SISTEMA DE INTELIGÊNCIA SETORIAL NO APOIO À GESTÃO DO CONHECIMENTO EM PEQUENAS EMPRESAS

Marcondes da Silva Cândido[1], Rogerio Cid Bastos[2], Mariana Grapeggia[3]

Resumo

As pequenas empresas são mais flexíveis e têm maior interação com o mercado quando comparadas com as demais. Por outro lado, possuem limitações financeiras, gerencias e se deparam com dificuldades de acesso e uso de informações, especialmente referentes à gestão do conhecimento, traduzindo-se em entraves para sua sobrevivência e expansão no atual contexto competitivo. Diante disso, o Sebrae/SC, uma entidade sem fins lucrativos, disponibiliza o Sistema de Inteligência Setorial - SIS, um serviço gratuito, que fornece informações setoriais, a partir das necessidades e estrutura tecnológica destes pequenos negócios. Este artigo tem como objetivo apresentar o caso do SIS tendo como foco um uso das TIC para melhorar a gestão e a competitividade da MPEs.

Palavras chave:
MPEs. TICs. Gestão do Conhecimento.

---

[1] Universidade Federal de Santa Catarina. Doutorando em Engenharia e Gestão do Conhecimento. E-mail: marcondes@sc.sebrae.com.br
[2] Universidade Federal de Santa Catarina. Professor do Departamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento. E-mail: rogerio@inf.ufsc.br
[3] Sebrae/SC. Doutora em Engenharia de Produção e Sistemas. E-mail: mariana@sc.sebrae.com.br

Abstract

Small businesses are more flexible and have greater interaction with the market when compared with the others. However, they have financial constraints, managerial deficiencies and face difficulties in accessing and using information, especially those related to knowledge management. All this produces obstacles to their survival and growth in today's competitive environment. Thus, the Sebrae / SC, a nonprofit organization, provides the Sector Intelligence System - SIS, a free service that provides sectorial information, from the needs and technological structure of these small businesses. This article aims to present the case of SIS, focusing on the use of ICT to improve management and competitiveness of MSEs.
Keywords:
Small Businesses. TICs. Knowledge Management.

1. Introdução

As pequenas empresas brasileiras, embora em situação desfavoráveis quando comparadas com seus pares do mundo globalizado, não possuem outro caminho a não ser o da constante inovação e diferenciação como forma de promover o desenvolvimento e expansão dos negócios, diante de rápidas mudanças e da obsolescência tecnológica.

Elas caracterizam-se por dispor de estruturas enxutas, orçamentos limitados e reduzida capacidade produtiva em relação as grandes empresas competidoras. Para superar estas dificuldades, é essencial que as empresas tenham capacidade de inovação e utilizem-se de tecnologias e instrumentos que possam apoiar na melhoria continua da gestão e dos seus processos produtivos.

Os sistemas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), quando utilizados de forma estratégica, podem contribuir

substancialmente na superação destas dificuldades, fornecendo dados e informações sobre os clientes, mercados e concorrentes.
Este artigo trata do relato do caso do Sistema de Inteligência Setorial – SIS, um serviço oferecido pelo Sebrae/SC que, sob o enfoque das Tecnologias da Informação e Comunicação – TICs, usa a internet para disponibilizar gratuitamente informações setoriais para micro e pequenas empresas industriais com vistas a contribuir com seu crescimento e com os consequentes benefícios que empresas fortalecidas trazem à economia de uma região.
O artigo justifica-se em razão da importância que as MPEs representam na economia nacional e objetiva mostrar o caso do SIS, que possibilita a utilização de sistemas baseados em TICs, agregados a gestão do negócio e do conhecimento organizacional, para melhorar a participação das empresas no mercado.

2. As MPEs, e a relação com o Sebrae

Embora o conceito de Micro e Pequenas Empresas - MPE não seja o mesmo em diferentes países, é consenso de que são organizações que interagem diretamente com seus clientes e fornecedores para produzir mercadorias e serviços a preços competitivos. Seu universo é heterogêneo, abrangendo desde empresas em setores tradicionais, trabalhando com processos artesanais, até empresas em setores dinâmicos com expressiva atividade de Pesquisa e Desenvolvimento (DELOITTE, 2007). São em grande número e por estarem dispersas pelo território representam um importante papel social.
Segundo Leone (1991), os pesquisadores têm adotado dois critérios para determinar o porte das empresas. O primeiro é o quantitativo, onde se destaca o caráter econômico e o segundo, o critério qualitativo, possui natureza mais social. No primeiro caso os indicadores considerados são o faturamento, os ativos fixos, o capital e reservas e o número de empregados. Já, o qualitativo considera a estrutura interna, a organização e os estilos de gestão

estando, portanto, mais sincronizados com as atitudes dos dirigentes e suas percepções do ambiente externo.
Neste artigo considerar-se-á o critério quantitativo, visto que é utilizado oficialmente pelo governo brasileiro para a classificação do porte das MPE.
Segundo Grapeggia et al (2011) o critério quantitativo adotado pelo governo é o da receita bruta anual, que considera o valor fixado pelo Decreto nº 5.028/2004, cujos limites foram alterados pela Lei Complementar nº 139, de 10 de novembro de 2011, ou seja:

- A microempresa é constituída por pessoa jurídica e firma mercantil individual que obtiver, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais);
- Já a empresa de pequeno porte é a pessoa jurídica e firma mercantil individual que em cada ano-calendário, obtenha receita bruta superior a R$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

Visando apoiar esse universo de pequenas empresas foi fundado, no ano de 1972, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, é uma entidade de interesse público, sem fins lucrativos, tendo como objetivo prestar consultoria, oferecer capacitação e disseminar informações para os pequenos negócios, além de incentivar empreendedorismo em todo o país.
Desde então, o Sebrae tem contribuído significativamente com o desenvolvimento de setores e regiões, por meio do apoio a este segmento que responde por mais de 5 milhões de pequenos empreendimentos formais e que representam aproximadamente 99 % do total de empresas e geram mais de 29 milhões de empregos (SEBRAE/SC, 2013).
A atividade do Sebrae consiste em apoiar os pequenos negócios desde a sua concepção, abertura, gestão e expansão contribuindo para o desenvolvimento sustentável de comunidades, municípios e

regiões. É um serviço essencialmente orientado à cidadania, comprometido com a construção de um país melhor e uma sociedade mais justa e igualitária por meio da geração de negócios, de empregos e de renda.

O Sebrae acredita que a disseminação da informação e do conhecimento, a realização de parcerias e colaboração são elementos essenciais para a qualificação, expansão e sobrevivência dos pequenos empreendimentos. Somente a cultura do conhecimento, da valorização da informação e da colaboração entre empresas, instituições técnicas de pesquisa, escolas, universidades, associações empresariais e governos podem garantir aos empresários um ambiente propício à competitividade, eficiência e modernidade. Esta prática de parceria e colaboração está presente nas atividades diárias da entidade, guiando todas as ações, projetos, produtos e serviços.

Os esforços do Sebrae visam oferecer um fluxo contínuo de informações e conhecimentos de reconhecido valor como cursos, serviços de consultoria, treinamentos, palestras, seminários, publicações, eventos e o sistema de atendimento *on line* na internet que, integrados às novas tecnologias, criam uma rede de conhecimento especializada na gestão de pequenas empresas.

Além disso, e considerando as necessidades setoriais das pequenas empresas desenvolveu e disponibiliza produtos e serviços para apoiar a gestão e a competitividade dos pequenos negócios, como é o caso do Sistema de Inteligência Setorial – SIS.

3. As MPE e o uso da informação na nova economia

"Uma organização é um corpo de pensamentos pensados por pensadores". Esta afirmação de Karl Weick, citado por Choo (2006), reforça a ideia da geração do conhecimento e da necessidade da contínua mudança organizacional a partir de informações. Destaca ainda a informação como uma componente

intrínseca de tudo que uma organização faz ou produz.
Além disso, funções básicas de uma empresa tais como comprar e vender produtos e serviços cada vez mais, na nova economia, estão sendo executadas eletronicamente por meio do *e-business* (empresa eletrônica) ou do *e-commerce* (comércio eletrônico). Estes sistemas são favorecidos porque pessoas e organizações usam as tecnologias digitais para acessar informações armazenadas em muitos locais, para se comunicar e ou colaborar com outras por meio da conexão na internet e ou extranet (TURBAN et al, 2006).
Choo (2006), afirma que as empresas precisam ter compreensão dos processos organizacionais e humanos, pelos quais a informação se transforma em percepção, conhecimento e ação.
Segundo Davenport e Prusak (2003), o conhecimento constitui-se na base de operação de uma empresa e em parte, ou a totalidade, dos bens por ela oferecidos. Numa economia globalizada, ainda segundo os autores, o conhecimento pode ser a maior vantagem competitiva da empresa, resultando na capacidade de inovar e avançar no seu ciclo de crescimento.
Sendo a organização um processo onde as pessoas interagem continuamente, é fundamental que saibam extrair e usar estruturadamente informações estratégicas seja para dar sentido às mudanças do ambiente externo em constante transformação ou para gerar novos conhecimentos (CHOO, 2006).
As TICs podem facilitar o processo de extração, seleção e disseminação de informações que se tornam mais úteis quando vinculadas as estratégias organizacionais (TURBAN et al, 2007).
Na prática, as pequenas empresas, de maneira informal e desestruturada, buscam informações para apoiá-las na gestão e na tomada de decisões que deem respostas às pressões de mercado. Entretanto, a maioria das decisões estão baseadas na experiência, o que torna questionável sua qualidade e as ações advindas destas decisões. Choo (2006) descreve que toda a decisão é um compromisso para uma ação.
Turban et al (2007) considera que o ambiente empresarial competitivo da nova economia é resultante da combinação de

fatores sociais, jurídicos, econômicos, físicos e políticos que exercem pressões às atividades comerciais e produtivas das empresas, conforme figura 1, e classificam como pressões comerciais as pressões do mercado, da tecnologia e sociais.

Figura 1. Relações entre pressões comerciais, respostas organizacionais e TI.

Fonte: Adaptdo de Turban et al (2007)

As **pressões de mercado** estão centralizadas na capacidade de fabricação em massa dos países asiáticos, principalmente China, e na natureza dinâmica da força de trabalho e do poder dos consumidores diante da diversidade de marcas, opções de escolha e de produtos substitutos que afetam as empresas.

A economia globalizada foi muito facilitada pelas redes de telecomunicações avançadas, essencialmente a internet que facilita amplamente a troca de informações, a compra e entrega de produtos e serviços. Com isto, os consumidores aumentam suas expectativas e exigências em relação aos bens adquiridos à medida que buscam mais informações, os clientes usam a internet para encontrar informações detalhadas sobre produtos e serviços, comparar características, qualidade e preços, além de participar de leilões eletrônicos de compra e venda.

Quanto a **pressões tecnológicas,** o autor relaciona com a capacidade de inovação tecnológica e a sobrecarga de informações. As novas tecnologias rapidamente criam ou apoiam substitutos para produtos, opções de serviços alternativos e qualidades excelentes. Desta forma, os produtos que são destaques hoje podem tornar-se obsoletos rapidamente. Essas mudanças

significativas das tecnologias exigem das empresas atenção a fatores como as rápidas mudanças de necessidades e expectativas dos consumidores e a rápida obsolescência de produtos, de serviços e dos processos produtivos utilizados.

Turban et al (2007) afirma ainda que a quantidade de informações disponíveis na internet mais do que dobra a cada ano e, grande parte dela é gratuita. Os administradores de pequenas empresas, para fazerem frente a este tipo de pressão, precisam ser capazes de acessar, navegar e utilizar os vastos depósitos de dados, informações e conhecimentos de forma organizada, estruturada e estratégica. Para apoiar esta atividade, mecanismos de buscas e sistemas de processamento e organização podem ser desenvolvidos e acessados por aquelas empresas que desejam expandir seus negócios de forma competitiva e sustentável.

Quanto às pressões sociais, o autor destaca a responsabilidade social, regulamentação e desregulamentação governamental, gastos com programas sociais, ética e respeito aos recursos naturais e ambientais.

As pequenas empresas precisam utilizar-se dos sistemas de TICs, para fazer frente a estas pressões de mercado. Não há como negar a utilização da tecnologia em nenhum dos aspectos organizacionais, sejam eles gerencias ou operacionais. Entretanto, esta necessidade é pouco percebida pelas MPEs devido a algumas de suas características, tais como a centralização das decisões; as características operativas e pouco estratégicas do "dono" e a reduzida capacidade de investimentos que leva, normalmente, o empresário a optar por soluções mais baratas e menos adequadas às necessidades.

Um sistema de TIC, capaz de fornecer informações e conhecimentos pode ser um importante instrumento para melhorar a gestão, os processos produtivos e a lucratividade das empresas que, inseridas na nova economia, podem melhor organizar seus processos de gestão do conhecimento e obter significativos ganhos de competitividade e inovação.

4. Sistema de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) para MPEs

O conceito de TIC, em seu sentido mais amplo pode ser entendido como sistemas que coletam, processam, armazenam, analisam e disseminam informações com uma finalidade específica (TURBAN et al, 2007). Segundo os autores, os sistemas de TICs, tendem a seguir a estrutura das organizações e se baseiam nas necessidades de indivíduos e grupos.

Segundo ainda o autor, as empresas globalizadas utilizam-se de tecnologias e dos sistemas de TICs para aumentar lucratividade, conquistar participação no mercado, melhorar serviços e gerenciar operações cotidianas.

Com o advento da internet e da extranet estes sistemas além de estarem por toda a organização, extrapolam suas fronteiras e, em empresas mais abertas, se fazem presentes até nas relações diretas com seus clientes.

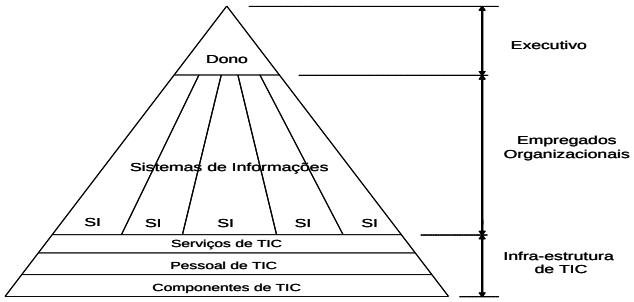
A finalidade dos sistemas TIC é fornecer informações certas para as pessoas certas, no momento, na quantidade e formato certo, ou seja, informações apropriadas e úteis, as quais decorrem da captação de dados, que são descrições elementares das coisas, eventos, atividades e transações, devidamente registradas, classificadas e armazenadas (TURBAN et AL, 2007).

Enquanto que a informação refere-se a dados que foram organizados a fim de fornecer significado e valor para o receptor, o conhecimento consiste em dados e/ou informações organizadas e processadas para transmitir entendimento, experiência, aprendizagem e práticas aplicadas a um problema ou atividades empresarial (CHOO, 2006).

Sendo um dos principais objetivos dos sistemas de TIC a transformação econômica de dados em informações e conhecimento, para MPEs devem ser considerados a sua objetividade e simplicidade, bem como o processo de decisão que normalmente é centralizado no "dono". Neste aspecto, os sistemas de TICs devem ser voltados especialmente para ajudá-lo no processo de gestão (TURBAN, et al 2007), organizando e

adequado estrategicamente as informações e conhecimentos às suas características, conforme estrutura de TIC proposta pelo autor apresentada na figura 2.
Neste modelo, uma infraestrutura de TIC adequada às MPEs deve considerar as instalações físicas, os serviços oferecidos e as equipes de suporte bem como o hardware, o software e as tecnologias de comunicação, integradas de forma lógica e com elevado grau de usabilidade. A figura 2 destaca no vértice superior o "dono" e na base a infraestrutura de TIC, tendo os sistemas de informações como supridores das informações que apoiam a gestão e o processo de tomada de decisão.

Figura 2. A tecnologia da informação nas MPEs.



Fonte: Adaptado de Turban et al (2007).

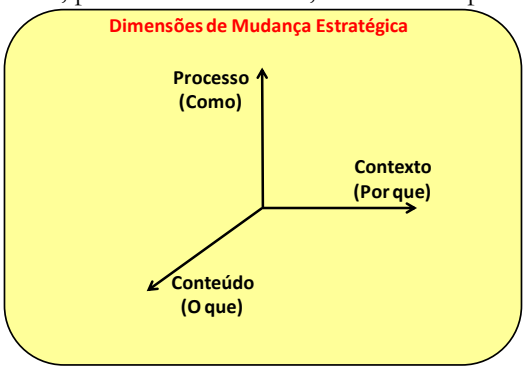
Cabe destacar que, embora o sistema TIC tenha uma enorme capacidade de realizar cálculos numéricos de alta velocidade e alto volume; de fornecer comunicação, conexões e colaboração rápidas e precisas dentro da organização e entre organizações; de armazenar grande quantidade de informações em um pequeno espaço de fácil acesso; de permitir acesso rápido e barato ao maior número de informações possível em todo o mundo; de facilitar a interpretação de grandes quantidades de dados; de aumentar a eficácia e a eficiência das pessoas trabalhando em grupos em um local ou em vários locais, em qualquer lugar; de automatizar

processos comerciais semi-automáticos e tarefas manuais; na MPE deve ser um instrumento de apoio à gestão e decisão que considere as suas características frente as necessidades de inovação e de respostas às constantes pressões de mercado.
Com este objetivo e de forma a facilitar o acesso e uso das TIC por pequenas empresas é que o Sebrae/SC desenvolveu e disponibiliza um serviço estratégico de coleta, tratamento e disseminação de informações denominado de Sistema de Inteligência Setorial – SIS, o qual será descrito a seguir.

5. O Sistema de Inteligência Setorial - SIS

O modelo qualitativo de caráter contextual e processual do estudo de um fenômeno, proposto por Pettigrew (1987), permite analisar contextos complexos e estudar os fenômenos no plano vertical (estratégias funcionais) e horizontal (longitudinal), bem como a inter-relação entre os planos através do tempo.
Pettigrew e Whipp (1991) enfatizam que uma "mudança bem sucedida" é resultante da interação entre três dimensões organizacional, ou seja: contexto, processo e conteúdo.
A dimensão o conteúdo visa responder "o que?", quais os objetivos, propósitos e metas; o processo visa responder "como?", como executar e implementar, ou seja as etapas e formas de realizar; e o contexto organizacional, que objetiva responder "onde" ocorrerá, que pode ser relacionada tanto a fatores do ambiente interno quanto externo e envolve o comportamento e ou posicionamento da liderança (PETTIGREW e WHIPP, 1991). A figura 3 ilustra estas dimensões numa visão espacial.

Figura 3: Contexto, processo e conteúdo, uma visão espacial.



Fonte: Adaptado de Pettigrew e Whipp (1991)

Na dimensão contexto (ou onde?), o Sistema de Inteligência Setorial – SIS foi desenvolvido pelo Sebrae/SC em 2007, visando atender pequenas empresas inseridas em aglomerados produtivos do estado de Santa Catarina, motivo pelo qual, segundo Três (2010), vincula-se o termo inteligência setorial.

O SIS é um serviço que integra diversas ferramentas e técnicas de TIC de forma a disponibilizar informações e conhecimentos que possam ser utilizados por pequenas empresas na tomada de decisão e melhoria da gestão.

Este serviço conta com "varredores automáticos de busca" de informações; de profissionais especializados (bibliotecários, analistas e técnicos especialistas) que monitoram, coletam, armazenam, analisam informações e produzem produtos de inteligência ligados aos negócios e ao mercado de atuação das empresas; e de um ambiente de disseminação na internet, onde as empresas cadastradas acessam tais produtos.

Atualmente, o SIS tem a missão de entregar informações estratégicas para que pequenas empresas dos setores econômicos da apicultura, leite e derivados, calçados feminino, vestuário e móveis de madeira possam aumentar seu desempenho.

Os conteúdos disponibilizados foram definidos com base no mapa de informações estratégicas, construído com a participação de mais

de 150 pequenas empresas, que foram mobilizadas em seminários setoriais regionais, no decorrer do ano de 2007, as quais priorizaram os temas de pesquisa e as principais questões, que são respondidas considerando a melhoria das condições de competitividade. Cabe destacar que este mapa de informações é atualizado a cada 6 meses por meio do acesso ao portal.

Na dimensão contextual ainda, Pettigrew e Whipp (1991) propõe dividir esta o estudo em contexto interno e externo. No contexto externo deve-se ter em mente as condições econômicas, políticas e sociais do ambiente externo que, no caso do SIS, diz respeito aos temas e perguntas de pesquisa que são de interesse das empresas e que estão expressos detalhadamente no mapa de informações estratégicas. No contexto interno, destaca-se o comportamento da liderança exercida pelo principal executivo, "dono" da empresa, o qual exerce influência direta na maioria das atividades, nas escolhas, nas informações necessárias e nas decisões a serem tomadas. Desta forma, o SIS busca oferecer informações do ambiente externo, disponibilizados por uma estrutura de TIC, num acesso facilitado e influenciam de forma objetiva decisões táticas e estratégicas, sejam elas atuais ou futuras, influindo na cultura organizacional, nas coalizões e percepções, processos políticos e nas relações de poder (BANDEIRA-DE-MELLO, 1997).

Cabe destacar que o serviço de informações oferecido pelo SIS, não possui controle sobre o ambiente interno e nem o conhecimento por completo do ambiente externo e, portanto, o alcance dos resultados depende de decisões da liderança, no caso das pequenas empresas, do "dono". Segundo Fuld (2007) é preciso que os lideres desenvolvam a competência para tomar decisões críticas, com conhecimento imperfeito, mas razoável e com um grau de risco calculado em minimizado por meio de informações qualificadas.

Quanto a dimensão processo, que descreve a operacionalização do SIS a partir do uso em um processo que integra e sistematiza em etapas uma séria de técnicas e ferramentas de TIC de forma a gerar produtos de inteligência em meio digital, impresso e consultorias.

Na visão de processo, o SIS compõe-se de 7 sub-processos sequenciais, conforme pode ser observado na figura 4. O início se dá com a identificação das necessidades de inteligência, a partir do mapa de informações estratégicas de cada setor.

Figura 4: Processo do sistema de inteligência setorial.

Fonte: Adaptado de Herring (1999).

A partir destas análises, é possível destacar que as informações permeiam todas as atividades organizacionais e ganham maior importância para organizações competitivas e inovadoras e que tenham como pratica a troca de informações e conhecimento, tanto nos níveis de diretores e gerentes, quanto no nível de dos empregados.

Pesquisa realizada pelo Sebrae/SC junto a um grupo de 500 empresas do estado de Santa Catariana, mostra que aquelas que trocam informações nos níveis de diretores e gerentes e entre os empregados possuem um índice de competitividade superior as

demais (SENSOR, 2013).

As novas tecnologias de informação e comunicação, como internet, portais, sites, *blogs*, *twittes*, SMS, *mobille solutions* proporcionam um fluxo de informação imediato que pode ser incorporado na gestão, no processo produtivo e também no processo criativo e de inovação destas empresas.

Todas essas ferramentas de divulgação e interação podem ser uma valiosa fonte de informações que impulsionam ou prejudicam os negócios. Se o desejo é impulsionar os negócios e fazer bom uso destas ferramentas, o importante é ter profissionais e instrumentos adequados para apoiar, identificar ou mapear fontes; coletar e ou armazenar informações; fazer as análises adequadas e qualificadas e elaborar os produtos de disseminação apropriados para, em sendo utilizadas, gerar inteligência (KNOWTEC, 2012).

A avaliação constante, tanto dos produtos quanto do processo de inteligência garante que a informação esteja adequada e dentro das necessidades competitivas das empresas, fechando um ciclo continuo e sistematizado de coleta, análise, disseminação, uso e avaliação (KNOWTEC, 2012).

A terceira dimensão refere-se ao conteúdo ou os serviços oferecidos para provocar a mudança. Nesta dimensão, o SIS fornece vários produtos de inteligência, seja na forma de relatórios periódicos, relatórios técnicos, relatórios ad hoc, e ou informações setoriais na forma de textos e gráficos que orientam os negócios, subsidiam decisões e ou a adoção de posicionamento estratégico. É a partir do conteúdo disseminado, capaz de influenciar uma ação realizada pelo empresário, que gera a mudança esperada e determina a efetividade do processo de IC.

O SIS é um sistema que dialoga com as empresas e dissemina informações utilizando-se do ambiente da internet, via portal de disseminação de informações, ou por meio de alertas estratégicos, enviados aos tomadores de decisão, por e-mail ou SMS de acordo com os dados cadastrais do representante da empresa.

Estes alertas, dizem respeito a notícias da mídia, aprovação de projetos, medidas econômicas, leis, normas, resoluções, entrada de

novos competidores e alterações importantes no ambiente econômico interno e externo, que podem motivar ou afetar o setor.

Por meio do portal de disseminação, cujo endereço é www.sebrae-sc.com.br/sis, os empresários tem acesso aos seguintes produtos de inteligência:

- Artigos: criados para guardar documentos técnicos vinculados aos produtos, processos e ou matéria-prima que merecem ser catalogados, armazenados e utilizados em diferentes momentos, tais como treinamento, aprendizagem e ou esclarecimentos, que ficam armazenados num espaço intitulado "biblioteca".
- Dados econômicos: são disponibilizadas no portal as principais informações econômicas necessárias para o acompanhamento do mercado financeiro, para determinação de preço de venda ou compra e para acompanhamento dos principais índices de empregos, inflação, entre outros.
- Legislação: armazena documentos sobre normas e leis que regulam as atividades de cada setor e podem ser acessadas, baixadas e utilizadas sempre que necessário.
- Mapa de informações estratégicas: é uma ferramenta que mapeia as atuais necessidades de informação de cada setor. Com ela os próprios empresários atualizam, sugerem e avaliam os temas mais estratégicos e necessários.
- Notícias: a área de notícias do portal é atualizada diariamente com o que de mais relevante foi publicado em cada setor, selecionadas por uma equipe de pesquisadores criteriosos.
- Agenda: tem a função de informar e lembrar os empresários sobre os principais eventos programados e que estão relacionados a seus setores de atuação.
- Relatórios: estes documentos são estruturados em três tipos, diferentes no formato e em complexidade.

O primeiro relatório é o de inteligência sintético, desenvolvido

para que o empresário tenha uma leitura com foco na tomada de decisão, com um conteúdo mais resumido, que apresenta as tendências e alerta sobre ameaças e oportunidades, além de propor ações e alternativas diante do tema abordado.

O segundo tipo é o relatórios de inteligência analítica, no qual o empresário terá uma leitura mais aprofundada e detalhada sobre o assunto, com informações e análises elaboradas por profissionais especializados em IC. Os relatórios analíticos servem para tomada de decisões específicas, trazem a análise de uma questão individual e relevante dentro de critérios previamente estabelecidos. Normalmente, avaliam uma faceta mais setorial ao invés de um único concorrente ou cliente.

E o terceiro tipo de relatório é elaborado sob encomenda e denominado Ad-Hoc. Nesta modalidade os empresários podem solicitar, de acordo com suas necessidades, individualmente, um relatório personalizado. O objetivo aqui é responder a uma dúvida ou questionamento especifico da empresa que pode orientar a uma única decisão. São abordados temas como projeções estratégicas, tecnologias especiais aplicadas ao produto ou processo, materiais, equipamentos e fornecedores especialistas. As projeções estratégicas são documentos bastante profundos e com alto grau de análise agregada. Independente do tema ou tópico que aborda, a projeção estratégica tem a particularidade de usar tendências passadas para projetar o futuro, apresentando diferentes cenários e projeções para cada uma delas.

Por fim, pode-se observar que a articulação entre as três dimensões do método contextual processual, permite que o SIS fornece dados e informações, que devidamente organizados complementam e facilitam o complexo processo de tomada de decisão empresarial, possibilitando a melhoria na sua atuação mercadológica.

Os serviços de inteligência resultam de uma séria de técnicas, ferramentas, metodologias, experiência e critérios de analise por parte de especialistas setoriais, de inteligência e de conteúdo, como

é o caso de profissionais na área de biblioteconomia. Os dados e informações coletados neste processo são potencializados pelas análises técnicas de especialistas setoriais e substanciados por meio dos produtos de inteligência que são os elementos geradores de ideias, portadores de conhecimentos que interligados possibilitam inovação e a tomada de decisão com mais assertividade de maneira continua e sistemática.

Dentre os benefícios para as empresas ao acessarem e se cadastrarem no SIS destacam-se:

- Expansão e consolidação dos atuais mercados;
- Análise, avaliação e monitoramento da concorrência (benchmarking);
- Monitoramento de novas tecnologias, produtos e processos;
- Identificação de oportunidades e ameaças;
- Aperfeiçoamento do processo de planejamento;
- Minimização do tempo de busca e análise de informações;
- Apoio a trabalhos prospectivos;
- Desenvolvimento de atitude pró ativa, antecipando-se às tendências;
- Redução de retrabalho e custos de uma maneira geral, favorecendo a melhoria contínua e o aumento de produtividade e lucratividade;
- Diminuição do ciclo de desenvolvimento de produtos gerando redução de custos e aumento da eficiência do setor;
- Desenvolvimento de um processo contínuo de aperfeiçoamento da capacitação de profissionais;
- Tomada de decisão baseada em conhecimento do ambiente de negócios;
- Aprimoramento das relações da empresa com o mercado consumidor.

Estes benefícios se estendem em todos os setores e dimensões empresariais, pois de posse de informações setoriais, os gestores

das pequenas empresas podem direcionar mudanças estratégicas e modelos de negócios a partir de informações objetivas e que acompanham as mudanças e tendências dos mercados.

6. Conclusão

O Sistema de Inteligência Setorial – SIS é um sistema de coleta, análise, armazenamento e disseminação de informações que está acessível às empresas de micro e pequeno porte. O SIS, de forma gratuita e ilimitada, fornece às empresas acesso, por meio da internet, a informações estratégicas relacionadas aos seus negócios, podendo melhorar a tomada de decisão, a gestão e a sua de enfrentar as pressões competitivas, sejam elas de mercado, de tecnologias ou sociais.

Além de ser um portal do conhecimento, utiliza e integra as mais modernas tecnologias de TICs que são essências para que as empresas tenham impulsionada sua competitividade.

O Sebrae/SC, que é uma entidade de interesse público, sem fins lucrativos, além dos profissionais técnicos e dos conhecimentos, disponibilizados para a construção e manutenção deste instrumento, aloca os recursos necessários que viabilizam e garantem quantidade, qualidade, continuidade e sistematização das informações, considerando os parâmetros de TICs, relacionados a sistemas de informações, servidores e componentes de TIC, contendo as principais características do modelo proposto por Turban et al (2007).

Dessa forma, o artigo cumpriu seu objetivo ao mostrar como a utilização do SIS pelas pequenas empresas lhes oferece condições de acesso a informações atualizadas e focadas no seu negócio para torná-las competitivas na economia do conhecimento podendo contribuir de forma efetiva para a expansão dos negócios e geração de emprego e renda para pessoas, empresas e regiões.

Referências

BANDEIRA-DE-MELLO, R. Estudo da mudança estratégica organizacional em pequenas empresas de construção de edificações: um caso em Florianópolis. 1997. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

CHOO, CHUN W.; A Organização do Conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significados, construir conhecimentos e tomar decisões. Trad. Eliana Rocha. 2ª. ed. São Paulo: Editora Senac, 2006.

DAVENPORT, T.H.; PRUSAK, L. Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. Trad. Lenke Peres. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DELOITTE. As pequenas e médias empresas que mais crescem no Brasil, 2007. Disponível em <www.deloitte.com.br – acesso em 20/06/2008.

GRAPEGGIA, Mariana; et al. análise por agrupamento de fatores de desempenho das incubadoras de empresas. Revista RAI, v. 8, n. 1 – São Paulo, 2011.

HERRING, Jan P. Key intelligence topics: a process to identify and define intelligence needs. Competitive intelligence review, v. 10, n.2, p.4-14, 1999.

KNOWTEC. Coleta estratégica de informação (CEI). Relatório Técnico – Florianópolis: Knowtec, 2012.

FULD, L. M. Inteligência Competitiva: como se manter à frente dos movimentos da concorrência e do mercado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

LEONE, N. M. C. P. G. A dimensão física das pequenas e médias empresas: à procura de um critério homogeneizador. Revista de Administração – RAUSP, São Paulo: FEA/USP, v. 31, n. 2, p. 53-59, abr./jun 1991.

PETTIGREW, Andrew M. Context and action in the transformation of the firm. Journal of Management Studies. nov, 1987. p.649-670

PETTIGREW, A., WHIPP, R. Managing Change for Competitive Success. Oxford: Blackwell Publishers Ltd. 1991.

SEBRAE. Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil. Relatório de pesquisa. Brasília, 2004.

SEBRAE. Plano Plurianual: 2013 – 2016 do Sebrae/SC. Florianópolis: Sebrae/SC, 2013.

SENSOR DAS MPE CATARINENSES. Florianópolis: Sebrae/SC, ano 2, nº 4, mar/2013.

TRÊS, Douglas L. O Declínio e Tournaround das Organizações: Um estudo em uma empresa familiar. Dissertação de Mestrado apresentada no Programa Pós Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2010.

TURBAN, Efraim; Rainer, Rainer K.; Potter, Richard E.. Introdução a sistemas de Informação. Tradução Daniel Vieira. Rio de Janeiro. Elsevier, 2007.