

Sumário

1 INTRODUÇÃO	2
2 CONTEXTO INTERNO	2
2.1 GERÊNCIA DE MARKETING E FINANCEIRA	3
2.2 GERÊNCIA COMERCIAL.....	3
3 ELEMENTOS EXTERNOS DE AÇÃO DIRETA	3
3.1 FORNECEDORES	3
3.2 GOVERNO	4
3.3 MÍDIA	4
3.4 CONCORRÊNCIA.....	4
4 ENTREVISTADO	5
5 CONCLUSÃO	5

1 Introdução

A organização objeto de estudo foi analisada sob alguns aspectos. Com relação ao ambiente interno, foi observada a estrutura da organização, através da divisão do trabalho e departamentalização. Na análise do ambiente externo, são definidos todos os elementos que, atuando fora de uma organização, são relevantes para as suas operações. Tais elementos são classificados em: *elementos externos de ação direta* (aqueles percebidos diretamente nos negócios da organização) e *elementos de ação indireta* (percebidos indiretamente nos negócios da organização).

O nível de responsabilidade social da organização foi investigado através de projetos de caráter social que porventura mantinha.

2 Contexto Interno

A organização não possui um organograma formal, mas conforme informações obtidas, pudemos estabelecer um que visasse ao entendimento de divisão do trabalho e departamentalização. Observamos que sua estrutura pode ser classificada como *funcional*, pois pessoas que desenvolvem atividades afins estão agrupadas em uma mesma unidade. No topo da hierarquia está o superintendente. No nível hierárquico imediatamente inferior estão as gerências de *Marketing*, *Administrativa/Financeira*, *Comercial*, e de *Operações*, além do setor de *Engenharia*.

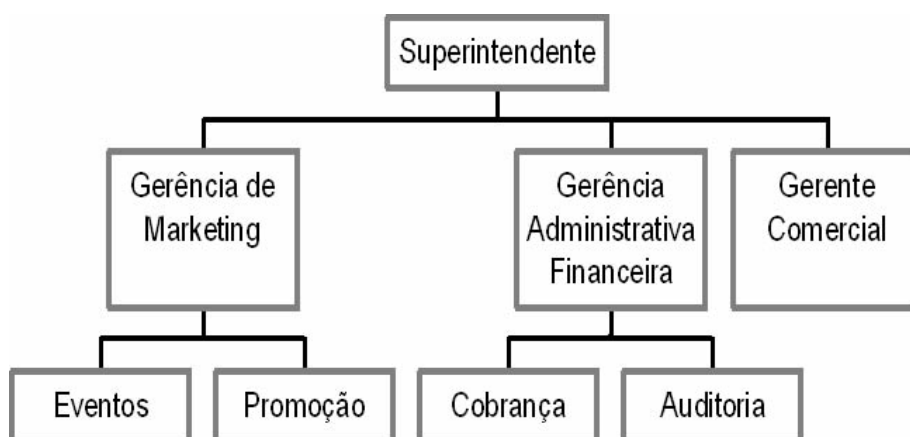


Figura 1 - Organograma da Empresa

2.1 Gerência de Marketing e Financeira

A Gerência de Marketing, subdivida em *Eventos e Promoções*, cuida da divulgação do empreendimento, trazendo benefícios tanto com relação ao maior fluxo de consumidores, o que indiretamente reflete positivamente em seu faturamento, como na atração de potenciais locatários.

A Gerência Administrativa/Financeira é subdividida em *Cobrança* (que é responsável pelas contas a receber), *Contas a pagar* e *Auditoria* (responsável pela fiscalização do faturamento dos locatários, pois aqueles pagam um percentual sobre suas vendas).

2.2 Gerência Comercial

A Gerência Comercial é responsável pela locação das lojas, que, em essência, é o negócio da organização e a Gerência de Operações é subdividida em *Segurança, Conservação e Manutenção*. Cabe ressaltar que tais serviços são realizados pela própria organização devido à sua preocupação quanto aos danos que uma baixa qualidade poderia causar na imagem do empreendimento.

3 Elementos Externos

Nesse tópico serão abordados os seguintes elementos externos de ação direta: *fornecedores, Governo, mídia, concorrentes*. Todos eles foram analisados para a organização escolhida neste trabalho, identificada anteriormente.

3.1 Fornecedores

Os principais fornecedores da organização são agências de propaganda. Vale lembrar que, ao contrário da maioria das organizações, os serviços de limpeza e vigilância não são terceirizados. A influência dos fornecedores de serviços de publicidade é relativamente forte na organização, pois participam da construção da sua imagem. Os demais fornecedores (os de material de expediente, os de produtos de limpeza, etc.) não exercem grande impacto sobre a organização.

3.2 Governo

Com relação a influência do Governo no ambiente econômico poder-se-ia destacar a política monetária, especialmente taxas de juros e contenção ao crédito. No aspecto jurídico, o Governo pode, por exemplo, influir na organização da seguinte forma: o Governo, por meio de Medida Provisória, autorizou a abertura de estabelecimentos comerciais aos domingos. Essa Medida Provisória pode ser revogada a qualquer tempo por iniciativa do Governo. A abertura de estabelecimentos comerciais aos feriados, no entanto, não é permitida.



3.3 Mídia

A mídia, especialmente no aspecto da cobertura jornalística, pode sem dúvida influir na organização. Isso acontece através da divulgação de caráter ou negativo ou positivo sobre seu negócio, refletindo diretamente em sua imagem. Isso repercute no seu faturamento, pois um aumento ou redução no seu fluxo de consumidores, aumenta ou reduz o faturamento dos locatários e, por consequência, da empresa considerada.

3.4 Concorrência

Os concorrentes da organização são todo e qualquer estabelecimento comercial de Uberlândia e os centros comerciais das cidades vizinhas dentro de sua área de atuação. Sua influência pode ser percebida no faturamento dos locatários do empreendimento, o que, por sua vez, reflete no faturamento da organização.

4 Entrevistado

O entrevistado possui graduação em Administração de Empresas e pós-graduação em Gestão Empresarial. Ocupa o cargo atual há 5 anos e possui expectativa de crescimento dentro do grupo, chegando a diretor de divisão.

5 Conclusão

A visita à organização permitiu uma observação do cotidiano de uma empresa, a sua estrutura, os agentes e fatores que interferem em seus negócios e o seu nível de responsável social, favorecendo, assim, uma melhor assimilação do conteúdo programático abordado. Por atuar em ramo de atividade que apresenta um grande dinamismo, essa organização apresentou-se com uma excelente possibilidade de observar como os fatores levantados são por ela percebidos e como uma empresa pode se preparar para apresentar oportunidades e enfrentar ameaças.