

CAPÍTULO 8

**ESTRATÉGIA E
COORDENAÇÃO DAS
OPERAÇÕES
INTERNACIONAIS**

8.1

**A ESTRATÉGIA
INTERNACIONAL:
DIMENSÕES E DESAFIOS**

ESTRATÉGIA INTERNACIONAL

**UMA VISÃO DE CONJUNTO
DAS UNIDADES DISPERSAS
GEOGRAFICAMENTE,
DEFININDO ORIENTAÇÕES
DE ACTUAÇÃO**

DOIS GRANDES DESAFIOS

- Adaptação local
- Coordenação internacional

+

Crescente importância da
aprendizagem

8.2

**ORGANIZAÇÃO DAS
OPERAÇÕES
INTERNACIONAIS**

NOVAS ORIENTAÇÕES DE ORGANIZAÇÃO

- De uma colecção de unidades a uma lógica de rede integrada
- Do etnocentrismo e do policentrismo ao geocentrismo
- Da internacionalização à Gestão Internacional
- De subsidiárias passivas a subsidiárias ‘envolvidas’
- Da língua nacional a uma língua integradora
- Das carreiras nacionais às carreiras internacionais

8.3

MECANISMOS DE COORDENAÇÃO E CONTROLO

CONTROLO *VERSUS* COORDENAÇÃO

- ***Controlo***: Característico de lógicas hierárquicas
- ***Coordenação***: Formas de organização de actividades em ambiente de decisão partilhada

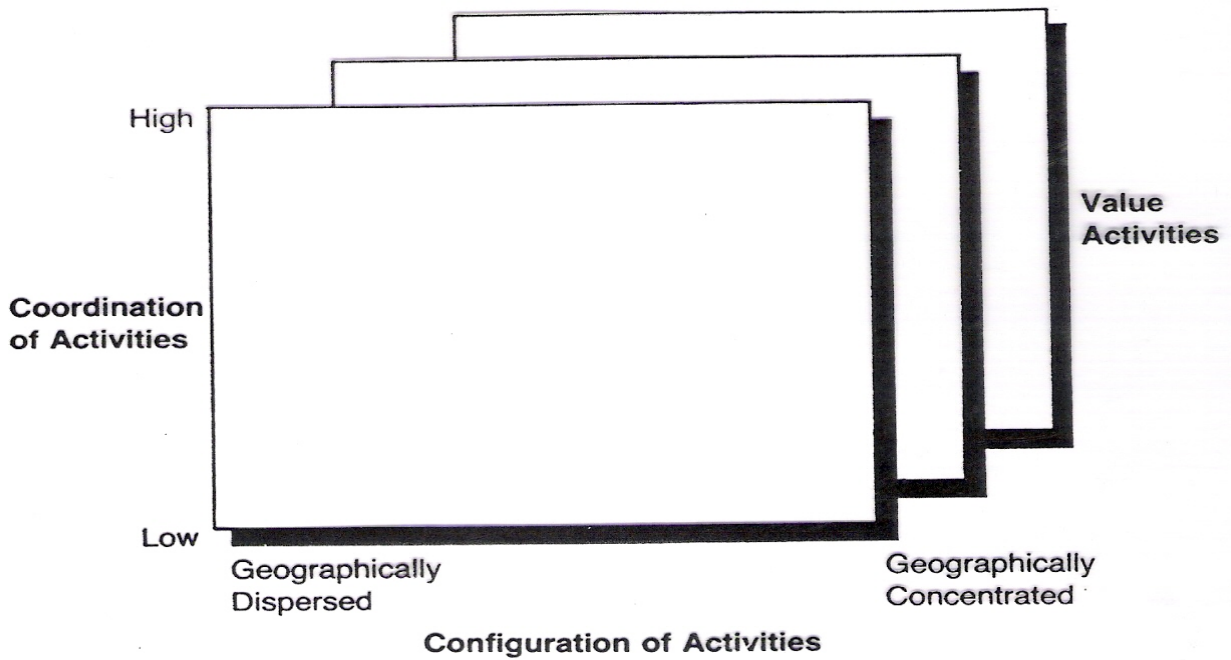
MECANISMOS DE COORDENAÇÃO E CONTROLO

- 1) ESTRUTURA DA ORGANIZAÇÃO
- 2) CENTRALIAÇÃO DAS DECISÕES
- 3) FORMALIZAÇÃO E NORMALIZAÇÃO
- 4) PLANEAMENTO
- 5) CONTROLO PELOS RESULTADOS
- 6) CONTROLO PESSOAL
- 7) RELAÇÕES LATERAIS
- 8) COMUNICAÇÃO INFORMAL
- 9) SOCIALIZAÇÃO, CRIAÇÃO E PARTILHA DE VALORES COMUNS

8.4 TIPOLOGIAS DE ESTRATÉGIAS INTERNACIONAIS

A PROPOSTA DE MICHAEL PORTER (1986)

The Dimensions of International Strategy

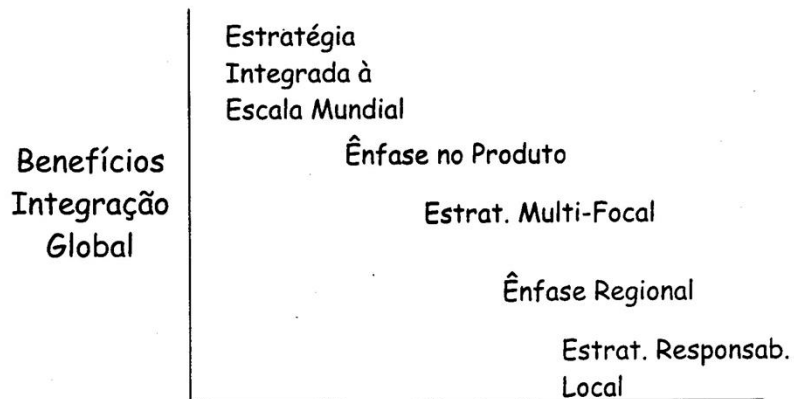


Types of International Strategy

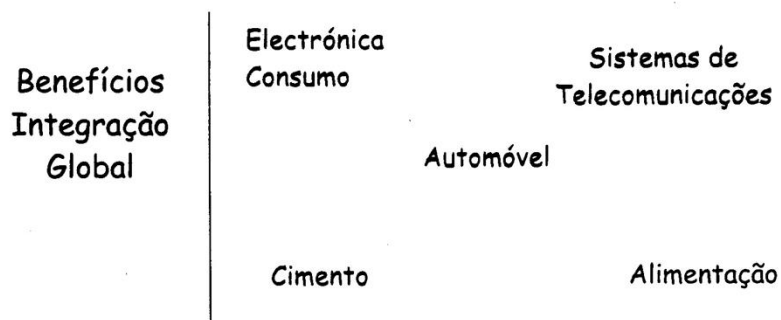
Coordination of Activities	High	High Foreign Investment with Extensive Coordination among Subsidiaries	Purest Global Strategy	Value Activities
	Low	Country-Centered Strategy by Multinationals with a Number of Domestic Firms Operating in Only One Country	Export-Based Strategy with Decentralized Marketing	
		Geographically Dispersed	Geographically Concentrated	

Configuration of Activities

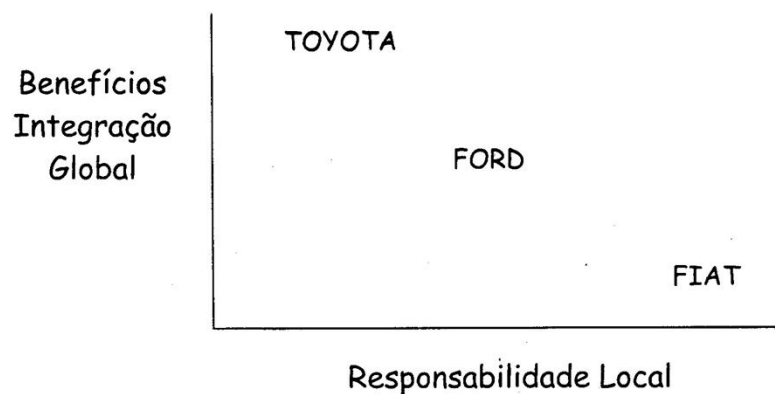
O MODELO DE PRAHALAD & DOZ



Responsabilidade Local



Responsabilidade Local



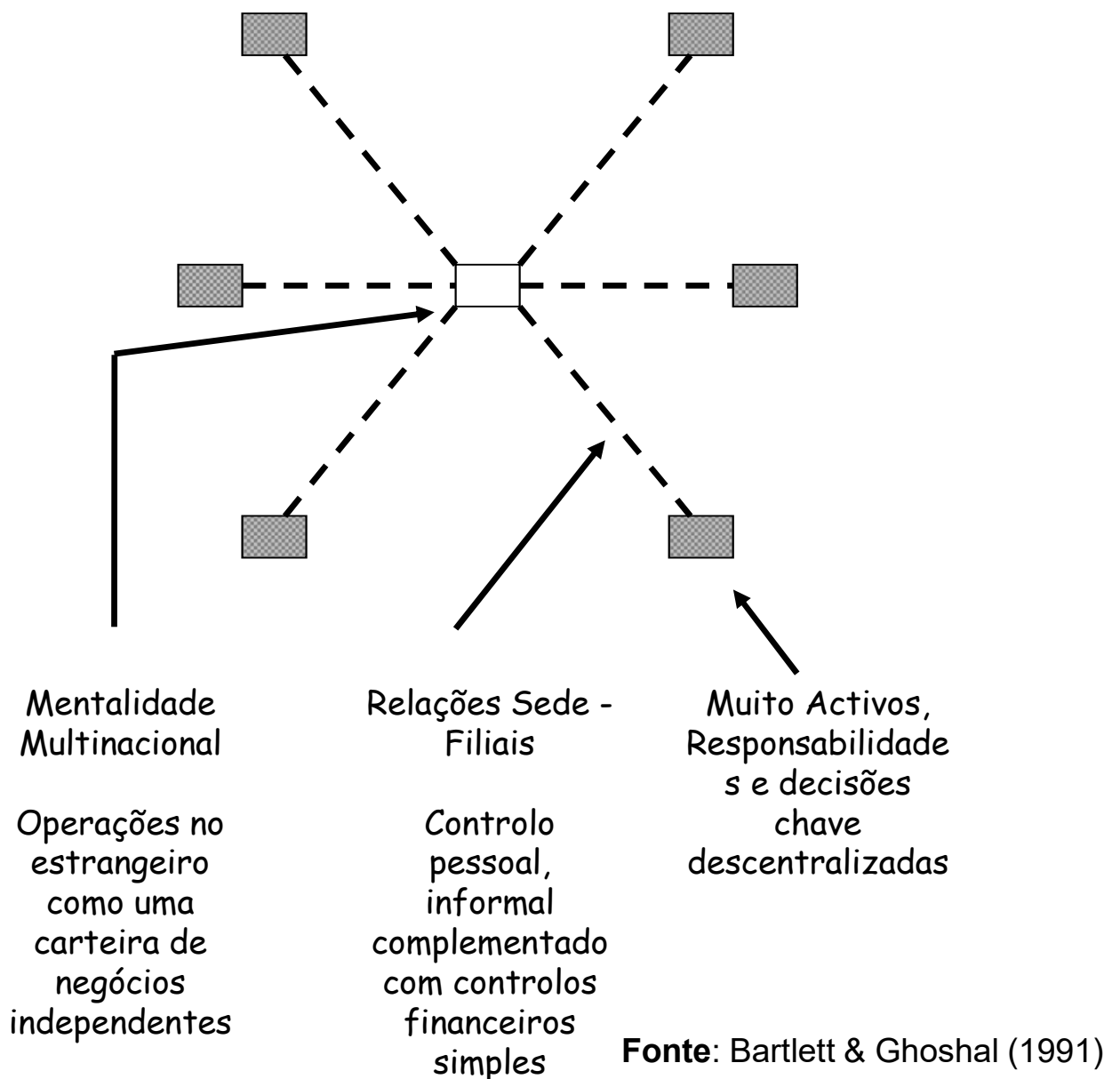
A PERSPECTIVA DE BARTLETT & GHOSHAL

3 TIPOS DE FORÇAS INFLUENCIANDO A ACTIVIDADE DAS EMNs

- ❖ **FORÇAS PARA A COORDENAÇÃO
GLOBAL**
- ❖ **FORÇAS DE DIFERENCIAÇÃO LOCAL**
- ❖ **FORÇAS PARA A INOVAÇÃO À
ESCALA MUNDIAL**

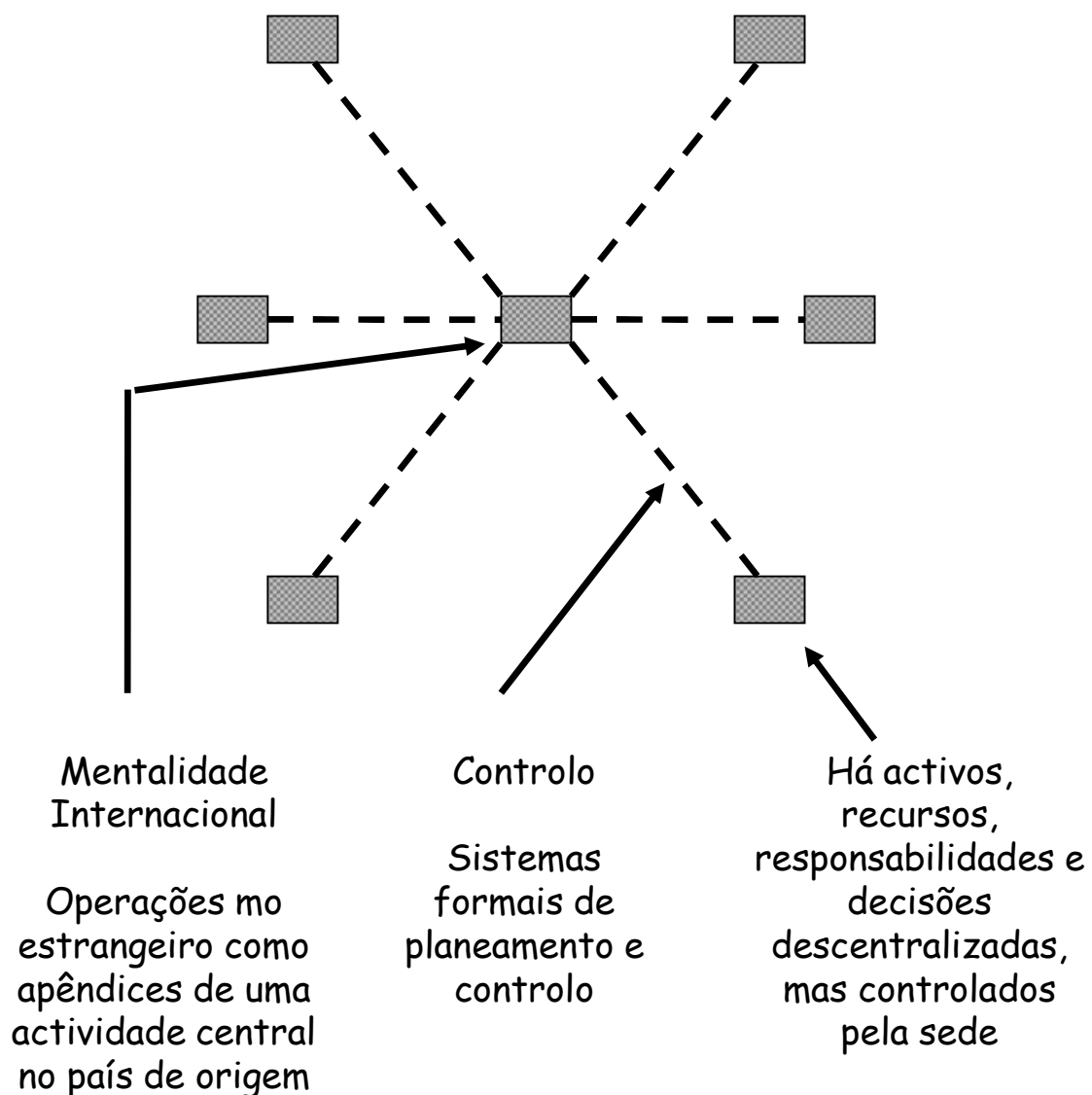
MODELO DE ORGANIZAÇÃO MULTINACIONAL

FEDERAÇÃO DESCENTRALIZADA



MODELO DE ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL

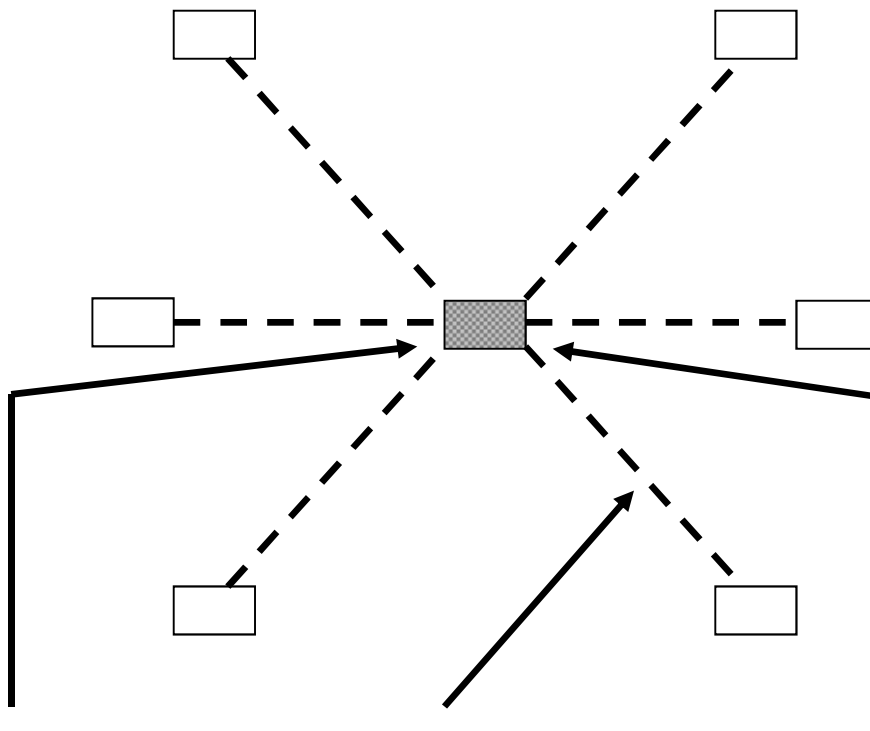
FEDERAÇÃO COORDENADA



Fonte: Bartlett & Ghoshal (1991)

MODELO DE ORGANIZAÇÃO GLOBAL

“CENTRO DA RODA”



Mentalidade
Global

Operações no
estrangeiro
encaradas como
canais de
distribuição
para um
mercado global
unificado

Controlo
Operacional

Forte controlo
central das
decisões,
recursos e
informação

A maioria dos
activos, recursos
responsabilidades
e decisões
estratégicas está
centralizada

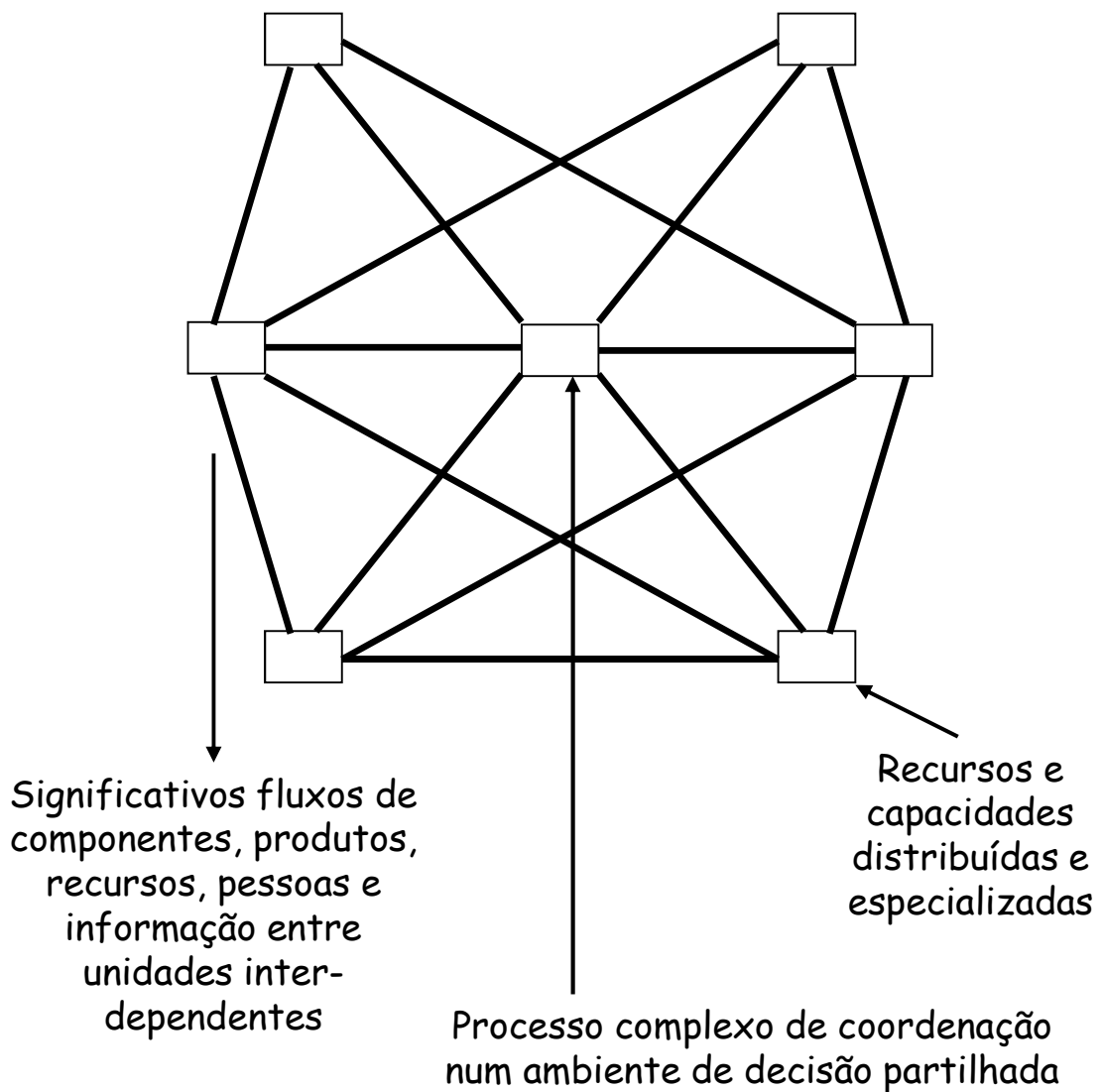
Fonte: Bartlett & Ghoshal (1991)

CARACTERÍSTICAS ORGANIZACIONAIS DOS TIPOS DE EMPRESA

<i>CARACTERÍSTICAS ORGANIZACIONAIS</i>	<i>INTERNACIONAL</i>	<i>MULTINACIONAL</i>	<i>GLOBAL</i>	<i>TRANSNACIONAL</i>
Configuração de activos e capacidades	Competências nucleares centralizadas (país de origem)	Descentralizada com alguma auto-suficiência das filiais	Centralizado, à escala global	Dispersa, interdependente e especializada
Papel das actividades internacionais	Adaptar e tirar partido das competências da casa-mãe	Identificar e explorar oportunidades locais	Implementação das estratégias definidas pela casa-mãe	Contribuições diferenciadas para operações integradas a nível mundial
Desenvolvimento e difusão do conhecimento	Conhecimento desenvolvido no centro e transferido para filiais	Conhecimento desenvolvido e retido em cada filial	Conhecimento desenvolvido e retido no centro	Conhecimento desenvolvido em conjunto e partilhado mundialmente

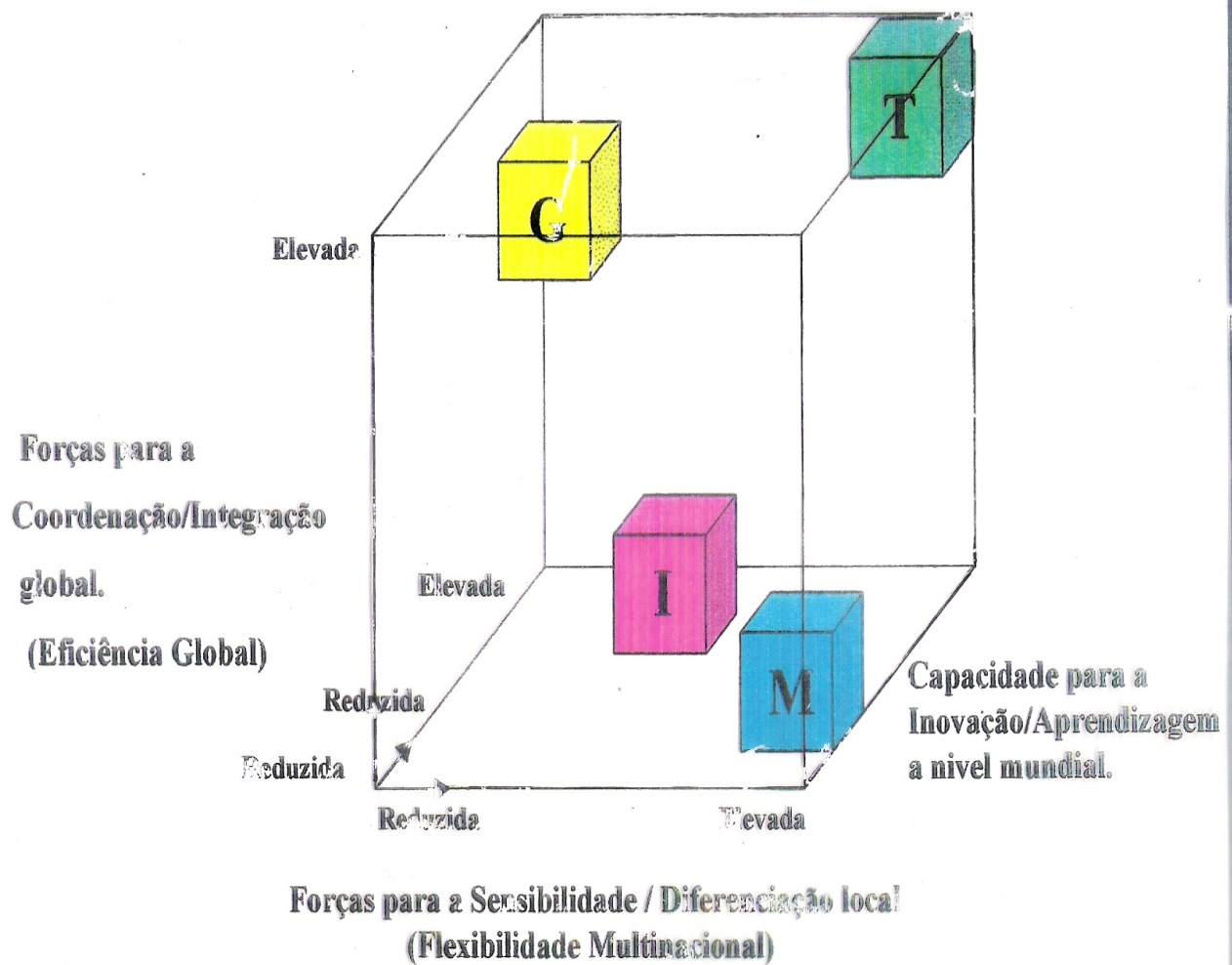
Fonte: Bartlett & Ghoshal (1991)

A “Rede Integrada”



Fonte: Bartlett & Ghoshal (1991)

O Cubo da Tipologia de Estratégias



Fonte: Elaboração conjunta de Jorge Silva Miranda e Vitor Corade Simões, com base em Bartlett e Ghoshal (1989)

PERSPECTIVAS SEMELHANTES À DE BARTLETT & GHOSHAL

- Gunnar Hedlund: A Empresa Heterárquica
- White & Poynter: A Empresa Horizontal

CHARACTERISTICS OF HETERARCHY

(HEDLUND , 1986 , 1990)

1. MULTIPLE , DIFFERENCIATED CENTERS
2. STRATEGIC ROLE OF SUBSIDIARIES
3. MULTIPLE ORGANIZATION FORMS ,
BETWEEN PURE MARKET AND HIERARCHY
4. NORMATIVE INTEGRATION
5. COALITIONS , EXTERNAL LINKAGES AND
ALLIANCES
6. RADICAL PROBLEM ORIENTATION , INSTEAD
OF STARTING FROM RESOURCES OR
POSITIONS
7. HOLOGRAPHIC ORGANIZATION
8. THE “ FIRM AS BRAIN ” INSTEAD OF “ THE
BRAIN OF THE FIRM ”
9. ACTION PROGRAMMES AND PROJECTS TO
GENERATE NEW SPECIFIC ADVANTAGES

THE HORIZONTAL CORPORATION

(WHITE & POYNTER , 1990)

* LATERAL DECISION PROCESSES

- PRODUCT FLOWS
- DEVELOPMENT AND FINE – TUNING OF PROGRAMMES
- SHARING INFORMATION AND KNOWLEDGE

* HORIZONTAL NETWORK

* DECISIONS BASED ON A COMMON SET OF VALUES AND BELIEFS

8.5

NOVAS PERSPECTIVAS DE ORGANIZAÇÃO À ESCALA MUNDIAL

**A RELEVÂNCIA CRESCENTE DA
CAPACIDADE DE CAPTAR E
INTEGRAR CONHECIMENTOS**

PAPEL DOS CENTROS DE EXCELÊNCIA

- **DESENVOLVIMENTO
CONHECIMENTOS**
- **INTEGRAÇÃO DE
CONHECIMENTOS**
- **INSERÇÃO NA REDE**

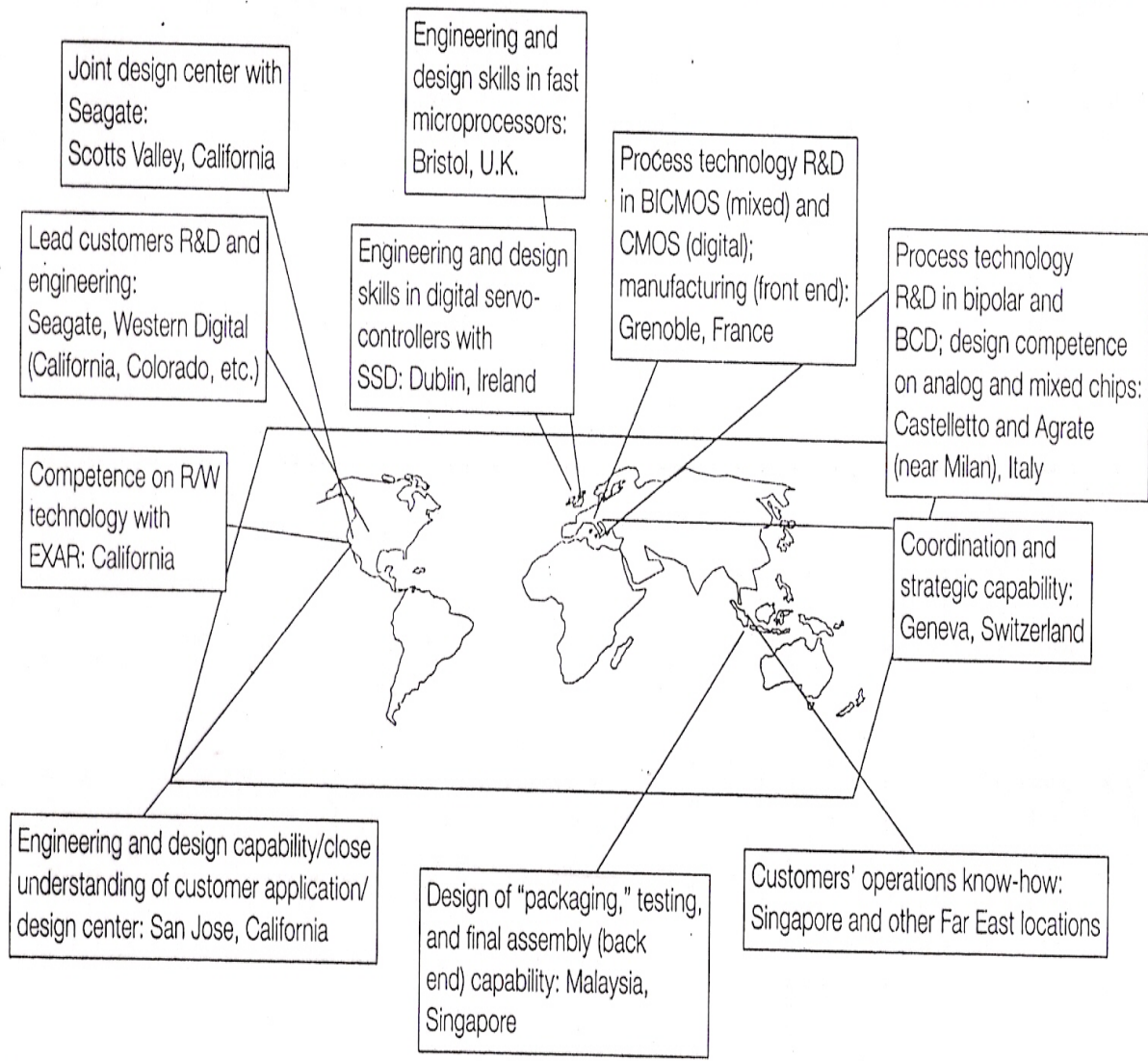
A EMPRESA METANACIONAL

(DOZ *ET ALLII*, 2002)

Table 3-2 Six Capabilities the Metanational Will Need to Build

Goal	Capabilities
<p>Sensing new knowledge faster and more effectively than competitors</p>	<p><i>Prospecting Capabilities:</i> The predisposition to prospecting for emerging pockets of innovative technology and new market needs. This prospecting capability allows companies to anticipate emerging hotbeds of relevant knowledge ahead of competitors.</p> <p><i>Accessing Capabilities:</i> The ability to “plug in” to innovative technology and new market needs through an established network of relationships with foreign customers, suppliers, distributors, universities, and technical institutes. This provides access to emerging pockets of relevant knowledge.</p>
<p>Mobilizing dispersed knowledge to innovate more creatively than competitors</p>	<p><i>Moving Capabilities:</i> An effective process for setting up “magnets” (such as projects undertaken to serve global customers or to build global product or service platforms) that can identify and move globally dispersed knowledge so that it can be marshaled for innovative problem-solving.</p> <p><i>Melding Capabilities:</i> A capability to meld knowledge about new technologies and novel customer needs from diverse sources into coherent innovation, overcoming the problems associated with melding complex knowledge and integrating it into solutions.</p>
<p>Operationalizing innovations more efficiently than competitors</p>	<p><i>Relaying Capabilities:</i> An ability to transfer newly created solutions, in usable form, into the day-to-day operations that underpin the supply chain.</p> <p><i>Leveraging Capabilities:</i> The capability to leverage innovations across global customer segments or applications and to assemble an efficient global supply chain by flexibly combining operational strength from different sites. These may either be established sites in an existing network of operations or sites operated by a partner.</p>

**Figure 1-2 Knowledge Dispersion Profile for
STMicroelectronics in HDD Electronics**



NOVAS TENDÊNCIAS NA GESTÃO INTERNACIONAL

- ❖ Um Mundo em transformação: um Mundo menos 'Ocidental'
- ❖ Sustentabilidade e Responsabilidade Social
- ❖ A 'Base da Pirâmide' conta
- ❖ Crescente diversidade étnica da Gestão
- ❖ Inserções locais e diversidade de *stakeholders*
- ❖ Empresas Plataforma
- ❖ O Mundo como espaço de aprendizagem