



ASD¹
08/07/2013

A NOVA ECONOMIA E O DESENVOLVIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES

A Nova Economia é definida com a forma mais avançada do capitalismo. Ela põe em cheque tudo o que se sabia sobre negócios e um de seus aspectos mais interessante é o nascimento das novas organizações econômicas, que surgem praticamente de idéias e rapidamente conseguem ultrapassar a casa dos milhões de dólares, superando organizações tradicionais e até as chamadas organizações perenes, com mais de um século de existência.

Para se manterem no mercado, as organizações tradicionais são obrigadas a se modernizarem rapidamente, adotando uma postura de organização do conhecimento, onde o saber gerencial é buscado a cada instante, com a plena valorização dos seus

¹ASD – Abdulai Sombile Djaló/Graduado em Administração pela FASSESC, (2009), na qual obteve Certificado de MÉRITO acadêmico (2009). Mestre em Sociologia Política pela UFSC, (2013). Linha de PESQUISA: Estado, Mercado, Empresariado e Sistemas Financeiros Internacionais.

colaboradores internos, o chamado capital intelectual ou ativos intangíveis, fazendo florescer a inteligência corporativa, implicando em nova estrutura organizacional e em novas formas de realizar negócios.

Com a Nova Economia, houve a migração do trabalho físico para a área do conhecimento, onde as idéias passam a ter mais valor que a força física, exigindo das organizações a transformação imediata em sua maneira de agir com seu público interno, valorizando-o pela sua capacidade profissional de aplicar os conhecimentos adquiridos, desta forma, quanto mais trabalhadores do conhecimento a organização possuir, maior será a sua capacidade de se impor no competitivo mercado globalizado.

A Nova Economia passou a fazer uso da informação qualificada, arquivada em formato digital ou bits. Quando a informação é digitalizada e comunicada por meio de redes digitais, revela-se um novo mundo de possibilidades. As informações podem ser comprimidas e transmitidas na velocidade da luz. A qualidade das informações pode ser muito melhor do que nas transmissões analógicas.

Muitas formas diferentes de informação podem ser combinadas, criando, por exemplo, documentos multimídia. Elas podem ser armazenadas e recuperadas instantaneamente, de qualquer parte do mundo, propiciando acesso instantâneo às informações registradas pela civilização humana.

Assim, a Nova Economia propõe um novo conceito de mudança organizacional, assumindo duas premissas fundamentais: nova forma de fazer negócios e nova comunidade de gestores, que buscam novas formas de realizar os trabalhos, ampliar a competitividade e o crescimento de suas organizações, através de vetores fundamentais: tecnologia, e-business, criatividade, globalização e ativos intangíveis.

Estes vetores alteram o comportamento organizacional das seguintes formas:

a) facilitam a comunicação entre a organização e seus públicos internos e externos;

b) desenvolve uma nova forma de fazer negócios agregados a este novo conceito: o e-business, que representa a eficiência do mercado, eliminando os intermediários, provocando aumento de produtividade, inovação tecnológica constante, flexibilidade organizacional, qualidade comprovada diretamente pelos clientes, criatividade, produtos

e serviços globalizados, tudo isto para que a organização se mantenha competitiva em sua posição de mercado;

c) valorização dos ativos intangíveis, que passam a se valer das informações e dos conhecimentos adquiridos. O valor de uma organização na era do conhecimento está diretamente relacionado ao seu ativo intangível, fazendo que possa valer milhões de dólares apenas pelo domínio das idéias inovadoras e que transformam o mercado diariamente. Confundindo-se com a própria estrutura interna em uma simbiose perfeita.

Atualmente, são usadas algumas denominações para organizações desta nova era, tais como: “a economia baseada em conhecimento”; “sociedade da informação”; “sociedade do conhecimento”; “empresa do conhecimento”, “organizações do conhecimento”, entre outras, mas todas denominam o mesmo tipo de organização: aquela em que o ativo intangível é o fator preponderante e reflete o fato de que a natureza da atividade econômica e o ambiente dos negócios estão mudando, em razão da crescente importância que o conhecimento e os ativos intangíveis vêm ganhando.

São evidências desta mudança: a velocidade com que a informação e o conhecimento são criados e circulam em escala mundial; o peso do capital intelectual na formação de preços dos produtos e serviços; a crescente valorização das ações de organizações baseadas em tecnologia e o conhecimento frente às organizações tradicionais.

A competitividade e a sobrevivência das organizações dependem cada vez mais de sua capacidade de perceber, antes das demais, as tendências e demandas emergentes e saber direcionar seus investimentos em competências, tecnologia, produtos e mercados.

Estes investimentos devem levar em conta o fato de que a convergência das tecnologias de informação, telecomunicações e mídia vêm abrindo novas possibilidades de produzir e entregar valor aos clientes. Neste cenário, o valor de produtos e serviços diferenciados depende cada vez mais do percentual de inovação, tecnologia e inteligência neles incorporados. A competição é cada vez mais baseada na capacidade de transformar informações em conhecimento e, este, em capacidade de decisão e inovação.

Pelas regras da nova economia, para comprar, o cliente precisa de incentivo, conveniência e valor ou qualquer outra coisa que o faça saber que ele é realmente importante e que a organização se identifica e se preocupa com ele. O sucesso vai depender se os clientes tiveram suas expectativas satisfeitas para tornar-se um consumidor fiel.

É verdade que o consumidor está cada vez mais exigente e o volume de serviços prestados aumentou nos últimos anos. Mas também é verdade que quem está envolvido com serviços tem a disposição um arsenal de instrumentos para lidar com essa situação.

Vale salientar que a Nova Economia é uma economia sem fronteiras, gerando a globalização dos mercados e os seus benefícios são tão maiores quanto mais crescer o comércio entre os países e a abertura econômica mundial. O mercado, mesmo globalizado, é visto pela Nova Economia, em seu aspecto de produção sob a ótica de microeconomia e de comercialização pela macroeconomia.

Se uma organização não tem o apoio e não são atendidas as suas exigências em um determinado país ou Estado, ela simplesmente se muda para outro local, que melhor atenda às suas necessidades organizacionais, comerciais e financeiras.

Uma área da Nova Economia que tem se destacado é a área de serviços, porque esta é uma das exigências mais solicitadas dos clientes. Já que os produtos, a cada dia, estão cada vez mais parecidos, o que irá fazer diferença para o cliente é o serviço que a organização pode lhe prestar. É preciso notar que o próprio conceito de serviço hoje é mais amplo.

Em vez de pensar em produtos como itens fixos com determinados atributos e um único valor de venda, as organizações agora pensam neles como plataformas para todos tipos de benefícios e serviços com valor agregado. Quando um cliente é perdido pelo fato do serviço não ter atendido as suas expectativas, atraí-lo novamente é mais caro e difícil que conquistar um cliente novo.

Um dos motivos pelos quais as organizações ainda têm tantas dificuldades em prestar serviços é o fato de que o serviço envolve componente humano e é muito mais difícil padronizar este componente. O recrutamento, a seleção e o treinamento precisam sair de sua estrutura básica, passando a verificar no candidato uma atitude profissional

compatível com os padrões da organização. Para se destacar do concorrente, é necessário a plena utilização das informações disponíveis e as pessoas são forças estratégicas que movem as organizações.

Vivemos em uma sociedade mundial interconectada de forma global e em tempo real, na qual todas as informações podem, em potencial, estarem disponíveis para todos simultaneamente. São produzidos a cada ano cerca de 1,5 bilhão de Gigabytes de informações e existem atualmente 2 bilhões de sites disponíveis na Internet.

É a Sociedade da Informação criada pela mídia. Existem e estão em contínua expansão, qualitativa e quantitativamente os bancos eletrônicos são capazes de armazenar grande quantidade de informações e dados que se estiverem armazenados em uma forma recuperável, serão de extrema valia para a sociedade do conhecimento.

Mas o cérebro humano não é absolutamente capaz de lidar com todas as informações disponíveis. Ainda bem que ele dispõe de um mecanismo capaz de destruir todas as informações, cujo sentido e valor ele não percebe e este poder de filtragem vem da capacidade de concentração e de distinção própria do cérebro humano, juntamente com a inesgotável curiosidade por experiências e a capacidade de aprender coisas novas.

O caminho da sociedade da informação para a sociedade do conhecimento é o caminho da informação para o significado, da percepção para o julgamento, para enfrentar as ondas informativas da sociedade interconectada e equipada da multimídia e será necessária uma capacidade de avaliação e de julgamento desenvolvidos pela educação e pela experiência.

O conhecimento é a informação processada de acordo com o seu significado. O conhecimento permite identificar cada vez mais objetivamente a realidade e definir melhor a ação para interagir com ela, transformá-la e humanizá-la. A avaliação adequada da informação é aquela que permite descobrir seu verdadeiro significado e despertar para a vida e a ação.

Deve-se, portanto, educar a si mesmo para criar a sociedade do conhecimento e nela viver e se realizar. Para isto não basta apenas o domínio do computador que abre as portas da informação, mas sim, o domínio da mente, reconhecendo o que tem valor

e sentido, criando o conhecimento e agindo coerentemente com a nova realidade objetiva.

Cada pessoa deve ser o arquiteto de sua própria catedral do conhecimento. Hoje, a arma para isto é a ignorância programada, ou seja, a escolha criteriosa do que se quer absorver e perante a informação deve ser, portanto, um crítico, desenvolvendo sua capacidade de análise e de síntese.

Esta capacidade supõe e produz uma cosmovisão dialética da realidade; o domínio da área de interesse e de seu sistema conceitual; a habilidade de se renovar; a constante revisão dos próprios paradigmas; a criação de soluções novas e o antecipar-se aos problemas.

A abordagem por "competências", "habilidades" e seu uso nos modelos de "inteligência emocional" dão a impressão de que tudo, no mundo atual, não passa de variação da Inteligência Competitiva. Medir, treinar e capacitar faz parte de uma nova linha de produção de recursos humanos cuja inteligência precisa ser antes de tudo e permanentemente competitiva. Mas a noção de Inteligência Competitiva que se tornou respeitada trata principalmente dos sistemas e organizações, mais que das inteligências individuais.

A ABRAIC - Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva dá uma definição bem precisa de IC: "é um processo informacional proativo que conduz à melhor tomada de decisão, seja ela estratégica ou operacional".

Em suma, trata-se de coletar informações que sirvam aos objetivos da organização, seja uma empresa, seja um governo. Quanto mais informação estiver disponível, menor é o risco da decisão, maior é a compreensão das forças que regem os negócios e maiores as chances de divulgar e ampliar o conhecimento gerado.

A própria ABRAIC publica em seu site um texto do sociólogo Kurz que alerta para os riscos da inteligência competitiva: "ao que parece, a vida social e intelectual na sociedade do conhecimento, aliás, da informação deve ser levada a um caminho de comportamento que corresponda a um sistema de reflexos condicionados".

O conjunto de nossas ações na vida é cada vez mais monitorado por dígitos, trilhas, clusters e sinais de todo tipo. Este conhecimento de sinais, o processamento

reflexo de informações, não é, porém, exigido somente no âmbito tecnológico, mas também no mais elevado nível social e econômico.

Uma visão menos paranóica é a de que a complexidade do mundo e dos sistemas de informação e comunicação efetivamente tem aumentado. As estratégias de acumulação de poder neste contexto exigem novas ferramentas, cujo desenvolvimento talvez seja mesmo o pressuposto de uma nova inteligência para a sobrevivência.

Conhecimento para muitos nada é mais do que evoluções tecnológicas dos países ricos, bem como de um determinado grupo que detém a economia. Não é preciso ser nenhum apaixonado pela informática para constatar que o movimento transformador que atinge hoje a informação, a comunicação e a própria educação constitui uma profunda revolução tecnológica.

A revolução tecnológica, muitas vezes, fica como se esmagada em determinadas comunidades não aptas para acompanhar as suas mudanças ou até mesmo suas idéias de mudança. Pode-se dizer que muitas sociedades em um mesmo país tendem a ter conflitos de informação, comunicação e até mesmo formação, uma vez que um grupo que compõem determinada sociedade está menos preparada do que um outro grupo que compõem uma outra sociedade vizinha.

As principais características que identificam as transformações do conhecimento em uma sociedade são:

a) progresso tecnológico: informática, biotecnologia, novas formas de energia, telecomunicações e novos materiais;

b) internacionalização: igualar ou compartilhar a mesma cultura. Não se pode viver hoje em uma sociedade isolada, pois quando a sociedade tende a revolucionar o seu conhecimento tecnológico, fica bem claro que a mesma é impulsionada a globalizar suas inovações. Não existem mais as chamadas ilhas culturais ou econômicas, pois a sociedade que assim pensa, está destruindo todas as possibilidades de ver uma transformação cultural, econômica ou social;

c) urbanização: quando uma sociedade inteira se vê cercada pelas revoluções do conhecimento tecnológico esta mesma sociedade procura estar próxima de outras sociedades também aptas a desenvolver este conhecimento.

d) Polarização: a polarização entre ricos e pobres atinge uma profundidade e um ritmo desconhecido em eras anteriores;

e) a dimensão do Estado: a privatização é a palavra de ordem do momento. Se as sociedades desenvolvidas se modernizaram de fato reforçando o Estado, o eixo principal de ação não consiste em cortar segmentos da administração pública, mas de buscar um melhor funcionamento e com outras finalidades, buscando soluções institucionais mais flexíveis e sobretudo mais democráticas;

f) as novas tecnologias do conhecimento: visualizar com certa clareza a imensa revolução que permite a informática na organização e na transmissão do conhecimento. Pode-se transformar em sinais magnéticos, qualquer informação em forma de som, de escrita ou de imagem fixa ou animada, permitindo estocar de forma prática, em disquetes, em discos rígidos e em discos laser, gigantescos volumes de informação;

Trabalhar esta informação de forma inteligente, permitindo a formação de bancos de dados sociais e individuais de uso simples e prático e eliminando as rotinas burocráticas que tanto paralisam o trabalho científico; transmitir de forma flexível à informação através do telefone conectado ao computador; integrar a imagem fixa ou animada, o som e o texto; manejar os sistemas informatizados sem ser especialista.

g) a diversificação dos espaços educacionais: utilizar as empresas como formadora de mão de obra especializada, através de palestras, cursos, seminários e educação contínua presencial ou a distância, com a plena utilização dos meios disponíveis de comunicação. Outro espaço educacional é o dos cursos técnicos profissionalizantes, principalmente para as micros, pequenas e médias empresas.

O espaço científico domiciliar não pode ser esquecido, porque esta é uma megatendência mundial e já existem milhares de profissionais que já trabalham em casa, com toda a segurança, convívio familiar e social possível.

O espaço comunitário é outra realidade da sociedade do conhecimento que, normalmente, é utilizada pelas ONGs – Organizações Não Governamentais, preenchendo o vazio deixado pelos poderes constituídos. Por fim, vale salientar a área de pesquisa e desenvolvimento, que oferece uma excelente oportunidade de interação entre a sociedade, as organizações e as pessoas.

Para o Gestor Globalizado, as novas organizações da era do conhecimento apresentam alguns desafios que devem ser vencidos para que possam gerir com eficiência, eficácia e efetividade, para atingir o ápice do sucesso:

- perceber a exaustão do atual paradigma e dos respectivos conceitos e instrumentos;
- identificar os desafios trazidos pelo novo paradigma;
- estruturar respostas eficazes a estes desafios, dentro da estrutura e dos recursos disponíveis em sua organização, exigindo sinergia total entre todos os atores do processo, além da plena utilização das ferramentas disponíveis.

Para tanto, deverá ter autoconsciência, administração de sentimentos aflitivos da equipe de trabalho, manutenção constante do otimismo, perseverança contínua, empatia pessoal e profissional, motivador e automotivado, envolvimento integral, saber ouvir, resolver conflitos, autocontrole, saber usar a mente e o coração ou a emoção e a razão e estrutura de cooperação pessoal e profissional, enfim; deter o autoconhecimento, saber se autocontrolar, buscando o seu desenvolvimento profissional e o de sua equipe de trabalho.

Para um processo de interação das fases do conhecimento organizacional, destaca-se o compartilhamento do conhecimento tácito, pois de nada adianta se não o coloca para fora; criando e justificando conceitos; construção de modelos e uma difusão interativa do conhecimento, onde passam a outros os conhecimentos e assim sucessivamente.

O conhecimento é difundível, pode-se passá-lo de pessoa para pessoa; se auto-reproduz, sempre se amplia, pois nunca se pode dizer que sabe tudo; substituível, se recicla; transportável e compartilhável, pode ser aplicado em qualquer outro lugar e, por último, aumenta quanto mais solicitado for, porque aprende-se com os desafios.

Em uma organização do conhecimento para atingir os objetivos propostos deve-se seguir um método de trabalho, bem como a organização deverá ter um gestor responsável por um projeto, que por sua vez terá que saber todos os procedimentos do funcionamento de uma gestão estratégica e, a partir daí, conseguir com que as pessoas colaborem para atingir o sucesso, pois gerir é estabelecer fins, obter e utilizar os meios, é organizar e decidir como as pessoas irão atuar na organização.

Na sociedade do conhecimento, os componentes básicos de uma estratégia empresarial são: o ambiente, onde as pessoas estão inseridas, pois tudo depende do ambiente e a empresa, onde estão os recursos humanos disponíveis.

Existem aspectos importantes para definir um conjunto de critérios para avaliar a estratégia adotada por uma organização, que são quatro áreas básicas: objetivos, ambiente, recursos e dirigentes.

De frisar que toda organização para obter o sucesso precisa aliar os anseios da sociedade com o meio ambiente ao qual está inserido e o Gestor Globalizado deve entender profundamente da Nova Economia, os seus valores e a sua influência nas organizações.