

# Aonde você quer chegar?

Já vamos começar o ano falando de mudanças, neste caso, a tecnológica. O aperfeiçoamento dos recursos tecnológicos diminui drasticamente os intervalos entre a descoberta e a aplicação de uma ideia e abrevia o ciclo de vida dos produtos que, até então, “duravam” anos e anos. O consumidor, num mercado fechado como era o brasileiro, não percebia a defasagem entre o Brasil e os mercados mais desenvolvidos. Hoje é diferente. Às vezes, o produto nem acabou de nascer completamente e já é programado para deixar de existir.

A grande questão é que a velocidade das mudanças tecnológicas provoca profundas alterações nos cenários competitivos e impede que o investimento em inovação tenha tempo para oferecer retorno. Como a mudança tecnológica representa um risco à estratégia? Por exemplo: as novas tecnologias modificam a relação de poder entre os seres humanos. Nos nossos tempos, a internet permite o acesso à informação de forma instantânea e está disponível para todo mundo: para você, para seus rivais, aliados, inimigos, etc. Todos declaram que estamos na era do conhecimento. Na verdade, estamos mesmo é na era da informação, acessível a todos graças à internet. E uma coisa é diferente da outra. Transformar informação em conhecimento exige um passo adicional. De nada adianta você ter esse poderosíssimo e eficaz meio de compartilhamento da informação, se não souber o que deseja, qual é o lugar aonde você quer chegar. Como as mudanças medem-se não em anos, trimestres ou meses, mas em dias, quem não raciocinar em dias estará com o tempo de vida limitado.

A ideia de velocidade, hoje, é totalmente diferente de tudo que já vimos. As decisões delineadas numa reunião executiva, em qualquer organização, podem ser divulgadas para milhares de pessoas interessadas instantaneamente. As informações estão espalhadas, e todos têm acesso a elas, inclusive seus antigos e novos concorrentes. É um jogo totalmente diferente. Informação já não mais representa poder; velocidade na aquisição do novo conhecimento, sim. “Se você não tiver essa cultura do aprendizado em sua empresa, se não estiver obtendo informações novas todos os dias de todas as partes, se não mostrar um desejo insaciável de aprender, você se verá sucumbido no mundo da internet” - (Jack Welch - Ex-CEO da General Electric).

Por isso, cada vez mais, a capacidade de aprendizado de uma organização significa, sem dúvida, uma vantagem competitiva definitiva. E ela é mais fundamental ainda na era da tecnologia da informação, assunto que abordaremos na próxima edição da *Revista Linha Direta*. ■



**Carlos Pessoa**

Professor e especialista em negociação e gestão estratégica  
[www.carlospessoa.com.br](http://www.carlospessoa.com.br)