**FACULDADE NOSSA CIDADE**

**Curso: Administração de Empresas**

**Jovano Ferreira da Mata – RA 1085**

Orientador: Prof. Lawton Benatti

**INTELIGÊNCIA COMPETITIVA: FERREMENTA DE SOBREVIVÊNCIA DAS ORGANIZAÇÕES**

***RESUMO***

*O presente artigo abordará o momento atual do cenário econômico e o conceito da Inteligência Competitiva, bem como sua importância na geração de vantagem Competitiva para as Organizações.*

1. **INTRODUÇÃO**

Nos últimos anos, percebe-se uma grande mudança na configuração do cenário econômico mundial que obriga as organizações a mudarem suas formas tradicionais de trabalho, seja nível operacional, tático ou estratégico. Assim, vários conceitos de gestão empresarial são vistos por muitas delas, que buscam maneiras efetivas para enfrentarem novos desafios do novo cenário competitivo, incerto e dinâmico.

Nota-se que a competitividade parece ser inflexível. Não adianta melhorar processos continuamente, pois ser melhor naquilo que faz, já é um requisito para permanecer no mercado.

Fundamental mesmo é criar novas estratégias, ou seja, ser diferente do concorrente, antecipando ações antes mesmo algo acontecer.

Tudo isso acontece porque as crescentes mudanças das Tecnologias da Informação impulsionam os impactos sobre as organizações e as maneiras de como administrá-las. Por exemplo: Gestão do Conhecimento, videoconferência, trabalho home Office e muitos outros estão sendo inseridos no linguajar da Administração.

O termo Inteligência Competitiva está sendo inserido dessa mesma forma, impondo desafios, mas também oferecendo oportunidades quando se trata de investigar e tentar prevê o futuro de muitas mudanças que requer das organizações, respostas imediatas como estratégica fundamental para sua sobrevivência.

1. **INTELIGÊNCIA COMPETITIVA**

Segundo CANONGIA (2004), inteligência competitiva pode ser entendida como ferramenta gerencial eticamente utilizada pelas empresas para identificar, coletar, sistematizar e interpretar informações relevantes sobre o macroambiente.

Segundo GARCIA (1997), inteligência competitiva representa um processo que contém procedimentos de coleta e análise da informação sobre o ambiente concorrencial, que contribui para aprendizado da organização, bem como planejar e tomar decisões estratégicas.

* 1. **IMPORTÂNCIA DA INTELIGÊNCIA COMPETITIVA**

Observa-se que esse tema é desconhecido por muitos gestores que nem sempre sabem seu significado e como transformá-lo em atitude. Essa questão é muito importante, pois no mundo corporativo há muito excesso de jargão, e pouca ação conceitual, então os gestores falam sobre tudo, no entanto, não sabem definir e/ou muitos menos aplicá-la como ferramenta para geração de vantagem competitiva.

“Numa economia onde a única certeza é a incerteza, a única fonte segura de competitividade duradoura é o conhecimento.” (NONAKA; TAKEUCHI, 1997)

 Assim, a prática da IC pelas organizações gera maior segurança nas tomadas de decisões, visualização do futuro, desenvolvimento dos novos produtos, permite também avaliar posição atual e futura, enxergar ameaças e novas oportunidades.

1. **CONCLUSÃO**

Do ponto vista geral, a economia globalizada proporcionou um ambiente cada vez mais competitivo, onde as empresas devem não só monitorar os clientes, mas sim todo ambiente em que o cerca, ou seja, monitorar o macroambiente.

 Uma ferramenta citada no artigo é Inteligência Competitiva que quando bem utilizada, fornece condição necessária para entender o momento atual e possível previsão do futuro.

Assim, é possível agir proativamente, prevenindo contra possíveis acontecimentos que podem beneficiar ou atrapalhar o desenvolvimento da organização.

1. **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CANONGIA, et. al. **Foresight, Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento: Instrumentos para a Gestão da Inovação**. (2004). Disponível em:

<http://www.scielo.br/pdf/gp/v11n2/a09v11n2.pdf>. Acesso em 17 de Março de 2013.

GARCIA, T. D. Seminário de Inteligência Competitiva: **informação e conhecimento.** México: Innestec. p. 21, 1997.

NONAKA, I., TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa**. 12 ed. Rio de Janeiro, Campus, 1997.