

## ABRAIC E A PROFISSÃO DE ANALISTA DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA NO BRASIL

José Fonseca de Medeiros<sup>1</sup>

**Entrevista** com Francisco José Fonseca de Medeiros – Diretor de Articulação Nacional da ABRAIC, sobre a profissão de analista de inteligência competitiva no Brasil.

### **1) Como podemos definir inteligência competitiva? E de quanto tempo para cá essa atividade começou a ganhar força no mercado?**

Resposta: A Inteligência Competitiva (IC) é uma ferramenta de apoio a decisão. Auxilia a alta direção na gestão estratégica da empresa. É um processo sistemático de coleta de dados, processamento, análise e difusão de conhecimentos com a finalidade de apoiar a tomada de decisão, obter e manter vantagens competitivas e alcançar os objetivos estratégicos da empresa ou organização. Mantém o foco principalmente no ambiente externo, particularmente, clientes, concorrentes e fornecedores, no microambiente e nos fatores econômicos, políticos, sociais, tecnológicos e ambientais, no macroambiente. Porém, antes de qualquer coisa é necessário conseguir implementar na empresa a mentalidade competitiva e entender as necessidades dos usuários.

A IC começou a ganhar força no mercado mundial a partir do fim da Guerra Fria, fazendo ressaltar a importância do fator econômico. No Brasil, foi com a estabilização da moeda, na década de 90, que começamos a falar de IC.

Assim, dentro desse contexto, foi fundada em 15 de abril de 2000 a Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva (ABRAIC). É uma sociedade civil sem fins lucrativos, resultado de reuniões entre profissionais de IC que prescindiam de uma organização que proporcionasse continuidade na sua formação, auxiliasse a competitividade das organizações privadas e o desenvolvimento econômico e social das organizações públicas. O objetivo da ABRAIC é a disseminação da mentalidade de IC no Brasil para o aumento da competitividade das organizações no País.

---

<sup>1</sup> Francisco José Fonseca de Medeiros – Diretor de Articulação Nacional da ABRAIC – Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva. e-mail: fjfmed@yahoo.com.br

**2) Que tipos de funções um analista de inteligência competitiva deve realizar?**

Resposta: Na realidade, o analista, dependendo da estrutura de Inteligência existente na organização, poderá ter que exercer, também, a função de coletor de dados e informações. Para isso, se valerá, além dos meios tradicionais e de Internet, de sistemas computadorizados a fim de que possa melhor e mais rapidamente acessar e selecionar a grande quantidade de dados internos e externos. Porém, o ideal é que o analista oriente a coleta e faça somente análises.

**3) Esse profissional deve ser, preferencialmente, de quais áreas acadêmicas?**

Resposta: Pode ser de qualquer área acadêmica. Porém, necessita ter conhecimentos técnicos de Inteligência, cultura geral e experiência naquilo que está trabalhando. Ele precisa conhecer a metodologia científica de análise e, partindo de dados e informações, gerar ou produzir conhecimentos utilizáveis que proporcionem competitividade para a sua empresa. Quando se necessita de conhecimentos técnicos de determinadas áreas, busca-se o auxílio de especialistas, se for o caso.

**4) Que tipos de habilidades/competências ele precisa ter para atuar na área?**

Resposta: São considerados requisitos para o analista:

- Curiosidade: inquietude intelectual.
- Lógica: rigor de pensamento.
- Disciplina: sistema de trabalho.
- Imaginação: criatividade construtiva.
- Método: rigor de procedimento

O analista deverá ter disposição para trabalhar em equipe e interesse em manter constantemente atualizado seus conhecimentos. Nesse contexto, consideramos atributos pessoais de um bom profissional de IC:

- Adaptabilidade: ajusta-se às situações e procedimentos, seguindo o Código de Ética e Conduta.
- Capacidade de análise: examina uma situação, um fato ou um problema, decompondo o todo em seus elementos constituintes e distinguindo os seus aspectos essenciais.
- Capacidade de síntese: reúne os elementos particulares de uma situação, fato ou problema, unificando-os em um todo e os resume.

- Criatividade: realiza uma atividade ou soluciona um problema, produzindo algo novo e original.
- Flexibilidade de raciocínio: altera o raciocínio, demonstrando maleabilidade para passar de um assunto para outro, ajustando o raciocínio a novos fatos, conceitos ou a novas situações e abandonando conceitos preestabelecidos, sempre que necessário (capacidade de usar modelos mentais diferentes).
- Fluência na escrita: expressa idéias ou fatos por meio da linguagem escrita.
- Iniciativa: propõe soluções ou age imediatamente e com eficiência em face de uma situação.
- Objetividade: atém-se aos fatos específicos e fundamentais em questão, visando sempre o objetivo a ser atingido na realização da atividade.
- Raciocínio Prospectivo: olha amplamente, preocupa-se com o futuro e com o homem, grande agente de mudanças e assim antecipa a evolução provável de situações ou fatos apresentados com base na análise de fatos portadores de futuro.

##### **5) Quais são os segmentos de negócios das empresas que mais contratam especialistas nessa área?**

Resposta: Isto fica a critério da empresa. No entanto, poderemos citar: áreas de marketing, de Planejamento Estratégico e de Cenários Prospectivos. A melhor situação é na área de planejamento estratégico. Pois, para que uma empresa tenha a maior vantagem competitiva esta é obtida através de um planejamento estratégico bem feito e executado com perfeição. Para isso, a IC participa em todas as etapas, coletando dados, informações e gerando conhecimentos pertinentes e oportunos. Terá uma participação fundamental para levantar os pontos fortes e fracos da empresa, bem como as oportunidades e ameaças do ambiente externo.

##### **6) Podemos considerar que esse é um mercado em expansão? Há muitas empresas recrutando profissionais com esse perfil?**

Resposta: Sim, nesses últimos 10 (dez) anos a IC tem se apresentado em um mercado em expansão. Um dos responsáveis por essa evolução foi a criação da Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva (ABRAIC) devido o seu trabalho de disseminação e de consolidação da mentalidade de IC no País. Por outro lado, o tomador de decisão envolvido pela hiperinformação, competição acirrada e inovação que aliadas a conectividade,

convergência, interatividade e velocidade, criam na sua mente um elevado sentimento de INCERTEZA que só lhe é respondido através de trabalho executado pelos profissionais de IC. Temos várias empresas trabalhando de alguma forma com IC. Algumas adotam outros nomes como Inteligência de Mercado (IM) ou de Negócio, mas tudo é a mesma coisa. Para comprovar, é só ver a demanda por cursos de IC ou IM.

**7) É difícil encontrar profissionais qualificados no mercado para atuarem como analistas de inteligência competitiva? Se sim, qual é o motivo?**

Resposta: Sim, é difícil encontrar no mercado profissionais qualificados para atuarem como analista de IC. A razão é que faltam cursos de capacitação para esses profissionais. São poucos os cursos de especialização oferecidos pelo mercado porque são poucos os profissionais capacitados a serem professores e facilitador desses cursos. No entanto, hoje já temos alguns profissionais com cursos de Inteligência fazendo um trabalho de consultoria, outros trabalhando em empresas e outros dando aulas e formando turmas. Existindo dificuldade é disponibilidade de tempo nos cursos para que haja uma melhor preparação desse profissional, é preciso que ele continue a sua preparação intelectual com livros, textos e outros cursos.

**8) As universidades já estão acompanhando esse aumento da demanda por profissionais da área ou ainda há poucos cursos de formação?**

Resposta: Não, não estão acompanhando esse aumento de demanda porque faltam professores habilitados para ministrar com conhecimento de IC os cursos nas universidades. Poucas universidades mencionam o assunto IC na sua ementa. A ABRAIC sentindo esse problema está em tratativas com uma universidade especialista em educação a distância (online) para que seja feito um MBA, lato sensu, de Inteligência Competitiva e cursos de curta duração (30 horas) a fim de que o mais rápido possível aumente o número de pessoas no País com o conhecimento sobre IC.

**9) Quais são os principais desafios que um analista de inteligência competitiva enfrenta no seu dia a dia de trabalho? Há quem confunda inteligência competitiva com espionagem da concorrência. Como desfazer esse mal entendido?**

Resposta 1: Os principais desafios do analista são:

- saber convencer que o seu trabalho é fundamental para a sobrevivência da empresa e contar com o apoio total da alta direção;
- conhecer as necessidades dos seus usuários;
- formar uma rede de relacionamento interna e externa a fim de que seja mantido um fluxo de dados e informações;
- vencer a desconfiança de seus colegas;
- ter recursos disponíveis para acompanhar os avanços tecnológicos; e
- ser sintético e responder, com a sua análise, aquilo que o usuário quer saber, passando o seu trabalho a ter credibilidade.

Resposta 2: Confundir Inteligência Competitiva com Espionagem é na maioria das vezes falta de informação e muita confusão. A Espionagem utiliza técnicas operacionais como: infiltração, entrada, interceptação, grampo, gravação sigilosa, cooptação, etc., que são práticas ilegais e anti-éticas para a obtenção do dado negado (protegido). Já para os profissionais de IC tais procedimentos não fazem sentido, pois a produção da Informação é feita através de um processo intelectual resultado da coleta de dados, integração, análise e produção da Informação além do trabalho meticuloso da antecipação de movimentos de atores, por meio da utilização de métodos como os Cenários Prospectivos, por exemplo, e não pela obtenção de dados através das técnicas operacionais como utiliza a Espionagem. Na opinião da ABRAIC a atividade exercida por um profissional de IC está mais próxima do trabalho desenvolvido pelos Jornalistas do que pelo trabalho dos Espiões.

#### **10) Quanto ganha, hoje, um profissional júnior e um sênior nessa área?**

Resposta: Depende da região do País, do tipo de trabalho, tamanho e da importância da empresa no ambiente do mercado interno ou externo. Depende também dos cursos que possui e da função que irá exercer na estrutura de Inteligência.

Dado de valores numéricos:

- Um profissional Júnior pode ganhar de R\$ 2.800,00 a R\$ 3.000,00
- Um profissional Sênior pode ganhar de R\$ 5.000,00 a R\$ 7.000,00

**REFERÊNCIAS**

**BLOG UNIVERSIA. ABRAIC e a profissão de analista de inteligência competitiva no Brasil.** Entrevista com Francisco José Fonseca de Medeiros - Diretor da ABRAIC. Disponível em: <<http://blogs.universia.com.br/alfredopassos/2011/07/25/>>. Acesso em: 25 jul. 2011. [parte 1 e 2].

**ABRAIC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANALISTAS DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA.** Disponível em: <<http://www.abraic.org.br>>. Acesso em: 25 jul. 2011.