

Inteligência Competitiva (IC)

Inteligência Competitiva

Habilidade e capacidade de usar o conhecimento para buscar uma posição competitiva.

“Inteligência Competitiva (IC) é um processo sistemático e ético, ininterruptamente avaliado com identificação, coleta, tratamento, análise e disseminação da informação estratégica para a organização, viabilizando seu uso no processo decisório.” (Gomes et al, 1993)

Inteligência Competitiva

Etapas do Ciclo de Inteligência

1. Planejamento: onde se concebe o processo, seus objetivos e identifica-se quais as necessidades de inteligência e quais as informações necessárias para atendê-las;
2. Coleta e tratamento das informações: onde são identificadas as fontes de informação relevantes, internas e externas, e o tipo de tratamento que será dado à informação para armazenamento.

Inteligência Competitiva

Etapas do Ciclo de Inteligência

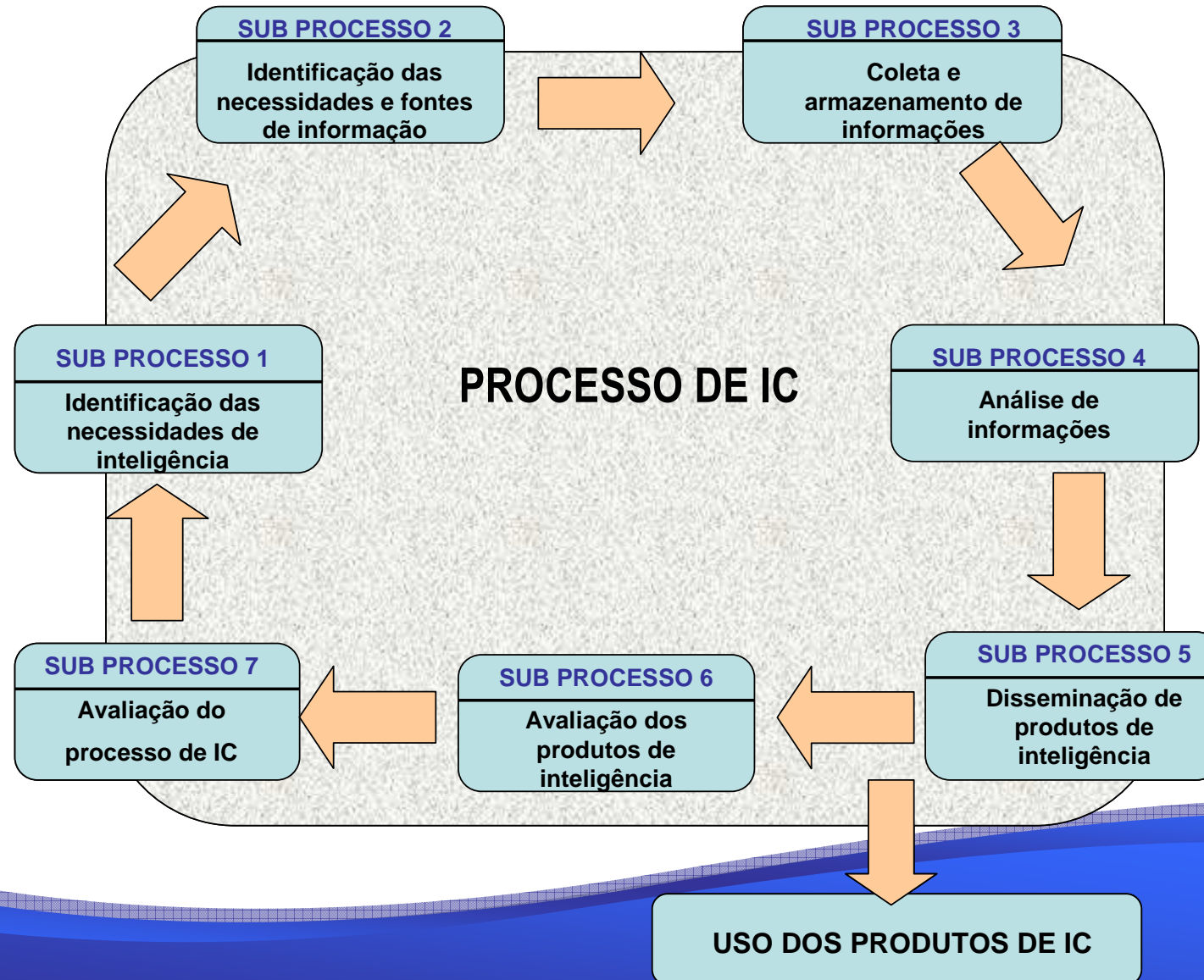
3. Análise final das informações: onde é feita a análise das informações já coletadas e tratadas para elaboração dos produtos de inteligência;
4. Disseminação: onde se entrega a informação analisada, ou seja, a inteligência, em um formato coerente e convincente, aos tomadores de decisão; e

Inteligência Competitiva

Etapas do Ciclo de Inteligência

5. Avaliação: onde o processo é avaliado sob dois aspectos:
- o primeiro diz respeito ao desempenho de cada uma das etapas que o compõem, e
 - o segundo a avaliação junto aos usuários dos resultados práticos obtidos com o uso dos produtos de IC.

Processo de Inteligência Competitiva



Inteligência Competitiva

Exemplos de necessidades de informação (áreas de vigilância)

- Informações políticas/jurídicas/regulatórias;
- Informações de mercado;
- Indicadores gerenciais;
- Informações de padronização;
- Questões tributárias e trabalhistas;
- Incentivos e fontes de financiamento;
- Informações técnicas;
- Outras.

Inteligência Competitiva

Produtos de IC Gerados

Sumários executivos: análises e considerações sobre as implicações para o negócio, gerados principalmente a partir de fontes secundárias, apresentado de forma sucinta, indicando os diversos caminhos que podem ser seguidos pelo cliente.

Alertas: análises rápidas e breves sobre uma questão atual e relevante para o setor;

Relatórios analíticos: análises profundas de um tópico. Exemplo: tecnologia, novos produtos, etc.

Projeções estratégicas: projeções analíticas de tendências chaves. Exemplo: mercado emergente.

Análises de situação: avaliação snapshot (instantânea) de desenvolvimentos externos com potencial ou implicações. Exemplo: surgimento de uma nova tecnologia, nova regulamentação, etc.

Inteligência Competitiva

Organização da Governança para Implantação de um Sistema de Inteligência Competitiva Setorial - SICS



Inteligência Competitiva

Governança - Papéis dos Atores Envolvidos

Sistema Sebrae: Orientar metodologicamente e apoiar a estruturação no início das atividades do SICS;

Entidade Nucleadora: Sedar e operacionalizar o processo de IC;

Entidades Representativas: Representar as MPE no processo, podendo receber as demandas das MPE; são também clientes dos produtos de IC; podem ser a Entidade Nucleadora;

Outros Parceiros: apoiar e/ou patrocinar o SICS;

Públicos-alvo: são os clientes finais do processo de IC, podem enviar suas demandas diretamente ao SICS ou por meio de entidades representativas.

Inteligência Competitiva

Estratégia de Atendimento

Público-alvo direto do SICS:

Agrupamentos de empresas/propriedades/produtores atendidos pelo Sistema Sebrae e seus parceiros em Projetos Setoriais.

Público-alvo indireto (decorrente do efeito de transbordamento):

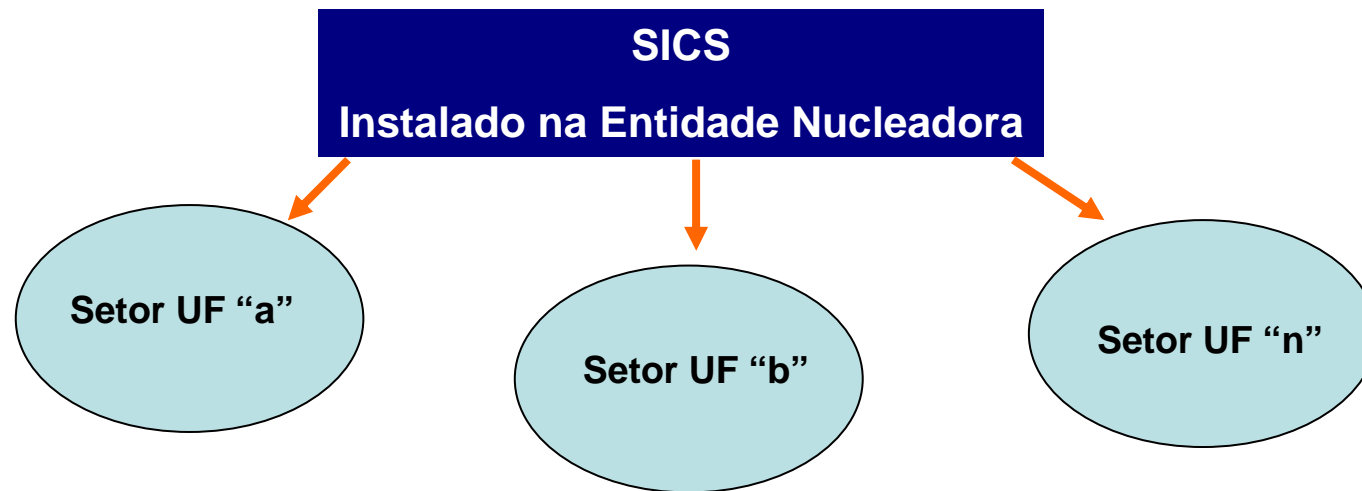
Todas as empresas/propriedades/produtores do setor atendido pelo SICS, que poderão acessar as informações e produtos de IC.

Público-alvo institucional:

Governança estabelecida no setor, universidades, redes de especialistas de instituições técnicas, o Sistema Sebrae, etc.

Inteligência Competitiva

Estratégia de Atendimento



Inteligência Competitiva

Ações Preparatórias para Implantação de um SICS

Estabelecimento da governança e atores envolvidos no processo de implantação do SICS

- Definição da missão e dos objetivos do SICS;
- Definição da estrutura física, de tecnologia e de pessoal;
- Desenvolvimento de ações de comunicação/sensibilização;
- Capacitação dos atores envolvidos;
- Elaboração/atualização de diagnóstico competitivo do setor;
- Início do Processo de Inteligência Competitiva.

Inteligência Competitiva

Benefícios para os Clientes Finais

- ✓ Expansão e consolidação de mercados;
- ✓ Identificação de atuais, novos e futuros concorrentes em seus mercados;
- ✓ Análise, avaliação e monitoramento da concorrência;
- ✓ Monitoramento de novas tecnologias, produtos e processos;
- ✓ Identificação de oportunidades e ameaças;
- ✓ Aperfeiçoamento do planejamento;
- ✓ Minimização do tempo de busca e análise de informações;
- ✓ Desenvolvimento e consolidação de postura pró-ativa;
- ✓ Redução de re-trabalho, favorecendo a melhoria contínua e o aumento da produtividade;
- ✓ ...

Inteligência Competitiva

Resultados Práticos

Redução de perdas em processos

Área de vigilância: indicadores gerenciais

Produto de IC utilizado: Análise SWOT explorando formas de planejamento gerencial das microempresas do setor de fármacos fora do eixo de investimento financeiro.

Cliente que aplicou: Sanatus Farmácia Homeopática Ltda./RJ.

Resultados: Introduziu os conceitos explorados em treinamento, avaliações de pessoal e métrica de resultados. Em 06 meses, os desvios de processos tiveram uma redução avaliada em 97%, o que representou na projeção para 2006 uma redução de perdas de pelo menos R\$ 5 mil, segundo o farmacêutico-empresário Luis Alberto, proprietário da empresa.

Inteligência Competitiva

Resultados Práticos

Reposicionamento no Mercado

Área de vigilância: Informações de mercado

Produto de IC utilizado: Análise abordando os fatores de decisão de compra no setor, estudos de percepção de qualidade pelo cliente e perfil médio do consumidor brasileiro.

Cliente que aplicou: Farmácia Princípio Vegetal/RJ.

Resultados: Redesenho do modelo de negócio, se posicionando como um “centro de bem estar”, com um plano de ação inicial para implantação em 12 meses.

Inteligência Competitiva

Fatores Críticos de Sucesso

Constância, longevidade e envolvimento

Inteligência Competitiva

**Monitorar, buscar informação, antecipar-se,
saber antes, mudar de rota, ser mais
competitivo...**

Inteligência Competitiva

“Saber onde encontrar a informação e como usá-la. Esse é o segredo do sucesso”.

(Albert Einstein)



Obrigada!

Léa Lagares

**Coordenadora Nacional das Carteiras de Fruticultura e de
Vitivinicultura**

Unidade de Atendimento Coletivo Agronegócio

