



REVIE – a Rede de Valor para Inteligência Empresarial

Daniela Ramos Teixeira

Este é o 1º dos artigos da série sobre o Método REVIE que foi publicado no portal Meta Análise.

Vamos começar apresentando o Método REVIE – a Rede Valor para Inteligência Empresarial– para os leitores que ainda não conhecem o método.

O objetivo com essa série de artigos é misturar teoria com prática. Vamos mostrar para as empresas as várias oportunidades que existem, hoje, para que sejam vencedoras num mundo que caminha cada vez mais para práticas colaborativas e interconectadas de negócios.

Tudo isso utilizando as melhores práticas em inteligência, marketing e vendas. Daniela mapeou 35 práticas aplicáveis ao Método REVIE (Rede Valor para Inteligência Empresarial), ou seja, Inteligência Competitiva, Inteligência de Clientes, Inteligência de Parceiros e Inteligência de Produtos/Serviços.

Vamos falar de estratégia, inteligência empresarial, modelos colaborativos de negócios, redes de valor, desenvolvimento de produtos/serviços, parcerias estratégicas, inteligência de clientes, customer experience, web 2.0, melhores práticas para Marketing e Vendas, inteligência competitiva etc.

Daniela vai responder a algumas perguntas até o final do ano:

1. O que a Malu Magalhães tem a ver com parcerias estratégicas e modelos colaborativos de negócios?
2. Como fazer a inovação chegar até o produto com uma idéia que a Maria teve e que vai trazer melhorias no carrinho para limpeza com MOP? A Maria é faxineira de uma grande empresa e acha que o carrinho



3. tinha que ter 2 buracos (um de cada lado) e não apenas um. Isso dificulta a limpeza e o trabalho dela.

4. Por que o supermercado do "Seu Jorge Brasil" pode competir com um gigante do varejo?

Algo mais? Para colaborar com esta seção, é só enviar e-mail para revie@revie.com.br



REVIE – a Rede de Valor para Inteligência Empresarial

O que é o Método REVIE?

REVIE é uma Rede de Valor para Inteligência Empresarial estruturada em quatro eixos que podem trabalhar juntos e integrados: produtos/serviços, concorrência/mercado, clientes e parceiros.

É uma rede de valor formada pela empresa, clientes e parceiros (fornecedores, distribuidores, provedores de serviços) com o objetivo não só de reunir a informação e integrar os dados, mas de criar e partilhar o conhecimento com um nível de colaboração em que os ganhos e os resultados sejam maximizados.

FIGURA 1





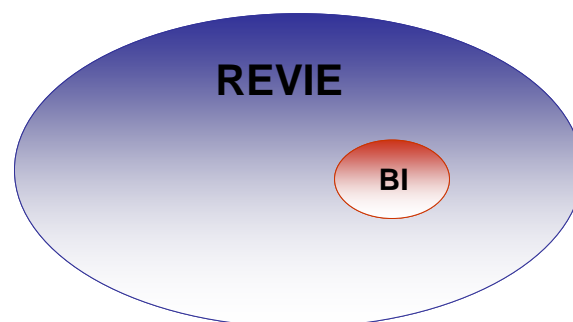
A REVIE é uma rede com o objetivo de agregar valor para as empresas em MKT e Vendas no curto, médio e longo prazos. Por ser uma Rede de Valor para Inteligência Empresarial (REVIE), a colaboração é uma das principais características dessa rede. Colaboração não apenas intra-empresarial, mas envolvendo desde clientes a parceiros/fornecedores. Esta é a principal diferença entre a REVIE e o *Business Intelligence* (Inteligência de Negócios).

O conhecimento e a colaboração são a base da Rede de Valor para Inteligência Empresarial (REVIE). A inovação e a criação de valor (para os clientes, parceiros, empresa e acionistas) – os resultados.

A Rede de Valor para Inteligência Empresarial (REVIE) vai muito além das ferramentas de *Business Intelligence*, podendo até mesmo sobreviver sem elas.

FIGURA 2

A Dimensão da REVIE



REVIE – Rede de Valor para Inteligência Empresarial
BI – Business Intelligence

Para entender melhor a importância da formação de uma Rede de Valor para Inteligência Empresarial (REVIE) para os negócios, é preciso entender alguns conceitos: o que é inteligência empresarial e qual é a diferença entre as Inteligências. No próximo artigo, vamos falar de Redes de Valor.



A Diferença – Inteligência Organizacional, Inteligência Empresarial, Inteligência Competitiva e infra-estrutura de Business Intelligence (BI)

Como o assunto é relativamente novo, principalmente no Brasil, o mercado, muitas vezes, ainda confunde Inteligência Organizacional, Inteligência Empresarial (Inteligência de Negócios), Inteligência Competitiva e infra-estrutura de *Business Intelligence* (BI). Faz-se necessário, aqui, esclarecer as diferenças. (Teixeira 2009)

Podemos definir o conceito de Inteligência Organizacional como a capacidade de uma corporação como um todo de reunir informação, inovar, criar conhecimento e atuar efetivamente baseada no conhecimento que ela gerou. (McMaster, 1996)

O emergente conceito de Inteligência Organizacional integra diversos níveis de inteligência – individual, de equipe e organizacional – em uma estrutura para criar empresas inteligentes. (Albrecht, 2004)

A Inteligência Organizacional é o somatório dos conceitos de inovação, criatividade, qualidade, produtividade, efetividade, perenidade, rentabilidade, modernidade, inteligência competitiva e gestão do conhecimento. (Rezende, 2006)

Já a Inteligência Empresarial (*Business Intelligence* ou Inteligência de Negócios) é a capacidade de uma empresa para capturar, selecionar, analisar e gerenciar as informações relevantes para a gestão do negócio com o objetivo de:



- Inovar e criar conhecimento.
- Reduzir riscos na tomada de decisão e evitar surpresas.
- Direcionar, assertivamente, os planos de negócios e a implementação de ações.
- Criar oportunidades de negócios.
- Apoiar o desenvolvimento de produtos/serviços com uma base de informação confiável, eficiente e ágil.
- Monitorar, analisar e prever, eficientemente, as questões relacionadas ao *core business*.
- Gerar valor aos negócios.

A Inteligência Empresarial pode ser concebida como o resultado de uma evolução como função híbrida do planejamento estratégico e das atividades de pesquisa de marketing. (Tyson 1988)

Portanto, a Inteligência Empresarial não se limita à tecnologia, assumindo posição de destaque na tomada de decisão estratégica de diversas categorias de usuários como executivos, gerentes e analistas.

Já a infra-estrutura de *Business Intelligence* (BI) compreende: a extração, *data warehouses*, *data marts* e ferramentas para gerenciamento da informação e análise de dados como o *data mining*.



A Inteligência de Mercado ou Competitiva (IC) é parte da Inteligência Empresarial e engloba, principalmente, informações sobre o mercado e a concorrência.

A Prática X Teoria em Inteligência

Inteligência Competitiva é o processo de captura, seleção, análise, gerenciamento e disseminação da informação sobre o ambiente no qual a empresa compete para a criação de conhecimento e a tomada de decisão, seja ela estratégica ou operacional.

Como a teoria é, muitas vezes, diferente da prática no ambiente empresarial, a área de Inteligência Competitiva acaba abrangendo muito mais do que informações externas (mercado e concorrência), sendo responsável por demandas que incluem desde dados quantitativos e performance de produtos ao mapeamento inteligente de clientes. (Teixeira 2009)

Se levarmos em consideração que o objetivo da Inteligência é transformar informação subjetiva e desagregada em vantagem competitiva para agregar valor aos negócios, é natural que qualquer área possa construir a sua base de Inteligência. (Teixeira 2007)

Assim, podemos ter não só a Inteligência de Mercado ou Competitiva, divulgada constantemente pela mídia, como também Inteligência de Produtos, Inteligência de Logística, Inteligência de Clientes, Inteligência Financeira e assim por diante.



É preciso que as empresas enxerguem a “Inteligência” numa visão macro. Há células de Inteligência dentro das empresas; várias delas.

O mercado brasileiro está em processo de evolução em Inteligência de Negócios (ou Inteligência Empresarial).

Nesse sentido, é natural haver estágios de evolução e graus de maturidade diferentes entre as empresas. No Brasil, as mais evoluídas já contam com equipes próprias para identificar e até mesmo criar oportunidades de negócios, utilizando técnicas como cenários analíticos e prospectivos.

Independente do grau de maturidade em que se encontra uma empresa em Inteligência de Negócios (ou Inteligência Empresarial), o importante é a área não focar apenas em ações imediatistas, de curto prazo e colocar na prática o conhecimento adquirido, contribuindo com os tomadores de decisão.

As empresas no Brasil estão bem melhores do que dez anos atrás quando se fazia um trabalho de Inteligência parecido com o de planejamento estratégico ou plano de marketing.

Houve uma profissionalização do trabalho de Inteligência de Negócios (ou Inteligência Empresarial) e uma estruturação das áreas de Inteligência Competitiva e *Business Intelligence* dentro das empresas com equipes próprias, principalmente, nos últimos 6 anos.

Nos próximos artigos, vamos entender o que são Redes de Valor, como funciona a Metodologia REVIE, quais são os benefícios e as principais razões para se construir uma Rede de Valor para Inteligência Empresarial (REVIE) aliada às táticas de guerrilha.



Para as empresas interessadas em conhecer como funciona o Método REVIE e/ou participar de estudos de caso, entrar em contato revie@revie.com.br

Referências Bibliográficas

- ALBRECHT, K. **Um Modelo de Inteligência Organizacional**. HSM Management 44, maio-junho, 2004.

- CAVALCANTI, E. P. **Inteligência Empresarial e o Sucesso nos Negócios**. Artigo apresentado e publicado no ENANPAD 2004. XXVIII Encontro da ANPAD. 2004. Disponível em:
<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/FDD1B17625E930FB83256F80004FC5BE/\\$File/NT000A2EBE.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/FDD1B17625E930FB83256F80004FC5BE/$File/NT000A2EBE.pdf) >. Acesso em: 04/2009.

- MCMASTER, M. D. **The Intelligence Advantage** : organizing for complexity. NEWTON, MA : Butterworth-Heinemann, 1996.

- REZENDE, D. A.; ABREU, A. F. **Tecnologia da Informação Aplicada a Sistemas de Informação Empresariais**: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas. 4 ed. São Paulo : Atlas, 2006.

- TEIXEIRA, D. R. **Rede de Valor para Inteligência Empresarial**. Revista da ESPM, vol. 16, Edição nº 1, pg. 80-90, janeiro/fevereiro 2009.

- TEIXEIRA, D. R. **As Faces da Inteligência** : como direcionar a sua organização e definir o perfil profissional. 2007. Disponível em:
www.revie.com.br



- TEIXEIRA, D. R. **As Inteligências: arsenal de competitividade e conhecimento para vencer a guerrilha empresarial**. 2008. Disponível em: www.revie.com.br

- TYSON, K. W. M. **Business Intelligence: putting it all together**. LEP, 1988.

Daniela Ramos Teixeira é diretora da REVIE Inteligência Empresarial, empresa de consultoria e tecnologia em Inteligência Empresarial e Inteligência Competitiva. www.revie.com.br

REVIE Inteligência no Twitter: <http://twitter.com/reviebrasil>

Fonte:

www.revie.com.br

www.metaanalise.com.br

www.mbi.com.br