

# INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E INFORMAÇÃO PARA INDÚSTRIA E NEGÓCIOS: UMA AVALIAÇÃO TEÓRICA E PRÁTICA, NO SETOR INDUSTRIAL

## INFORMATION AND COMPETITIVE INTELLIGENCE IN INDUSTRY AND BUSINESS: SIMILAR CHARACTERISTICS IN THE INDUSTRIAL SECTOR

### RESUMO

Este artigo mostra as similaridades das áreas de pesquisa Inteligência Competitiva e a Informação para Indústria e Negócios, identificada mediante breve revisão de literatura. Apresenta a importância destas áreas para o setor empresarial, muitas vezes idêntica. Define os objetivos principais da Inteligência Competitiva e sua utilização nas empresas e organizações e amplamente revisa os estudos sobre Informação para Indústria e Negócios e sua conceituação na Ciência da Informação. Apresenta resultado de pesquisa realizada em 2001, verificando a utilização de fontes e tipos de informação par Indústria e Negócios pelo setor industrial. Concluiu-se que estas áreas de pesquisa em diversas ciências. Têm muito em comum, principalmente nos aspectos relacionados à coleta, armazenamento e disseminação de informações, visando suprir as empresas com informações para decisões imediatas de curto prazo e para o planejamento estratégico de longo prazo.

**Palavras-chave:** Fontes de informação; Informação para Indústria e Negócios; Inteligência Competitiva; Tipos de informação; Utilização da informação.

*Edílson Damasio*  
Universidade Estadual de  
Maringá (UEM)  
Bibliotecário  
Mestre em Ciência da  
Informação (PUC-Campinas)  
Consultor em Planejamento de  
Sistemas de Informação  
Av. Colombo, 5790, Maringá,  
PR, Brasil  
e-mail: [edamasio@uem.br](mailto:edamasio@uem.br)

### ABSTRACT

This article shows the similarities of the areas under study namely Information and Competitive Intelligence in Industries and Business by means of brief revision of literature. It presents the most frequently equal importance of these areas to the corporate sector. It defines the main objectives of Competitive Intelligence and its use in companies and organizations and widely revises the studies on Information for Industry and Businesses and its concepts as far as the field of Information Science is concerned. It presents the results of a research carried out in 2001, verifying the use of sources and types of information tailored for the Industries and Business in the industrial sector. One conclusion is that these areas have a lot in common mainly regarding the collection, storage and dissemination of information, aiming at supplying companies with information for short-term decisions as well as for long-term strategic planning.

**Keywords:** Competitive intelligence; Information in Industries and Business; information sources; information types; information use.

## **INTRODUÇÃO**

A Inteligência Competitiva é uma realidade inerente a toda empresa que queira competir no mercado globalizado atual. Por isto, necessita de técnicas de captação, armazenamento e disseminação de informações e conhecimentos com técnicas e sistemas cada vez mais atualizados e rápidos.

Na Ciência da Informação existem esforços para conceituar e exemplificar a necessidade da utilização da informação para indústria e negócios com os mesmos objetivos da Inteligência Competitiva, viabilizar a identificação, armazenamento e disseminação da informação.

Estas áreas distintas e multidisciplinares em várias ciências, na verdade atuam juntamente quando é verificada a sua importância pelos seus usuários, o setor empresarial, principalmente os industriais. Têm objetivos idênticos em várias situações nas empresas, pois subsidiam a tomada de decisão e o planejamento estratégico.

Neste artigo discutem-se somente as fontes e tipos de informação para indústria e negócios, já amplamente discutidas na literatura. Mostram-se alguns exemplos, sua utilização e também o resultado de estudos já realizados de utilização destas fontes no setor industrial.

Desta forma, este artigo procura mostrar o relacionamento entre estas áreas e a dependência e os objetivos em comum da Inteligência Competitiva e da Informação para Indústria e Negócios.

### **1. INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E AS INDÚSTRIAS**

O conceito de Inteligência Competitiva é como o processo que visa identificar e disponibilizar informações e conhecimentos às gerências para a tomada de decisão, seja ela estratégica ou operacional.

Petrini, Pozzebon e Freitas (2005) definem: “surgiu como resposta às atuais necessidades de informação para tomada de decisões estratégicas e tem como característica principal a utilização intensiva de tecnologia da informação (TI).”

No aspecto de busca de dados e informações, são abordadas diversas ferramentas formais e informais, visando mapear o ambiente competitivo.

Na Ciência da Informação este processo está ligado diretamente às áreas de Gerenciamento de Recursos de Informação e a busca e disseminação da informação.

Esta produção do conhecimento necessária ao processo de Inteligência Competitiva, está totalmente direcionada ao ambiente externo. Procura especialmente verificar o mercado de abrangência da empresa, coletando dados essenciais ao futuro da empresa, quando se necessita tomar decisões.

Um mercado para a utilização da Inteligência Competitiva é o setor industrial, uma vez que este ramo necessita de informações especializadas que respondam às demandas surgidas de qualquer um dos seus setores internos ou externos.

Tarapanoff, Araújo Júnior e Cormier definem a utilização da informação pelo setor empresarial, como:

Ao pensarmos em inteligência, remetemos-nos imediatamente à capacidade das organizações (entre elas as unidades de informação) de monitorar informações ambientais para responder satisfatoriamente aos desafios e oportunidades que se apresentam continuamente. Podese dizer que a inteligência visa, principalmente, a imprimir um comportamento adaptativo à organização, permitindo que estas mudem e adaptem os seus objetivos, produtos e serviços, em resposta a novas demandas do mercado e a mudanças no ambiente. (TARAPANOFF; ARAÚJO JÚNIOR; CORMIER, 2000, p. 91)

Damasio, em seu estudo no ambiente industrial, esclarece:

Quando pensamos na dinâmica da globalização da economia, organizar e disponibilizar o grande fluxo de informações em sistemas inteligentes, principalmente a respeito de mercado, produtos, estatísticas, financeiras, sobre empresas, políticas, barreiras técnicas, legais e as tecnológicas torna-se cada vez mais necessário, em caráter de urgência, visando subsidiar a tomada de decisões e conseguem assim, a tão almejada competitividade. DAMASIO (2001; p. 12)

Montalli (1997, p. 165) afirma que “qualquer segmento do setor produtivo alcança os níveis de qualidade requeridos pelo processo de competitividade já estabelecidos no Brasil, se fundamentado em informações confiáveis, precisas e com valor agregado”.

Canongia et al. (2004, p. 233) define: “inteligência como informação analisada, que auxilia a tomada de decisão estratégica e tática. A palavra ‘competitiva’ relaciona-se à aquisição de informações públicas e acessíveis sobre os concorrentes.”

Neste pensamento, a Inteligência Competitiva no setor industrial está ligada diretamente às necessidades, decorrentes do desenvolvimento tecnológico, o qual precisa utilizar informação customizada, melhor personalizada, sob medida, etc. visando à mudança e novos produtos e principalmente a criação e desenvolvimento. Também está direcionada ao monitoramento do mercado industrial, visando mapear seus possíveis concorrentes, em produtos e empresas.

## **Informação Para Indústria e Negócios**

O setor produtivo ou setor industrial é caracterizado por empresas que possuem a função de produzir bens e produtos. Para a sua produção e comercialização são necessários vários processos, desde a criação de novas tecnologias à linha de produção.

É necessária a administração de todos os processos para a efetivação dos negócios da empresa. Através o gerenciamento do negócio e do planejamento estratégico.

Gerenciamento precisa de sistemas, práticas, planejamento, resultados. Para realizar estes procedimentos é necessária a informação.

Aguiar (1991) propõe como conceito de informação para indústria e informação industrial: **Informação para a indústria** é todo esforço intelectual para estimular os administradores e técnicos de uma dada empresa, pública ou privada, no sentido de aperfeiçoar suas operações e inovar métodos, processos, produtos e serviços, através da conversão em resultados práticos, de toda a forma de conhecimentos obtidos por qualquer meio.

Por sua vez, tão referenciada como o primeiro termo na literatura e não menos importante, a **informação industrial** é entendida pelo autor como o esforço de coletar, avaliar e tornar disponíveis informações sobre o setor industrial e suas operações produtivas, gerando dados técnico-econômicos, informações sobre tecnologias utilizadas, a estrutura industrial, a produtividade setorial, estudo de viabilidade, dados de investimento e retorno, dentre outros.

No texto de Jannuzzi, Matourt, conceitua **informação industrial** como aquela que:

[...] fornece insumos para o planejamento industrial, avaliação na seleção e aquisição de tecnologia, estudos de viabilidade, etc. como para o

gerenciamento industrial de engenharia e mercadológico. Seu alvo é qualquer pessoa em uma indústria, com funções na área de planejamento, gerenciamento ou operacional, na qualidade de consultor ou na capacidade de aconselhamento, como na tomada de decisão. (MATOURT, 1983 *apud* JANUZZI, 1999)

Conceituando, informação para a indústria e a informação industrial, Aguiar adota os dois termos propostos para conceituar as informações cuja referência está relacionada diretamente com a indústria. Assim, define informação para indústria como:

O conjunto de conhecimentos de que a empresa deve dispor a fim de: facilitar a execução de operações correntes de natureza administrativa, de produção e de controle; possibilitar o acompanhamento da dinâmica de mercado, para a detecção de oportunidades e ameaças; permitir a implementação de estratégias emergenciais para enfrentar problemas conjunturais; subsidiar as atividades de planejamento estratégico, contribuir para o desenvolvimento tecnológico (AGUIAR, 1991, p. 12).

Aguiar (1991) considera tanto as informações de **origem interna** com fontes como: manuais de serviços, regulamentos, políticas funcionais da organização, estratégias, planejamento operacional e estratégico, etc., quanto as de **origem externa** (legislação trabalhista, fiscal e comercial), como as que suprem as atividades da empresa.

Quando necessita do acompanhamento da dinâmica de mercado, a empresa deve acessar informações como oportunidades comerciais, tendências quantitativas e qualitativas, situações conjunturais, empresas concorrentes, fornecedores alternativos, produtos e seus fabricantes, pólos tecnológicos de alguma região, entre outros exemplos. Na tomada de decisões, as informações possibilitam aos dirigentes industriais subsidiar um planejamento estratégico.

Neste contexto, a **informação industrial** é assimilada por Aguiar como:

O conjunto de conhecimentos que servem para 'fornecer parâmetros para a comparação do desempenho industrial em nível nacional e internacional, subsidiando, assim, a formulação de políticas e a alocação de investimentos públicos e privados, sendo usada para analisar as operações industriais segundo as metas definidas para a evolução sócio-econômica.' Esta comparação pode ser feita exclusivamente entre setores industriais entre si ou entre um parque industrial regional/nacional com outro de abrangência equivalente. Para possibilitar análises comparativas de tamanha complexidade e estabelecer políticas, estratégias e diretrizes de caráter global para o desenvolvimento de setores industriais, faz-se necessário dispor de informações que podem ser reunidas em categorias cujas funções específicas são: analisar o estágio de desenvolvimento tecnológico de setores industriais, individualmente ou em conjunto; analisar a estrutura, dispersão e características dos setores industriais; acompanhar o desempenho industrial; identificar o perfil dos problemas característicos dos setores industriais (AGUIAR, 1991, p.13).

Montalli (1994), tendo que situar mais objetivamente os dados utilizados na área de informação para indústria e empresa, apresenta o termo **informação tecnológica** e introduz o termo **informação para negócios**. Usando o termo *business information* adotado na Inglaterra e por outros países, “[...] que subsidia o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, tanto na prestação de serviços e comerciais nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado”.

No presente artigo discute-se a **informação para indústria e negócios**, que segundo Montalli e Campello (1997, p. 321), é aquela que “subsidia o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviço e comerciais, nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado”.

Petrini, Pezzobon e Freitas definem:

Inteligência de Negócios em empresas brasileiras? Tais abordagens, modelos ou quadros de análise são alinhados a uma estratégia de negócio particular da organização ou adotam "padrões" importados do contexto dos países desenvolvidos? Qual o tipo de informação a ser levado em consideração para integrar esses sistemas: formal ou informal? De que maneira é obtida a informação? Qual a origem da informação: fontes internas e/ou externas? Há uma tendência que privilegia algumas áreas, como finanças ou marketing, em detrimento de outras ou existe uma preocupação em manter múltiplas perspectivas? (PETRINI; PEZZOBON; FREITAS, 2005)

Tanto as informações científicas como a tecnológica, estratégica para negócios, comercial, econômico-financeira, regulamentar e jurídica, ambiental e de segurança, formam a base de conhecimento utilizada para a tomada de decisão nas empresas (BATTAGLIA, 1999).

Quando organizados os diferentes tipos de informação mencionados, apresentam-se em diversas dimensões dependendo da forma de veiculação, sendo no formato formal ou informal, conforme seu conteúdo e meios utilizados, apresentando diferentes veículos de comunicação e diferentes formatos específicos para facilitar principalmente sua utilização e divulgação. Ainda neste contexto, as empresas também necessitam e dependem de fornecedores, distribuidores, órgãos governamentais, não governamentais e clientes. Têm necessidade de informação com fidedignidade.

Prover de informações as micro, pequenas e médias empresas no Brasil, tem sido realizado, em sua maioria, sob responsabilidade governamental. Todavia, existem diferentes fontes à disposição dos empresários ou fontes que poderão ser

criadas especificamente em suas empresas para uso próprio, como: *clippings*, bibliotecas, gerenciamento de informações e documentação. Ficando a utilização de consultoria em informação para indústria e negócios também como opção.

As fontes de informação levantadas apresentam-se em diversos suportes, como do meio impresso ao digitalizado. Documentos, relatórios técnicos, estatísticas, praticamente incontáveis.

Desta forma, cada vez mais, as informações científicas, tecnológicas, estratégicas e para negócios passam a se integrar às inovações dos meios de comunicação, processos de organização e análise e, principalmente, de sistemas de recuperação e difusão como os implementados pelas técnicas de Inteligência Competitiva.

No Brasil as fontes de informação para negócios são organizadas por várias entidades como: associações comerciais, núcleos de informações tecnológicas, institutos de pesquisas, entidades governamentais, empresas de consultoria e Universidades, e estão disponibilizadas para acesso em vários formatos, como: bases de dados, *cd-rom*, *on-line*, *Internet*, bibliográficas.

Nas 5 áreas de informação para indústria e negócios, segundo estudo de Montalli (1994), destacam-se os seguintes tipos e suas fontes específicas, que são organizadas em diversas tecnologias da informação e também denominadas *business intelligence*:

- Informações sobre MERCADO necessárias ao mapeamento do seu mercado de atuação, , desenvolvimento e planejamento empresarial, mediante informações sobre empresas; informações sobre produtos e seus fabricantes; informações sobre pólos tecnológicos em alguma região; informações sobre *staff* de empresas; informações de quando é produzido onde e por quem; quem utiliza e qual a demanda futura de produtos
- Informações ESTATÍSTICAS necessárias ao mapeamento do seu mercado de atuação, , desenvolvimento e planejamento empresarial, por meio de: informações estatísticas publicadas e coletadas em associações comerciais; informações coletadas em agência de consultores; informações fornecidas por agências financeiras.
- Informações sobre PRODUTOS necessárias ao mapeamento do seu mercado de atuação, desenvolvimento e planejamento empresarial, por

meio de: informações sobre descrição de produto; informações sobre propriedades de um produto; informações sobre detalhes de um produto; informações sobre desempenho de um produto; informações sobre aplicação de um produto; normas técnicas; relatórios de testes sobre componentes e materiais; manuais técnicos; livros e periódicos.

- Informações FINANCEIRAS necessárias ao mapeamento do seu mercado de atuação, desenvolvimento e planejamento empresarial, por meio de: informações publicadas em bolsa de valores; informações publicadas em jornais; informações de bases de dados econômicas; informações em organizações internacionais como: relatórios anuais; balanços financeiros; relatórios anuais publicados por empresas; balanços financeiros anuais; dados financeiros publicados por bancos e agências financeiras.
- Informações sobre COMPANHIAS necessárias ao mapeamento do seu mercado de atuação, desenvolvimento e planejamento empresarial, por meio de: informações publicadas em diretórios (listagens) de empresas nacionais e internacionais; informações publicadas pelas áreas de atuação das companhias de empresas nacionais e internacionais; informações sobre oportunidades de negócios; informações sobre oportunidades de parcerias; anuários de indústrias.

Outras fontes também são utilizadas, dependendo única e logicamente das necessidades da empresa. Muitas utilizam empresas de consultoria quando necessitam de informações para a tomada de decisão, ou buscam fontes de informação dentro da própria empresa, que seria a sua biblioteca, áreas administrativas e de produção, recursos humanos profissionais e técnicos, tecnologia da informação, ou institutos que fornecem informação, como no Brasil o IBGE, a FGV, e outras instituições.

As empresas que querem ser competitivas no mercado internacional têm que utilizar informações organizadas por empresas e institutos internacionais, sendo o custo de acesso a estas muitas vezes com preços do mercado internacional.

## 2. RESULTADO DE ESTUDO SOBRE A UTILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO PARA INDÚSTRIA E NEGÓCIOS PELO RAMO INDUSTRIAL

Pelo estudo realizado por Damasio (2001), que teve o objetivo de analisar que tipos de fontes de informações especializadas são utilizadas nas Indústrias de Grande Porte no município de Maringá, estado do Paraná, avaliou-se a definição realizada por Montalli (1994), informação sobre mercado, estatística, produtos, financeiras e companhias. Visando verificar a importância da utilização destas informações, por meio de um estudo de porcentagem de uso, foram definidas questões com os tipos de informação para Indústria e Negócios e em questionários, verificou-se a porcentagem de utilização de cada tipo. Foram respondidos 27 questionários de um montante de 16 indústrias.

Neste estudo exploratório procurou-se identificar, entre outras, que tipos de informações são utilizados e o grau de utilização de suas respectivas fontes. No ambiente de Inteligência Competitiva, assim como na definição de possíveis bancos de dados, devem-se identificar também as possíveis fontes de informação, desta forma, subsidiando-o com dados e informações.

Na Tabela 1, expõem-se as informações sobre mercado.

**TABELA 1 – Utilização de Informação Especializada sobre Mercado.**

<b>INFORMAÇÃO SOBRE MERCADO</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Informações sobre produtos e seus fabricantes	24	88,9
informações sobre empresas	18	66,7
informações sobre pólos tecnológicos em alguma região	12	44,4
informações sobre “staff” de empresas	4	14,8

FONTE: Damasio (2001, p.75).

A maior utilização de informação especializada sobre mercado está em informações sobre produtos e seus fabricantes. Existe um menor interesse em obter informações sobre *staff* de empresas. Estes dados poderão ser utilizados no desenvolvimento de sistemas inteligentes de identificação de dados para a tomada de decisões.

Em geral, no resultado encontrado neste quesito, verifica-se que as indústrias têm procurado utilizar informações sobre produtos e seus fabricantes e informações sobre empresas. Esta procura pode estar relacionada aos estudos de Aguiar (1991, p. 12), que esclarecem que as indústrias têm grande interesse em

acompanhar a dinâmica do mercado em que estão inseridas e, para isso, elas avaliam quatro situações: - que o mercado está sempre sujeito ao assédio dos concorrentes; - as empresas concorrentes existentes, em implantação; - os planos de expansão de outras empresas; - oportunidades comerciais.

Desta forma, a procura deste tipo de informação está vinculada a uma tendência em monitorar constantemente o mercado, verificando os concorrentes.

As informações sobre *staff* de empresas foi o quesito menos assinalado, levando a compreender que as indústrias estão preocupadas no mercado, somente com as empresas, produtos e seus fabricantes, não considerando importantes as informações sobre funcionários.

Em relação às informações estatísticas (Tabela 2), o tipo de informação mais utilizado nas indústrias está relacionado às informações publicadas e foi coletado em associações comerciais. Este resultado aparece nas respostas 16 vezes com 59,2% dos respondentes. Outra fonte muito utilizada são as informações coletadas em agências de consultores com 15, 55,5 % e informações fornecidas por agências financeiras, que teve um escore de 12 respostas e 44,4 %.

**TABELA 2 – Utilização de Informação Estatística.**

<b>INFORMAÇÃO ESTATÍSTICA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Informações publicadas e coletadas em associações comerciais	16	59,2
as informações coletadas em agências de consultores	15	55,5
informações fornecidas por agências financeiras	12	44,4

FONTE: Damasio (2001, p. 76).

Constata-se que as informações publicadas e coletadas em associações comerciais quase se igualam ao quesito de informações coletadas em agências de consultores. Verifica-se que as respostas relacionam-se ao método de aquisição destas informações. Os dois quesitos têm a característica de serem informações abrigadas em instituições e consultorias. Verificou-se, então, a tendência das indústrias de se utilizar informações estatísticas, advindas, produzidas e organizadas fora da empresa.

**TABELA 3 – Utilização de Informação sobre Produtos.**

<b>INFORMAÇÃO SOBRE PRODUTOS</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Informações sobre a aplicação de um produto	22	81,4
Informações sobre desempenho de um produto	19	70,3
Informações sobre descrição de um produto	18	66,6
Informações sobre detalhes de um produto	14	51,8
Informações sobre propriedades de um produto	12	44,4

FONTE: Damasio (2001, p. 77).

Nos resultados observa-se que a maior parte da utilização de informações sobre produtos está relacionada à aplicação, desempenho e descrição, ficando as informações sobre detalhes e propriedades de um produto com uma porcentagem menor. Ficou claro que as indústrias estão preocupadas com o aspecto imediatista deste tipo de informação, pois deixam como menos importantes informações sobre detalhes e propriedades, consideradas informação tecnológica.

**TABELA 4 – Utilização de Informação Financeira**

<b>INFORMAÇÃO FINANCEIRA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Informações publicadas em jornais	22	81,4
Informações de bases de dados econômicas	16	59,2
Informações em organizações internacionais	11	40,7
Informações publicadas em bolsas de valores	8	29,6

FONTE: Damasio (2001, p. 78).

Verifica-se, então, que as informações publicadas em jornais são as principais fontes de aquisição de informação financeira. Ficando as informações publicadas em bolsa de valores como as menos utilizadas.

**TABELA 5 – Utilização de Informação sobre Companhias.**

<b>INFORMAÇÃO SOBRE COMPANHIAS</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
informações sobre oportunidades de negócios	18	66,6
informações publicadas pelas suas áreas de atuação de empresas nacionais e internacionais	16	59,2
informações sobre oportunidades de parcerias	12	44,4
informações publicadas em diretórios de empresas nacionais e internacionais	4	14,8

FONTE: Damasio (2001, p. 79).

Pelos resultados, nota-se que a grande maioria utiliza fontes de informações sobre companhias que contenham informações sobre oportunidades de negócios e informações publicadas pelas suas áreas de atuação de empresas nacionais e internacionais e informações sobre parcerias. As informações publicadas em

diretórios de empresas nacionais e internacionais ficaram com uma porcentagem menor. Prevaleceu que novos negócios são essenciais para o desenvolvimento de novos mercados, e são essenciais para o desenvolvimento empresarial, mediante o monitoramento de companhias.

Desta forma, este uso relacionado aos estudos de Aguiar (1991, p. 12) esclarece que as indústrias têm grande interesse em acompanhar a dinâmica do mercado em que estão inseridas, avaliando as empresas existentes, as concorrentes, as em implantação e oportunidades comerciais.

Definir fontes de pesquisa para a Inteligência Competitiva seria uma contribuição da Ciência da Informação e principalmente da área de Informação para Indústria e Negócios. Um sistema inteligente necessita ser alimentado constantemente [e], desta forma, seus administradores deverão reconhecer e utilizar fontes de informação.

### **3. CONCLUSÃO**

A Inteligência Competitiva e a Informação para Indústria e Negócios sempre estarão dependentes, de acordo com a própria literatura que corresponde que estas áreas trabalham com a informação organizada visando sempre à disseminação dos seus conteúdos aos seus principais usuários, as empresas e o ambiente industrial.

Uma parte dos resultados apresentados neste artigo sobre o estudo realizado no ambiente industrial, identificou-se diante da análise destes resultados que fica claro o aspecto imediatista da informação e a preocupação com o aqui e agora, para as soluções informacionais na empresa, diminuindo a possibilidade de se trabalhar com informações para planos futuros, que devem ser gerenciadas e armazenadas pelos mesmos para uso oportuno, querem respostas rápidas através de sistemas inteligentes como os implementados pela Inteligência Competitiva.

Com o objetivo de caracterizar os tipos de informação mais utilizados no setor industrial, obteve-se resultados concluindo que as indústrias utilizam em sua maioria tipo e fontes de informação que respondam principalmente a questões sobre empresas concorrentes. Esta tendência pode estar relacionada à importância da vantagem competitiva, idealizada por Porter (1989), e confirma o estudo de McGee e Prusak (1994, p. 43) que consideram o centro da competitividade a concorrência no segmento econômico e a rivalidade entre empresas existentes.

O uso de informação sobre mercado leva a considerar que a procura deste tipo de informação pode estar vinculada a uma tendência das indústrias em monitorar constantemente o mercado, verificando os concorrentes. As indústrias estão preocupadas, no mercado, somente com as empresas, produtos e seus fabricantes, considerando menos importantes as informações sobre funcionários. Estes resultados evidenciam o aspecto de presença e conquista de mercado, e são realizados pelo gerenciamento de informação.

No aspecto de informações sobre companhias concluiu-se que as informações mais utilizadas são as informações sobre as oportunidades de negócios e informações publicadas pelas suas áreas de atuação de empresas nacionais e internacionais e informações sobre parcerias necessárias com o gerenciamento de informação.

As informações mais utilizadas no setor industrial sobre o mercado estão relacionadas aos produtos e seus fabricantes; as informações mais utilizadas sobre produto estão relacionadas à aplicação do produto no mercado e as informações financeiras mais utilizadas são as publicadas em jornais.

Analisando a importância desta união, encontrada na literatura e muitas vezes não percebida pelos dirigentes e gestores de informação, estas áreas são muito semelhantes em várias formas de atuação, principalmente na verificação das fontes e tipos de informação. É necessário organizá-las e por meio da Inteligência Competitiva e de seus recursos de planejamento, e disseminá-las aos interessados no ambiente empresarial, utilizando de Tecnologias da Informação.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, A. C. Informação e atividades de desenvolvimento científico, tecnológico e industrial: tipologia proposta com base em análise funcional. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v.20, n.1, p. 7-15, jan./jun. 1991.

BATTAGLIA, M. da G. B. A inteligência competitiva modelando o sistema de informação de clientes – Finep. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v.28, n.2, p. 200-214, maio./ago. 1999.

CANONGIA, C., SANTOS, D. M., SANTOS, M. M. *et al.* Foresight, competitive intelligence and knowledge management as innovation management tools. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 11, n. 2, p. 231-238, maio/ago. 2004.

DAMASIO, E. **O profissional da informação na indústria**: habilidades e competências. Campinas, 2001. 110f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia e Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia e

Ciência da Informação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC Campinas, Campinas, 2001.

JANUZZI, C. A. S. C. **Informação tecnológica e para negócios no Brasil** : conceitos e terminologias. Campinas, 1999. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 1999.

McGEE, J.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação** : aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MONTALLI, K. M. L. Informação para negócios no Brasil: reflexões. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE INFORMAÇÃO PARA INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR, 1., 1993, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte : UFMG/EB, 1994. p.165-173.

\_\_\_\_\_. Perfil do profissional da informação tecnológica e empresarial. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 26, n. 3, 1997.

MONTALLI, K. M. L.; CAMPELLO, B. dos S. Fontes de informação sobre companhias e produtos industriais: uma revisão de literatura. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v.26, n.3, p. 321-326, set./dez. 1997.

PETRINI, M.; POZZEBON, M.; FREITAS, M. T. Inteligência de negócios no Brasil. **HSM Management**, update 18, mar. 2005.

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro : Campus, 1989.

TARAPANOFF, K.; ARAÚJO JÚNIOR, R. H. de; CORMIER, P. J. Sociedade da informação e inteligência em unidades de informação. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 29, n. 3, p. 91-100, set./dez. 2000.