



**UFCD: 8018**

## **GESTÃO E COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL**

Formadora: Elisa Cunha

REPÚBLICA  
PORTUGUESA

ALGARVE

PORTUGAL  
2020

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

UNIVERSIDADE  
DE ALGARVE

### **OBJETIVOS**

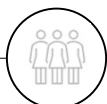
- Reconhecer a importância da cultura nas práticas de gestão e na atividade de comércio internacional.
- Analisar as consequências que as diferenças culturais causam ao nível da comunicação e gestão num ambiente multicultural.
- Gerir a comunicação e o relacionamento intercultural de uma forma eficaz num contexto de negócios multicultural.



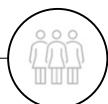
## TEMAS RECORRENTES VINCULADAS À MOBILIDADE INTERNACIONAL



Processos de recrutamento e seleção para a expatriação (Emigração)



Transferência Internacional



Treino intercultural



Problemas de adaptação

3

## TEMAS RECORRENTES VINCULADAS À MOBILIDADE INTERNACIONAL



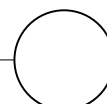
Formas de ajuste intercultural



Trabalho com equipas multiculturais



Repatriação



4

# 1 - GLOBALIZAÇÃO E GESTÃO

- *“E a verdade elementar da globalização é esta: ninguém manda... todos queremos acreditar que alguém governa e é responsável. Mas o mercado global hoje em dia é uma Manada Eletrónica de gado frequentemente anónimo, de negociantes de acordos e divisas e investidores multinacionais, ligados por ecrãs e redes de trabalho.”*

• *Thomas Friedman (1999)*

## 1.1 - TENDÊNCIAS DO NOSSO TEMPO

- **Novos atores** — Sociedades multinacionais produzem e comercializam de forma integrada, denominando a produção mundial (ex; União Europeia, Acordo Norte Americano de comércio livre, ...)

- **Novos mercados**

**Crescimento de desenvolvimento de mercados** à escala mundial no domínio dos serviços (banca, seguros, auditoras, consultoras, distribuição);

**Novos mercados financeiros** (desregulamentados, interligados mundialmente), funcionando 24h por dia, com ação à distancia em tempo real;

**Desregulamento e dismantelamento** de leis antimonopolistas e de monopólios estatais e ainda uma onda de fusões e aquisições, mercados e marcas mundiais.

## 1.1 TENDÊNCIAS DO NOSSO TEMPO

- **Novas regras e normas** – políticas económicas de mercado com maior privatização e liberalização. A democracia é cada vez mais adotada; celebram-se convenções sobre questões ligadas ao ambiente global; e cordos multilaterais sobre o comércio, serviços (...) comprometendo e expondo como nunca os diferentes governos nacionais.
- **Novos instrumentos de Comunicação** – mais rápidos e mais baratos. Liga milhões de pessoas em simultâneo e 24h/dia. A vida das pessoas está ligada de forma mais profunda, mais intensa e mais direta. O enquadramento do mundo está a mudar em 3 sentidos: redução do espaço, do tempo e desaparecimento das fronteiras.

## 1.1 TENDÊNCIAS DO NOSSO TEMPO

### Mudanças nos paradigmas da Gestão

Em grupo, discutam e caracterizem as mudanças nos paradigmas de gestão de acordo com as tendências do nosso tempo.



## 1.1 TENDÊNCIAS DO NOSSO TEMPO

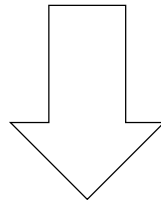
### Mudanças nos paradigmas da Gestão

- **Falência dos Paradigmas clássicos de Gestão**

- Passagem da especialização para a transversalidade traduzindo-se em aumento da flexibilidade;
- Passagem da centralização e unidade de comando para a descentralização;
- Passagem do paradigma de autocontrole para o heterocontrole.

## NOVO PARADIGMA: HETEROCONTROLO

- Novos centros de Poder
- Atribuição de responsabilidades de decisão a unidades autónomas



Necessidade de atuação Multidoméstica\*

\* Empresa que delega autonomia ao gestor de cada país permitindo-lhe atuar de forma independente, com responsabilidade e autonomia local. Os produtos e serviços são minuciosamente adaptados à necessidade de cada país.