

CURSO DE EXCELÊNCIA DO ATENDIMENTO



NOVO MILÊNIO

Apostila 5

A ERA DA INFORMAÇÃO

A ERA DA INFORMAÇÃO

Índice

Introdução	02
A Era da Informação	02
A transição da Era Industrial para a Era da Informação	02
O início da Era da Informação	03
Principais Tendências da Era da Informação	03
Criatividade e Inovação	04
Como Ser Criativo	04
As Empresas na Era da Informação	05
O Mercado Segmentado	05
Globalização	05
As Marcas na Era da Informação.....	05
Responsabilidade Social	06

Introdução

Olá, amigo leitor. A Optisol, com o intuito de reforçar a parceria e reafirmar o comprometimento que tem com os revendedores, traz agora uma série de fascículos que vão ajudá-los a entender melhor as mudanças que estão acontecendo no mercado e nas relações de consumo, vai mostrar como a internet e o mundo virtual estão modificando os costumes de compra, vão dar dicas sobre como oferecer o produto ideal para o seu consumidor, como atrair mais visitas e vendas para a loja através de uma vitrine bem arrumada e como lidar com esse novo consumidor, chamado de 2.0.

Nesse primeiro fascículo, vamos falar sobre a Era da Informação (ou Era da Tecnologia, ou ainda Era da Tecnologia da Informação). Uma era em que o trabalho braçal não é o mais valorizado. Agora, o capital é intelectual. As empresas e o mercado estão valorizando (leia-se dando mais dinheiro) àquelas pessoas que são especializadas, sabem trabalhar a enorme quantidade de informação disponível e usam da criatividade e da inovação para transformar seu mercado.

Aqui você vai ler sobre as principais mudanças na economia e na sociedade geradas por essa nova Era, vai ver o que as empresas estão fazendo para se adaptarem e não desaparecerem vai descobrir como você mesmo pode ser mais criativo e vai, enfim, ter a real dimensão do enorme poder que os consumidores agora tem em mãos.

Boa leitura. Esperamos que esse material resulte sempre em boas vendas.

A Era da Informação

É evidente que estamos atravessando uma nova fase do desenvolvimento humano, a Era da Informação (também conhecida como Era da Tecnologia ou Era da Tecnologia da Informação). Ela tem esse nome não porque nas eras anteriores a informação deixasse de desempenhar seu papel na sociedade, pelo contrário. Seres humanos sempre precisaram e consumiram informação. Mas agora, ela se tornou um dos mais importantes recursos econômicos.

A Era da Informação é o nome dado ao período que vem após a Era Industrial, especialmente após a década de 1980. Suas bases, entretanto, vêm lá do início do século XX e, se desenvolveram mais acentuadamente na década de 70, com invenções tais como o microprocessador, a rede de computadores, a fibra óptica e o computador pessoal.

A Transição da Era Industrial para a Era da Informação

A passagem de uma Era importante para outra não acontece do dia para a noite. A transição se dá a partir da sucessão de uma série de fatos que vão modificando a sociedade. Para mostrar essa mudança vamos analisar o crescimento e a queda dos operários, a classe trabalhista que mais caracterizou a Era Industrial. Entender esse processo de ascensão e queda dos operários é compreender a transição dessas duas eras, a Industrial para a da Informação.

Foi a mudança do trabalho ao longo desses últimos anos que produziu as maiores modificações na nossa sociedade.

Voltemos um pouco no tempo para entender o movimento social mais transformador do século XX. Antes da Primeira Guerra Mundial, os agricultores eram o maior grupo isolado em todos os países, seguidos pelos empregados de serviços domésticos. Só para se ter uma idéia da quantidade de empregados domésticos, se uma pessoa tivesse apenas três desses serviços em casa, era classificada como classe média baixa.

Como esses dois grupos não possuíam capacidade de se organizar, eles tiveram pouco significado histórico e passaram quase despercebidos ao longo dos anos. Os agricultores dessa época organizaram apenas duas revoltas realmente expressivas, a rebelião de Taiping, em meados do século XIX, e a Guerra dos Boxers, no seu final. As duas aconteceram na China. No resto do mundo, quase nada fizeram. Já os empregados domésticos nunca apareceram em uma passeata pública de sua

classe.

A força desse grupo cresceu na medida em que aumentava a sua organização. E esse crescimento ocorreu a partir da migração dos camponeses e funcionários domésticos para a indústria. Eles vieram na dedicação à essa nova ocupação mais vantagens do que em seus antigos ofícios. Esses novos operários foram a primeira classe na história que podia se organizar, e mais importante que isso, permanecer unida por bastante tempo.

Para os agricultores e empregados domésticos o trabalho na indústria era uma oportunidade - de fato a primeira que lhes havia dado - para melhorar de vida sem precisar emigrar. Cada geração via a anterior um pouco melhor. E isso estimulava ainda mais essa migração.

A queda dessa expressiva classe vem acontecendo rapidamente desde o final da II Guerra Mundial. O trabalhador industrial tradicional tem sido substituído por um tipo de trabalhador que Peter Drucker, renomado consultor de empresas e autor de diversos livros sobre o assunto, chamou de trabalhador do conhecimento. Este funcionário é uma pessoa que alia o trabalho manual com o teórico. São exemplos dessa classe: técnicos de raios-X, fisioterapeutas, anestesistas, técnicos de computador, etc. Esse é o grupo de trabalho que mais rapidamente cresce no mundo. No presente momento 75% da riqueza mundial é gerada por trabalhadores dessa natureza e em 1975 eles geravam apenas 25% .

O início da Era da Informação

Vejamos a opinião de dois estudiosos que determinam uma data exata e um motivo do início dessa transição. O já citado Peter Drucker foi a primeira pessoa a chamar o momento que estamos vivendo de Era da Informação. No livro "Administração em Tempos de Grandes Mudanças", ele defende que podemos determinar o início da Era da informação a partir da atitude dos soldados americanos que, após voltar da II Guerra Mundial, tinham como uma das principais exigências as suas colocações imediatas em alguma universidade. Hoje isso pode parecer óbvio, mas na época foi muito marcante visto que aqueles que voltaram da I Guerra aspiravam apenas por um emprego seguro. Neste momento, por volta de 1946, o conhecimento já estava sendo mais valorizado do que o trabalho simplesmente operacional.

O sociólogo norte-americano Daniel Bell prefere dizer que a Era da Informação tem seu marco primordial uma década depois, em 1956, quando o número de "colarinhos brancos" ultrapassou o de operários no seu país. Ao perceber isso ele advertiu: "Que poder operário que nada! A sociedade caminha em direção à predominância do setor de serviços." Ou seja, o poder direcionava-se àqueles que possuíam algum tipo de conhecimento que interessava a outros.

Vivemos em um mundo extremamente dinâmico onde cada vez mais o conhecimento será valorizado.

Principais Tendências da Era da Informação

Podemos prever que o acúmulo de informação, muito em breve, terá o mesmo valor que tinha o acúmulo de patrimônio há pouco tempo atrás. Algumas tendências já podem ser determinadas:

1. O aprendizado contínuo se torna imprescindível. Aprender como aprender é a mais importante lição que podemos desenvolver em nossos dias.
2. É preciso especializar-se, unindo conhecimento teórico ao pragmatismo. Quando os agricultores e funcionários domésticos passaram a trabalhar na indústria eles não precisaram de nenhum conhecimento específico. Afinal, apertar parafusos era mais simples que as atividades que eles já faziam. Hoje o operário que queira migrar para o trabalho do conhecimento necessita adquirir um tipo de informação específica que lhe valha seu salário. Cada vez mais as instituições de ensino devem deixar de lado o conhecimento por si só e ensinar aquilo que poderá ser aplicado no campo de trabalho que a pessoa deseja atuar.
3. As empresas devem esquecer a premissa de conquistar resultados com baixos salários. A vantagem hoje está na boa aplicação do conhecimento. Alemanha e Japão têm ganhado a concorrência dos

EUA, pois estão sabendo aplicar melhor o conhecimento nesses setores do que seus concorrentes. Seus processos tornam a produção mais eficaz reduzindo o custo da produção. Nestes processos há uma enorme troca de informações entre os trabalhadores e essa metodologia tem como premissa o aperfeiçoamento contínuo. Aprendizado contínuo que é característica da Era da Informação.

4. O poder está na mão das pessoas com conhecimento. Hoje, as ferramentas são os conhecimentos que cada trabalhador especializado possui. O conhecimento não possui mais uma escala de valores, cada situação precisará de um tipo de know-how específico. Se o paciente chega ao hospital com a unha encravada, de nada adianta um neurocirurgião atendê-lo. Embora esse médico tenha estudado mais de 15 anos sua especialidade, naquele momento seu conhecimento não tem valor algum. Quem deve fazer o trabalho é a pessoa que tem aquele tipo de habilidade. Essas ferramentas estão acessíveis a todos. Nunca foi tão barato obter informações e ao mesmo tempo, nenhuma época as atribuiu tanto valor.

Na Era da Informação as empresas dependem muito mais dos funcionários do que eles delas, o maior valor agregado das companhias está na cabeça de seus colaboradores. O mau desempenho não pode mais ser atribuído a fatores como a pobreza ou conseqüências comerciais. Ele só pode vir de ignorância na aplicação de conhecimento.

5. A Era da Informação está sendo mais do que uma mudança social. Ela é uma mudança na condição humana. Na nossa época, quantidade de esforço não significa mais resultado. Mãos calejadas não são mais sinônimo de trabalho honesto. Será a capacidade criativa e pensante, que sempre nos diferenciou dos demais animais, que determinará o sucesso das pessoas na economia mundial. Quais serão os novos compromissos da sociedade, o que ela vai significar e para onde rumará nosso trabalho, não temos como saber. O que podemos afirmar com certeza é que serão diferentes, cada vez mais.

Criatividade e Inovação

Além da transformação tecnológica (e da conseqüente valorização da informação), o ambiente competitivo atual também é afetado por inúmeros outros fatores, tais como a globalização, a competição acirrada, a ênfase na relação custo-benefício e a busca incessante pela qualidade e pela satisfação do cliente. Tudo isso exige um foco muito maior na criatividade e na inovação como competência estratégica das organizações.

Para incentivar e expandir essa competência no maior número possível de pessoas, as empresas estão buscando adequar o formato de gestão da própria organização. A ordem é criar um ambiente onde novas idéias e projetos possam ser sugeridos livremente pelos funcionários e colaboradores, ou seja, o ambiente de trabalho de estimular a criatividade.

Como Ser Criativo

E, assim como as empresas estão buscando cada vez mais ser inovadoras e estimular a criatividade dos seus funcionários, elas estão valorizando cada vez mais aqueles profissionais que são criativos e tem algo a oferecer. A grande questão que surge, então é "Como posso ser uma pessoa criativa?"

Algumas pessoas fazem as mesmas coisas e de forma repetida todos os dias e isso significa que o mesmo dia vai se repetindo indefinidamente por todos os dias da vida com diferenças mínimas. A mesma rotina, os mesmos lugares, as mesmas pessoas, os mesmos hábitos, o mesmo conhecimento, o mesmo trabalho, o mesmo caminho, os mesmos programas e, assim por diante. Dessa forma, é difícil inspiração para que a criatividade apareça.

Se a pessoa quer ser criativa, deve fazer coisas diferentes todos os dias! Mudar o seu ambiente de trabalho, mudar alguma coisa no seu lar, ver novos filmes, ir a novos lugares, falar com novas

pessoas, ler livros variados. Na medida em que a mente fica exposta a novidades, há estímulo, a observação fica mais aguçada e é mais fácil fazer novas conexões entre as idéias.

É importante ressaltar que quando a pessoa tem paixão pelo trabalho que realiza, a criatividade manifesta-se mais espontaneamente, já que a tarefa é sentida prioritariamente como prazerosa, acima do dever, da obrigação.

Cabe ressaltar também a habilidade de se trabalhar em equipe, já que muitas vezes as idéias pegam "carona" umas com as outras e a sinergia do trabalho de um grupo coeso e diversificado em suas capacidades é muito maior do que a soma do intelecto dos indivíduos que o compõe.

Porém, algumas pessoas conseguem implementar suas idéias e outras não. Por que não? Porque tem receio de se expor, medo de parecerem ridículas e acabam acomodando-se. Para implantar uma idéia criativa é preciso acima de tudo, de muita determinação. A criatividade por si só não basta. É preciso implementá-la. Transformá-la em uma inovação concreta através de novos produtos, serviços, formas de gestão etc., senão ela não passa de um pensamento, e não se transforma em ação.

As Empresas na Era da Informação

Como já foi dito, além da valorização da informação, o ambiente competitivo atual também é afetado por outros fatores, tais como a globalização e busca pela satisfação do cliente. Agora vamos ver como cada um desses aspectos afetam as empresas.

O Mercado Segmentado

Na Era Industrial, a demanda era maior que a oferta, ou seja, haviam mais pessoas querendo comprar determinado produto do que empresas que o produzissem. As empresas prosperavam oferecendo produtos mais simples, padronizados e de custo relativamente baixo. O mais importante era alcançar altos lucros e o cliente não tinha voz ativa. Agora, com o aumento da variedade de oferta, os clientes passaram a ser muito mais exigentes e procuram produtos e serviços que atendam às suas necessidades específicas.

Nesse novo modelo de mercado, as empresas bem sucedidas aprenderam a oferecer produtos e serviços diferenciados, adequados para os mais diversos segmentos da população, sem repassar os custos dessa diferenciação.

Globalização

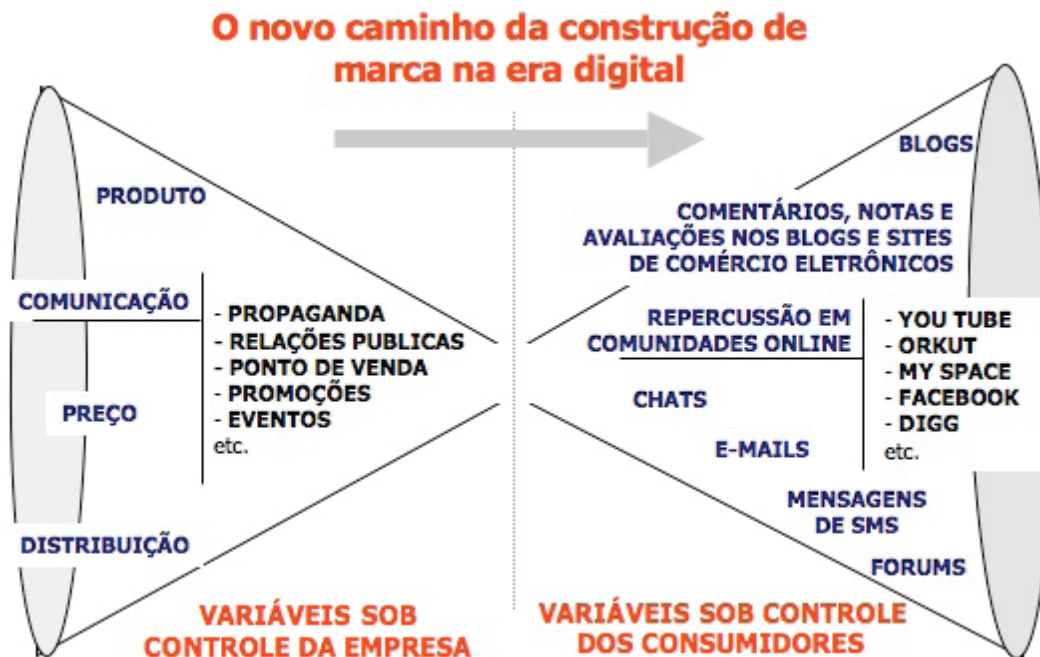
As fronteiras geográficas e os concorrentes locais já não são os únicos com os quais as empresas devem se preocupar. A competição agora é com multinacionais (maiores e com melhor preço) e com pequenas empresas artesanais (menores, mas com produtos mais específicos). A concorrência ficou extremamente pulverizada.

Para assegurar o sucesso e o futuro dos negócios, os empresários devem aprender a eficácia e a competitividade das suas operações (custos), com uma sensibilidade de venda que atenda às necessidades mais específicas de diferentes povos, etnias, faixas etárias, etc. Em resumo, é preciso aprender a competir no mercado global.

As Marcas na Era da Informação

Um grande legado que essa nova Era está deixando para o mundo dos negócios é o novo processo de construção de marcas. Antes, as empresas e seus profissionais de marketing tinham mais domínio sobre a situação. O boca a boca era mais lento. Mas isso mudou. E o desenho abaixo é uma tentativa

de ilustrar esse novo ambiente de negócios. No lado esquerdo estão as variáveis controladas pelo marketing. No lado direito, as novas variáveis, controladas por anônimos como você e eu.



Responsabilidade Social

Com tanta opção de escolha por parte dos consumidores, e tão fácil acesso aos mais variados produtos, os motivos que podem determinar a compra desse e não daquele produto podem ser os mais variados. Um dos que mais vem tomando força é o da chamada Responsabilidade Social das empresas.

Um dos grandes desafios das empresas nesse cenário do politicamente correto e do socialmente responsável é a colocação da sua imagem no mundo globalizado em plena era da informação. Como já dito, são cada vez menores as diferenças entre os produtos das grandes e pequenas empresas, nacionais e internacionais, pois a globalização, apagando limites geográficos e mesclando centenas de culturas diferentes, tornou-os tão próximos em estrutura física e de qualidade, que já não se leva mais em conta apenas o preço, o design ou os demais fatores comuns. É nessa hora que se vêem os benefícios da Era da informação.

Cada vez mais é maior o número de pessoas que questionam o fato de que ao consumirem determinado produto de uma marca específica, estarão ajudando na construção de uma sociedade mais justa, se tal produto ou marca pertence a uma empresa reconhecidamente sócio-responsável. Cada vez mais, preço e qualidade são posições secundárias, sendo substituídos pela ética, princípios e valores. A era da informação está criando uma enorme geração de consumidores socialmente responsáveis, que deixam de adquirir um produto ou, de fato, o adquirem, se a empresa estiver relacionada com alguma ação ou projeto social.

Esta mudança vem criando o que se convencionou chamar de "o quarto setor", que se difere do primeiro setor (definido pelo governo), do segundo setor (indústria) e também do terceiro setor (formado pelas organizações sem fins lucrativos). O quarto setor é formado pelas empresas que geram lucros, mas que colocam a sustentabilidade e a responsabilidade social como fatores principais.