

O amanhã tem que ser hoje

Carlos Theodoro Strey

Mestre em Desenvolvimento Regional, Especialista em Gestão Empresarial e Administrador de Empresas

Para Alvin Tofler o mundo está dividido entre os rápidos e os lentos. A administração do aeroporto de Dallas (USA) deve ter se inspirado em Tofler quando colocou a seguinte frase em seus painéis: *“A Era Digital é igual ao Velho Oeste. O mais lento morre primeiro”*.

Velocidade esta é a chave do sucesso das empresas. Elas deverão ser ágeis e enxutas; seus funcionários deverão ter conhecimento do negócio, autonomia, responsabilidade e habilidade na tomada de decisões. Deverão estar centradas no cliente, conhecendo-o plenamente. E para tanto, são necessárias informações ágeis e precisas.

Joseph Schumpeter definiu os ciclos da economia através de ondas. E, segundo essa definição, estamos na quinta onda, cujo período está estimado entre os anos de 1990 e 2020, e está ligada às redes digitais, aos softwares e às novas mídias. A 5ª Onda, portanto, está estruturada na **informação**, na **velocidade da informação**.

A informação é o agente de mudança, o fator básico em qualquer planejamento. Mas o que é informação? Informação é um conjunto de dados no qual o cliente/usuário percebe alguma utilidade. Ou seja, ao maximizarmos a percepção da utilidade da informação, conseguiremos efetuar as mudanças necessárias a qualquer organização. De acordo com John P. Kotter a velocidade da mudança não vai diminuir no futuro próximo. Ao contrário, na maioria dos setores da economia, a concorrência, provavelmente, só vai aumentar nas próximas décadas. Assim, conforme Bill Gates em seu livro *A Empresa na Velocidade do Pensamento*, a questão básica será a velocidade, ou seja, com que rapidez a natureza dos negócios mudará, quão rápidas serão as transações comerciais e como o acesso à informação vai alterar os estilos de vida dos consumidores e suas expectativas em relação às empresas.

Peter Drucker, em artigo publicado na *Forbes ASAP* (1998), escreve que a revolução da informação já começou e vem atuando com maior intensidade no mundo corporativo, forçando a redefinição do conceito de empreendimento empresarial. Ou seja, a informação passa a ser considerada como **criação de valor e riqueza**, pois deve responder aos seguintes questionamentos: qual o significado da informação e qual o seu propósito? Para Druker a revolução da informação é uma revolução de **conceitos** e não de hardware e software.

As empresas brasileiras devem se preparar o mais rápido possível para usar as novas tecnologias de informação que se encontram disponíveis no mercado. Pois, para antecipar e ter sucesso na Era da Informação (5ª Onda), é necessário que as empresas entendam e explorem, ao máximo, as oportunidades oferecidas pelo desenvolvimento da cadeia global de produção e consumo, gerando com isso

vantagens competitivas, defendeu Richard W. Oliver em *Como Serão as Coisas no Futuro*. A internet e o e-commerce devem ser encarados não mais como curiosidade, mas sim como parceiros estratégicos na busca por informações mais atualizadas e precisas. O sucesso vai depender de como e com que velocidade as empresas tratarão as informações oriundas do meio ambiente.

Rápido, pois o que está escrito acima já pode estar obsoleto, pois a velocidade é incontrolável. As verdades de agora, talvez, não sirvam amanhã.