações pertinentes à gerência da empresa. Nesses produtos, são apresentadas conclusões e recomendações. O seu escopo não é apenas relacionar os fatos, mas oferecer alternativas para atuação.

Os produtos de inteligência podem ser apresentados nas formas de:

- a. Alertas: apresentação objetiva de uma determinada questão relevante para o setor de atuação da empresa.
- b. Projeções estratégicas: estudos sobre tendências de mercado.
- c. Sumários: reunião de notícias relevantes para auxílio a tomada de decisão.

- Disseminação da informação:

Nesta fase ocorre a entrega da informação analisada e tratada, ou seja, a circulação dos produtos criados na etapa anterior. A disseminação pode ocorrer com os usos de tecnologias como *intranet*, ou em formato impresso - entregues em reuniões, por exemplo.

- Avaliação:

Etapa que avalia tanto os produtos como o sistema de IC em geral. No caso dos produtos, podem ser trabalhadas pesquisas de satisfação em relação aos produtos recebidos, ou a criação de indicadores dos resultados obtidos baseando-se nos resultados da atividade de IC, tais como, redução de custos nos processos, captação de parcerias, aparecimento em mídias e sites de relacionamento, aumento no número de clientes.

## 5. METODOLOGIA

Esta pesquisa é descritiva, através dela pretendemos obter maior familiaridade com o problema apresentado, objetivando torná-lo mais claro. Gil (2002, p.41) aponta que pesquisas como essas têm o objetivo de aprimorar ideias ou descobrir intuições e seu planejamento pode ser flexível e, em sua maioria, envolvem levantamento bibliográfico, entrevistas e análises de exemplos que facilitem a compreensão do problema.

Nosso estudo será realizado através de pesquisa bibliográfica. Essa modalidade de pesquisa trabalha com o levantamento de toda a bibliografia publicada em livros, periódicos, publicações avulsas durante o período da condução da pesquisa. Para Marconi e Lakatos (2010, p.44)

a finalidade da pesquisa bibliográfica é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito sobre determinado assunto, com o objetivo de permitir ao cientista o reforço paralelo na análise de suas pesquisas ou manipulações de suas informações.

De acordo com Koche (2011, p. 122) a “pesquisa bibliográfica é a que se desenvolve tentando explicar um problema, utilizando o conhecimento disponível a partir das teorias publicadas em livros ou obras congêneres”. Para o autor, a pesquisa bibliográfica é utilizada com diferentes fins, entre os quais destacamos: a) ampliação do grau de conhecimento em uma área proporcionando melhor compreensão, ou maior delimitação, de um problema de pesquisa; b) para descrever ou sistematizar o estado da arte no momento em que o problema foi levantado.

### 5.1 Produção científica

Foram estudadas as monografias apresentadas nos anos de 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012 e disponíveis para consulta, ou empréstimo, na Biblioteca Etelvina Lima da Escola de Ciência da Informação da UFMG no período de 03 de setembro a 19 de novembro de 2012.

A primeira etapa da pesquisa foi realizar o levantamento das monografias no catálogo da Biblioteca da Universidade Federal de Minas Gerais. Utilizamos o termo específico de “Inteligência Competitiva”, pesquisa livre, para recuperar o número mais abrangente de

materiais sobre o assunto. Em seguida, selecionamos o tipo de material “Monografia Pós-graduação”, e marcamos a Biblioteca Escola de Ciência da Informação. Para facilitar a visualização, identificamos o ano nas pesquisas; dessa forma, foram realizadas seis pesquisas.

Foram recuperados 15 registros utilizando o termo Inteligência Competitiva. Desse resultado, uma monografia estava retida para preparo técnico e duas estavam emprestadas. Dessa maneira, foram analisados 12 trabalhos totalizando 80% das publicações do período selecionado.

Selezione outras Pesquisas A+ A-

Palavra  Índice Clique na caixa de texto e digite o termo para a pesquisa + Biblioteca (1)

Buscar por: Livre  + Tipo de Obra (1)

Ordenação: Título  + Coleção

Registros por página: 20 Limpar campos ➔ Pesquisar

Autores | Assuntos Cesta | Histórico Comentários Gerais Sugestões Aquisição ? Ajuda

---

Termo Pesquisado: "inteligencia competitiva" Número de Registros Encontrados: 5

Registro(s) 1 - 5 [Adicionar à Cesta](#) | [Todos](#) | [Esta Página](#)

1. <input type="checkbox"/>	<p><b>Análise estatística das premiações do Oscar como subsídio à inteligência competitiva [manuscrito] / 2007 - ( Mon. Pós-Graduação )</b> - Acervo 470333            ESTEVES, Pedro Rodrigues; SOUZA, Renato Rocha UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. <b>Análise estatística das premiações do Oscar como subsídio à inteligência competitiva.</b> 2007. 35 f., enc. :</p>
2. <input type="checkbox"/>	<p><b>Contribuição da inteligência competitiva para o planejamento e viabilização da operação de uma micro empresa [manuscrito] : um estudo de caso , A / 2007 - ( Mon. Pós-Graduação )</b> - Acervo 435883            LIMA, Luciana Aparecida de; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. <b>A contribuição da inteligência competitiva para o planejamento e viabilização da operação de uma micro empresa</b> : um estudo de caso. 2007. 60 f. :</p>
3. <input type="checkbox"/>	<p><b>"Estado da arte" do business intelligence [manuscrito] , " / 2007 - ( Mon. Pós-Graduação )</b> - Acervo 503956            COELHO, Caio Augusto Rossini; SOUZA, Renato Rocha; SANTOS, Nélia Cardoso dos; ANDRADE, Rodrigo do Vale UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. <b>"Estado da arte" do business intelligence.</b> 2007. 46 f., enc. :</p>
4. <input type="checkbox"/>	<p><b>Gestão de riscos e inteligência competitiva [manuscrito] / 2007 - ( Mon. Pós-Graduação )</b> - Acervo 461513            MENDES, Maria de Lourdes Vasconcelos; NASSIF, Mônica Erichsen UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. <b>Gestão de riscos e inteligência competitiva.</b> 2007. 36 f., enc.:</p>
5. <input type="checkbox"/>	<p><b>Praticas de inteligência competitiva e o uso das informações contidas em documentos de patentes [manuscrito] : apresentação de um estudo das patentes da UFGM , As / 2007 - ( Mon. Pós-Graduação )</b> - Acervo 470217            TEIXEIRA, Renata Cristina; SOUZA, Renato Rocha; Universidade Federal de Minas Gerais. <b>As praticas de inteligência competitiva e o uso das informações contidas em documentos de patentes</b> : apresentação de um estudo das patentes da UFGM. 2007. ix, 79 f. : <b>Número de Chamada: 659.2 T266p 2007 M (ECI)</b></p>

Figura 2 - Monografias ano 2007

**Sistema de Bibliotecas UFMG**

**Pesquisa Geral** | Acesso Usuário | Início | Voltar | Imprimir | Login

Selecione outras Pesquisas

Palavra  Índice  Clique na caixa de texto e digite o termo para a pesquisa

Buscar por: Livre  + Biblioteca (1)

Ordenação: Título  Ano de Publicação: 2008 + Tipo de Obra (1)

Registros por página: 20  Limpar campos  + Coleção

Autores | Assuntos | Cesta | Histórico | Comentários Gerais | Sugestões Aquisição | Ajuda

Termo Pesquisado: "inteligencia competitiva" | Número de Registros Encontrados: 2

Registro(s) 1 - 2 [Adicionar à Cesta: Todos](#) | [Esta Página](#)

- Inteligência competitiva no setor corporativo de telecomunicações [manuscrito] / 2008 - ( Mon. Pós-Graduação ) - Acervo 474966**  
CASTRO, Aline do Carmo de; SOUZA, Renato Rocha UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Inteligência competitiva no setor corporativo de telecomunicações**. 2008. 39 f., enc. :
- Utilização de TI como ferramenta de busca e construção de informações gerenciais para servirem de apoio à tomada de decisão [manuscrito] / 2008 - ( Mon. Pós-Graduação ) - Acervo 474516**  
MENDES, Rodolfo de Faria; NEVES, Jorge Tadeu de Ramos UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Utilização de TI como ferramenta de busca e construção de informações gerenciais para servirem de apoio à tomada de decisão**. 2008. 53 f., enc. :

Figura 3 - Monografias ano 2008

**Sistema de Bibliotecas UFMG**

**Pesquisa Geral** | Acesso Usuário | Início | Voltar | Imprimir | Login

Selecione outras Pesquisas

Palavra  Índice  Clique na caixa de texto e digite o termo para a pesquisa

Buscar por: Livre  + Biblioteca (1)

Ordenação: Título  Ano de Publicação: 2009 + Tipo de Obra (1)

Registros por página: 20  Limpar campos  + Coleção

Autores | Assuntos | Cesta | Histórico | Comentários Gerais | Sugestões Aquisição | Ajuda

Termo Pesquisado: "inteligencia competitiva" | Número de Registros Encontrados: 1

Registro(s) 1 - 1 [Adicionar à Cesta: Todos](#) | [Esta Página](#)

- Clipping como ferramenta da inteligência competitiva [manuscrito] : um estudo de caso , O / 2009 - ( Mon. Pós-Graduação ) - Acervo 501454**  
LEMONS, Ariane Barbosa; BARBOSA, Ricardo Rodrigues UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **O clipping como ferramenta da inteligência competitiva : um estudo de caso**. 2009. 42 f., enc. :  
**Número de Chamada: M659.2 L555c 2009 (BU-MEM)**

Figura 4 - Monografias ano 2009

**Sistema de Bibliotecas UFMG**

**Pesquisa Geral** | Acesso Usuário | Início | Voltar | Imprimir | Login

Selecione outras Pesquisas

Palavra Índice

Clique na caixa de texto e digite o termo para a pesquisa

Buscar por: Livre | inteligencia competitiva

Ordenação: Título | Ano de Publicação: 2010

Registros por página: 20 | Limpar campos | Pesquisar

Autores | Assuntos | Cesta | Histórico | Comentários Gerais | Sugestões Aquisição | Ajuda

Termo Pesquisado: "inteligencia competitiva" | Número de Registros Encontrados: 3

Registro(s) 1 - 3 | Adicionar à Cesta: Todos | Esta Página

- Gerenciamento estratégico de informação [manuscrito] : proposta de produtos e serviços de informação científica e tecnológica para geração de inteligência competitiva em empresas de base tecnológica / 2010 - ( Mon. Pós-Graduação )** - Acervo 512472  
FRANCO, Gleicilane Almeida Alvarenga; NEVES, Jorge Tadeu de Ramos UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Gerenciamento estratégico de informação** : proposta de produtos e serviços de informação científica e tecnológica para geração de inteligência competitiva em empresas de base tecnológica. 2010. 74 f. : **Número de Chamada: 659.2 F825g 2010 M (ECI)**
- Inteligência competitiva e sociedade da informação [manuscrito] : os impactos na atuação do profissional de secretariado executivo / 2010 - ( Mon. Pós-Graduação )** - Acervo 499533  
ABREU, Fernanda Moura de; BARBOSA, Ricardo Rodrigues UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Inteligência competitiva e sociedade da informação** : os impactos na atuação do profissional de secretariado executivo. 2010. 70 f., enc.
- Inteligência competitiva nas organizações proposta de uso da inteligência competitiva pela empresa Localiza Rent a Car [manuscrito] / 2010 - ( Mon. Pós-Graduação )** - Acervo 499579  
NASCIMENTO, João Paulo Campos; NASSIF, Mônica Erichsen UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Inteligência competitiva nas organizações proposta de uso da inteligência competitiva pela empresa Localiza Rent a Car**. 2010. 31 f., enc. :

Figura 5 - Monografias ano 2010

**Pesquisa Geral** | Acesso Usuário | Início | Voltar | Imprimir | Login

Selecione outras Pesquisas

Palavra Índice

Clique na caixa de texto e digite o termo para a pesquisa

Buscar por: Livre | inteligencia competitiva

Ordenação: Título | Ano de Publicação: 2011

Registros por página: 20 | Limpar campos | Pesquisar

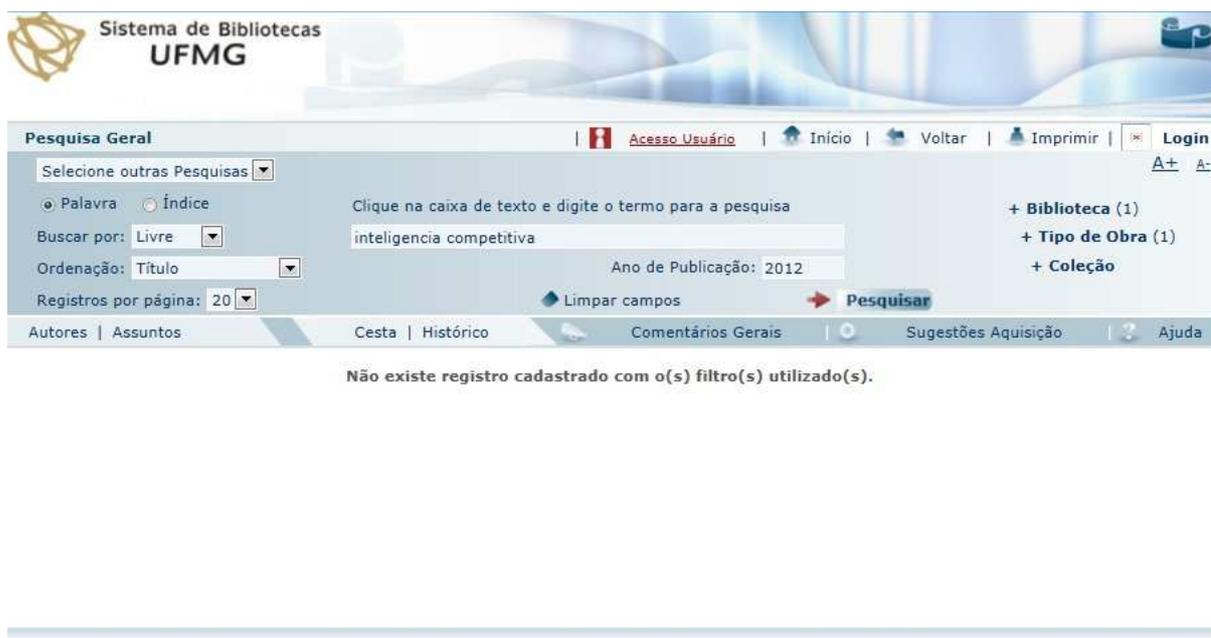
Autores | Assuntos | Cesta | Histórico | Comentários Gerais | Sugestões Aquisição | Ajuda

Termo Pesquisado: "inteligencia competitiva" | Número de Registros Encontrados: 4

Registro(s) 1 - 4 | Adicionar à Cesta: Todos | Esta Página

- Características, estrutura e diferenças dos processos de business intelligence e inteligência competitiva [manuscrito] / 2011 - ( Mon. Pós-Graduação )** - Acervo 528891  
OLIVEIRA, Fernando Corrêa de; NASSIF, Mônica Erichsen. UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Características, estrutura e diferenças dos processos de business intelligence e inteligência competitiva**. 2011. 26 f. : **Número de Chamada: 659.2 O48c 2011 M (ECI)**
- Inteligência competitiva [manuscrito] : proposta de uso para a empresa PC Sistemas / 2011 - ( Mon. Pós-Graduação )** - Acervo 531375  
FERREIRA, Rosalicy da Costa; NASSIF, Mônica Erichsen. **Inteligência competitiva** : proposta de uso para a empresa PC Sistemas. 2011. 23 f. : **Número de Chamada: 658.821658.821**
- Inteligência competitiva no comércio eletrônico [manuscrito] : estratégias visando o aumento de vendas na loja virtual da Policenter Casa / 2011 - ( Mon. Pós-Graduação )** - Acervo 529843  
BRAGA, Fernanda Sampaio; NASSIF, Mônica Erichsen. UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Inteligência competitiva no comércio eletrônico** : estratégias visando o aumento de vendas na loja virtual da Policenter Casa. 2011. 43 f. : **Número de Chamada: 659.2 B813i 2011 M (ECI)**
- Proposta de atividade de inteligência competitiva para o planejamento e tomada de decisão estratégica [manuscrito] : um estudo de caso / 2011 - ( Mon. Pós-Graduação )** - Acervo 537658  
MOURA, Luciana Rocha; NASSIF, Mônica Erichsen. **Proposta de atividade de inteligência competitiva para o planejamento e tomada de decisão estratégica** : um estudo de caso. 2011. 76 f. : **Número de Chamada: 659.2:004 M929p 2011 M (ECI)**

Figura 6 – Monografias ano 2011



**Figura 7 – Monografias ano 2012**

Os trabalhos que foram descartados deste estudo devido à retenção e aos empréstimos estão descritos abaixo:

Preparo técnico:

LEMOS, Ariane Barbosa. *O clipping como ferramenta da inteligência competitiva: um estudo de caso*. 2009. 42 f. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Empréstimo:

OLIVEIRA, Fernando Corrêa de. *Características, estrutura e diferenças dos processos de business intelligence e inteligência competitiva*. 2011. 26f. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

TEIXEIRA, Renata Cristina. *As Práticas de inteligência competitiva e o uso das informações contidas em documentos de patentes: apresentação de um estudo das patentes da UFMG*. 2007. 79 f. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

A segunda parte da pesquisa foi realizada através da coleta dos dados utilizando um formulário cedido pela orientadora desta pesquisa. Esse instrumento foi adaptado para o tamanho deste estudo e será apresentado em seu apêndice.

## 5.2 Análises

**Tabela 1 – TCC disponíveis sobre IC na Biblioteca da ECI por ano**

<b>Ano</b>	$\Sigma$	<b>%</b>
<b>2007</b>	4	33,33333
<b>2008</b>	2	16,66667
<b>2009</b>	0	0
<b>2010</b>	3	25
<b>2011</b>	3	25
<b>2012</b>	0	0
<b>-</b>	12	100

A maior produção do tema deu-se em 2007. A produção em IC “zerada” em 2012 deve-se ao fato de que, até o mês de dezembro de 2012, apenas 5 alunos defenderam suas monografias, sendo que elas ainda não foram disponibilizadas ao sistema de Bibliotecas da UFMG para o levantamento dos temas. Verifica-se que houve uma queda na produção científica em IC no ano de 2008 e 2009 apesar de sua recuperação nos anos de 2010 e 2011.

**Tabela 2 – Orientadores dos trabalhos na ECI – 2007 a 2012**

<b>Orientador(a)</b>	$\Sigma$	<b>%</b>
<b>Jorge Tadeu de R. Neves</b>	2	16,66667
<b>Marta Macedo Kerr Pinheiro</b>	1	8,333333
<b>Mônica Erichsen Nassif</b>	6	50
<b>Renato Rocha Souza</b>	3	25
<b>Ricardo Rodrigues Barbosa</b>	1	8,333333
<b>-</b>	12	100

A maioria das pesquisas realizadas sobre IC tiveram como orientadora a professora Mônica Erichsen Nassif. Podemos inferir que esse resultado deve-se ao fato da professora ser a responsável pela condução da disciplina, o que gera maior contato dos discentes com o tema e maior facilidade de contato e discussão teórica uma vez que já existe uma relação/empatia/afinidade entre a professora e os alunos.

Tabela 3 - Palavras chaves dos trabalhos na ECI – 2007 a 2012

Palavras-chave	$\Sigma$	%
Gestão da Estratégica da Informação	1	2,222222
Inteligência Competitiva	7	15,55556
Inteligência Competitiva Tecnológica	1	2,222222
Inovação Tecnológica	1	2,222222
Vantagem competitiva	1	2,222222
Gestão do Conhecimento	5	11,11111
Gestão da Informação	4	8,888889
Secretariado Executivo	1	2,222222
Sociedade da Informação	1	2,222222
Comércio Eletrônico	1	2,222222
Vigilância Estratégica	1	2,222222
Concorrentes	1	2,222222
Policenter Casa	1	2,222222
Tecnologia da Informação	2	4,444444
Redes Sociais	1	2,222222
Análise SWOT	1	2,222222
Business Intelligence	2	4,444444
Data warwarehouse	1	2,222222
Data mart	1	2,222222
Data mining	1	2,222222
Banco de dados	1	2,222222
OLAP	1	2,222222
OLTP	1	2,222222
Dados	1	2,222222
Internet	1	2,222222
Cinema	1	2,222222
Jornalismo	1	2,222222
Gestão de Riscos e Segurança da Informação	1	2,222222
Tomada de decisão	1	2,222222
Ferramentas Transacionais	1	2,222222
-	45	100

A palavra chave mais utilizada é o próprio termo “Inteligência Competitiva”. Considerando que a maior parte das monografias possui o termo em seu título, percebe-se a facilidade do termo para a recuperação dos trabalhos. A “gestão do conhecimento” e “gestão da informação” são os segundo e terceiro descritores mais utilizados. Isso ocorre provavelmente devido ao fato das atividades de gestão do conhecimento e da informação serem etapas primárias ao desenvolvimento da IC - primeiro organiza-se e gera conhecimento de mercado e negócios para depois monitorar o ambiente externo das

organizações. As demais palavras-chaves descrevem o trabalho em sua especificidade, ou seja, a IC aplicada a um ramo do mercado.

**Tabela 4 - Autores mais citados nos trabalhos da ECI – 2007 a 2012**

<b>Autores</b>	<b><math>\Sigma</math></b>	<b>%</b>
<b>ABRAIC</b>	3	4,081633
<b>Choo</b>	2	4,081633
<b>Cláudio Startec</b>	3	6,122449
<b>Elisabeth Gomes e Fabiane Braga</b>	5	10,20408
<b>Jaime Teixeira Filho</b>	2	4,081633
<b>Jerry Miller</b>	5	10,20408
<b>Kira Tarapanoff</b>	6	10,20408
<b>Philip Kottler</b>	3	6,122449
<b>Leonard Fuld</b>	3	6,122449
<b>Marta Lúgia Pomim</b>	5	8,163265
<b>Valentim Michael Potter</b>	5	8,163265
<b>Nonoka e Takeuchi</b>	2	4,081633
<b>Peter Ducker</b>	2	4,081633
<b>SCIP</b>	2	4,081633
<b>Thomas H. Davenport</b>	6	10,20408
<b>-</b>	49	100

O critério utilizado para a definição dos autores mais citados foi, logicamente a quantidade de ocorrências em cada trabalho. Se o autor era citado ou tinha citações no corpo do trabalho ele era destacado. No entanto para a apuração, selecionamos os que apareceram em todas as 12 monografias e que contiveram duas ou mais ocorrências. Verificamos que Kira Tarapanoff e Thomas H. Davenport foram os que obtiveram maior quantidade de referências. Kira Tarapanoff, entre outras publicações, é organizadora do livro *Inteligência, Informação e Conhecimento* além de ser orientadora da área conforme aponta estudo de Percchi e Araújo Júnior (2012).

Davenport é autor/ organizador de alguns dos livros mais utilizados para estudos em Ciência da Informação dos quais destacamos *Ecologia da Informação* e *Dominando a Gestão da Informação*.

**Tabela 5 – Metodologias dos trabalhos na ECI – 2007 a 2012**

<b>Metodologias</b>	$\Sigma$	<b>%</b>
<b>Pesquisa Bibliográfica</b>	5	41,66667
<b>Estudo de caso</b>	4	33,33333
<b>Pesquisa Qualitativa</b>	2	16,66667
<b>Pesquisa Descritiva</b>	1	8,333333
-	12	100

Alguns dos trabalhos analisados não possuíam a metodologia bem definida. Em um caso, a metodologia foi citada apenas no resumo do trabalho. No entanto, percebemos uma predominância da utilização da pesquisa bibliográfica ou revisão de literatura. Destacamos que muitos trabalhos são propostas para a criação de um setor de IC ou formalização de sua utilização nas empresas abordadas.

**Tabela 6 - Principais problemas nos trabalhos da ECI – 2007 a 2012**

<b>Principais Problemas</b>	$\Sigma$	<b>%</b>
<b>Identificar a coleta, armazenagem, análise e distribuição das informações</b>	2	16,66667
<b>Auxiliar a criação de uma pequena empresa</b>	1	8,333333
<b>Levantamento de publicações e divulgação da ICT</b>	1	8,333333
<b>Formulação de estratégias competitivas</b>	5	41,66667
<b>Apoio à tomada de decisão</b>	3	25
-	12	100

O maior interesse explicitado nos trabalhos analisados foi auxiliar as organizações na formulação de estratégias competitivas para melhoria da posição mercadológica – ou seja, obtenção de vantagem competitiva. Segue-se a este a preocupação no auxílio à tomada de decisões.

**Tabela 7 – Objetivos gerais nos trabalhos da ECI – 2007 a 2012**

<b>Objetivos Gerais</b>	$\Sigma$	<b>%</b>
<b>Proposta para uso da IC</b>	4	33,33333
<b>Relato acadêmico sobre Gerenciamento Estratégico</b>	1	8,333333
<b>Importância da IC para as organizações</b>	6	50
<b>Avanços tecnológicos</b>	1	8,333333
-	12	100

Notamos que muitas pesquisas apontam para a importância da IC nas organizações. Contudo, a prática da IC é utilizada em muitas delas de maneira informal, ou seja, sem a

criação de metodologias e de um setor ou profissional específico para essa atividade. Os autores dos trabalhos são os profissionais encarregados pela atividade e seus estudos buscam - podemos inferir - formalizar as atividades por eles desempenhadas, justificando, investimentos nos setores ou reforçando a importância do profissional para a empresa. O segundo objetivo mais citado é o uso da IC. Seus autores percebem a falta de um setor que trabalhe com informações estruturadas e notam a oportunidade para atuação e contribuição para a vantagem competitiva de suas organizações.

**Tabela 8- Conclusões nos da ECI – 2007 a 2012**

<b>Conclusões</b>	<b><math>\Sigma</math></b>	<b>%</b>
<b>Auxiliar os diretores nas tomadas de decisões</b>	5	21,73913
<b>Criar vantagem competitiva</b>	5	21,73913
<b>Criar ambiente seguro para informações</b>	3	13,04348
<b>Aumentar clientes e posição mercadológica</b>	5	21,73913
<b>Facilitar do acesso à informação</b>	5	21,73913
-	23	100

As conclusões dos trabalhos apontam para os objetivos da IC, como auxílio em tomadas de decisões e vantagens competitivas. São, em sua maioria, constatações dos benefícios que a atividade estruturada pode trazer às organizações. Os trabalhos são apresentados como justificativa para a implantação da atividade. Novamente, os autores dos estudos percebem o nicho promissor que a IC apresenta para desenvolvimento, não só das empresas como também profissional.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a globalização e os avanços das tecnologias da informação, o mundo dos negócios tornou-se altamente competitivo e instável. As organizações, percebendo isso, traçam seus planejamentos estratégicos focando em como se manter no mercado, aumentar o lucro e os clientes e fortalecer suas marcas. Para alcançar êxito na formulação das estratégias, muitas organizações procuram desenvolver um sistema de Inteligência Competitiva (IC) que as auxilie com informações relevantes para o negócio permitindo, assim, o desenvolvimento de ações que garantam vantagens sobre seus concorrentes.

Muitos profissionais percebem, com esse cenário, uma oportunidade de aperfeiçoamento profissional e buscam, cada vez mais, qualificação para auxiliarem a alta direção no que se refere ao planejamento e a tomada de decisão. A procura por cursos de especialização em IC proporciona o crescimento da pesquisa científica e, conseqüentemente, da produção acadêmica em relação ao tema.

Em Belo Horizonte existe iniciativa de desenvolvimento da IC com a oferta de cursos em faculdades como FACISA, IETEC, FGV e PUC-MG e na disciplina de IC no curso de Gestão Estratégica da Informação da UFMG. Percebemos que as iniciativas de desenvolvimento da IC, como disciplina e como atividade estratégica, ainda não estão consolidadas, com a pouca oferta em especialização, embora sejam valorizados os profissionais que desenvolvam tal competência.

Ao mensurarmos a produção científica em um dos cursos oferecidos, pretendíamos avaliar se as demandas do mercado têm sido atendidas, ou seja, se existem profissionais capacitados, com fundamentos teóricos e formais e título reconhecido, para o desenvolvimento das atividades nas organizações e confirmar, ou não, a crescente necessidade e o conhecimento da temática nas empresas onde os estudantes do curso atuam.

Em relação à produção de trabalhos de conclusão de curso de GEI/UFMG, houve um grande interesse pelo tema em 2007 (33%) e uma queda nos anos seguintes, estabilizando-se em 25%. Os trabalhos, em sua maioria, apresentam-se como propostas de uso para as empresas. Muitos justificam as necessidades da IC, bem como a importância da formalização e valorização dos profissionais que trabalham com essa atividade. Notamos

através dos trabalhos analisados que as empresas, de certa forma, possuem conhecimento da atividade de IC, muitas vezes nomeadas como “inteligência de negócios”, “inteligência de marketing”.

A metodologia de pesquisa mais utilizada é a pesquisa bibliográfica/ revisão de literatura. Esse fato pode ser justificado pela necessidade de comprovar aos gestores das organizações com artigos e livros que a IC é uma atividade importante e que, através dela, as empresas podem tomar decisões assertivas e garantir, assim, vantagens competitivas em relação aos seus concorrentes.

Os estudos analisados trabalham com a metodologia da IC adaptadas a cultura das organizações. O ciclo tradicionalmente apresentado possui as seguintes etapas: identificação das necessidades de informação, coleta e tratamento das informações, análise final da informação, disseminação da informação e avaliação do sistema de informação e seus produtos. Dessas cinco etapas, a avaliação é a fase menos explorada pelos autores. Não são sugeridos métodos avaliativos, ou seja, sabemos que devemos avaliar o sistema de IC, mas não temos clareza de como essa avaliação deve ocorrer. Em nosso estudo, sugerimos para os produtos de informação que sejam realizadas pesquisas de satisfação em relação à qualidade e à relevância das informações e o seu uso para o auxílio a tomada de decisões contidas nesses produtos. Uma das questões que podem ser exploradas é: Desde a utilização do Alerta você já tomou alguma decisão baseando-se nas informações contidas nesse instrumento?

Para a avaliação do sistema de IC indicamos que sejam criados indicadores e métricas. No caso de um estudo voltado para o aumento das vendas *on-line*, por exemplo, poderiam ser analisados, após a implantação do sistema de IC, o percentual de aumento das vendas, o conhecimento dos clientes na ferramenta, a satisfação com o serviço oferecido, comparação com a quantidade de vendas *in loco* x vendas *on line*.

Assim como saber selecionar as necessidades informacionais, onde captar as informações que serão úteis a organização, ter conhecimento do mercado de atuação para realizar a análise e a divulgação da informação, a avaliação é de suma importância na verificação das etapas anteriores e na manutenção do sistema de IC, uma vez que todas as organizações esperam resultados dos projetos que implantam. Caso a etapa da avaliação seja negligenciada ou não apresente meios para que ela seja acompanhada certamente o sistema de IC não será continuado.

Não temos no curso de GEI, até o presente trabalho, estudos de relato de casos sobre os projetos apresentados, onde os pesquisadores relatem as experiências desde a implantação do sistema até a fase de avaliação.

A Universidade Federal de Minas Gerais através do curso de GEI contribui para a disseminação da IC através da disponibilização dos trabalhos que são produzidos ao final do curso. Com a necessidade de diferenciação das organizações no mercado de trabalho, acredita-se que o interesse pela IC cresça em quantidade de publicações acadêmicas.

Para novos estudos são sugeridos: avaliação do sistema de IC de organizações que tenham a técnica de forma consolidada, sistemas de tecnologia de informação para o auxílio na implantação da IC, Biblioteconomia x Administração: atuações dos profissionais da área para o desenvolvimento da IC; Analista de IC: perfil dos profissionais da Ciência da Informação.

## REFERÊNCIAS

CAIXETA, Mário Lúcio; NASSIF, Mônica Erichsen; RIBEIRO, Cristiana Elisa. *Inteligência Competitiva: o relato de dois casos brasileiros*. Informação e Informação, v.13, n. especial, p. 107-122, 2008.

CHOO, Chun Wei. *Gestão de informação para a organização inteligente: a arte de explorar o meio ambiente*. Lisboa. Caminho, 2003. 365p.

COELHO, G. M.; DOU, H.; QUONIAM, L.; SILVA, C. H. Ensino e pesquisa no campo da inteligência competitiva no Brasil e a cooperação franco-brasileira. *Puzzle – Revista Hispana de La Inteligencia Competitiva*, v. 6, n. 23, p. 12-19, ago./out. 2006. Disponível em: <[http://s244543015.onlinehome.fr/ciworldwide/wpcontent/uploads/2012/11/puzzle\\_ensino\\_ic\\_brazil\\_artigo\\_2006.pdf](http://s244543015.onlinehome.fr/ciworldwide/wpcontent/uploads/2012/11/puzzle_ensino_ic_brazil_artigo_2006.pdf) > Acesso em: 24 out. 2011.

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DE BELO HORIZONTE. *Cursos online*. Disponível em: <<http://www.facisabh.esab.edu.br/interno.cfm?target=1&IdCurso=450>>. Acesso em: 11 nov.2012

FULD, Leonard. *Inteligência competitiva: como se manter à frente dos movimentos da concorrência e do mercado*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 235 p.

FULD, Leonard. *10 perguntas para Leonard Fuld*. 8 out.2010. Entrevista para a revista IstoÉ on line. Disponível em: <[http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/37025\\_10+PERGUNTAS+PARA+LEONARD+FULD.>](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/37025_10+PERGUNTAS+PARA+LEONARD+FULD.>) Acesso em: 25 set.2012.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. *Inteligência Competitiva*. Disponível em: <[http://www5.fgv.br/fgvonline/Cursos/Atualizacao/Inteligencia-Competitiva/ICOMPEAD-01slsh2011-1/ICOMPEAD\\_00/SEM\\_TURN0/1103](http://www5.fgv.br/fgvonline/Cursos/Atualizacao/Inteligencia-Competitiva/ICOMPEAD-01slsh2011-1/ICOMPEAD_00/SEM_TURN0/1103)>. Acesso em: 3 set.2012.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

GOMES, Elisabeth; BRAGA, Fabiane. *Termo de Referência para atuação do Sistema SEBRAE em Inteligência Competitiva para MPE*. Brasília: SEBRAE, 2007. 44 p.

GOMES, Elisabeth; Braga, Fabiane. Construção de um sistema de inteligência competitiva. In: STAREC, Cláudio; GOMES, Elisabeth Braz Pereira; CHAVES, Jorge Bezerra Lopes. *Gestão Estratégica da Informação e Inteligência Competitiva*. São Paulo: Saraiva, 2005, 351 p

INSTITUTO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA. *Cursos curta duração*. Disponível em: <<http://www.ietec.com.br/cursos/curta-duracao/>>. Acesso em 3 set.2011.

KOCHE, José Carlos. *Fundamentos de metodologia científica*. 29. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2011. 182 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Metodologia do trabalho científico*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 225 p.

McGEE, James; PRUSAK, Lawrence. *Gerenciamento estratégico da Informação: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica*. Rio de Janeiro. Elsevier, 1994. 244 p.

MILLER, Jerry P. *O milênio da inteligência competitiva*. Porto Alegre: Bookman, 2002. 293 p.

NÚCLEO DE INFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS E GERENCIAIS. *Gestão Estratégica da Informação*. Disponível em: <<http://niteg.eci.ufmg.br/Cursos-Especializacao/especializacao-em-gestao-estrategica-da-informacao>>. Acesso em: 13 set.2012

PASSOS, Alfredo. *Inteligência competitiva e a profissão pela ABRAIC: uma entrevista com Francisco José Fonseca de Medeiros Diretor de Articulação Nacional da ABRAIC, sobre a profissão de analista de inteligência competitiva no Brasil*. Administradores.com. 2012. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/inteligencia-competitiva-e-a-profissao-pela-abraic/56789/>>. Acesso em 10 dez. 2012

PERUCCHI, Valmira; ARAUJO JUNIOR, Rogério Henrique de. Produção científica sobre inteligência competitiva da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília. *Perspect. ciênc. inf.* [online]. 2012, vol.17, n.2, pp. 37-56.

PLUGAR. *Inteligência competitiva para organizações*. Disponível em: <<http://www.plugar.com.br/portal/inteligencia-competitiva>>. Acesso em 13 nov. 2012.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS. *Business intelligence*. Disponível em: <[http://www.pucminas.br/cursos/dados\\_cursos.php?tipo=2&instituto=403010000&pai=339&pagina=747&menu=943&cabecalho=14&lateral=18&situacao=201301&curso=2848&PHPSESSID=373f5a5cafb8d9d4f0b547d2fbd7b704](http://www.pucminas.br/cursos/dados_cursos.php?tipo=2&instituto=403010000&pai=339&pagina=747&menu=943&cabecalho=14&lateral=18&situacao=201301&curso=2848&PHPSESSID=373f5a5cafb8d9d4f0b547d2fbd7b704)>. Acesso em 3 set.2012.

QUEYRAS, Joachim; QUONIAM, Luc. *Inteligência Competitiva (IC)*. In: TARAPANOFF, Kira (Org.). *Inteligência, Informação e Conhecimento*. Brasília: IBICT, 2006. 73-97 p.

ROEDEL, Daniel. *Estratégia e Inteligência competitiva*. In: STAREC, Cláudio; GOMES, Elisabeth Braz Pereira; CHAVES, Jorge Bezerra Lopes. São Paulo: Saraiva, cap.5, 67-86 p.

ROSSATTO, Maria Antonieta. *Gestão do conhecimento: a busca da humanização, transparência, socialização e valorização do intangível*. Rio de Janeiro: Interciência, 2003. 246 p.

STRATEGIC AND COMPETITIVE INTELLIGENCE PROFESSIONALS. Frequently asked questions. Disponível em: < <http://www.scip.org/resources/content.cfm?itemnumber=601&navItemNumber=533>>. Acesso em: 28 set.2012.

SILVA, Andrea Aparecida. Inteligência competitiva: uma proposta de consultoria em biblioteca universitária. *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, Campinas, v.7, n.1, p.49-64, jul./dez.2009. Disponível em: < [http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/sbu\\_rci/article/viewFile/417/281](http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/sbu_rci/article/viewFile/417/281)>. Acesso em 30 set.2012.

SILVA, Cátia Cristina Santiago da. *Análise do fluxo informacional no processo de educação continuada de forma a apoiar o desenvolvimento do conhecimento organizacional*. 2007. 152f. (Dissertação – Mestrado, Ciência da Informação). Centro de Ciências da Educação. Universidade Federal de Santa Catarina.

STAREC, Cláudio. A dinâmica da informação: a gestão estratégica da informação para a tomada de decisão nas organizações. In: \_\_\_\_\_. *Gestão Estratégica da Informação e inteligência competitiva*. São Paulo: Saraiva, 2005, 351 p.

STAREC, Cláudio; GOMES, Elisabeth Braz Pereira; CHAVES, Jorge Bezerra Lopes. *Gestão estratégica da informação e inteligência competitiva*. São Paulo: Saraiva, 2005. 351 p.

TARAPANOFF, Kira (Org.). *Inteligência, informação e conhecimento*. Brasília: IBICT, 2006. 453 p.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. *Datagramazero*, [S.l.], v.3, n.4. Ago. 2002 Disponível em: < [http://www.datagramazero.org.br/ago02/F\\_I\\_iden.htm](http://www.datagramazero.org.br/ago02/F_I_iden.htm)>. Acesso em: 04 dez. 2011.

WILSON, Thomas Daniel. *A problemática da gestão do conhecimento*. In: TARAPANOFF, Kira (Org.). *Inteligência, informação e conhecimento*. Brasília: IBICT, 2006. 37-55 p.

## APÊNDICE A – Transcrição dos trechos das monografias analisadas

Ano: 2007

- Trabalho 1:

Esteves, Pedro Rodrigues. *Análise estatística das premiações do Oscar como subsídio a Inteligência Competitiva*. 2007. 35f. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Orientador:

- Renato Rocha Souza

Palavras chaves:

- Inteligência Competitiva. Gestão do Conhecimento. Cinema. Jornalismo.

Problema:

- O levantamento de informações sobre a premiação pode ser utilizado como ferramenta para a formulação de estratégia profissional para matérias sobre o Oscar.

Pergunta:

- Existem ou não relações entre aqueles que foram premiados nos últimos dez anos e como estes dados poderão servir de insumos para uma estratégia de Inteligência Competitiva em jornalismo?

Objetivo Geral:

- Verificar a importância dos dados e informações no contexto da Inteligência Competitiva, visando o seu posterior uso na atividade jornalística.

Objetivos Específicos:

- Verificar uma possível relação entre os indicados e vencedores;
- Estabelecer uma frequência de determinados atores nas indicações;
- Analisar estatisticamente os resultados encontrados, visando obter dados estruturados e a partir desses acumular insumos para futuras matérias jornalísticas.

Metodologia:

- Revisão de Literatura

Principais autores:

- Marta Lúcia Pomim Valentim (2002);
- Michael Porter (1992);
- Wanda A.M. Hoffman; José A.R. Gregolin; Pedro C. Oprime (2004)
- Emanuel Levy (1990);
- Dulcília Helena Schroeder Buitoni (2000);
- Stella Senra (1997).

Principais conclusões:

- Os resultados obtidos na pesquisa apontam que existem relações entre os indicados e os vencedores da premiação;
- As informações levantadas podem servir de insumo para matérias jornalísticas;
- A análise resultou em informações estruturadas que constituirão uma base de dados passíveis de ser utilizada como vantagem competitiva no exercício do jornalismo com vistas a futuras matérias sobre o tema.
- O trabalho demonstra que os preceitos da IC estão presentes em várias áreas de atuação independente de seu enfoque organizacional;

Sugestões para novas pesquisas:

- Estudar como o ambiente externo a premiação pode afetar em seu resultado. Para o autor o *lobby* das distribuidoras e a festa da premiação onde são destacados os artistas mais influentes podem contribuir no resultado do Oscar.
- Trabalho 2:

LIMA, Luciana Aparecida de. *A contribuição da Inteligência Competitiva para o planejamento e viabilização da operação de uma microempresa: um estudo de caso*. 2007. 60f. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Orientadora:

- Marta Pinheiro.

Palavras-chave:

- Não foram destacadas.

Problema:

- O uso das técnicas de IC em um estudo de viabilização para a implantação de um pet shop.

Pergunta:

- Como a IC pode auxiliar a criação de uma pequena empresa?

Objetivo:

- Avaliar a contribuição da IC para as etapas de planejamento e viabilização de uma pequena empresa.

Metodologia:

- Estudo de caso;
- Técnica utilizada: observação participante.

Principais autores:

- Peter Drucker (1995);
- Frederick Webster (1994);
- Strategic and Competitive Intelligence Professionals – SCIP

Principais Conclusões:

- A IC é fundamental para as fases de planejamento e de viabilização da operação de um Pet Shop. O ciclo da IC na fase de planejamento é base para a tomada de decisão de empreender ou não. Se aplicado a fase de operação é decisivo para o mercado.

Sugestões para novas pesquisas:

- Não sugere novas pesquisas.
- Trabalho 3:

ROSSINI, Caio Augusto; SANTOS, Nélia Cardoso dos.; ANDRADE, Rodrigo do Vale. *“Estado da Arte” do Business Intelligence*. 2007. 46p. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Orientador:

- Renato Rocha Souza

Palavras-chave:

- Business Intelligence. Data warehouse. Data mart. Data mining. Banco de dados. OLAP. OLTP. Dados. Informação. Conhecimento. Internet.

Problema:

- Não foi definido claramente no trabalho.

Perguntas de pesquisa:

- Não foram definidas claramente no trabalho.

Objetivo:

- Levantar o estado da arte do BI – “centrar a pesquisa em acontecimentos atuais. Apresentação global dos avanços tecnológicos e metodológicos aplicados ao BI”.

Metodologia:

- Revisão de literatura.

Principais autores:

- Carlos Babiere (2001);
- Willian Innon (1992, 1997);
- Ralph Kimpall (1996);
- Laércio Serra (2002).

Principais conclusões:

- O trabalho apresentou os principais problemas que ocasionam o fracasso desde a implantação até a geração de relatórios para a tomada de decisões. Apresenta as melhores práticas para a implantação de BI em empresas. Espera que as ferramentas de BI sejam incorporadas e usadas corretamente e novas metodologias sejam criadas de acordo com o negócio de cada empresa.

Sugestões para novas pesquisas:

- Não sugere.
  
- Trabalho 04:

Mendes, Maria de Lourdes Vasconcelos. *Gestão de Riscos e Inteligência Competitiva*. 2007. 36p. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Orientadora:

- Mônica Erichesen Nassif.

Palavras-chave:

- Inteligência Competitiva. Gestão de Riscos e Segurança da Informação.

Problema e pergunta de pesquisa:

- Qual a importância do alinhamento dos processos de gestão de riscos e segurança da informação como forma de garantia de competitividade das empresas?

Objetivos geral e específico:

- Mostrar a importância do alinhamento do processo de gestão de riscos em segurança da informação com o processo de IC como forma de identificar e antecipar ações para maximizar oportunidades de negócio e minimizar os riscos de quebras de segurança, danos a imagem da empresa, prejuízos financeiros e perda de posição mercadológica.

Metodologia:

- Revisão de literatura – informação obtida no resumo do trabalho.

Principais autores:

- Marcos Sêmola (2003);
- Márcio Ferreira Lima (2005);
- Edson Fontes (2000);
- Cláudia Dias (2000);
- Marta Lígia Pomim Valentim (2002);
- Braga e Gomes (2002, 2006);
- Starec, Gomes e Chaves (2005);
- Jerry Miller (2002).

Principais conclusões:

- A segurança da informação é essencial para manter a competitividade das organizações. As empresas ainda não possuem procedimentos formalizados e não realizam análise de riscos ou realizam sem regularidade. As organizações não conhecem os riscos que correm em relação ao vazamento de informações, acessos indevidos, roubos, entre outros. Conclui-se que os processos de gestão de riscos em segurança da informação alinhados aos processos de IC possibilitará as organizações visão estratégica do negócio coerente com a realidade organizacional, consciência real dos riscos, tratamento ou aceitação dos riscos identificados e

assegurar a utilização adequada das informações da empresa, dando aos administradores maior segurança na tomada de decisões.

Sugestões de novas pesquisas:

- Dar início a estudos práticos e análises de casos em empresas com maior propriedade e possibilidade de ajudar as organizações. (Informação retirada do resumo).

Ano: 2008

- Trabalho 5:

CASTRO, Aline Carmo de Castro. *Inteligência Competitiva no setor corporativo de telecomunicações*. 2008. 39p. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Orientador:

- Renato Rocha de Souza.

Palavras-chave:

- Não foram destacadas.

Problema:

- O uso da IC para o auxílio no desenvolvimento de estratégias para que a Telemar se posicione competitivamente dentro do setor.

Perguntas de pesquisa:

- Como uma empresa do porte da Telemar pode utilizar a IC para se posicionar estrategicamente no setor corporativo de telecomunicações?

Objetivo Geral:

- Avaliar como a IC pode auxiliar a Telemar na definição de estratégias para seu desenvolvimento no setor de telecomunicações.

Objetivos Específicos:

- Pesquisar e analisar internamente como é vista a IC;
- Identificar os meios de coleta, análise e distribuição das informações utilizadas na Telemar;
- Propor estratégias de melhorias para o sistema de informação utilizado na Telemar.

#### Metodologia:

- Pesquisa descritiva: “definição clara do problema”.
- Técnicas: levantamento de campo – entrevistas semiestruturadas;
- Pesquisa qualitativa;
- Amostragem.

#### Principais autores:

- Marcos Cobra (1993);
- Philip Kotler (1995, 2000);
- Louis E. Boone; David Kurtz (1998);
- Willian G. Nickels; Marian Burk (1998).

#### Principais conclusões:

- Empresas de telecomunicações conhecem o termo de IC e fazem uso do processo mesmo não tendo um profissional específico. Percebe-se o aumento da importância da IC nas empresas. A Telemar possui um setor de inteligência de negócios, mas as informações são utilizadas de forma não profissional e organizada. A empresa pode utilizar as técnicas de IC para o aumento dos clientes.

#### Sugestões para novas pesquisas:

- Não sugere novas pesquisas.

- Trabalho 6:

MENDES, Rodolfo de Faria. *Utilização da Tecnologia da Informação como ferramentas de busca e construção de informações gerenciais para servirem de apoio à tomada de decisões*. 2008. 53 p. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

#### Orientador:

- Jorge Tadeu de Ramos Neves.

#### Palavras-chave:

- Tomada de decisão. Business Intelligence. Inteligência Competitiva. Ferramentas transacionais. Produtos e serviços de T.I.

#### Problema:

- Implantação do processo de Business Intelligence na empresa Sotreq.

Perguntas de pesquisa:

- A utilização de ferramentas de T.I. na busca e construção de informações gerenciais, serve efetivamente, de apoio ao processo de tomada de decisão?

Objetivo Geral:

- Avaliar o uso de ferramentas de T.I. de apoio gerencial no processo de tomada de decisões em uma grande empresa de engenharia.

Objetivos Específicos:

- Apresentar e analisar produtos e serviços de T.I voltados para a IC;
- Avaliar a importância da utilização de ferramentas transacionais tecnológicas na externalização e documentação do conhecimento;
- Relatar o desenvolvimento de uma ferramenta de B.I. em uma grande organização para a tomada de decisão.

Metodologia:

- Estudo de caso.

Principais autores:

- Thomas H. Davenport (1998, 1999);
- Nonaka e Takeuchi (1997);
- Jerry Miller (2002);
- Philip Kotler (1995, 1998);
- Michael Porter (1986);
- Choo (2003);
- Peter Drucker (1999, 2001);
- Gomes e Braga (2001).

Principais conclusões:

- As ferramentas de BI aliadas com as técnicas de IC facilitam o acesso à informação auxiliando na tomada de decisões. Na empresa estudada havia a implantação do Projeto Cognos, importante ferramenta para auxílio as decisões gerenciais.

Sugestões para novas pesquisas:

- Não sugere novas pesquisas.

Ano: 2010

- Trabalho 7:

ABREU, Fernanda Moura. *Inteligência competitiva e sociedade da Informação: os impactos na atuação do profissional de Secretariado executivo*. 2010. 70p. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Orientador:

- Ricardo Rodrigues Barbosa.

Palavras-chave:

- Gestão do Conhecimento. Gestão da Informação. Inteligência Competitiva. Secretariado Executivo. Sociedade da Informação.

Problema:

- Constantes mudanças tecnológicas e disponibilização de informações e seus impactos na atuação dos profissionais de secretariado executivo no que diz respeito à atualização e uso de técnicas de IC para suporte aos gerentes das empresas em que atuam.

Perguntas de pesquisa:

- O profissional de secretariado está desenvolvendo atividades ligadas às técnicas de IC e gestão da informação em suas organizações? Quais os impactos dessas técnicas em suas atividades profissionais?

Objetivo Geral:

- Identificar os impactos na atuação do profissional de secretariado executivo ni contexto da sociedade da informação na utilização das técnicas de IC como auxílio a tomada de decisões.

Objetivos Específicos:

- Descrever as principais características da sociedade da informação;
- Caracterizar o uso da IC na atuação do profissional do secretariado;
- Discutir a respeito de como as informações, o seu monitoramento e seu uso influenciam as atividades do profissional de secretariado.

#### Metodologia:

- Pesquisa qualitativa descritiva;
- Instrumentos de coletas de dados: entrevistas estruturadas, análise de informações a respeito da formação, atuação e outros trabalhos semelhantes.

#### Principais autores:

- Ivone Maria Bruno (2006);
- Manuel Castells (2000);
- Marta Lúcia Pomim Valentim (2002);
- Michael Potter (1999);
- Kia Tarapanoff (2001, 2006);
- Starec; Gomes, Chaves (2005);
- Choo (2003);
- Nonoka e Takeuchi (1997);

#### Principais conclusões:

- Percebe-se a preocupação com a coleta e compartilhamento de informações que auxiliem na tomada de decisão. A formação atual do profissional de secretariado proporciona sólida teoria para atuação junto ao gestor de maneira a facilitar o seu trabalho.

#### Sugestões para novas pesquisas:

- Pesquisa mais aprofundada sobre o tema.
- Estudo de viabilização de comunidades de prática em organizações que não possuem políticas de incentivo ao compartilhamento de informações aplicadas ao processo de IC.

- Trabalho 8

FRANCO, Gleiciane Almeida Alvarenga. *Gerenciamento estratégico da informação: proposta de produtos e serviços de informação científica e tecnológica para geração de inteligência competitiva em empresas de base tecnológica*. 2010. 74f. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

#### Orientador:

- Jorge Tadeu de Ramos Neves

Palavras-chave:

- Gestão Estratégica da Informação. Inteligência Competitiva. Inteligência Competitiva Tecnológica. Vantagem Competitiva.

Problema:

- Prática da Inteligência Competitiva Tecnológica é pouco divulgada no Brasil e são poucos os estudos e trabalhos publicados sobre o assunto.

Pergunta de pesquisa:

- Como o gerenciamento estratégico da informação científica e tecnológica pode contribuir com a geração de inteligência competitiva tecnológica?
- Qual o papel da Inteligência Competitiva Tecnológica para empresas que enfrentam ambientes tão competitivos e de rápidas mudanças?

Objetivos:

- Fazer um relato acadêmico sobre o processo de gerenciamento estratégico da informação e apresentar alguns produtos de informação que contribuam com a geração de inteligência competitiva tecnológica em uma empresa de base tecnológica.
- Reforçar a importância do sistema de Inteligência Competitiva Tecnológica assim como outros sistemas estratégicos nas decisões e na competitividade das empresas.

Metodologia:

- Revisão de literatura;
- Proposta

Principais autores:

- Thomas H. Davenport (2003);
- Michael Poter (2003);
- Laurence Prusak (2003);
- Kia Tarapanoff (2001);
- Marta Lígia Pomim Valentim (2002);

Principais conclusões:

- Informação analisada é um importante recurso para a tomada de decisões. Para que a informação receba valor estratégico é preciso um processo de

gestão adequado para que as informações sejam coletadas, selecionadas, analisadas e de forma precisa e oportuna para os envolvidos no processo decisório.

- A prática da Inteligência Competitiva Tecnológica mostra-se bastante eficaz nesse processo permitindo uma avaliação sistemática do posicionamento tecnológico da empresa frente à concorrência.
- Os benefícios potenciais para uma empresa ao implantar um sistema de inteligência competitiva tecnológica (Sict) são:
  - Percepção antecipada dos sinais na mudança no ambiente tecnológica;
  - Otimização na alocação de recurso de P&D;
  - Melhor conhecimento das alternativas de negócios e investimentos;
  - Fortalecimento das competências tecnológicas;
  - Menor risco na tomada de decisões.

Sugestões para novas pesquisas:

- Não sugere novas pesquisas.

- Trabalho 9:

NASCIMENTO, João Paulo Campos. *Inteligência Competitiva nas organizações*: propostas de uso da IC pela empresa Localiza Rent a Car. 2010. 31f. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Orientadora:

- Mônica Erichesen Nassif Borges.

Palavras-Chaves:

- Não foram destacadas.

Problema:

- A velocidade das informações e a IC como prática incipiente no cenário brasileiro.

Objetivos:

- Analisar o cenário informacional da empresa apresentando possibilidades de adequações e propostas de melhorias nos processos de captação, análise e disseminação de informações relevantes;

- Mostrar a importância e a utilidade da IC nas organizações apresentar as possibilidades práticas de utilização da IC;
- Propor um plano de ação e adoção de atividades de IC para a Localiza Rent A Car.

Metodologia:

- Abordagem descritiva – observação, descrição, registro e análise de informações.

Principais autores:

- Leonard Fuld (1995);
- Jerry Miller (2002);
- Cláudio Starec (2006);
- Associação Brasileira de Analistas de Inteligência Competitiva – ABRAIC;
- Strategic and competitive intelligence professional – SCIP.

Principais conclusões:

- Implantação da IC na empresa depende da disposição de seus gestores;
- A empresa trabalha com informações desestruturadas, embora tenha conhecimento do negócio e de como trabalhar a sua competitividade.

Sugestões de novas pesquisas:

- Não sugere novas pesquisas.

Ano: 2011

- Trabalho 10:

FERREIRA, Rosalicy da Costa. *Inteligência Competitiva: proposta de uso para a empresa PC Sistemas*. 2011. 23f. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Orientadora:

- Mônica Erichesen Nassif Borges.

Palavras-chave:

- Inteligência Competitiva. Conhecimento. Informação. PC Sistemas.

Problema:

- Identificar como são coletadas, armazenadas, analisadas e distribuídas as informações nos setores de Marketing e Comercial e como é realizada a gestão da informação na PC Sistemas.

#### Objetivo Geral:

- Desenvolver uma proposta de IC para os departamentos de Marketing e Comercial da empresa PC Sistemas.

#### Objetivos Específicos:

- Avaliar como é realizada a coleta, análise e distribuição das informações;
- Analisar quais informações são relevantes para a empresa.

#### Metodologia:

- Pesquisa Bibliográfica;
- Pesquisa de campo.

#### Principais autores:

- Kia Tarapanoff (2001);
- Kátia Carvalho (2001);
- Thomas H. Davenport (1998)
- Jerry Miller (2002);
- Associação Brasileira de Analistas de Inteligência Competitiva – ABRAIC;
- Marta Lígia Pomim Valentim (2002);

#### Principais conclusões:

- Com a implantação da proposta espera-se que a empresa consiga gerir os dados transformando-os em informações úteis gerando conhecimento de mercado e vantagem competitiva, gerar resultados financeiros e valores aos stakeholders, monitorar a concorrência, apoiar as decisões dos setores de Marketing e Comercial, reduzir custos, criar um armazém de informações estruturadas que suportem o desenvolvimento de um plano de negócios.

#### Sugestões de novas pesquisas:

- Não sugere novas pesquisas.

- Trabalho 11:

MOURA, Luciana Rocha. *Proposta de IC para o planejamento e tomada de decisão estratégica: um estudo de caso*. 2011. 76f. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Orientadora:

- Mônica Erichesen Nassif Borges.

Palavras-chave:

- Inteligência Competitiva. Tecnologia da Informação. Internet. Redes Sociais. Análise SWOT.

Problema:

- Uso de tecnologias para coleta de informações, crescente busca por estratégias competitivas e informações relevantes para as empresas.

Objetivo Geral:

- Proposta de uma área de IC que gerasse pesquisas informacionais prioritariamente na web – grande parte dos executivos utiliza a web para obterem informações.

Objetivos Específicos:

- Propor um planejamento para a coleta, análise e distribuição das informações para tornar a empresa mais competitiva.

Metodologia:

- Estudo de caso.

Principais autores:

- Kira Tarapanoff (2001, 2006);
- Leonard Fuld (2007)
- Jerry Miller (2002);
- Gomes e Braga (2004)

Principais conclusões:

- A área de IC trará benefícios, pois ajudará a organização a tomar decisões mais conscientes sobre seus negócios e auxiliará a entrada em novos mercados.

Sugestões de novas pesquisas:

- Aprofundamento no tema para ações específicas na área de Tecnologia da Informação.
- Trabalho 12.

BRAGA, Fernanda Sampaio. *Inteligencia Competitiva no comércio eletrônico: estratégias visando o aumento de vendas na loja virtual Policenter Casa*. 2011, 43p. Trabalho de Conclusão de curso (especialização em Gestão Estratégica da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Orientadora:

- Mônica Erichesen Nassif Borges.

Palavras-chave:

- Inteligência Competitiva. Comércio Eletrônico. Vigilância Estratégica. Concorrentes. Policenter Casa.

Problema:

- Aumentar as vendas no site.

Pergunta de pesquisa:

- Como aumentar o faturamento de uma loja virtual, utilizando técnicas de IC com foco nos concorrentes?

Objetivo Geral:

- Propor estratégias que resultem no aumento das vendas na loja virtual da Policenter Casa com base nas atividades de IC.

Objetivos Específicos:

- Descrever fatores que podem influenciar a decisão de compra dos internautas;
- Analisar lojas virtuais de dois concorrentes da Policenter Casa e o posicionamento deles em redes sociais digitais;

Metodologia:

- Estudo de caso.

Principais autores:

- Kira Tarapanoff (2001);

- Marcelo Costa Siqueira (2005)
- Thomas H. Davenport (1998)
- Jerry Miller (2002);
- Philip Kotler (2009);
- Alex Cabral de Oliveira (2006);
- Idalberto Chiavenato (2002);
- Beatriz Valadares Cendón (2002).

Principais conclusões:

- Avanços no comércio eletrônico proporcionam oportunidades para expansão dos negócios. A IC permitiu a criação de estratégias de marketing embasadas nas ações dos concorrentes analisados. A Policenter Casa deve rever seu posicionamento e práticas de vendas.

Sugestões de novas pesquisas:

- Estudos de sistemas avançados de prevenção e detecção de fraudes que orientam o profissional em sua tomada de decisão reduzindo perdas financeiras.

## APÊNDICE C – Tabulação Monografias

### APÊNDICE C – Formulário de coletas de dados

**UF***MG*

UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE MINAS GERAIS

PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA DA ESCOLA DE CIÊNCIA DA  
INFORMAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS.

#### Formulário de Coleta de Dados

1. Instituição:
2. Unidade Acadêmica:
3. Nome do Orientador:
4. Nome do Aluno:
5. Título do Trabalho:
6. Palavras-chave:
8. Ano de Conclusão:
9. Características do trabalho:
9.1 Problema e perguntas de pesquisa:

9.2 Objetivos geral e específicos:
9.3 Metodologia: