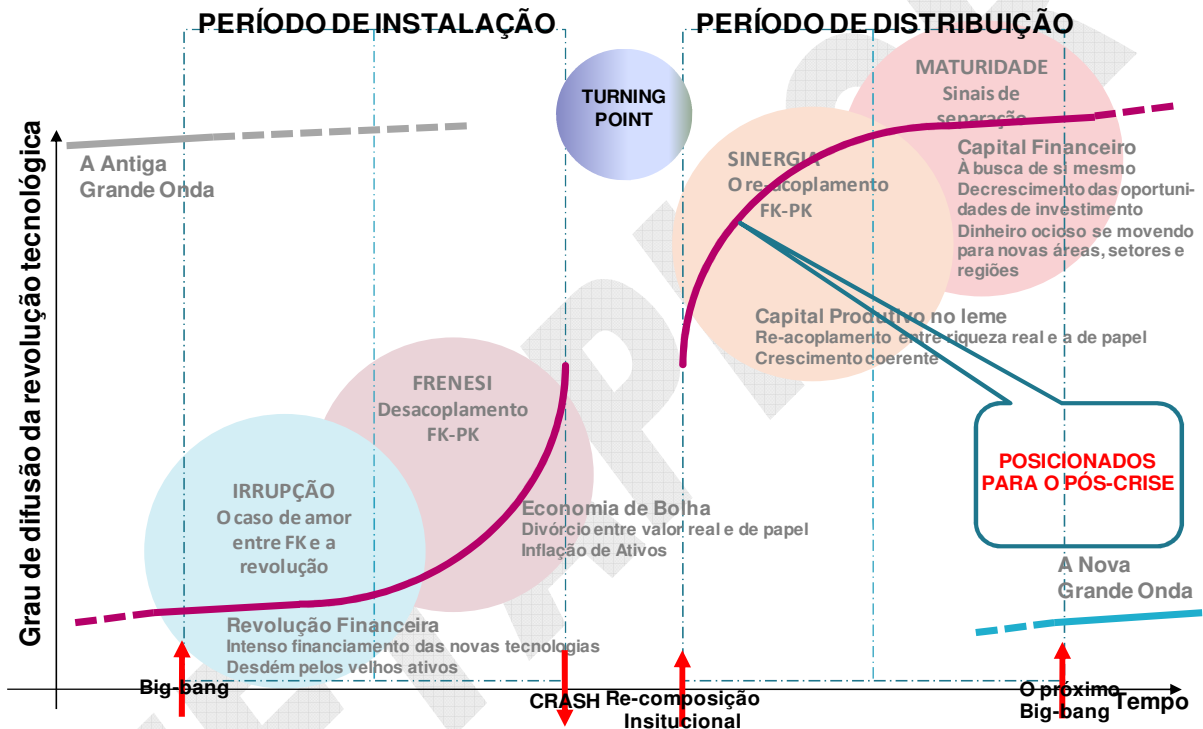


E Depois da Crise?

É indubitável que em tempo de incerteza, o foco seja administrar de forma mais rigorosa o fluxo de caixa, aumentar a produtividade dos processos chave e redobrar a atenção ao mercado e às vendas. Contudo, é bastante provável que você já venha se argüindo sobre o que virá depois da crise.

Considerando tal questão, compartilho algumas informações que podem contribuir para reforçar sua crença nas oportunidades que deverão se apresentar, após o atual período de turbulência. Ao mesmo tempo, revejo alguns pontos discutidos em editoriais anteriores.

A figura abaixo reflete o modelo apresentado por Carlota Perez em *“Technological Revolutions and Financial Capital”*, obra publicada em 2002, no rescaldo da bolha da internet. Ele consolida estudos relativos às cinco grandes ondas de desenvolvimento que atreladas a revoluções tecnológicas, caracterizam a história do mundo desde a Revolução Industrial, iniciada ao final do século XVIII.



Revoluções tecnológicas têm seu *big-bang*, o impulso necessário para a tecnologia vir difundir-se e dar surgimento ao paradigma técnico-econômico da nova grande onda. Segundo a autora, o da atual revolução, a da TI-TELECOM, é o microprocessador INTEL i4004, de 1971 (o Ford Modelo T, foi o *big-bang* da revolução anterior). O fato inicia o PERÍODO DE INSTALAÇÃO da onda.

Na fase de IRRUPÇÃO, o capital financeiro (FK), em grande estoque e decepcionado com os ganhos sendo obtidos na MATURIDADE da onda anterior, aposta na nova tecnologia e a faz avançar, até que, na fase de FRENESI, se desacopla do capital produtivo (PK) e passa a produzir inflação de ativos que explode em sucessivas crises e bolhas, até atingir o CRASH. Então a curva de “S” se rompe e o mundo mergulha em um período turbulento (TURNING POINT), de duração indeterminada, no qual se busca a re-composição institucional necessária para deflagrar o PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO, aquele em que o novo paradigma se instaura plenamente (fase de SINERGIA) e produz forte crescimento, até atingir a MATURIDADE que marca o fim do predomínio da tecnologia.

Cada grande onda embute as particularidades de sua revolução tecnológica e a atual difere profundamente das anteriores porque a nível global e de modo ubíquo, propulsiona princípios associados a conhecimento e adição de valor intangível. Porém, se a fase de SINERGIA promete prosperidade e coerência, não traz declínio na competição. Assim, utilizando as potencialidades da tecnologia (que as possibilitam “erguer mais que o próprio peso”), organizações, independentemente do setor de atividade, deverão buscar, através inovação de valor, modos de prevalecer sobre a profusão de ofertas. Em suma, a fase de SINERGIA que virá é a do uso extensivo da TI-TELECOM em novos conceitos de negócio. Alguma dúvida quanto à necessidade de estar preparado desde já?

Brainstorm

Casa & Vídeo

Sun

Livraria e Editora Rúbio

Unisys

PROATIVA

LOCUS

Bio-Rad

Sybase

SINDICONT-RIO

Banco do Estado do
Maranhão

DATAMEC

CHESF

Instituto Cohen

SESCON-RJ

Redesenho de Processos

Planejamento Estratégico

Previsão de Demanda

Pesquisa de Satisfação de
Clientes

Venda Consultiva

Programa de Conscientização
Estratégica

Gerência de Relacionamento
com o Cliente

Planejamento de Marketing

Gestão de Mudança

Avaliação de Projetos de T.I.

Integração de Marketing

Avaliação Estratégica de
Parceria entre Empresas

Desenvolvimento de Produtos

Identidade Visual e Corporativa

- O Permanente Desafio de Fidelizar Clientes
- Fidelização de Clientes – Reavaliando Algumas Verdades
- Mensurando o Valor do Relacionamento com o Cliente
- Investindo em Fidelização de Clientes – Uma Abordagem
- Fidelizando o Cliente Certo
- Implementando a Fidelização de Clientes
- Deserção Progressiva, Latente, ... Despercebida
- Fidelizando Clientes, Fidelizando Intermediários
- Fidelização e o Relacionamento Produtor-Comerciante
- Venda Consultiva e Colaboração
- Tecnologia e Criação de Valor
- Fidelização de Clientes e Modelo de Negócio
- A Morte do Marketing?
- Tecnologia e Valor Estratégico
- De Crises e Mudanças
- O Mundo de 2020
- As Novas Regras da Gerência de T.I.
- O Futuro e os Fornecedores de T.I.
- “De Volta ao Básico”
- O Básico do Crescimento
- Parcerias e Outras Intenções
- Surpreender, Encantar, ... o Cliente
- Ouvindo Certo
- O Processo de Marketing
- Desenvolvimento de Produtos em Empresas de Serviços
- Selecionando Ferramentas de Gerenciamento
- Realizar as Estratégias – O Desafio da Liderança
- Processos de Negócio, TI e Estratégias
- Estratégias que Produzem Inovação de Valor
- E Depois da Crise?