

QUESTÕES SOBRE A ESCOLA CONTINGENCIAL

ARTHUR XAVIER DO CARMO – N°17069818

1. Segundo Chandler, a estrutura deve ser ajustada para permitir que a estratégia seja executada. Sendo assim, e considerando os objetivos estratégicos traçados pela GANA, o desenho estrutural precisa sofrer alguns ajustes, como: ajustar a departamentalização, definindo funções claras e alinhadas à estratégia traçada para as 4 áreas principais citadas; ajustar processos com mais padronização para evitar atrasos, processos de controle de custos no financeiro e comunicação interna para corrigir e evitar falhas; e ajustar alguns mecanismos de coordenação, promovendo reuniões entre departamentos, sistemas integrados e um fluxo claro.
2. Existe um planejamento estratégico de longo prazo visando atingir 30% do mercado de Sertãozinho e um lucro líquido de R\$500.000 em 2032 através do fortalecimento de competências e aproveitamento total das oportunidades de mercado. Além disso, há um planejamento tático de curto prazo em cada departamento (RH, Marketing, Produção e Financeiro), para que existam funções claras em cada e, ao mesmo tempo, que conectem recursos, prazos e processos às metas de longo prazo.
3. Os objetivos principais citados anteriormente foram “cascateados” em planos táticos para cada área. Cada área recebeu metas e processos específicos que derivam do objetivo maior e das estratégias gerais.
4. A GANA pode controlar as metas através dos indicadores (KPIs) de cada departamento, revisões periódicas para ajustes de desempenho, processos de monitoramento com relatórios mensais e sistema de acompanhamento de trabalhos e prazos, e sistemas de rotina e avaliação contínuos, como os feedbacks entre áreas.
5. Pensando no modelo de negócio e objetivo de conquistar o mercado de Sertãozinho, a departamentalização por cliente é a mais recomendada. Nesse caso, o foco nos clientes locais, proximidade, personalização e serviços publicitários é ainda mais importante. Ao expandir para novas cidades, surgem desafios de cultura empresarial e mercado específicos e característicos do local. Se cada equipe atender exclusivamente a região, além de trazer maior proximidade e menor complexidade, o acompanhamento de prazos é facilitado. A comunicação interna também seria descomplicada pensando em expandir com a divisão de clientes/região.