

MATURIDADE DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA EM ORGANIZAÇÕES QUE ATUAM NO BRASIL

JOSÉ VICENTE DOS SANTOS

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO - FIA

DANIEL ESTIMA DE CARVALHO

FACULDADE FIA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS (FFIA)

Agradecimento à órgão de fomento:

Ao meu coautor, Professor Dr. Daniel Estima de Carvalho, por todo apoio, sugestões, paciência e empenho, sempre disponível para orientar e contribuir para o êxito deste trabalho. A todos os meus familiares e amigos pelas sugestões e apoio incondicional nos momentos de dúvidas e dificuldades.

MATURIDADE DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA EM ORGANIZAÇÕES QUE ATUAM NO BRASIL

Introdução

A exigência do consumidor quanto à satisfação plena de suas necessidades e interesses está em constante mudança em um mundo VUCA. Por causa dessa realidade, a tendência é que as organizações baseiem suas decisões e formulem as estratégias de mercado a partir da análise das informações. Uma das soluções possíveis é a Inteligência Competitiva (IC) que pode ser utilizada como caminho para um planejamento estratégico bem sucedido. Possuir IC exige níveis de maturidade. Quanto maior o nível de maturidade do sistema, maior a capacidade competitiva da organização em função das informações providas.

Problema de Pesquisa e Objetivo

É com base em um sistema de classificação da maturidade de IC que para o presente trabalho, busca-se identificar o grau de maturidade de IC em empresas que atuam no Brasil. É fundamental que as organizações possuam, de alguma maneira, um sistema de captação, processamento e disseminação da informação, independentemente de possuir ou não uma área de IC, pois cada vez mais a eficiência do processo decisório nas organizações depende do acesso e disponibilização de informações que cada vez mais se faz necessário.

Fundamentação Teórica

Podemos considerar que a IC diz respeito à capacidade organizacional de analisar consumidores, mercados e informações competitivas em um processo contínuo, com foco na geração de insights, destinados a ajudar as pessoas de negócio a tomar decisões (FULD, 2007; PRESCOTT, J. E.; MILLER, 2002). Juntamente com a avaliação dos níveis de IC, é necessário verificar qual o conjunto de processos que deve evoluir pelos níveis de maturidade (RODRIGUES; RICCARDI, 2007). Neste estudo, propôs-se identificar as fases de maturidade ou processos de IC nas empresas que atuam no Brasil.

Metodologia

De acordo com a classificação proposta por Sampieri et al. (2014), utilizou-se no presente trabalho pesquisa quantitativa, exploratória através de survey, por meio de questionários elaborados através da ferramenta eletrônica via formulário Google Forms. Em termos de etapas da pesquisa foi aplicado questionário pela rede social LinkedIn para diversas corporações de vários setores B2B e B2C no Brasil. Conforme conceito de amostragem, obteve-se amostra(n) de 210 respondentes para um nível de confiança (NC) de 95% ($Z = 1,96$), com uma margem de erro do estudo (ME) de 6,77%

Análise dos Resultados

Nota-se que que no aspecto de maturidade, a grande maioria das empresas está no nível informal ou formal de IC, em um total de 59,0% (124 respondentes) que estão no nível inicial - possibilitando avanços para o IC no país. Outro aspecto importante da pesquisa quanto ao nível de maturidade é que a grande maioria de empresas 61,9% (130 respondentes) utilizam a ferramenta básicas como MS Excel, entre estas, 61,5% (80 respondentes) estão entre o nível Informal e Formal e também ferramentas como MS Power BI, onde 58,3% (63 respondentes) estão no nível de maturidade Informal e Formal.

Conclusão

Como conclusão, é possível apontar que há um grau de Maturidade de Inteligência Competitiva em empresas que atuam no Brasil dado a amostra deste estudo, porém que há um espaço a ser explorado para avanços no nível de maturidade. O estudo também mostrou através do referencial teórico a importância da fase de planejamento antes da definição da coleta e análises dos dados, implicando assim que é melhor a existência de uma área de IC ou um colaborador dedicado a IC para um melhor uso das dimensões.

Referências Bibliográficas

BENNETT, N.; LEMOINE, G. J. What VUCA really means for you. Harvard Business Review, 2014.
CARDOSO JUNIOR, W. F. Inteligencia Competitiva. Palhoça: Unisul, 2008. FULD, L. M. The secret

language of Competitive Intelligence: How to see through and stay ahead of Business Disruptions, Distortions, Rumors, and Smoke Screens. Crown Business, 2010. RODRIGUES, L. C.; VOLPP, J. C.; RECHZIEGEL, W. Maturidade Organizacional em Inteligência Competitiva - O Caso de uma Instituição Financeira Brasileira. Revista de Ciências da Administração, v. 16, n. 38, 2014.