

GRUPO DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA DA PUC MINAS – *campus* POÇOS DE CALDAS: GESTÃO EMPREENDORA DA INFORMAÇÃO

Marialva Mota Ribeiro Pereira – marialva@pucpcaldas.br

Fábio Guilherme Ronzelli Murback – murback@pucpcaldas.br

Thelma Virgínia Rodrigues – thelma@pucpcaldas.br

Marcos Trevisan Vasconcellos – marcostv@pucpcaldas.br

PUC Minas – *campus* Poços de Caldas, curso de Engenharia Elétrica – ênfase Telecomunicação

Av. Padre Francis Cletus Cox, 1661 – Jd. Country Club

37701-355 – Poços de Caldas – Minas Gerais

Resumo: *A Inteligência Competitiva é descrita como um dos caminhos para se estudar informações dispersas no ambiente, fornecendo conceitos e ferramentas para estabelecer contato com uma nova forma de enxergar os passos que devem ser dados para construir estratégias sólidas, seja para empresas ou para uma carreira profissional.*

As exigências do projeto pedagógico do curso de Engenharia Elétrica - ênfase em Telecomunicação – da PUC Minas, campus Poços de Caldas, e as necessidades mercadológicas levaram à elaboração e implantação de um conjunto de ações para estimular o desenvolvimento dos alunos nos assuntos relacionados ao mercado que estarão atuando no futuro. O Grupo de Inteligência Competitiva (GIC) foi criado, então, para suprir estas necessidades e ampliar o esforço no sentido de desenvolver habilidades empreendedoras. Para tanto, o GIC ofereceu treinamento aos seus integrantes e, atualmente, desenvolve o planejamento estratégico para uma empresa do interior de São Paulo. A participação de professores de diversas áreas do conhecimento foi fundamental para a consolidação do trabalho e este artigo descreve os principais conceitos estudados pelo GIC, seus objetivos, relevância e perspectivas.

Ressalta-se, entretanto, que no curso de Engenharia Elétrica - ênfase em Telecomunicação, da PUC Minas – campus Poços de Caldas, disseminar a utilização da Inteligência Competitiva e formar profissionais com perfil empreendedor está sobre a responsabilidade do Núcleo de Empreendedorismo.

Palavras-chave: *Inteligência Competitiva, Empreendedorismo, Ensino, Engenharia.*

1. INTRODUÇÃO

Os avanços científicos ocorridos nas últimas décadas, principalmente aqueles que se relacionam com as chamadas tecnologias de informação, estão determinando uma nova estruturação dos mais variados campos do conhecimento humano, com destaque para as suas vertentes tecnológica, econômica e social, atingindo profundamente a estruturação das organizações, o comportamento da sociedade e as relações de ambas com o meio ambiente.

Vivemos em um ambiente de intenso dinamismo tecnológico, decorrente fundamentalmente da revolução da informática e das (tele) comunicações, que muitos têm chamado “era do

conhecimento ou da informação”, na qual a aprendizagem necessária à captação e transformação das informações em conhecimento e sua posterior gestão, passa a ser o fator básico das organizações.

Sendo assim, é possível constatar, conforme destacado por TEDESCO (1998), a necessidade do consenso em reconhecer o conhecimento como a variável mais importante na explicitação das novas formas de organização social, econômica, cultural e política, constituindo-se a informação, o conhecimento e a capacidade para produzi-los e manejá-los como recursos fundamentais para a sociedade e para as pessoas

Hoje, processos que permitem o ganho de tempo no acesso à informação e à capacidade de aprender são valorizados e tornam-se aliados na vida dos indivíduos e das organizações, na medida em que se vive um momento que impõe a todos um ritmo vertiginoso em prol da competência, no qual as grandes fronteiras não são mais territoriais, delimitando-se, antes, pela dimensão dos mercados, pela capacidade de estruturar e efetuar parcerias, pelas ideologias vigentes e pela abrangência dos meios modernos de comunicação. A economia da Sociedade do Conhecimento estabelece por premissa que as novas fontes de riqueza são o conhecimento e a informação, e não somente os recursos naturais ou o trabalho físico. A concorrência entre as empresas e nações dependerá mais da educação do seu povo e de sua capacidade de gerar inovações do que, como já citado anteriormente, da abundância de recursos naturais e da disponibilidade da mão-de-obra barata. O desafio atual, de acordo com GOMES e BRAGA (2001), é lidar com a incerteza, a turbulência e a instabilidade desse mundo em transformação.

Tal qual a máquina a vapor, antes considerada apenas um objeto e hoje se vê nela um modelo termodinâmico, é a visão que se tem da informação para o futuro: um conjunto de metodologias e ferramentas adequadas à obtenção, armazenamento, análise e utilização da informação para criar e manter estratégias empresariais fornecendo, principalmente, subsídios para a tomada de decisão.

Automação industrial, aquisição de dados, *software* e armazenamento são algumas das palavras que foram agregadas ao vocabulário diário das pessoas e representam, diretamente, algumas das mudanças pelas quais todos têm sido submetidos. Entretanto, durante este longo período de adaptação as pessoas têm, apenas, conseguido ser frenéticas construtoras de ferramentas particulares, sempre desviando o foco do escopo global dos problemas: a análise das informações. Está se vivendo um processo de maturação do uso deste poderoso ferramental e, conforme LÉVY (1998), não será a primeira vez que a aparição de novas tecnologias virá acompanhada de mudanças de normas no saber, permitindo, assim, usufruir melhor das “soluções” que se tem em mãos.

Entretanto, construir ferramentas somente foi possível pelo trabalho de especialistas que vislumbraram as possibilidades de sua utilização em suas atividades profissionais. Desta forma, a somatória da necessidade e com o desenvolvimento tecnológico (*software* e *hardware*) criou um novo conceito voltado a desenvolver sistemas que fossem além do armazenamento de dados e ajudassem a reconstruir a informação facilitando, assim, a análise e geração de novas informações.

O fato é que a quantidade de informação desenvolvida, de forma não indexada, ao longo destes últimos 80 anos tornou inviável qualquer tentativa de encontrar, por meios tradicionais, as relações existentes entre os fatos, por mais interligados que eles possam parecer. DAVENPORT (1995) cunha o termo *ecologia da informação* referente à maneira como as pessoas criam, distribuem, compreendem e usam a informação, conforme demonstrado na “Figura 1”, montando um ciclo de ações que auxiliam no trabalho de construir o conhecimento, o que torna de extrema importância a distribuição e a utilização do conhecimento para a construção de novas bases de informação que por consequência irão gerar novos conhecimentos.

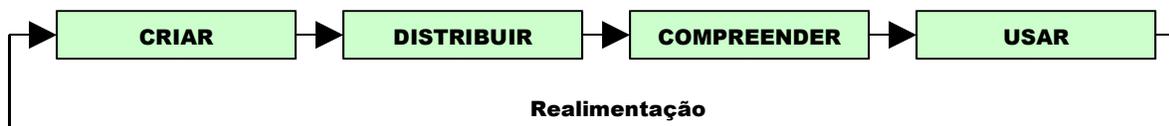


Figura 1: Ciclo de construção do conhecimento.
(DAVENPORT, 1995)

Informações catalogadas no formato de documentos são encontradas em formato impresso e digital, entretanto, não somente o problema da recuperação de informação dificulta avanços. Estas dificuldades estão relacionadas ao grande número de variáveis que influenciam a especificação, controle e verificação dos processos empresariais e a obtenção do relacionamento real entre estas variáveis e as características reais do produto obtido pela ação do processo.

Estas dificuldades podem ser minimizadas com o desenvolvimento e utilização de sistemas computacionais voltados ao armazenamento e processamento de informações e, então, atender as organizações que tem reclamado mais atenção às dificuldades encontradas para a inserção de estratégia em seus processos.

A diferença existente entre dados e informação foi explicada por DAVENPORT (1995) e ALTER (1999) e apresentada na “Figura 2”, onde se realçam as diferenças e o relacionamento entre dados, informação e conhecimento. Os dados são elementos básicos na construção de informações, enquanto geram e produzem resultados e conhecimento, simples observações sobre o estado do mundo; facilmente estruturados, obtidos por máquinas, transferíveis e, freqüentemente, quantificados. As informações são dados dotados de relevância e propósito que requerem unidade de análise, consenso em relação ao significado e exigem necessariamente a mediação humana. O conhecimento inclui reflexão, síntese e contexto, sendo de difícil estruturação, captura em máquinas, transferência e, freqüentemente, tácito.

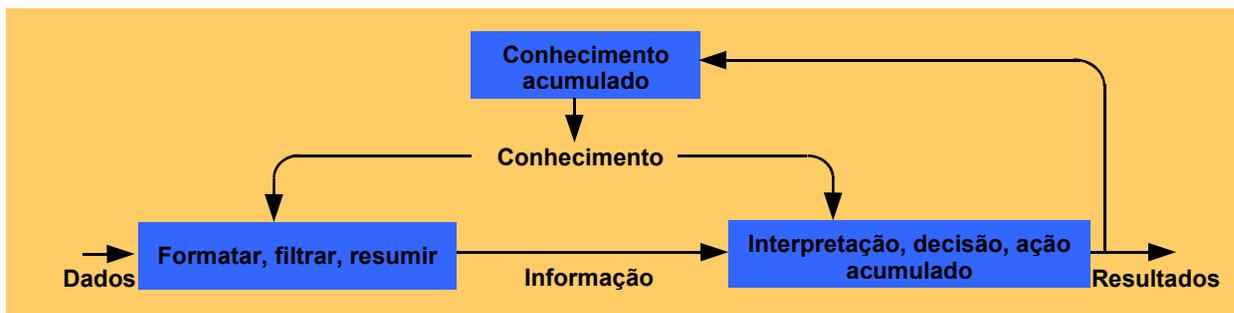


Figura 2: Relacionamento entre dados, informação e conhecimento.
(ALTER, 1999)

A informação com oportunidade, ou seja, o conhecimento contextualmente relevante que permite atuar com vantagem no ambiente considerado, pode ser entendida por inteligência. Essa, por sua vez, é, também, vista como o conhecimento que foi sintetizado e aplicado à determinada situação, para ganhar maior profundidade e consciência dela e definida, por FERREIRA (1986), como a capacidade de resolver situações problemáticas, mediante reestruturação de dados perceptíveis.

Portanto, é um desafio para empresas de qualquer porte e de qualquer setor, fazer uso adequado da informação, potencializá-la em conhecimento e agregar valor aos seus produtos e/ou

processos. Para tanto, as empresas terão que aprender a gerenciar o conhecimento interno, as informações oriundas dos ambientes interno e externo, e os recursos tecnológicos para manter suas estratégias. Enfocando o senso de pró-atividade que, atualmente, as pessoas e as empresas necessitam ter e desenvolver, destaca-se que as líderes de mercado procuram saber o que seus clientes desejam, antes deles mesmos, enquanto que as demais perguntam aos seus clientes o que eles desejam.

O processo de elaboração de informação para a tomada de decisão, proposto pela Inteligência Competitiva - IC, pode ser utilizado por qualquer área do conhecimento que necessite de subsídios para tomadas de decisões. A investigação voltada para a análise da capacidade futura de uma empresa necessita considerar sua adequação tecnológica, em relação ao mercado, e sua capacidade produtiva, associada à análise da cultura corporativa e das características que envolvem a sua administração.

Neste contexto, as necessidades mercadológicas e as exigências do projeto pedagógico do curso de Engenharia Elétrica - ênfase em Telecomunicação – da PUC Minas, *campus* Poços de Caldas, levaram à elaboração e implantação de um conjunto de ações para estimular o desenvolvimento dos alunos nos assuntos relacionados ao mercado que estarão atuando no futuro.

A proposta de formação de um Grupo de Inteligência Competitiva (GIC) na PUC MINAS – *campus* Poços de Caldas – surgiu no Núcleo de Empreendedorismo, do referido curso, junto à necessidade de fomentar a parceria entre a Instituição e as empresas existentes no entorno do *campus*.

Da necessidade institucional à efetivação do GIC ocorreu uma pesquisa informal entre algumas das pequenas e médias empresas da região, constatando a resistência ao planejamento e, quando não resistentes, a dificuldade de capacitação de seus profissionais para a realização de planejamento estratégico. Esta dificuldade agrava-se na medida em que as informações necessárias para a manutenção da estratégia tornam-se mais dispersas e as ligações entre os elementos de informação tornam-se menos claros. Destacando que monitorar o fluxo de informações de negócios, implica conhecer e analisar as informações referentes aos ambientes interno e externo das organizações e interagir com o maior número possível de variáveis que afetam o negócio da organização.

Assim, o GIC tem como principal objetivo contribuir com a capacitação de seus parceiros, promovendo benefícios de conhecimento, auxiliando na elaboração e manutenção do planejamento estratégico, além de estabelecer um novo patamar de confiança entre as comunidades acadêmica e empresarial na região, na medida em que contribui para efetivação de vantagens competitivas para as empresas e desenvolvimento de habilidades empreendedoras da comunidade acadêmica.

Para as empresas, são consideradas como vantagens, de serem parceiras do GIC, a elaboração e o aperfeiçoamento dos seus Planejamentos Estratégicos; o aumento de suas capacitações tecnológicas e, por consequência das suas produtividades e competitividades; o auxílio no processo decisório; a sistematização e o desenvolvimento dos seus aprendizados organizacionais; gestão dos seus capitais intelectuais. Para a instituição de ensino e pesquisa em questão, esta iniciativa contribuirá para o crescimento do fomento à pesquisa, melhoria da qualidade de ensino; crescimento da sua competência em IC, Gestão da Informação e Sistemas de Informação (inserção da instituição em um grupo seletivo de Universidades que realizam este tipo de trabalho), divulgação do nome da instituição por meio da divulgação dos trabalhos realizados e do sucesso das empresas parceiras, consolidação do nome da PUC Minas – *campus* Poços de Caldas no desenvolvimento de pesquisa e extensão voltado ao crescimento da comunidade onde está inserida.

Assim, o GIC deseja ser visto como um fornecedor de informações e ferramentas (monitoramento, análise de dados, estruturas, processos dos ambientes interno e externo) para a sobrevivência e crescimento das empresas parceiras, dando suporte ao processo decisório e de planejamento estratégico.

A seguir, será apresentada uma descrição de Inteligência Competitiva, contemplando um breve histórico, conceitos e metodologia para implantação; seguida da apresentação do trabalho realizado, até então, pelo GIC da PUC MINAS – *campus* Poços de Caldas.

2. INTELIGÊNCIA COMPETITIVA - IC

O trabalho de Inteligência é um dos mais antigos do mundo, pois tem como base a capacidade inata que o homem possui de coletar e armazenar dados sobre o ambiente que o cerca, analisar esses dados de forma filtrada e integrada e produzir informações sobre os possíveis acontecimentos futuros com a finalidade de tomar a melhor decisão no sentido de garantir sua sobrevivência.

Além de compreender as ações que visam a proteção do homem, do conhecimento e dos bens adquiridos por ele, a IC é constituída do processo acima descrito adaptado para as necessidades de cada organização. Ela é a informação analisada no contexto específico do seu usuário.

2.1. Histórico

Conforme destacado por SILVA (2000), a abordagem da IC, como um processo que monitora todo elemento do meio ambiente externo da organização é, ainda, muito recente. Teve início nos países que estiveram envolvidos em guerras mundiais e em complexas questões diplomáticas, como Japão e países da Europa (Alemanha, França e Inglaterra).

A mesma autora enfatiza que apesar do conceito de Inteligência aplicado aos negócios não ter conotação de espionagem, que é uma atividade secreta e ilegal, sua origem é essa.

A área de IC no mundo empresarial baseou-se inicialmente nos métodos desenvolvidos pelos órgãos de informação governamental, que visavam basicamente identificar e avaliar informações ligadas à defesa nacional. Atualmente, conta com inúmeras contribuições de outras áreas, tais como o marketing, benchmarking e análise estratégica.

Como ocorre em qualquer área, a linha que separa a Inteligência da espionagem é tênue se não for observada a questão ética que separa o bom do mau profissional.

A utilização do conceito de Inteligência Competitiva na década de 90, particularmente nos Estados Unidos, foi em função da globalização da economia. Por essa razão, a prática Inteligência Competitiva tem ocorrido de forma global, como garantia de competitividade no cenário mundial, a exemplo do Japão, que a pratica desde a Segunda Guerra Mundial, e que conquistou grande vantagem na década de 80, colocando os países ocidentais, especialmente os Estados Unidos, em posição de reação. A prática ocorre em diversos países, tais como Japão, Israel, Canadá, China, França, Suécia, Alemanha, Coreia, Reino Unido e, a partir da década de 90, no Brasil.

É consenso na literatura a liderança do Japão na prática de Inteligência Competitiva. Entretanto, destaca-se que ela depende da cultura, que é o fator determinante do modelo global de competitividade de cada país.

CARVALHO (2000) destaca que no Brasil, especificamente, a prática da Inteligência Competitiva é realizada, em sua maioria, em empresas multinacionais, que utilizam a infraestrutura instalada nos seus países de origem, como: Andersen Consulting; PCW Global, Ernest & Young na área de consultoria, IBM, Unisys e Microsoft, na área de tecnologia de informação, e algumas grandes corporações brasileiras como, por exemplo, a Petrobrás.

No entanto, algumas instituições no país já se destacam por meio de estudos e atividades voltadas à aplicação do conceito de Inteligência Competitiva, especialmente nos negócios. A Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica – ABIPTI - <http://www.abipti.com.br> - relaciona algumas instituições de educação, ensino e pesquisa que desenvolvem atividades nesta área.

Para uma melhor compreensão do venha ser Inteligência Competitiva, serão descritos, a seguir, alguns conceitos, culminando no conceito que parece ser o mais adequado para os autores deste trabalho, a metodologia utilizada para a implantação de um Sistema de Inteligência Competitiva – SIC- e a importância do capital humano.

2.2. Conceitos

Por ser uma área de conhecimento emergente, particularmente nos ambientes acadêmicos e de negócios, a Inteligência Competitiva ainda é tratada com diferenças conceituais, pois não há, até o presente momento, uma teoria consolidada a seu respeito. Entretanto, identificam-se vários objetivos comuns para os autores de Inteligência Competitiva, que são os de acompanhar a concorrência, monitorar o ambiente aonde a organização atua, detectar o aporte de novas tecnologias ao mercado e assessorar o processo de tomada de decisões estratégicas.

Dentre os conceitos de Inteligência Competitiva, são destacados, sucessivamente, os determinados por KAHANER (1996), JACOBIAK (1991), MILLER (1997), GIESBRECHT (2000), COELHO (1999) e NIC/UnB (1999): programa institucional sistemático para garantir e analisar informações sobre as atividades da concorrência e as tendências do setor específico e do mercado em geral, com o propósito de levar a organização a atingir seus objetivos e metas; atividade de gestão estratégica da informação que tem como objetivo permitir que os tomadores de decisão se antecipem às tendências dos mercados e à evolução da concorrência, detectem e avaliem ameaças e oportunidades que se apresentem em seu ambiente de negócio para definirem as ações ofensivas e defensivas mais adaptadas às estratégias de desenvolvimento da organização; processo de coleta, análise e disseminação da inteligência relevante, específica, no momento adequado – refere-se às implicações com o ambiente do negócio, os concorrentes e a organização; radar que proporciona à organização o conhecimento das oportunidades e das ameaças identificadas no ambiente, que poderão instruir suas tomadas de decisão, visando a conquista de vantagem competitiva. Instrumento de decisão e forma de agregar valor à função de informação; processo sistemático de coleta, tratamento, análise e disseminação da informação sobre atividades dos concorrentes, tecnologias e tendências gerais dos negócios, visando subsidiar a tomada de decisão e atingir as metas estratégicas da empresa; processo sistemático de coleta e análise de informações sobre a atividade dos concorrentes e tendências gerais do ambiente econômico, social, tecnológico, científico, mercadológico e regulatório, para ajudar na conquista dos objetivos institucionais na empresa pública ou privada.

Logo, IC pode ser conceituada como o processo pelo qual empresas e pessoas monitoram o ambiente em que estão inseridos, na busca de informações, que lhes permitam adquirir mais oportunidades de negócio e menores incertezas. Utilizando-se de um conjunto de métodos e técnicas que permitem, de forma ética e legal, captar, analisar e filtrar dados e informações públicos captados no ambiente competitivo, externo, que irão embasar a elaboração e complementação de planejamentos estratégicos, e tomadas de decisões. Para realizar sua função, a IC, busca conhecer os tipos e fontes de informação e utiliza a ajuda de métodos, suportados ou não por computação.

Para evitar equívocos, convém enfatizar que a inteligência organizacional (corporativa, ou empresaria) adaptada de *business intelligence*, é a capacidade de reunir, analisar e disseminar

dados que permitam obter, de maneira sistemática e organizada, informação relevante sobre o ambiente externo e sobre as condições internas da organização, para a tomada de decisão e para a orientação estratégica. Portanto, ela é o gerenciamento total da informação na organização, que compreende também a IC.

2.3. Sistema de Inteligência Competitiva – SIC - Metodologia

Inicialmente se faz necessário destacar que a estruturação de um SIC varia de acordo com as necessidades particulares de cada setor da economia, os interesses empresariais e gerenciais, e as competências e habilidades dos recursos humanos envolvidos. A sua utilização apresenta como objetivos antecipar mudanças no ambiente de negócios, descobrir concorrentes novos ou potenciais e antecipar as suas ações, atualizar sobre a influência de ações políticas e legislativas, além de auxiliar na criação e gestão de negócios.

Para se iniciar um projeto de IC, ou seja, preparar as pessoas para trabalharem em um Sistema de Inteligência Competitiva, para que as atividades não sejam mal interpretadas nem interrompidas, GOMES e BRAGA (2001) destacam que, antes do início do processo, necessita-se definir claramente a missão do sistema, realizar de uma auditoria informacional (mapear e identificar fontes de informações), realizar um marketing interno e providenciar incentivos para os colaboradores.

As pessoas que compõem uma rede de colaboradores não precisam ser agentes profissionais da inteligência. O profissionalismo, nesse caso, não representa qualquer garantia de sucesso ao que se deseja, podendo até gerar desconfianças e acabar afastando as fontes da inteligência. A função dos integrantes de uma rede é desdobrar-se para responder às perguntas previamente estabelecidas pelos especialistas do tratamento de informações

O ciclo de inteligência apresenta quatro grandes etapas principais: planejamento, coleta de informação formal e informal, análise e disseminação. A análise representa o coração desse sistema e compreende três aspectos considerados fundamentais ao processo, como: síntese de todas as informações coletadas, identificação de relações chaves entre essas informações e os interesses vitais da organização e produção de inteligência, ou seja, produção daquela informação elaborada, capaz de indicar possibilidades e ações concretas aos decisores. Várias são as metodologias de análise, destacando-se: as Cinco Forças Competitivas de Porter, Fatores Críticos de Sucesso (FCS), SWOT, Bechmarking e Análise de Cenários.

Para a construção de um SIC, cinco são as etapas fundamentais: identificação das necessidades de informação, coleta de informações, análise, disseminação e avaliação dos resultados obtidos. Durante sua construção, torna-se fundamental definir temas de interesse; mapear o ambiente competitivo relativo a cada tema; identificar as fontes de informação pertinentes e confiáveis; efetuar uma pesquisa preparatória de material básico a respeito de cada tema; definir a estratégia de captação de informações; implantar a atividade de pesquisa, coleta e registro das informações; identificar profissionais capacitados para darem apoio técnico às análises; escolher e definir os métodos de análise que serão empregados; criar as bases de dados de referência para cada tema.

A seguir será apresentado, na “Figura 3”, um esquema para melhor visualização de um Sistema de Inteligência e as atividades e fluxos que o permeiam. É importante observar o fluxo de informação formal e informal e sua sincronia com as necessidades estratégicas organizacionais.

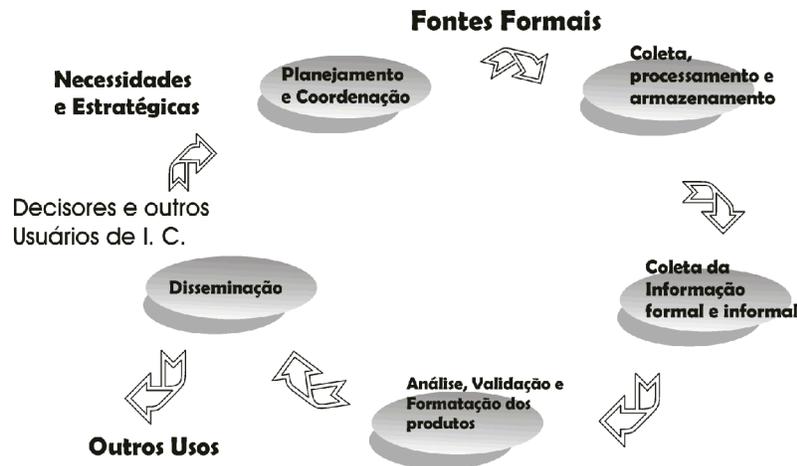


Figura 3 – Estrutura de um Sistema de Inteligência (STOLLENWERK, 1997)

Há diversos tipos de bases de dados - governamentais, acadêmicas e privadas - úteis para o processo de IC, destacando, no entanto, o devido cuidado com o tempo de vida útil das informações.

No fluxo real da IC, são ressaltados três pontos básicos (1) a informação precisa ser pesquisada e coletada, pois nem sempre está disponível; (2) o processo de IC, para gerar resultados, necessita ser permanente e não esporádico; (3) o quadro de referência competitiva evolui no tempo e, por isso precisa ser avaliado historicamente.

3. O GRUPO DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA – GIC – DA PUC MINAS – *campus* POÇOS DE CALDAS

Conforme já mencionado, as exigências do projeto pedagógico do curso de Engenharia Elétrica - ênfase em Telecomunicação – da PUC Minas, *campus* Poços de Caldas, e as necessidades mercadológicas levaram à elaboração e implantação de um conjunto de ações para estimular o desenvolvimento dos alunos nos assuntos relacionados ao mercado que estarão atuando no futuro.

O GIC foi criado para suprir estas necessidades e ampliar o esforço no sentido de desenvolver habilidades empreendedoras.

Mesmo sendo uma iniciativa do Núcleo de Empreendedorismo, a atividade, até então definida como de extensão, foi ofertada a todos os docentes e discentes do *campus*. Tendo como objetivos disseminar a utilização da IC e contribuir para a formação de profissionais com perfil empreendedor.

O processo de preparação do GIC, a disseminação de sua importância e a seleção de seus integrantes ocorreu no primeiro semestre de 2003, tendo por gestores os professores Marialva Mota Ribeiro Pereira e Fábio Guilherme Ronzelli Murback e apoio da coordenação do curso de Engenharia Elétrica - ênfase em Telecomunicação.

O GIC tem uma estrutura horizontal e enxuta. Seus integrantes são a coordenação das atividades, alunos, professores convidados (para palestras e mini-cursos em áreas específicas) e, principalmente, um contato ou representante das empresas parceiras/conveniadas.

Dentre os serviços oferecidos pelo grupo, destacam: elaboração dossiês técnicos conjuntos; programas de treinamento em gestão organizacional de informação e inteligência competitiva e uso de ferramenta; monitoramento e prospecção tecnológica; assessoria de elaboração e

implantação planejamento estratégico e SIC; atividades de preparação e formação dos alunos participantes, em Empreendedorismo, Sistema de Informação e Gestão Tecnológica (Gestão de Projetos, Gestão de Demanda, Gestão de Informação); agregação de valor por meio de atividades, necessariamente, conjuntas de compartilhamento de informações e conhecimento entre empresa e universidade; parcerias com outros provedores de informação.

Durante o segundo semestre, do mesmo ano, foi oferecido treinamento aos integrantes do GIC, destacando, dentre outras, informações sobre estratégia, vantagem competitiva, ética, empreendedorismo, IC, SIC e Sistema de Informação. O treinamento foi essencial para a consolidação do trabalho, pois participam, do grupo, discentes de diversos cursos e docentes de diversas áreas do conhecimento, contribuindo para a análise de conceitos e teorias por meio de diversos pontos de vista.

Paralelamente ocorreu uma pesquisa informal com algumas das pequenas e médias empresas da região, constatando, como já mencionado, a resistência ao planejamento e, quando não resistentes, a dificuldade de capacitação de seus profissionais para a realização de planejamento estratégico. Durante a pesquisa foram identificados parceiros potenciais e escolhida uma empresa para dar início às atividades práticas.

Atualmente, o GIC desenvolve o planejamento estratégico para uma empresa que oferece atividades de lazer, com ênfase no esporte radical “arvorismo”, localizada na cidade de Águas da Prata, interior do estado São Paulo. O projeto contempla análise de mercado, dos clientes, dos concorrentes; análise de cenários; ameaças e oportunidades; forças e fraquezas, apresentando informações precisas sobre a empresa e sugestões para a sua efetiva gestão. Este trabalho tem como data de conclusão e entrega para os tomadores de decisão – empreendedores – 12 de junho de 2004.

Para o próximo semestre existe demanda de parceiros e integrantes, que está sendo avaliada para a continuação da atividade e alcance dos objetivos inicialmente listados.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta deste estudo consistiu em apresentar a preocupação do curso de Engenharia Elétrica - ênfase em Telecomunicação, da PUC Minas – campus Poços de Caldas, de disseminar a utilização da IC e contribuir para a formação de profissionais com perfil empreendedor, por meio do Núcleo de Empreendedorismo.

Para tal foi apresentado o estado-da-arte sobre IC e SIC, e a aplicação dos conceitos e metodologia de SIC em uma empresa localizada no interior do estado São Paulo, como uma proposta para sua consolidação no mercado em que atua.

Mediante os resultados obtidos, por um lado, revelam a carência de informações do ambiente concorrencial e empresarial por parte da empresa estudada, por outro, a demanda da universidade e das empresas locais e regionais por atividades que envolvam IC e empreendedorismo. Mais do que diagnosticar as situações de empresas, poderão sensibilizar os envolvidos da importância do monitoramento do ambiente concorrencial e do empreendedorismo, como formas de obtenção de vantagem competitiva pessoal e profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTER, S. *Information Systems: A Management Perspective*. 3^a.ed, Prentice Hall, USA, 1999.
CARVALHO, H. G.. **Inteligência competitiva tecnológica para PMEs através da cooperação escola-empresa**: proposta de um modelo. 2000. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção)

Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

COELHO, G. M. **Inteligência Competitiva**: definindo a ferramenta e seu uso no Brasil. São Paulo: IBC, 1999.

DAVENPORT, T.H. **Ecologia da Informação**. São Paulo: Editora Futura, 1995.

FERREIRA, A. B. H. **Novo dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1986.

GIESBRECHT, H. **Inteligência Tecnológica: estudo das práticas de dois institutos de pesquisa tecnológica do Brasil**. 2000. Dissertação (Mestrado em Ciências da Informação e Documentação) Universidade de Brasília. Departamento de Ciências da Informação e Documentação

GOMES, E., BRAGA, F. **Inteligência Competitiva**: como transformar informação em um negócio lucrativo. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

JACOBIAK, F. **Pratique de la veille technologique**. Paris: Ed. Organisation, 1991

KAHANER, L. **Competitive Intelligence**: from black ops to boardrooms – how business gather, analyze, and use information to succeed in the global marketplace. New York: Simon & Shuster, 1996.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática.**, Editora 34, São Paulo, Brasil, 1998.

MILLER, J. **O milênio da Inteligência Competitiva**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

NIC/UnB. **Inteligência Competitiva** – estratégias para pequenas empresas. Brasília: UnB, 1999.

SILVA, Helena Pereira da. **INTELIGÊNCIA COMPETITIVA NA INTERNET; PROPOSTA DE UM PROCESSO**. 2000. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

STOLLENWERK, F. Sistema de Inteligência Competitiva. In: **Curso de Especialização em Inteligência Competitiva**. Rio de Janeiro: MCT/INT: CNPq/IBICT: UFRJ/ECO. 1997

TEDESCO, J. C. **O novo pacto educativo**. São Paulo: Editora Ática, 1998.