



Para quem gosta do tema de Modelo Operacional, aqui uma matéria muito boa da Inc.com:

<https://www.inc.com/minda-zetlin/in-just-2-very-unpleasant-words-a-former-google-exec-pinpointed-companys-biggest-problem.html>

É igualmente interessante ver que essa é uma questão chave para empresas dos mais variados perfis e tamanhos, inclusive para big techs como o Google.

Creio que essa seja a beleza do tema de Modelo Operacional: não existe um modelo único certo, mas sim o mais adequado para um dado contexto!

A forma como sua empresa está organizacionalmente estruturada, como executa seus

processos, como atribui o accountability e a responsabilidade sobre as atividades, como toma decisões, como prioriza, como mensura e governa sua evolução e resultados.

Tudo isso constituiu seu “Modelo Operacional”.

E esse caso do Google é muito legal para mostrar na prática como momentos e contextos diferentes demandam modelos operacionais igualmente diferentes.

Se em uma mesma empresa, momentos distintos já apontam para necessidades distintas, o mesmo provavelmente vale quando se fala de empresas distintas.

Não existe modelo único “one size fits all” que se pode comprar pronto de prateleira.

Criar e implementar um modelo operacional é algo feito à medida, com um certo grau de análise “artesanal”, mas só que fortemente baseado em técnica, metodologia e ciência!