



## Errata

No **Capítulo II**, *Gestão e Planeamento Estratégico nas Organizações*, na página 46:

Tabela 2.1. DIFERENÇAS ENTRE ESTRATÉGIA E PLANEAMENTO

Onde está	Deve estar
ESTRATÉGIA	PLANEAMENTO
Análise Método Responsáveis, dirigentes de topo Em momentos definidos e formais Plano	Análise Método Responsáveis, dirigentes de topo Em momentos definidos e formais Plano

No **Capítulo III**, *Definindo o Rumo da Organização: Visão, Missão, Valores e Objectivos*, na página 85:

Quadro 3.5. EXEMPLOS DE OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS

Onde está	Deve estar
MISSÃO	OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS
Satisfazer os nossos clientes (...)	Satisfazer os nossos clientes (...)
Focar globalmente os negócios (...)	Focar globalmente os negócios (...)
Conseguir 100% de satisfação dos clientes (...)	Conseguir 100% de satisfação dos clientes (...)
Atingir mil milhões de clientes (...)	Atingir mil milhões de clientes (...)
Ser a empresa mais competitiva do mundo (...)	Ser a empresa mais competitiva do mundo (...)

No **Capítulo III**, *Definindo o Rumo da Organização: Visão, Missão, Valores e Objectivos*, na página 95:

Tabela C.3.1. A ESTRATÉGIA DA “NOVA LILLY”

Onde está	Deve estar
DESCRIÇÃO	CONSEQUÊNCIA
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transferência de 16 marcas para outros laboratórios</li> <li>▪ Redução de carteira inicial de 50 para 16 produtos</li> <li>▪ Redução inicial da facturação para metade</li> <li>▪ Venda da fábrica de antibióticos</li> <li>▪ (...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transferência de 16 marcas para outros laboratórios</li> <li>▪ Redução de carteira inicial de 50 para 16 produtos</li> <li>▪ Redução inicial da facturação para metade</li> <li>▪ Venda da fábrica de antibióticos</li> <li>▪ (...)</li> </ul>



No **Capítulo VII**, *Estratégias Corporativas*, na página 231:

Tabela 7.2. MATRIZ PARA CLASSIFICAR A CAPACIDADE COMPETITIVA DO NEGÓCIO

<b>Onde está</b>	<b>Deve estar</b>
<b>FACTOR DE ATRACTIVIDADE DA INDÚSTRIA</b>	<b>FACTOR DE COMPETITIVIDADE DO NEGÓCIO</b>
Quota de mercado relativa Custos comparativamente aos competidores Capacidade de produzir com os mesmos atributos que os competidores Capacidade negocial (...)	Quota de mercado relativa Custos comparativamente aos competidores Capacidade de produzir com os mesmos atributos que os competidores Capacidade negocial (...)