

Instituto Universitário da Maia  
Departamento de Ciências Empresariais

# **A Importância da Estratégia em Empresas Portuguesas**

**Setor do Comércio de Minérios e Metais**

Ana Elisa de Sousa Santos

Dissertação de Mestrado em Gestão de Empresas

Orientador: Prof. Doutor João M. S. Carvalho

Outubro de 2016

# **A Importância da Estratégia em Empresas Portuguesas**

## **Setor do Comércio de Minérios e Metais**

### **RESUMO**

Neste estudo tentamos perceber de que modo as organizações apresentam publicamente a sua missão, visão e valores, se os seus colaboradores têm conhecimento daqueles conceitos estratégicos, e se têm qualquer tipo de participação no processo de planeamento estratégico.

A nossa abordagem é quantitativa e qualitativa, utilizando inquéritos aos colaboradores das empresas e análise dos Websites institucionais.

Este estudo é realizado através da análise de uma amostra aleatória simples de empresas portuguesas do distrito do Porto, que laboram com o CAE 46720 (comércio por grosso de minérios e de metais).

Para uma melhor compreensão foram definidos alguns critérios, para análise das páginas web e dos questionários. Estes indicam-nos o grau de relevância dado a cada um dos conceitos por parte da nossa amostra em estudo, assim como para determinar o tipo de enfoque dado pelos diferentes grupos de empresas analisadas, ao conceito missão, visão e valores.

Conclui-se que a maioria das organizações estudadas não dá a verdadeira importância aos conceitos missão, visão e valores. A maioria dessas organizações, apresentam Websites como ferramenta meramente informativa. Constatamos, que não existe um pleno conhecimento por parte dos colaboradores sobre estes conceitos, sendo crescente esse desconhecimento quando passamos da missão para a visão e, por fim, para o conceito de valores.

Parece haver alguma participação dos colaboradores no processo de planeamento estratégico, mas a indefinição daqueles conceitos por parte das organizações limita todo o processo de planeamento.

Conclui-se, por fim, que as organizações apresentam diferentes tipos de enfoque quando trabalham os conceitos de missão, visão e valores, variando também em função do tamanho da mesma.

**Palavras chave: Missão, visão, valores, planeamento estratégico, enfoque.**