

VIDIGAL, Frederico. Inteligência competitiva: mapeamento de metodologias de uso estratégico da informação em organizações brasileiras. 315f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

*Este estudo procurou investigar a existência de metodologias de Inteligência Competitiva aplicadas em organizações nacionais e multinacionais de diferentes segmentos de mercado no Brasil. Procurou-se analisar os diferentes objetivos e experiências de Inteligência Competitiva envolvendo diferentes práticas para a projeção de cenários, análise de conteúdos provenientes de mídias e outros mecanismos eventualmente pertinentes ao monitoramento do ambiente geral e setorial das organizações. Como embasamento teórico, foram utilizados elementos da literatura nacional e internacional atinentes ao tema, cujo conteúdo apontou diferentes cenários em Inteligência Competitiva pelo mundo, ressaltando um maior avanço da atividade nos países desenvolvidos, sobretudo os que possuem uma cultura composta por algum histórico militar. Do ponto de vista metodológico, para o desenvolvimento da pesquisa foram selecionadas 13 organizações de grande porte, nacionais e multinacionais, provenientes de setores como: de tecnologias diversificadas, cosméticos, contact center, indústria de refrigeração, aço longos, indústria automobilística, aços especiais e galvanização, indústria de alumínio, indústria de caminhões e ônibus, empresa de serviços de convênio de alimentação, desenvolvimento de software, mineração e educação superior privada. Para tanto, foram desenvolvidas entrevistas a partir de um roteiro semi-estruturado onde foram ouvidos profissionais atuantes no planejamento e desenvolvimento das atividades de Inteligência Competitiva nas organizações. O roteiro de entrevista abarcou três categorias de análise, desmembradas em subcategorias, no sentido de clarificar o foco das abordagens e direcionar a coleta de dados. Como resultados, foi possível concluir que, a subordinação hierárquica da atividade está alinhada predominantemente à área estratégica. Embora as organizações adotem metodologias relativamente similares de Inteligência Competitiva, focalizam objetivos distintos: ora afeitos ao enfoque estratégico, ora mercadológico ou a demandas das áreas comercial e de vendas. Nesse sentido, foram detectadas diversas ferramentas para a prática de inteligência no ambiente*

*organizacional a partir de uma diversidade de fontes de informação. As atividades nem sempre são centralizadas e ocorrem tanto de forma contínua quanto pontual, com investimentos na estrutura física utilizada pelas empresas, não necessariamente contemplando a utilização de softwares. São gerados distintos produtos das diversas funções desenvolvidas pelas áreas de inteligência, variando conforme o segmento de atuação no mercado. Detectou-se ainda uma disparidade na formação entre os profissionais envolvidos com a atividade e a ausência de profissionais de informação no contexto das organizações*