

Editorial

É com prazer que lhes apresento o número 1 do volume 5 de 2015. Nesta edição o primeiro artigo a ser aprovado foi da autora Vanessa Caroline Lazaro Silva e do autor Leonardo Augusto Amaral Terra **“Business intelligence como fator decisivo na competitividade empresarial: uma análise a partir de multicaseos” onde apresentam um estudo**, que analisam como o BI influencia na estratégia e no processo de tomada de decisão as empresas de grande porte, através de métodos qualitativos, utilizando-se de entrevistas estruturadas para realização de estudo dos casos analisados. Esse estudo permite enxergar que o BI está diretamente ligado aos processos de tomada de decisão e pode proporcionar informações estruturadas sobre os processos e as situações em que as empresas se encontram, organizando assim de maneira coerente e coesa um bom posicionamento estratégico.

O segundo artigo apresenta um estudo através da abordagem de *coaching* de vida realizado no setor de notas fiscais de uma empresa da serra gaúcha, visando o desenvolvimento interpessoal de seus colaboradores. Para tanto, foi aplicado um questionário condizente com a realidade organizacional, identificando as necessidades dos funcionários e propondo melhorias nos aspectos carentes do *coachee*. Com base em estudos do modelo de Wilber e na metodologia GROW, é proposto um método de *coaching* adequado com o título **“Coaching de vida: autodesenvolvimento voltado à satisfação”**. Foi escrito por Thiago Paese Savaris, Priscila Bresolin Tisott, Daniele Nespolo, Jane Rech.

O terceiro artigo **“Avaliação do potencial estratégico do software de assessoria educacional em função dos critérios da visão baseada em recursos”** dos autores: Carolina de Sousa Martins Melo, Marcelo Hugo de Medeiros Bezerra, Josué Vitor de Medeiros Júnior, Dennys de Azambuja Elali analisa a vantagem competitiva gerada por um *software* interno de gestão organizacional para uma empresa que realiza assessoria educacional por todo o nordeste do Brasil e tem sua sede em Natal no Rio Grande do Norte. Para realizar tal atividade a coleta dos dados foi realizada através de um questionário com perguntas abertas dirigidas aos sócios diretores da empresa, seguido de uma entrevista para maiores esclarecimentos de dúvidas. Trata-se de uma pesquisa exploratória descritiva, com abordagem qualitativa, através do método estudo de caso. Os resultados demonstraram que o *software* gera vantagem competitiva a empresa, porém essa não é sustentável devido a sua fácil imitabilidade.

Por sua vez, a autora Paula Assis Barbosa em seu artigo **“Inteligência compartilhada: uma análise entre inteligência competitiva e estratégias de comunicação”** vem identificar e examinar como a área de inteligência competitiva pode auxiliar nas múltiplas áreas estratégicas da empresa, utilizando a comunicação para compartilhar conhecimento. O artigo está estruturado em três partes, sendo a primeira uma introdução sobre o tema escolhido, contextualizando o leitor ao objeto de estudo e sua justificativa. A segunda parte é dedicada a revisão do referencial teórico disponível, levando em consideração literaturas relevantes ao tema, com foco específico em sistematizar o conhecimento científico disponível sobre o conceito de inteligência competitiva e sobre comunicação, abordando rapidamente o conceito de cultura organizacional. Na terceira parte são pontuadas as considerações finais, onde conclui-se que a literatura indica que a hipótese deste estudo se comprova: comunicar o conhecimento de forma efetiva entre as diversas áreas da empresa pode refletir na assertividade das estratégias e aumentar sua competitividade no mercado.

Muito Obrigado uma vez mais aos que nos apoiam com seus estudos.
Boa leitura.

Prof. Dr. Alfredo Passos
Editor Chefe

¹ Alfredo Passos. Editor Chefe. Revista Inteligência Competitiva. E-mail: profdrpassos@gmail.com