



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

## *0344 – Cooperação, parcerias e redes (25h)*



*Formador: José Júnior*

*Chaves, 2023*



# Notas prévias sobre as Organizações/Empresas

O ambiente organizacional é cada vez mais complexo.

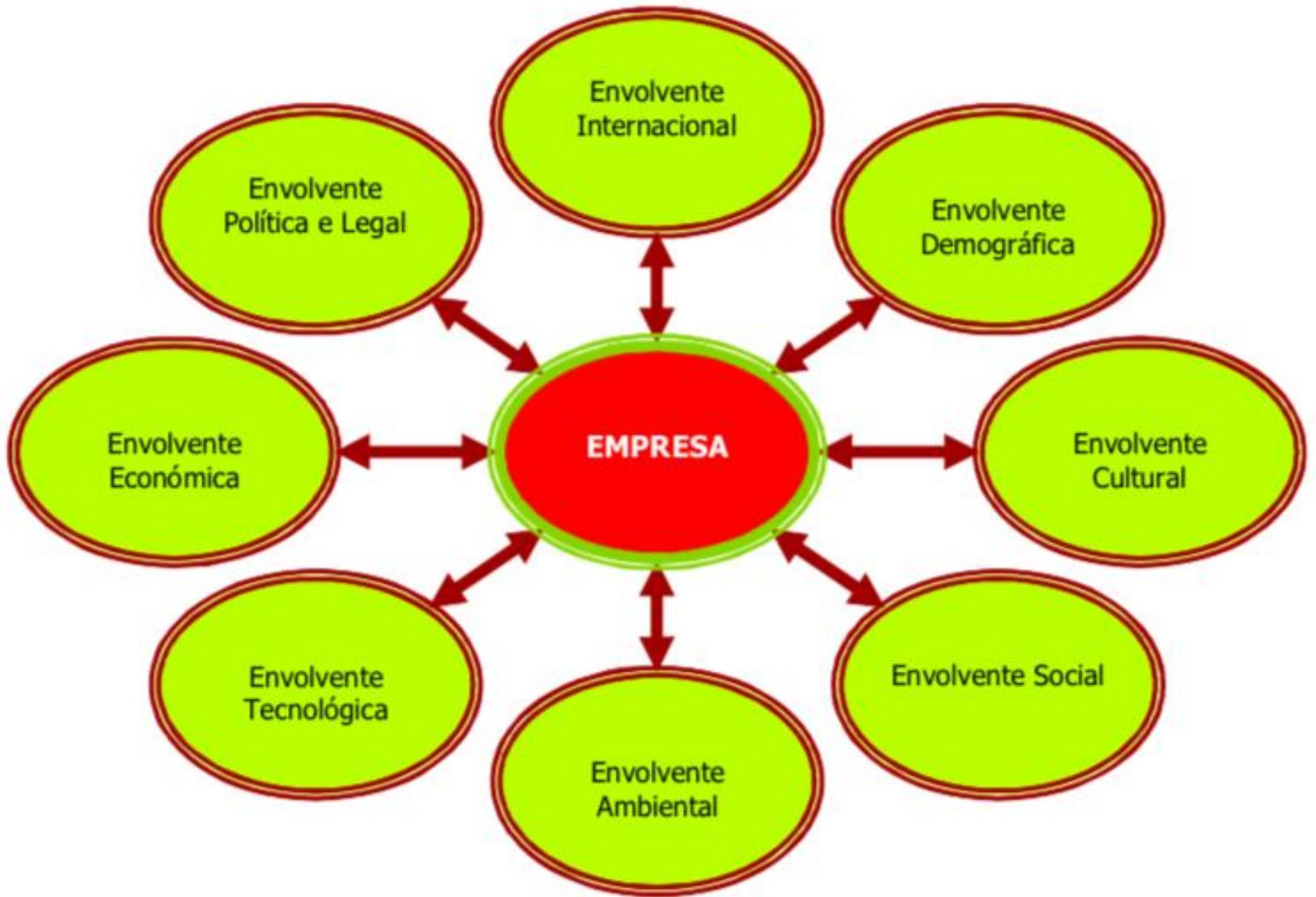
A elevada competição, as preocupações ambientais, as mudanças de legislação e de impostos, a situação política nacional e mundial, a incerteza económica (elevada concorrência) e outros assuntos semelhantes estão a criar novos requisitos a qualquer trabalhador.

# ANÁLISE DO MEIO ENVOLVENTE DE UM EMPRESA

A análise do meio envolvente descreve e analisa o ambiente em que a empresa vai operar.

## Objetivo:

- identificar os **elementos que podem afetar as operações da empresa**, afetem ou não outras empresas a operar no mesmo setor de atividade.
- Assim, quando fazemos a análise do ambiente devemos estar a pensar nos diversos fatores ambientais.



## **Elementos do meio envolvente:**

### **Demográficos:**

evolução da taxa de crescimento populacional, distribuição etária, distribuição por género, categorias socioprofissional, níveis de formação...

### **Culturais:**

evolução dos valores e normas dominantes, nos estilos de vida, nas atitudes a respeito do trabalho, nas crenças e práticas religiosas, etc.

## **Sociais:**

evolução e repartição dos rendimentos, ocorrência de instabilidade por virtude de confrontos sociais e laborais, hábitos e costumes, etc.

## **Ambientais:**

evolução da legislação e preocupação da população com a proteção, preservação e conservação do ambiente natural.

## **Tecnológicas:**

evolução dos conhecimentos científicos, investigação científica e técnica, desenvolvimentos tecnológicos, difusão nacional e internacional das inovações e tecnologias.

## **Económicas:**

evolução das estruturas produtivas e distribuição, da conjuntura geral e sectorial, do consumo, dos investimentos, do nível de emprego, dos preços, da facilidade de obtenção de crédito, da despesa pública, etc.

## **Políticas:**

incidência das políticas económicas, política externa, a atitude perante a empresa privada.

## **Legais (jurídicas e regulatórias):**

enquadramento jurídico da atividade da empresa, a existência de legislação que interfere positiva ou negativamente com o setor de atividade, aspetos específicos da regulamentação do trabalho e da concorrência.

## **Relações Internacionais:**

particularmente importantes para empresas que dependam mais fortemente de importações e exportações ou da prestação de serviços a clientes multinacionais ou estrangeiros.

É importante analisar a estabilidade económica e política dos países onde pretendemos operar e potenciais riscos derivados de políticas protecionistas.

## Estratégia empresarial

A **Análise estratégica** é o primeiro estudo que um gestor/responsável empresarial deve realizar.

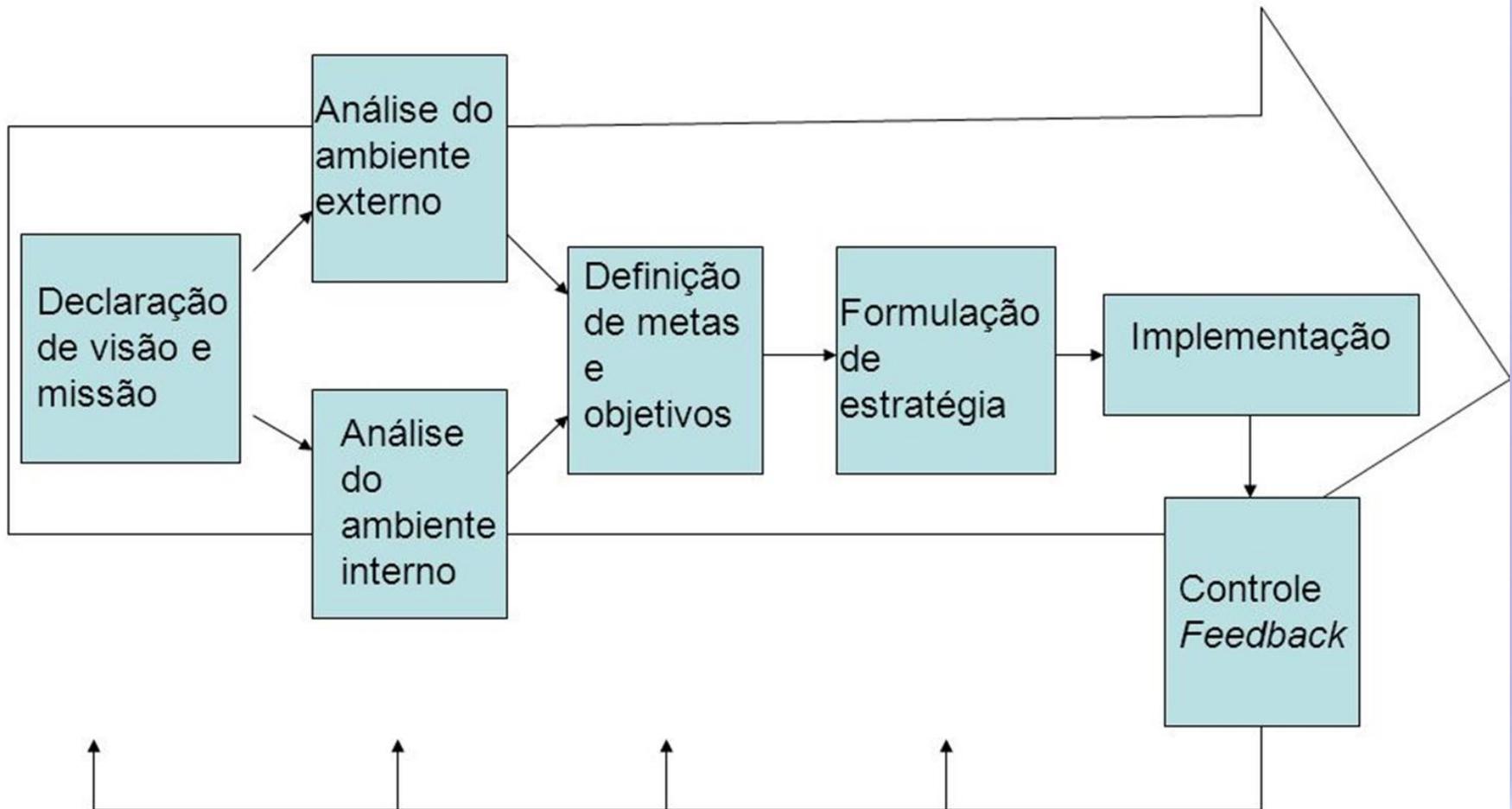
Na **formulação estratégica**, cumpre definir a cultura organizacional, a visão, a missão da empresa e os objetivos a alcançar.

No **plano estratégico** deve envolver todas as pessoas da empresa, existir uma boa comunicação e um compromisso forte de todos.

O **planeamento estratégico** consiste na elaboração, o desenvolvimento e a implementação de **vários planos operacionais** por parte das empresas ou organizações, com vista a alcançar objetivos traçados. Está associado aos resultados de **médio e longo prazo**.

O **plano operacional** é o acompanhamento que visa gerar **resultados a curto prazo** e descreve as tarefas a serem realizadas pelos colaboradores, indispensáveis para o alcance dos objetivos da empresa.

# Fases do Planejamento Estratégico



Fonte: Kotler (apud EMMERICK; PEREIRA, 2007, p.51)

## Vantagens do planeamento:

- Ajuda a empresa a definir prioridades e a otimizar o orçamento;
- Possibilita promover ações mais eficazes, com melhores resultados pelos menores custos;
- Comunica ao público interno sobre os rumos que o negócio pretende tomar;
- Comunica ao público externo que há compromisso em solucionar suas necessidades;

## Vantagens do planeamento:

- Permite tomar decisões de forma antecipada;
- É um instrumento de gestão de erros, já que a reação a eles também deve estar prevista no plano;
- Gera resultados no longo prazo, o que torna a estratégia sustentável.

# Exemplo da estrutura de um planeamento estratégico de Marketing:

## 1ª ETAPA: PLANEAMENTO



