

## Editorial

Alfredo Passos<sup>1</sup>

É com prazer que lhes apresento o número 1 do volume 4 de 2014. Nesta edição foram o primeiro artigo a ser aprovado foi o dos autores Lucas Silvestre de Carvalho, Fabio Antonialli, Rodrigo Marçal Gandia e Tonny Kerley de Alencar Rodrigues com o título **Licitação da estratégia do oceano azul em uma empresa de tecnologia da informação no agronegócio: o caso tbit** onde aborda um estudo de caso realizado em uma empresa do setor de tecnologia da informação voltada para soluções no agronegócio que aplicou-se a estratégia do oceano azul nos processos de marketing e comercialização dos produtos da empresa. A metodologia se caracterizou como um estudo de caso realizado a partir de uma pesquisa descritiva, aonde entrevistas individuais com os gestores da empresa e análise documental foram utilizados como coleta de dados. Nosso segundo artigo vem com o título **Big data: o novo desafio para gestão da autora** Priscila Nesello e Ana Cristina Fachinelli – elas estudam o fenômeno definido como *big data*. Este fenômeno se refere a terceira época da era da informação e difere das outras épocas pois atualmente a análise pode ser realizada com dados em sua forma original, não estruturada, aumentando os níveis de previsibilidade de diferentes eventos. Nesta edição temos a publicação inédita de um relato de pesquisa totalmente em inglês do autor Francisco Carlos Paletta intitulada *Competitive intelligence - challenges and trends in Brazil* que vem delineando a evolução da prática da inteligência no Brasil e por fim o autor Renato de Almeida Vieira e Silva vem trazer um estudo sobre o título **Natura na França - uma abordagem mercadológica e intercultural**, esse estudo tem por objetivo analisar o processo de expansão da Natura em mercados internacionais, especialmente na França, e mostrar as etapas, as oportunidades e os desafios mercadológicos, culturais, empresariais e estratégicos para a marca e seus produtos, em região de alta maturidade de consumo, grande tradição e sede de referências mundiais de sucesso na área de cosméticos e cuidados pessoais. O autor Francisco Jaime Quesado colabora com sua opinião sobre IC apresentou uma excelente visão sobre o papel que a “inteligência colectiva” tem nas organizações do futuro.

Agradeço e parablenizo aos autores que gentilmente se dispuseram a publicar seu material de estudo nesta revista e que sempre estão disposto a estudarem e a irem a fundo nesta disciplina.

Boa leitura para todos.

Editor Chefe

---

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

# Revista Inteligência Competitiva

Alfredo Passos

Alfredo Passos