

OPINIÃO

A Nova Economia que está sendo impulsionada pela pandemia

Diego Barreto (\*)

As transformações decorrentes da Nova Economia já estavam em andamento há algum tempo.

Muito se fala sobre as transformações na relação entre empresas e consumidores, que evolui e exige que organizações de todos os portes reinventem-se para se adequar às novas necessidades e ao perfil repaginado do cliente. Mas afinal, como é essa nova realidade econômica e de consumo? Quais as bases para esse cenário, e como adaptar-se para ter sucesso?

A Nova Economia pode ser descrita como a tendência capaz de reunir empresas tradicionais e startups, formando ecossistemas que permitem uma nova fase de desenvolvimento do país. É o modelo de negócio que promove a inovação, sustentada pela gestão ágil, com hierarquia mais flexível, times diversos e comprometimento com sustentabilidade. As transformações decorrentes da Nova Economia já estavam em andamento há algum tempo, mas a pandemia do novo coronavírus serviu como "mola propulsora" para a aceleração desse movimento.

São mudanças que iriam ocorrer de qualquer forma, mas têm acontecido de maneira ainda mais rápida do que o imaginado, porque o cenário pandêmico serviu como um "divisor de águas" entre a Velha Economia e a entrada definitiva na Nova Economia. Há seis princípios da Nova Economia que devem nortear o modelo de negócio de corporações de todos os segmentos, para serem bem-sucedidas em suas respectivas áreas de atuação.

Um dos principais elementos desse novo modelo econômico é a maior facilidade para criar demandas baseadas no desejo de tornar ações e serviços mais ágeis. O consumidor de hoje é muito bem informado e altamente exigente, por isso, é fundamental conhecer de antemão suas expectativas e descobrir, antes da concorrência, necessidades ainda não supridas. Dessa forma, a marca estará "largando na frente" e ampliando suas chances de sucesso ao lançar um determinado produto ou empreendimento.

Outro princípio da Nova Economia diz respeito às falhas. As corporações devem ser ágeis nas adaptações em relação aos erros, que nem sempre são ruins, mas a forma como se lida com eles é que define o sucesso ou fracasso. Na verdade, os erros são fundamentais para servir de lição, e devem ser entendidos como oportunidades de ouro para rever processos.

Errar e imediatamente corrigir, faz parte do ciclo de amadurecimento do negócio. O grande problema é quando a empresa, ao detectar um erro, tenta se "esconder" e fica paralisada, sem reação. Confiar na equipe também é fundamental. A Nova Economia aposta no poder da inteligência coletiva, na qual a melhor solução vence, não importa de quem tenha partido. Não

existem soluções prontas, e essas devem ser buscadas sempre de forma colaborativa.

É ilusão procurar por uma 'receita de bolo' na hora de elaborar uma estratégia de negócio. As estratégias devem partir da equipe, em conjunto, mas para que isso aconteça o time deve estar psicologicamente seguro. É necessário estimular a transparência e a troca de ideias constante, independente da posição hierárquica. Outro ponto indispensável é promover a disrupção digital. Big data, internet das coisas, inteligência artificial e outros recursos permitem a transformação dos modelos de negócio.

A disrupção leva à conexão digital de fornecedores, distribuidores, clientes e governo, todos organizados em rede e envolvidos na entrega de um produto ou serviço específico. Com isso, cada parte interessada produz impacto nos outros e vice-versa, criando uma plataforma em constante evolução, na qual todos devem ser flexíveis para sobreviver. Essa é a base da Nova Economia na qual deve-se pensar a longo prazo. Hoje, o consumidor busca, mais do que nunca, marcas alinhadas aos seus propósitos e crenças.

Por isso, a empresa deve definir com clareza seus propósitos e conhecer o público que irá atingir e cativar. Se o propósito é fazer dinheiro pelo dinheiro, a Nova Economia é a porta errada. Nesse novo modelo, não é viável almejar o lucro às custas de um mau serviço, e sim pensar a longo prazo, cultivando a relação duradoura e de confiança com o cliente. A conta em dólares chega no final. Por fim, traz uma mudança total de paradigma na relação empresa-cliente, com base na própria organização interna.

Enquanto as empresas da Velha Economia são organizadas por unidades de produção, as da Nova Economia dividem-se por segmento de cliente, com foco nos indicadores de comportamento e no ciclo de vida do consumidor. As antigas varejistas trabalham com estoques em locais físicos, enquanto os e-commerces eliminam o custo com armazenamento, investem em uma boa logística e entregam ao cliente qualquer tipo de mercadoria, oferecendo experiências cada vez mais únicas e personalizadas. Ou seja, transformam os centros de distribuição em centros de lucro.

As organizações que não se adaptarem (e rapidamente) a esses novos conceitos correm alto risco de ver seus negócios naufragarem em pouco tempo. Não se pode esquecer que cerca de 1 milhão de companhias fecham as portas todos os anos, mesmo antes da pandemia. As empresas que insistirem no velho modelo de gestão dos negócios muito dificilmente terão sobrevivência.

(\*) - Mestre em administração pelo IMD Business School, com passagens acadêmicas pela FGV e FIA, é Vice-Presidente de Finanças e Estratégia do iFood e professor de estratégia, negócios digitais e nova economia.

Segue aguda a falta de chips

A escassez global de chips, um problema para os setores que produzem equipamentos eletrônicos e veículos, pode continuar até 2023, como disse à BBC Jim Whitehurst, presidente da IBM

Vivaldo José Breternitz (\*)

O problema é tão grave que há poucos dias o presidente dos Estados Unidos, Joe Biden, participou de uma reunião de gigantes das áreas de tecnologia e automotiva para discutir formas de diminuir o problema, inclusive com a injeção de dinheiro público, e, se possível, tornar o país menos dependente de importações nessa área.

Existe uma grande defasagem entre o desenvolvimento de uma tecnologia na área e a sua entrada em produção, explicou Whitehurst, para quem é preciso focar nos investimentos em fábricas. A IBM anunciou ter concluído recentemente o processo de desenvolvimento de mais uma geração de chips, que, no entanto, deve demorar alguns anos até chegar às linhas de produção.

Os fabricantes, por sua vez, anunciam seus planos: a Intel disse que investirá US\$ 20 bilhões para construir duas novas fábricas na Arizona, enquanto a Samsung planeja construir uma fábrica de US\$ 17 bilhões na Coreia do Sul ou nos Estados Unidos. A taiwanesa TSMC também elevou sua previsão de investimentos para US\$ 100 bilhões nos próximos três anos, em um esforço para aumentar sua capacidade de produção.

Já a China, de acordo com o South China Morning Post, tem procurado aumentar seus estoques de chips: suas importações do produto atingiram níveis históricos em março, quando o país importou 58,9 bilhões de unidades, no valor de US\$ 35,9 bilhões.

Seguramente esse é um problema de que ouviremos falar ainda durante um bom tempo.

(\*) É Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da Faculdade de Computação e Informática da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

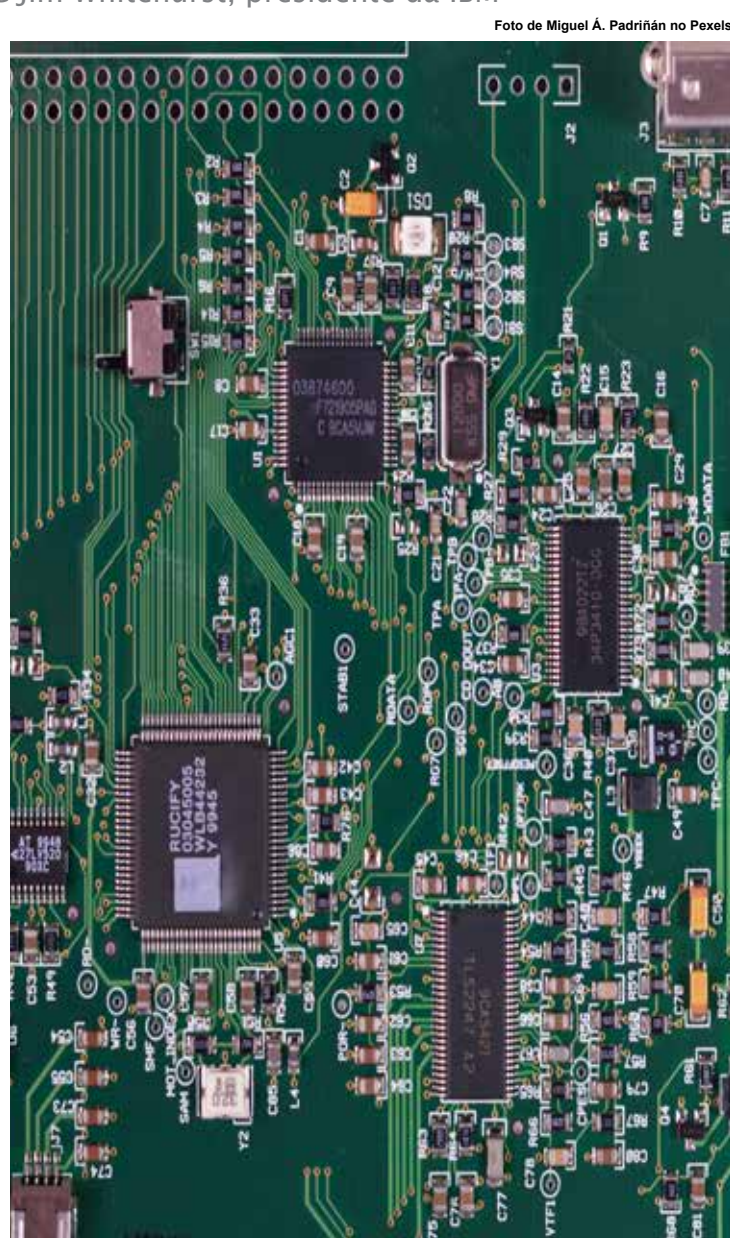


Foto de Miguel Á. Padriñán no Pexels

Marketing de rede abre portas para o empreendedorismo no Brasil

Empreender é a opção de milhares de brasileiros em cenários de crise. É o que mostra o estudo da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que apontou que o Brasil em 2020 atingiu o maior número de pessoas envolvidas no empreendedorismo inicial, ou seja, realizando a abertura de novos empreendimentos ou com negócios de até 3,5 anos. A parcela foi de 25% da população adulta. A série histórica da pesquisa revela aumento do empreendedorismo inicial em períodos de recessão, como os que ocorreram de 2008 a 2009 e entre 2014 e 2016. Um dos caminhos é o marketing de rede, já que permite investimento inicial baixo, como explica o gestor da Rede PP, Patrick Abraham. "O investimento é baixo e, mesmo que o novo

integrante não traga ninguém para o grupo, ele terá a certeza de obter rendimentos ao final do mês", detalha o consultor. Patrick criou em 2017 uma rede de investidores em criptomonedas que hoje reúne mais de 50 mil integrantes, todos indicados por meio deste modelo. Cada participante investe uma quantia, uma banca faz as transações da moeda e cada um obtém lucro de acordo com o valor aportado. O retorno pode ser de até 10% ao mês, mas é variável. Segundo Patrick, empreender é ter autonomia e desenvolver competências para criar algo de valor e gerar renda. Dessa forma, sua rede, por exemplo, permite isso, já que o mercado financeiro não apenas torna o investidor um autônomo, como pode abrir também caminho

para a obtenção de lucros que propiciem a abertura de um empreendimento. Patrick reforça que Marketing de Rede é diferente de pirâmides financeiras, que são uma prática ilegal. O Marketing de Rede é um sistema de negócio próprio. O afiliado comercializa os produtos e serviços de uma empresa de forma independente, pode construir uma equipe com outros afiliados e, com isso, ganhar comissões sobre o volume de negócios produzidos. "É um modelo que se sustenta mesmo sem a entrada de novos membros, diferente das pirâmides", explica Patrick. No caso dele, o foco é o mercado financeiro, mais especificamente as criptomonedas, mas o modelo se aplica a vários segmentos, como venda de cosméticos, roupas e diversos outros produtos.

O impacto da indústria de mineração para o desenvolvimento econômico e tecnológico do Brasil

A mineração se faz presente em terras brasileiras desde a época da colonização. Para ser mais preciso, a busca de metais valiosos e pedras preciosas teve início no século XVII, marcando as primeiras atividades socioeconômicas do setor de mineração no país. Com a exploração mineral o Brasil passou por sensíveis transformações econômicas, um novo polo econômico cresceu, principalmente no Sudeste.

Atualmente as empresas de extração de minérios contribuem muito para a geração de empregos diretos e indiretos, além de ter uma participação expressiva no recolhimento de tributos. De acordo com dados do Ministério do Trabalho e Emprego, o setor de extração mineral iniciou o segundo semestre de 2019 com 173.642 trabalhadores e finalizou com 175.942, gerando 2.300 novos postos de trabalho. Já em 2020, apenas na cidade de Parauapebas, no Pará, foram registradas quase 7.600 novas contratações e esse número vem aumentando em todas as regiões onde existem empresas de extração.

De acordo com o IBRAM – Instituto Brasileiro de Mineração –, o setor de mineração representa hoje 5% do PIB brasileiro. No balanço do setor no ano de 2020, divulgado pelo instituto recentemente, foram recolhidos R\$ 66,2 bilhões em impostos, encargos e taxas para o setor público, além de R\$ 6,08 bilhões da Compensação Financeira pela Exploração de Recursos Minerais (CFEM), o que resultou no total de impostos pagos da ordem de R\$ 72,2 bilhões. Além disso, o setor faturou R\$ 208,9 bilhões (excluindo-se petróleo e gás) em 2020, 36,2% a mais em relação a 2019.

Desenvolvimento do Brasil X Desenvolvimento da Indústria de Mineração

Com o avanço da mineração no Brasil, a tecnologia também desenvolveu-se e importantes invenções como a máquina a vapor, câmara de condensação, locomotiva, lâmpada de segurança e até mesmo a dinamite foram criadas para auxiliar no trabalho realizado nas indústrias de mineração, otimizando os processos extrativos e logísticos. E até hoje essas evoluções tecnológicas ocorrem em torno das mineradoras.

De fato, o desenvolvimento da indústria de mineração trouxe e ainda traz inúmeros benefícios para o desenvolvimento do Brasil: geração de empregos, influência no PIB nacional, equilíbrio econômico, novas tecnologias industriais, entre outras vantagens. Porém, todos esses benefícios e crescimento exigem um custo, o qual na maior parte das vezes é pago pelo meio ambiente.

A mineração, apesar de ser essencial para o desenvolvimento socioeconômico do país, apresenta grande potencial de impactos ambientais negativos quando realizada de maneira incorreta, seja na falta de planejamento ou na ausência de fiscalização. Desde a época colonial há históricos da degradação da paisagem, do desmatamento, da poluição e contaminação dos recursos hídricos, da poluição ambiental, contaminação e compactação do solo, redução da biodiversidade, entre outros fatores que afetam diretamente o meio ambiente.

No entanto, atualmente o Brasil conta com diversos órgãos responsáveis por fiscalizar a atividade mineradora, bem como o cumprimento da legislação acerca da exploração dos recursos minerais, tais como o Ministério do Meio

Ambiente (MMA), o Ministério de Minas e Energia (MME), o Serviço Geológico do Brasil, e o Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama).

O futuro do mercado de Mineração para a Fluke

O mercado de mineração é um dos principais focos para a economia brasileira. Pelo fato de serem consumidores promissores, as mineradoras são consideradas um dos setores com o maior mix de produtos vendidos ao mercado. As diferentes áreas existentes dentro de uma planta de mineração e a troca de experiência com cada uma delas, faz com que seja possível identificar novas oportunidades de aplicação para produtos e contribui no desenvolvimento de novas ferramentas para o segmento, movimentando dessa maneira o mercado industrial brasileiro.

Apesar do cenário econômico negativo que o mundo enfrenta com a pandemia, a indústria brasileira de mineração cresceu em 2020 e a expectativa neste ano é que as empresas brasileiras continuem investindo no crescimento extrativo e nas importações, uma vez que o próprio governo está se empenhando para conceder novas liberações de exploração. Dessa maneira, a tendência é que a indústria de mineração cause a cada ano mais impacto positivo no mercado brasileiro, contribuindo com o desenvolvimento tecnológico e socioeconômico do país.

(Fonte: Daniel Petta é Gerente de Grandes Contas de Mineração e Siderurgia da Fluke do Brasil, companhia líder mundial em ferramentas de teste e medição presente em diversos segmentos da indústria).

News @TI

Projeto Up Skill disponibiliza mais de 400 vagas de TI no Brasil e no exterior

O Up Skill - projeto de capacitação tecnológica, que tem o objetivo de preparar mão de obra especializada em tecnologia da informação - disponibiliza 408 vagas em mais de 10 empresas conceituadas do setor, de todo o país, como Cl&T, Dextra, Grow Consulting, Matera, Grupo Ultra, Icaro Tech, Venturus, entre outras. Dessas vagas, 226 são especificamente para o modelo remoto ou híbrido. As vagas oferecidas contemplam cidades como Campinas (SP), São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Recife (PE), Curitiba (PR) e Maringá (PR). Algumas delas são para o exterior, em países como Portugal, China, Canadá, Estados Unidos, Chile e Equador. Os cargos oferecidos incluem, mas não se limitam, a profissionais de suporte técnico a sistemas, desenvolvimento de software, suporte a sistemas críticos, implantação e manutenção de sistemas, entre outras especialidades voltadas à tecnologia da informação (https://workover.com.br/upskill/).