

## Editorial

Este número especial da Revista Inteligência Competitiva apresenta diferentes abordagens sobre Estratégia e suas interfaces com Gestão de Pessoas, Marketing, Liderança e Inteligência Competitiva. Este número é constituído por 5 textos de discentes e seus respectivos coautores (orientadores) das Pós-Graduações (Lato-Sensu) da Faculdade Católica Paulista, especificamente os cursos de Administração Estratégica de Marketing e Gestão Estratégica de Pessoas. Além dos discentes e seus coautores foi convidado um dos docentes da pós-graduação para compor este número.

Conceitos e definições sobre estratégia e suas relações são apresentados em diferentes textos, de maneira a propiciar uma visão geral sobre o estado da arte desta temática. As concepções, percepções e visões dos especialistas bem como aplicam a estratégia em múltiplos contextos são resultantes das diferentes disciplinas em que os discentes participaram na pós-graduação e por fim, com orientações de docentes das pós-graduações construíram os textos de conclusão dos cursos.

A estratégia voltada para gestão de pessoas foi abordada em dois textos, o primeiro abordando a temática em equipes de alta performance, enquanto que no segundo texto, abordou a liderança enquanto processo, bem como o mesmo atua de maneira estratégica na construção de vantagem competitiva e novos conhecimentos.

O uso da informação e do processo de inteligência competitiva enquanto componente estratégico foi abordado em 3 textos. Sendo assim, um desses textos abordou o uso dos games como ferramentas de busca e monitoramento informacional, realizando uma análise sobre o Pokémon Go a fim de identificar como o game atua estrategicamente na prospecção e busca de inteligência.

A estratégia no agronegócio foi abordada nos outros dois textos construídos por discentes e seus coautores (orientadores). As temáticas foram abordadas possuindo como enfoque dois diferentes componentes, sendo um dos artigos abordando a informação enquanto insumo estratégico para o agronegócio, enquanto que o outro artigo o processo de inteligência competitiva como estratégia de Marketing no agronegócio.

Por fim, encontra-se o artigo do docente convidado que contribuiu para essa edição da revista. O trabalho abordou nos comportamentos de consumo e o lado oculto do

## **Editorial**

consumidor, realizando assim uma investigação do estado da arte da pesquisa acadêmica brasileira.

Boa Leitura.

Prof. Dr. Carlos F. Bitencourt Jorge e Prof. Dr. Alfredo Passos