



06 TECNOLOGIA

Empresas virtuais: uma realidade multidimensional

A combinação de empresas que estreitam seu foco de atenção concentrando-se sobre suas competências básicas com a necessidade de oferecer uma gama maior de produtos e serviços aos consumidores gera um novo fenômeno: a empresa virtual. Ela terceiriza processos físicos e atributos administrativos tradicionais, ao mesmo tempo em que expande atividades intelectuais – como a solução de problemas com processos comerciais padronizados, como o marketing - concentrando esforços na diferenciação de seus produtos no mercado e agregação de valor para o consumidor.

A empresa virtual pode ser caracterizada como coligação de empresas independentes com o objetivo comum de satisfazer uma determinada necessidade do mercado. Sua realidade é multidimensional. Sua definição inclui um conjunto de idéias que compreende competências não básicas terceirizadas, atenção centrada em um ramo ou ponto forte básico, pouca ou nenhuma infra-estrutura física, rede de alianças comerciais, valorização do capital intelectual e uso intensivo de tecnologia da informação. Os avanços tecnológicos viabilizam esse novo conceito de organização administrativa, por meio do fluxo ágil e seguro de informações e do processamento de transações interempresas e entre empresas e clientes.

A empresa virtual funciona como um laboratório em que a fabricação em si é menos importante do que o desenvolvimento de tecnologias de ponta e marketing. Produzir, embalar e distribuir produtos são responsabilidades repassadas a terceiros. Seu perfil enfatiza alianças, identidade de marca, base de conhecimentos, estratégia de marketing, pesquisa e desenvolvimento. São elementos menos importantes: recursos humanos, inventário, manufatura, materiais, escritórios e lojas.

Nas empresas virtuais, a transformação é a norma; a estabilidade, a aberração.

É preciso estar apta a lançar produtos melhores e novos na rede de valor. Para se manterem dentro da cadeia de fornecimento, os participantes precisam aperfeiçoar constantemente o que têm a oferecer. Isso gera um potencial criativo e transformador contínuo no interior das organizações e possibilita que novos concorrentes tomem o lugar dos menos eficientes.

A inovação de produtos, serviços, canais e comunicações acontece em decorrência do que a organização aprende. Um fator diferenciador é sua capacidade de obter e gerenciar conhecimentos sobre seus clientes, concorrentes, produtos, canais, serviços, parceiros e processos. Importante fator de sucesso de uma empresa virtual é a extensa capacidade de interoperação de aplicativos entre as partes que a compõem. Elas devem agrupar os processos empresariais não diferenciadores, empregando soluções prontas, pois não precisam competir neles. Também devem estabelecer padrões para o significado, formato e apresentação das informações, os quais, no entanto, são movidos pelas forças do mercado. As redes devem ser de alta velocidade e confiáveis. A computação e a segurança devem ser cooperativas.

Alguns indicadores já mostram a força dessa tendência em franca expansão entre as empresas de alta tecnologia, como a presença no país de grandes corporações mundiais especializadas em vender esse tipo de serviço às indústrias "sem fábrica". Elas elevam suas receitas em silêncio e no anonimato, pois os produtos levam sempre as marcas das companhias que as contratam.