

TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO APLICADAS AO PROCESSO DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA ORGANIZACIONAL.

Viviane Lazarini, Marta Ligia Pomim Valentim – Área: Ciência da Informação – Curso de Biblioteconomia – Departamento de Ciência da Informação – Faculdade de Filosofia e Ciências – Campus Marília.

Este trabalho possui como objeto de pesquisa a contribuição das tecnologias de informação e comunicação (TIC's) aplicadas ao processo de inteligência competitiva organizacional (I.C.O.) das empresas do setor alimentício da região de Marília, Estado de São Paulo, mais especificamente quanto à eficiência dos fluxos e processos e a eficácia dos resultados obtidos.

O mercado atual está exigindo mais excelência, qualidade e competitividade das organizações. Observa-se a importância do trinômio dados, informação e conhecimento no ambiente corporativo e da inteligência competitiva organizacional que atua aliada ao uso das TIC's. Outro fator influenciador é a “explosão informacional”, porquanto gera e disponibiliza quantidades excessivas de informação que, muitas vezes, não são adequadamente gerenciadas e tratadas. Considera-se o processo de I.C.O. um apoio essencial à tomada de decisão. Através de seu ciclo, que abrange desde a coleta de dados, transformando-os em informação para geração de conhecimento, até a sua recuperação e disseminação, convertendo-os, a partir disso, em vantagem competitiva. Nesse cenário, fazer uso das TIC's é fundamental para propiciar maior flexibilidade e agilidade às organizações, no que tange ao gerenciamento adequado das informações produzidas interna ou externamente para uso de seu público.

Esta pesquisa justifica-se cientificamente à medida que contribuirá para as discussões realizadas na linha de pesquisa “Administração em Unidades de Informação”, inserida no Departamento de Ciência da Informação da UNESP, Campus de Marília, bem como para o fortalecimento do Grupo de Pesquisa: “Informação, Conhecimento e Inteligência Organizacional (ICIO)”, do qual a orientadora e a aluna fazem parte. Além disso, o resultado da pesquisa proporcionará um panorama geral sobre a prática de inteligência competitiva organizacional e a melhor compreensão sobre a contribuição das tecnologias de informação e comunicação nesse processo, propiciando subsídios teóricos e possibilitando uma melhor compreensão sobre o assunto, por parte dos profissionais da informação que atuam ou desejam atuar nesse paradigma.

Para a efetividade da pesquisa foram atribuídos os seguintes objetivos específicos: compreender o processo de inteligência competitiva organizacional, por meio da leitura e análise da literatura; compreender o papel das tecnologias de informação e comunicação aplicadas ao processo de inteligência competitiva organizacional, por meio da leitura e análise da literatura; identificar se o processo de inteligência competitiva organizacional está sendo praticado nas empresas pesquisadas; verificar quais são as tecnologias de informação e comunicação utilizadas no processo de inteligência competitiva organizacional; e analisar de que forma as tecnologias de informação e comunicação contribuem para a efetividade do processo de I.C.O. Para a realização dos procedimentos metodológicos optou-se pela pesquisa qualitativo-descritiva, utilizando o método do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), no qual se reúnem todos os discursos dos indivíduos em um único discurso, denominado de discurso coletivo.

Foram elaborados três capítulos teóricos sobre o contexto do processo de inteligência competitiva e das tecnologias de informação e comunicação aplicadas ao processo. Um quarto capítulo foi elaborado apresentando e discutindo os procedimentos metodológicos e, por fim, foram apresentadas as considerações finais acerca da pesquisa, bem como a análise dos dados e informações obtidos na pesquisa de campo.

O ambiente empresarial atual é globalizado, dinâmico e enfrenta mudanças sociais e econômicas. O uso estratégico da informação para alcançar vantagem competitiva é fundamental às organizações privadas. Nesse contexto, fazer uso de uma das principais ferramentas auxiliares do processo de tomada de decisão é uma decisão acertada, porquanto dá condições às organizações de acompanharem e sobreviverem as constantes mudanças. A disputa frenética e crescente que se verifica no mundo dos

negócios deu origem, a partir da década de setenta, a uma concepção de inteligência, a inteligência competitiva organizacional (I.C.O.), criada para proporcionar vantagem competitiva aos setores de interesse de uma empresa.

Valentim et al. (2003, p.2) entende inteligência competitiva organizacional (I.C.O.) como um processo que:

investiga o ambiente onde a empresa esta inserida, com o propósito de descobrir oportunidades e reduzir os riscos, bem como diagnostica o ambiente interno organizacional, visando o estabelecimento de estratégias de ação a curto, médio e longo prazo.

Muitas informações que estão disponíveis nas organizações, seja em formato impresso ou eletrônico, são utilizadas como insumo para obtenção de vantagem competitiva, e o uso das TIC's é essencial, pois age como canal mediador, gerando rapidez e eficácia aos processos inerentes a I.C.O., como, por exemplo, redução de custos, de tempo e o mais importante, a satisfação do usuário.

As TIC's devem ser utilizadas como ferramentas essenciais aplicadas aos fluxos informacionais existentes nas organizações, principalmente, considerando-se o ritmo acelerado com que as informações e o conhecimento tornam-se rapidamente obsoletos. O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação tem representado um avanço na aplicação da inteligência competitiva organizacional, visto que permitem aumentar a capacidade de prospecção, monitoramento, processamento e disseminação das informações, de forma mais rápida, eficiente e a custos menores, agindo em todas as fases do processo.

A informação é utilizada com o objetivo de planejar estratégias de ação e as tecnologias de informação e comunicação conseguem tornar isso possível de maneira mais efetiva, uma vez que tem maior capacidade de processamento de dados e informações e, principalmente, por sua capacidade de disseminação.

Segundo Gomes e Braga (2002) apud Valentim et al. (2003):

a tecnologia de informação apóia todas as etapas de um processo de inteligência competitiva, desde a fase de identificação das necessidades de informação, passando pela coleta, análise e disseminação, até a avaliação de produtos emergentes.

No contexto da gestão da informação, os recursos tecnológicos visam aperfeiçoar o processo tornando-o mais eficiente e eficaz. As principais ferramentas que auxiliam a gestão da informação são: Workgroup, Workflow, Executive Information System (EIS), Data Warehouse, Data Mining, Internet, Intranet, Extranet, Electronic Data Interchange (EDI), Enterprise Resource Planning (ERP).

No contexto da gestão do conhecimento as tecnologias da informação são utilizadas como ferramentas de apoio ao processo. As principais ferramentas são: Groupware, Sistemas Especialistas, Mapeamento do Conhecimento ou Páginas Amarelas e Redes Neurais.

No âmbito da I.C.O. é possível verificar o uso de todas as ferramentas apresentadas anteriormente, uma vez que a I.C.O. é alicerçada pela gestão da informação (G.I.) e pela gestão do conhecimento (G.C.). O uso das ferramentas voltadas à G.I. propicia maior eficiência e eficácia aos fluxos formais e informais e otimiza todos os processos inerentes à informação, possibilitando assim a criação de conhecimento, que neste âmbito passa a ser trabalhada pela G.C. Por outro lado, as ferramentas tecnológicas voltadas à G.C., apesar da eficiência, devem estar sempre agregadas ao fator humano, uma vez que o conhecimento é algo essencialmente complexo, necessitando além de tecnologia, de inteligência humana para ser efetivamente construído, transmitido e assimilado.

É importante observar que cada organização possui um conjunto diferente de necessidades, portanto as ferramentas tecnológicas adotadas para auxiliar no processo de I.C.O. deverão se ajustar às reais necessidades e à cultura de cada organização. Os processos de tomada de decisão no âmbito organizacional demandam ferramentas tecnológicas que atuem de forma eficiente, auxiliando tanto nas atividades técnicas e burocráticas quanto nas questões estratégicas. O uso de ferramentas tecnológicas na prática de I.C.O., com o objetivo de gerenciar os fluxos informacionais e o ativo intelectual facilitam o

processo decisório. Esta pesquisa destacou algumas, dentre as várias ferramentas existentes e citadas na literatura, e comentadas anteriormente, a saber: Executive Information System; Decision Support System; Business Intelligence; Text Mining; Redes Neurais; Data Warehouse e Data Mart.

É sabido que a I.C.O. subsidia o planejamento organizacional, seja ele um plano de ação de curto, médio ou longo prazo, para isso há também algumas ferramentas tecnológicas já citadas anteriormente que podem facilitar o desenvolvimento e aplicação desse plano, são elas: Workgroup; Workflow; Customer Relationship Management; Groupware; Mapeamento do Conhecimento ou Páginas Amarelas.

Apresente pesquisa é direcionada às indústrias do setor de alimentos da região de Marília, no estado de São Paulo. O segmento alimentício foi escolhido pelo fato da cidade de Marília ser destaque neste segmento, sendo considerada a “Capital Nacional do Alimento”. Foram escolhidas apenas as grandes empresas da região de Marília, uma vez que se observa, por meio da literatura, que a prática de inteligência competitiva organizacional ser uma realidade apenas em grandes empresas.

Os critérios adotados para classificar as empresas do referido setor, como grandes empresas, foram extraídos da tabela existente no *site* do SEBRAE. As empresas escolhidas foram identificadas no *site* da Associação das Indústrias de Alimentos de Marília (ADIMA). Primeiramente, foi utilizada a tabela de classificação do SEBRAE, na qual foi possível determinar quais empresas associadas à ADIMA se enquadram no segmento denominado “grandes empresas”. Após a seleção das 13 empresas optou-se por pesquisar todas elas, uma vez que durante a aplicação do instrumento de coleta de dados, nem sempre se obtém a participação de toda a população definida no escopo da pesquisa.

Como instrumento para a coleta dos dados foi utilizado o questionário, por ser o meio mais rápido para a obtenção de informações, pois não exige treinamento para aplicação e garante o anonimato do respondente. O método escolhido para a coleta e análise dos dados é o Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), idealizado por pesquisadores renomados da área de Saúde Pública. O método do DSC:

é um proposta de organização e tabulação de dados qualitativos de natureza verbal, obtidos de depoimentos, artigos de jornal, matérias de revistas semanais, cartas, papers, revistas especializadas (LEFRÈVRE, F.; LEFRÈVRE, A., 2003, p.15).

A proposta do DSC é analisar o material verbal coletado, extraindo de cada resposta as idéias centrais, ancoragens e expressões-chave. Segundo Lefrèvre e Lefrèvre (2003, p.17) as idéias centrais, ancoragens e expressões-chave são as figuras metodológicas utilizadas para confeccionar os DSCs:

1. Idéias Centrais (IC): “expressão lingüística que revela e descreve, de maneira mais sintética, precisa e fidedigna possível, o sentido de cada um dos discursos analisados”.
2. Expressões-Chave (ECH): “são transcrições literais do discurso, que devem ser sublinhadas, iluminadas pelo pesquisador, que revelam a essência do depoimento”.
3. Ancoragem: “manifestação lingüística explícita de uma dada teoria, ou ideologia que o autor do discurso professa, e que na qualidade de afirmação genérica, está sendo usada pelo enunciador para ‘enquadrar’ uma situação específica”.

A junção dessas três figuras metodológicas constitui-se no DSC. Para que o método seja efetivado Lefrèvre e Lefrèvre (2003, p.37) esquematizaram passo a passo as etapas para o desenvolvimento do DSC. Primeiramente é preciso realizar a coleta dos discursos dos sujeitos, que geralmente é feita, por meio de entrevistas ou questionários (essa pesquisa fará uso de questionários). Com os discursos em mãos, o segundo passo consiste na tabulação das informações coletadas. Para organizar as informações, é viável o desenvolvimento de uma tabela, composta por três colunas distintas: ECH, IC e ancoragem respectivamente. Cada questão será analisada individualmente, sendo assim, transcreve-se a resposta de cada questão na primeira coluna da tabela elaborada. Após a transcrição literal de cada resposta, destacam-se as ICs e as ancoragens, utilizando diferentes recursos gráficos, preenchendo assim as outras duas colunas. Após a confecção do DSC será realizada a análise dos discursos, partindo finalmente para as considerações finais da pesquisa.

Este trabalho ainda está em andamento, não sendo possível ainda explorar dados reais acerca da pesquisa de campo. Com base na literatura é possível afirmar a importância da informação/conhecimento para a organização no contexto atual, no qual o diferencial competitivo é decisivo para a maior competitividade da organização.

As organizações sistematicamente agregam valor aos seus produtos e processos, que retornam através de recursos monetários (lucro), empregando pessoas e movimentando a economia local. Contudo, existe algo mais valioso do que a própria moeda: a informação. O valor da informação é real e possibilita ainda mais ganho à organização, assim como pode representar poder a quem a possui, seja a empresa que busca competitividade de mercado, excelência do produto produzido ou eficiência em seus processos. Nesse cenário a inteligência competitiva organizacional se destaca no sentido de auxiliar uso da informação para obtenção de estratégias que gerem maior competitividade para a organização

REFERÊNCIAS

CRUZ, T. **Sistemas de informações gerenciais: tecnologias da informação e a empresa do século XXI**. São Paulo: Atlas, 2003. 249p.

LEFEVRE, F; LEFEVRE, A. **O discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa**. Caxias do Sul, EDUCS, 2003.

KOLB, G.; MILLER, J. P. O milênio da inteligência: o futuro. In: MILLER, J. **O milênio da inteligência competitiva**. São Paulo: Bookman, 2002. 294p. p.265-269

VALENTIM, M. L. P. et al. O processo de inteligência competitiva em organizações. **DataGramaZero**, Rio de Janeiro, v.4, n.3, p.1-23 jun. 2003. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/jun03/F_I_art.htm>. Acesso em: 03 de abr. 2006.