



Internacionalização - fundamentos (F@D) - Formação à Distância

0344 – Cooperação, parcerias e redes (25h)



Formador: José Júnior

Chaves, 2023



Compromisso organizacional

- “A gestão do compromisso organizacional não é condição suficiente, mas é condição necessária às organizações que pretendem obter vantagem competitiva sustentável em longo prazo, com base na gestão de pessoas, num mercado globalizado”.
- Este conceito tem tendência a evoluir e aumentar a sua relevância.

Compromisso organizacional

- Está intimamente ligado com o desenvolvimento das organizações e da sociedade.
- Força estabilizadora ou facilitadora que dá direção ao comportamento da organização.
- Ligação das pessoas aos seus atos.

Cooperação organizacional

- Solidariedade.
- Coordenação.
- Interdependência.
- Colaboração.
- Cooperação humana – origem nas ciências políticas e economia.

Cooperação organizacional

- “esforços individuais colocados em uso para alcance de objetivos mútuos ou compartilhados, portanto coletivos”.

Por exemplo, numa equipa desportiva, os jogadores deparam-se várias vezes com situações em que têm de abdicar dos seus interesses pessoais, em prol dos interesses da equipa.

Cooperação organizacional

- Ação ou padrão de ações intencionais orientadas ao alcance de um propósito\objetivo coletivo, que ocorre dentro de um sistema social organizado.
- Forma de suporte social associada à ideia de trabalho em equipa.
- Contribuição e esforço por parte de cada indivíduo/organização não só para o sucesso das tarefas organizacionais, bem como pela forma que os colegas se apoiam mutuamente.

Cooperação organizacional

- Processo inerente à tarefa atribuída, caracterizada como uma forma de trabalhar e agir em conjunto.
- *“Cooperar é atuar junto, de forma coordenada, no trabalho ou nas relações sociais, para atingir metas comuns. As pessoas cooperam pelo prazer de repartir atividades ou para obter benefícios mútuos”.*

Cooperação organizacional

- Surge com o propósito de desenvolver e evoluir uma empresa ou organização através das inovações incluídas na estrutura e atividade da organização.
- Carece de uma análise cuidada da estrutura de cada uma das empresas/organizações envolvidas.
- As relações deverão ser flexíveis e adaptáveis, no sentido em que as organizações deverão não interferir nos objetivos específicos/individuais.

Cooperação organizacional

- União de esforços e competências para alcançar objetivos comuns.
- “Uma mão lava a outra, e as duas lavam o rosto”.
- “Juntos somos mais fortes”.
- “A união faz a força”.
- “E pluribus unum”.

Cooperação organizacional

Deverá existir entre os parceiros:

- Troca e/ou partilha de conhecimentos e “know-how”;
- Co-desenvolvimento de ideias (produtos, serviços e tecnologias, usadas ou a desenvolver”;
- Objetivos comuns definidos num plano estratégico;
- *Vantagens para ambas as partes;*
- *Crescimento económico sustentável no âmbito da parceria;*
- *Satisfação dos clientes de cada um dos lados da parceria firmada.*

Cooperação organizacional

Pontos críticos a ter em conta:

- Objetivos das diferentes organizações/entidades;
- Não existir conflito de interesses;
- Análise geral (mercado, público-alvo, ambiente externo);
- Análise específica/individual (análise interna, pontos fortes, pontos fracos);
- Consolidação da empresa no mercado através de uma união fortificantes entre as empresas;

Cooperação organizacional

Pontos críticos a ter em conta:

- Para uma boa análise de cada uma das entidades que deverão cooperar em prol de um bem comum:
 - **Análise SWOT em conjunto;**
 - **Planeamento estratégico comum.**

Cooperação organizacional

Análise SWOT

	Fatores positivos	Fatores negativos
Fatores internos	S Strengths (força)	W Weaknesses (fraquezas)
Fatores externos	O Opportunities (oportunidades)	T Threats (ameaças)

Cooperação organizacional

Análise SWOT

Ambiente Interno	Forças <ul style="list-style-type: none">• Atributos únicos do negócio;• Leva em direção aos objetivos.	Fraquezas <ul style="list-style-type: none">• O que a empresa não faz bem e poderia ser melhor;• Afasta dos objetivos.
Ambiente Externo	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Disponível no mercado;• Não explorado nem pela empresa e nem pelos concorrentes;• Alinhado à visão e estratégia.	Ameaças <ul style="list-style-type: none">• Potencial em prejudicar a performance do negócio;• Político, Social, Econômico ou tecnológico.

Cooperação organizacional

Análise SWOT

- Fundamental após o diagnóstico.
- Sintetiza a informação e facilita a compreensão.
- Relaciona os pontos fortes e fracos da situação interna da empresa com as oportunidades e ameaças do mercado e da concorrência.

Cooperação organizacional

Análise SWOT - Análise das oportunidades

- Oportunidade de marketing é uma área de ação de mercado.
- A empresa disfruta de uma vantagem diferencial no mercado e sobre a concorrência.
- Questão-chave: a nossa empresa pode fazer mais por esta oportunidade que os nossos concorrentes?

Cooperação organizacional

Análise SWOT - Análise das oportunidades

Hipóteses a considerar:

- 1** - Toda a oportunidade ambiental tem algum requisito para o sucesso;
- 2** - A empresa tem características especiais;
- 3** - A empresa provavelmente aproveita a oportunidade ambiental se as suas características satisfizerem a necessidade que surge de uma forma mais eficaz que a concorrência.

Há oportunidades desde que haja necessidades insatisfeitas

Cooperação organizacional

Análise SWOT - Oportunidades

- O mercado mostra interesse num determinado tipo de produto que a empresa não tem, mas que possui capacidade para o produzir.
- Existem parceiros no mercado dispostos a distribuir e comunicar o nosso produto (e obviamente também parceiros na produção).
- Existem clientes dispostos a consumir o nosso produto e aumentar o consumo se houver desconto.

Cooperação organizacional

Análise SWOT – Ameaças

- A concorrência está a lançar produto semelhante, mesma qualidade e preço mais baixo.
- Os consumidores compram onde a nossa empresa tem pouco poder de distribuição.
- A concorrência antecipa-se com forte campanha publicitária.

Cooperação organizacional

Análise SWOT – Pontos fortes

- A empresa possui uma marca forte e imagem de qualidade.
- Revendedores preparados para venda.
- “Sítio”/ protagonistas preparados para fazer publicidade –parceiros.
- Excelente rede de assistência técnica e feedback dos consumidores.

Cooperação organizacional

Análise SWOT – Pontos fracos

- O produto da concorrência tem qualidade superior.
- Concorrência está a investir forte em promoção.
- O produto não está bem posicionado no mercado comparando com os demais.

Cooperação organizacional

Após análises e considerações dos respectivos parceiros pré-definidos, definições de objetivos comuns e elaboração de um potencial plano estratégico (previsto previamente no plano estratégico da organização), deverá ser confirmada a cooperação e a seleção do parceiro.

Organizações deverão pois **complementar-se.**

