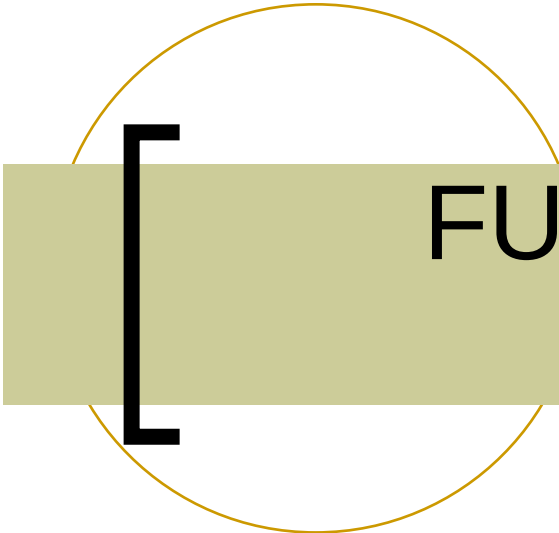




FUNDAMENTOS DE GESTÃO

2.POLÍTICAS FUNCIONAIS

2.1- GESTÃO FINANCEIRA (CONCEITO)

- Processo (constante) de obtenção de recursos financeiros (próprios ou alheios) que possibilitem à empresa atingir e manter o nível de actividade desejada.
- **Capital próprio**
- **Capital alheio**

PAPEL DO GESTOR FINANCEIRO

- **Regular** (curto, médio e longo prazo) o acesso da empresa aos recursos financeiros essenciais à sua actividade de forma a otimizar o custo em que a empresa irá incorrer pela utilização desses recursos.
- **Curto prazo** (gestão da tesouraria)
- **Médio e longo prazo** (definição e implementação da estratégia financeira)

OBJECTIVOS DA GESTÃO FINANCEIRA

■ Estabilidade

- Não afectação do ciclo produtivo por falta de *inputs*
- Assegurar a capacidade de desenvolvimento da empresa concretizada no seu esforço de investimento

■ Rendibilidade

- Minimização de custos
- Maximização dos proveitos

MEIO ENVOLVENTE DA GESTÃO FINANCEIRA

■ **Envolvente transaccional**

- Sócios da empresa
- Bancos
- Outras instituições financeiras
- Todos os agentes presentes nos mercados financeiros e de capitais

■ **Envolvente contextual**

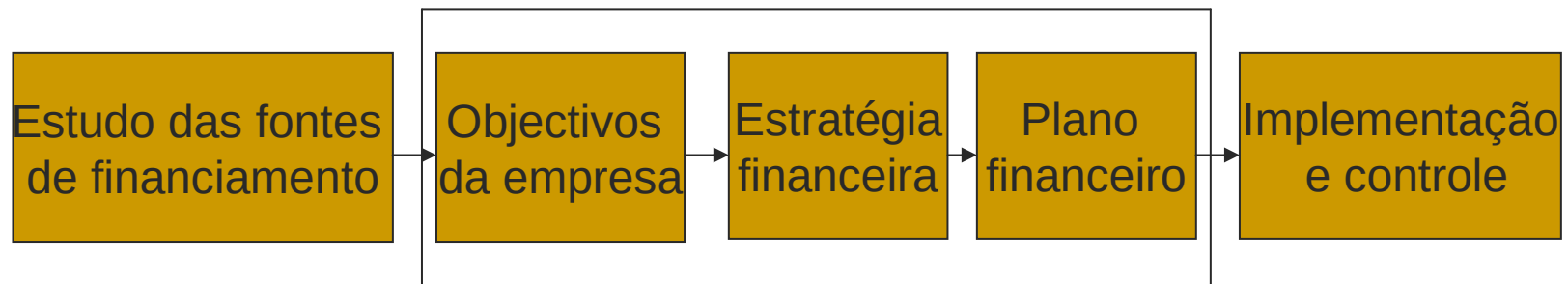
- Contexto económico (Estado, evolução da economia)
- Contexto legal (entre outros)

ESTRATÉGIA FINANCEIRA

Análise
de mercado

Planeamento de actividade

Controle



2.2-MARKETING (CONCEITO)

- Conjunto de actividades dirigidas à satisfação de desejos ou necessidades de pessoas, grupos sociais ou organizações através de um processo em que a empresa troca no mercado os seus produtos com essas entidades (*marketing*).
- Análise, planeamento, implementação e controlo de programas que visem obter e conservar mudanças desejadas em mercados previamente definidos com a finalidade de obter os objectivos da empresa (*marketing management*)

PAPEL DO GESTOR DE MARKETING

- **Regular** o nível, calendário e tipo de procura com a finalidade de contribuir para o alcance dos objectivos por parte da empresa.

OBJECTIVOS DO *MARKETING*

- Contribuir para os objectivos de estabilidade e rendibilidade.
- Adaptar-se ao mercado e actuar sobre ele.

MEIO ENVOLVENTE DO *MARKETING*

- **Envolvente transaccional**
 - Fornecedores
 - Concorrentes
 - Intermediários

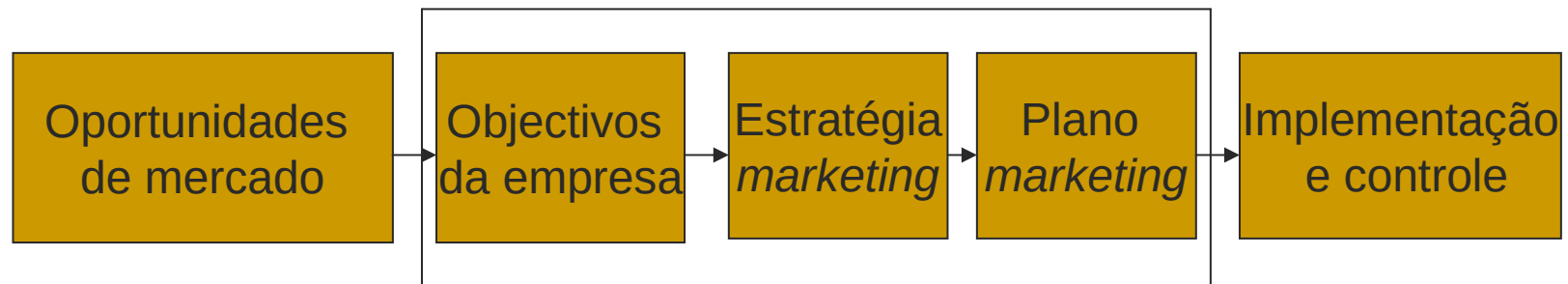
- **Envolvente contextual**
 - Características demográficas e sociológicas
 - Caracterização económica
 - Quadro legal

ESTRATÉGIA *MARKETING*

Análise
de mercado

Planeamento de actividade

Controle



2.3-GESTÃO DA PRODUÇÃO E DAS OPERAÇÕES (CONCEITO)

- Processo de **gestão** dos **recursos materiais** indispensáveis ao processo interno de transformação (processo produtivo)
- **Dois** grupos de *inputs* físicos:
 - Materiais consumíveis no processo de transformação (matérias primas)
 - Materiais de utilização permanente (edifícios, equipamentos, material de transporte, equipamento social e administrativo)

PAPEL DO GESTOR DE PRODUÇÃO

- **Formular e implementar a estratégia** de aquisições de recursos materiais e equipamentos com a finalidade de dar resposta cabal às necessidades do processo produtivo.

OBJECTIVOS DA GESTÃO DA PRODUÇÃO E DAS OPERAÇÕES

- **Optimizar**, em termos económicos, a satisfação das necessidades de *inputs* da empresa.
- **Optimizar**, em termos económicos, o nível de incerteza derivado da necessidade de *inputs*.

ESTRATÉGIA DE AQUISIÇÕES NO MERCADO DE MATERIAIS

- A **actuação estratégica** da empresa envolve a definição de opções quanto:
 - Gestão de *stocks*;
 - Concentração ou diversificação de fornecedores;
 - Contratos a prazo ou compras spot (mercado livre)
 - *Inputs standards* ou “feitos à medida”.

ESTRATÉGIA DE AQUISIÇÕES NO MERCADO DE BENS E EQUIPAMENTOS

- A **actuação estratégica** da empresa envolve o grau de dependência que a empresa está disposta, estratégica e economicamente, a aceitar face aos fornecedores dos equipamentos.

2.4- GESTÃO RECURSOS HUMANOS (CONCEITO)

- Conjunto de **políticas e práticas, em relação às pessoas**, necessárias para levar a cabo a actividade de gestão e para incrementar a contribuição produtiva dos colaboradores.
- Gestão do **sistema social** (aberto)

PAPEL DO GESTOR DE RECURSOS HUMANOS

- **Regular** a interacção com o exterior.
- **Coordenar e dinamizar** a organização ao nível interno.
- *A GRH é essencialmente uma função de assessoria, cujas actividades fundamentais são o planeamento, a prestação de serviços especializados, a assessoria e o aconselhamento (Legge).*

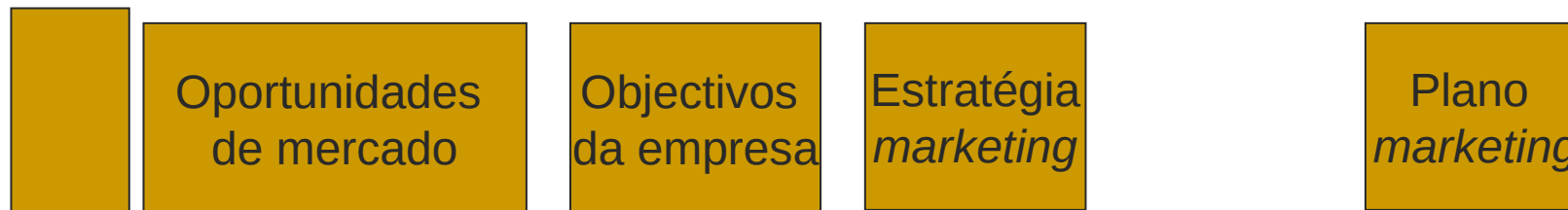
PAPEL DO GESTOR DE RECURSOS HUMANOS

- Principais **actividades** do gestor de recursos humanos:
 - Recrutamento e selecção, transferências, promoções, despedimentos e reformas;
 - Formação profissional;
 - Gestão das remunerações;
 - Gestão de conflitos;
 - Higiene e segurança no trabalho;
 - Planeamento RH;
 - Relações laborais.

OBJECTIVOS DA GRH

- **Prover** o sistema sóciotécnico com as pessoas mais capazes profissionalmente e mais ajustadas psicologicamente às necessidades desse sistema;
- **Motivar** as pessoas para que colaborem de forma eficiente e eficaz na prossecução dos objectivos da empresa.

Estratégia GRH



ESTRATÉGIA GRH

