

## **LEGADO ADMINISTRATIVO DA FORD**

Andressa Klemberg, Clívio Buenno Soares Terceiro(orient)  
andressaklemberg@hotmail.com, cluvio.terceiro@poa.ifrs.edu.br

Instituição: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul  
Câmpus: Porto Alegre

O projeto aborda a questão do legado administrativo da Ford Motor Company (FMC) e do que se pode aprender com ele para gerir da melhor forma. A FMC idealizou e realizou diversas ações práticas em cima de suas teorias que são abordadas nas bibliografias básicas da Administração, demonstrando a atualidade de se trabalhar os ensinamentos da FMC. Ainda assim, as observações geralmente feitas são de pontos isolados da trajetória que ilustram situações empresariais, sendo relevante identificar os processos administrativos de forma cronológica, situando-os e organizando-os criticamente conforme o momento econômico e os ideais da FMC. Objetiva-se demonstrar o legado administrativo da FMC a partir de sua trajetória. A metodologia empregada ocorre por meio de coleta de dados, com pesquisa bibliográfica em livros, revistas, artigos científicos e sites, de modo a gerar o maior número de informações para leitura crítica e filtragem para elaboração da tese. A pesquisa está em andamento, sendo realizada a partir da análise de um conjunto de estudos de caso e tópicos importantes, trazendo a cronologia como fator de linearização e delimitando os aspectos relevantes da trajetória da FMC ao estudo da administração, o trabalho aborda os principais pontos referentes a empresa. Primeiramente, são relatadas as origens e os pensamentos do fundador, Henry Ford, que obteve seus conhecimentos administrativos e automobilísticos de maneira informal e operacional, por meio de empregos nas áreas da mecânica e da eletricidade, além de sua juventude rural, em que almejava menor trabalho manual com o uso de máquinas ainda raras. Em seguida, verifica-se a fundação e ascensão da FMC, com os princípios da Administração Científica, a Linha de Montagem e o automóvel modelo T que possibilitaram o barateamento e a popularização dos veículos autopropulsores, além dos princípios básicos de Henry Ford: produtividade, economicidade e intensificação; que levaram a FMC ao domínio do mercado. Entretanto, isso foi rompido com a mudança da demanda, em que a General Motors passou a realizar automóveis diferenciados e conquistou o topo, evidenciando a necessidade da FMC de se adaptar em meio a segmentação de mercado. Anos mais tarde, o Toyotismo testou a FMC novamente, o novo modelo produtivo tornou o Fordismo ultrapassado e barateou e facilitou ainda mais a produção, com a redução de estoques, flexibilidade e qualificação profissional, sendo utilizado até hoje. Outro aspecto importante abordado é a valorização trabalhista, o “Wage Motive”, aumento dos salários que motivou os operários a produzirem mais e melhor, além de possibilitar a compra dos automóveis produzidos, alavancando a economia da FMC. Assim, dentre diversas outras contribuições, a FMC se mostra abrangente em experiências, teorias e casos permeados pela necessidade de análise do ambiente externo e da constante adaptação, gerando grande conhecimento administrativo a partir de seu estudo.

Palavras-chave: Administração, Henry Ford, Ford Motor Company

Apoiadores: