

## » Radar ativado: a inteligência política aplicada aos negócios

Lisboa » 09 » 2016

Não há dúvida de que o sucesso de uma organização depende, entre outras coisas, do grau de compreensão do contexto económico, social e político onde opera; cada vez mais, as empresas estão as suscetíveis às oscilações dos fatores que as rodeiam. Esta sociedade líquida em que vivemos obriga-nos a uma interação constante com os elementos externos, que nos condicionam, e a volatilidade do contexto atual torna, por isso, fulcral a capacidade de antever estas alterações, assim como o impacto que podem suscitar no negócio das empresas e no futuro das organizações.

Em épocas de crescimento económico relevante o contexto pode ser igualmente volátil mas, perante um maior leque de oportunidades de negócio, é mais fácil alcançar uma boa performance minimizando os impactos externos negativos. Porém, isso não acontece em períodos de reajuste do ciclo económico, recessão ou tímida recuperação – estágio em que nos encontramos atualmente. Os recentes dados do INE a respeito do primeiro trimestre do ano não foram animadores. Ainda que o PIB nacional tenha crescido 0,8 % face a período homólogo de 2015, Portugal teve o segundo pior desempenho da Zona Euro (apenas atrás de Grécia) e as metas traçadas pelo Governo – o Executivo antevê, no Orçamento do Estado, um crescimento de 1,8 % em 2016 – parecem cada vez mais difíceis de atingir.

A aptidão estratégica de um negócio não recai, então, apenas na compreensão das dificuldades macroeconómicas do país, mas sobretudo na capacidade de superar um clima de incerteza. Ora, acompanhar de perto a atividade política e legislativa pode revelar-se determinante para contornar os obstáculos que esse cenário pode trazer e, por conseguinte, melhorar os resultados do negócio.

Ou seja, um dos fatores que mais influem na ação organizacional, e que é muitas vezes negligenciado, é o da esfera política e legislativa. Não é novidade que as decisões debatidas e tomadas regularmente neste âmbito têm o poder para influenciar diretamente a atividade de uma empresa, ou até para afetar todo o funcionamento de um setor. Porém, a maioria destas decisões mantem-se fora do radar das empresas durante a fase da sua entrada e debate na Assembleia, acabando por se fechar quase qualquer janela de oportunidade por parte das organizações em pró-ativamente participarem no debate, ainda que possam ser grandemente afetadas. Se existir uma forma de antecipar um risco, abre-se a possibilidade de reagir. Aí, a organização despe a sua pele de observadora para passar a intervir na defesa dos seus legítimos interesses.

Só uma pequena parte da atividade política - cerca de 10 % - chega ao público em geral, através dos órgãos de comunicação social. Isto torna evidente que o volume de trabalho legislativo é substancial e que há inúmeras movimentações nos órgãos de soberania que não chegam sequer a ser publicamente conhecidos. Perante esta realidade, evidencia-se a importância da inteligência política no universo das organizações; a construção de uma vantagem concorrencial pela informação sobre as dinâmicas do universo político, que faculta a capacidade de prever a mudança e os diferentes cenários que podem emergir. Já são muitas empresas e organizações que contam com este vértice estratégico para melhor gerirem as ameaças ou aproveitarem as oportunidades que surgem no seu caminho. Através dele, as empresas incrementam o nível de conhecimento da esfera política, social e económica em que operam para uma tomada de decisão mais informada, diminuindo a margem de erro. A inteligência política e económica como ferramenta nos negócios não é nova mas cada vez mais distingue as organizações que convivem ativamente com o meio onde atuam daquelas que se limitam a perdurar na sua consequência.





**Tiago Vidal** é diretor-geral da LLORENTE & CUENCA em Portugal. Tiago lidera uma equipa de especialistas responsáveis pelo desenvolvimento e implementação de estratégias de Gestão de Reputação, Comunicação e Assuntos Públicas em empresas de referência nacionais e internacionais de sectores como: Financeiro, Imobiliário, Energia, Transporte e Logística, Distribuição, Automóvel, e Grande Consumo. Anteriormente foi Head of Corporate Communications da Sonae Sierra, tendo nessa qualidade liderado todas as atividades de comunicação B2B nos 14 países onde a empresa está presente. Durante os 16 anos na Sonae Sierra, Tiago foi responsável pela gestão da reputação, Marca, marketing corporativo e RP, relacionamento com stakeholders e comunicação de crise quer na atividade de negócios, incluindo OPV's e operações de fusões e aquisições.

[tvidal@llorenteycuenca.com](mailto:tvidal@llorenteycuenca.com)



**Carlos Ruiz** é diretor da área Corporativa Financeira da LLORENTE & CUENCA Espanha. É especialista em Relações Públicas, Comunicação Institucional e Corporativa. Carlos ingressou na LLORENTE & CUENCA em 2007 e, desde então, tem desenvolvido projetos de comunicação política, cultural e de crise em diferentes áreas (Ministério do Meio Ambiente, Iberdrola, SGAE, Grupo Siro, L'Oreal), assim como de relações públicas (Altadis, Peugeot, Ecoembes). De 2011 a 2013 trabalhou em nossas operações no Panamá, como consultor de clientes como o Ministério das Relações Exteriores do Panamá, Telefónica e Gas Natural Fenosa. É diretor da operação de Lisboa e membro do Comitê Executivo desde julho de 2013. Bacharel em Humanas e Jornalismo pela Universidade Carlos III de Madri, é pós-graduado em Gestão de Campanhas Eleitorais pelo ICADE e especialista em Resolução Pacífica de Conflitos Internacionais pela UNED.

[cruiz@llorenteycuenca.com](mailto:cruiz@llorenteycuenca.com)

## d+i desenvolvendo ideias

LLORENTE & CUENCA

**Desenvolvendo Ideias** é o Departamento de Liderança através do Conhecimento da LLORENTE & CUENCA.

Porque estamos testemunhando um novo modelo macroeconômico e social. E a comunicação não fica atrás. Avança.

**Desenvolvendo Ideias** é uma combinação global de relacionamento e troca de conhecimentos que identifica, se concentra e transmite os novos paradigmas da comunicação a partir de uma posição independente.

Porque a realidade não é preta ou branca existe **Desenvolvendo Ideias** na LLORENTE & CUENCA

[www.desarrollando-ideas.com](http://www.desarrollando-ideas.com)  
[www.revista-uno.com.br](http://www.revista-uno.com.br)

