

Os Impactos das Mudanças no Ambiente de Negócios

Quais os Principais Impactos das Mudanças nos Negócios? Que Fatores Econômicos Vêm Moldando as Organizações? Qual a Importância da Tecnologia e da Globalização no Campo Econômico?

Há alguns anos muitas empresas vêm dedicando parte do seu tempo para refletirem sobre as mudanças que o mundo dos negócios vem presenciando. Mas, embora a maioria das organizações ainda não perceba que seus mercados estejam em constante mudança, as exigências dos clientes e as forças competitivas vêm mudando significativamente a cada período de poucos anos.

Setores como telecomunicações, siderurgia, e entretenimento – por exemplo – vêm mudando de tal forma que, as estratégias antes vitoriosas, hoje em dia não funcionam mais. O atual panorama econômico está sendo moldado pela *tecnologia* e pela *globalização*, tanto que várias personalidades importantes da vida empresarial brasileira não conheceram as filmadoras, os telefones celulares, os notebooks e muito menos os endereços eletrônicos.

A tecnologia impulsiona a globalização e o melhor exemplo disso ocorre quando uma pessoa se senta à frente de seu computador, digita um e-mail, informa o número de seu cartão de crédito, compra um par de sandálias populares e o recebe no dia seguinte em sua própria residência.

Além da tecnologia e da globalização a desregulamentação vem proporcionado novos cenários à nossa economia, pois até poucos anos existiam muitas empresas estatais protegidas pelo monopólio econômico. Após o programa de privatização essas empresas governamentais passaram a ter concorrentes e, certamente, isso trouxe ganhos significativos para os consumidores brasileiros.

Sendo assim, pode-se dizer que o ritmo das mudanças é tão veloz que a capacidade de mudar se tornou uma vantagem competitiva para as empresas. A capacidade de mudança requer também a capacidade de aprender e, nesse sentido, as organizações precisam aprender rapidamente sobre as tendências que afetam seus consumidores, a concorrência, seus clientes e fornecedores.

À medida que o ritmo de mudanças se acentua as organizações não podem mais confiar nas antigas práticas comerciais para manter a prosperidade econômica e, dessa forma, elas necessitam adotar abordagens mais eficazes.

Nessa transição, as empresas não devem mais pensar em operar apenas no mercado físico, mas também no mercado virtual. Seu foco não pode ser apenas doméstico, mas global e local – ao mesmo tempo. As organizações devem substituir o Marketing de Massa pelo Marketing One-To-One, substituindo o foco no produto pelo foco na cadeia de valor.

As empresas que aprendem e mudam não devem mais ficar procurando vantagens competitivas sustentáveis, mas inventar vantagens. Devem acelerar o desenvolvimento de novos produtos, utilizando poucos fornecedores e gerenciando para cima, para baixo e para os lados. Portanto, como alguém observou mais enfaticamente, existem dois tipos de empresas: _ aquelas que mudam e aquelas que desaparecem.