



POR Ricardo Vargas

A EMPRESA VAZIA

Uma das possíveis definições de empresa é “um conjunto organizado de meios com vista a exercer uma actividade comercial, que produz e vende bens e/ou serviços, com o objectivo de responder a necessidades do mercado”.

Na verdade, o que uma empresa é varia de sector para sector e muda ao longo do tempo. O que é uma empresa na Era do Conhecimento ou num sector muito baseado em conhecimento? Se numa sexta-feira houvesse um incêndio no seu escritório e os equipamentos e instalações fossem destruídos, que percentagem do seu negócio conseguiria manter na segunda-feira seguinte?

Num sector pouco baseado em conhecimento, talvez lhe seja possível continuar com quatro ou cinco por cento. O departamento comercial conseguiria provavelmente realizar grande parte do trabalho de contactar clientes para lhes explicar o que se passou e conquistar a sua compreensão. Mas não haveria produto para entregar, matéria-prima para consumir ou máquinas para a transformar. Sem um bom seguro, poucas empresas sobreviveriam a uma situação destas.

Num sector muito dependente do conhecimento, provavelmente ser-lhe-ia possível continuar com 95% do seu negócio. Desde que as pessoas que prestam os serviços não tenham ficado feridas no incêndio, estão capazes de entregar o que foi vendido na segunda-feira seguinte.

Esta é a natureza dos negócios baseados em conhecimento. São difíceis e demoram tempo a desenvolver, mas são mais flexíveis na sua implementação e mais resistentes a catástrofes naturais porque existem sobretu-

do na cabeça dos colaboradores. O incêndio é um exemplo extremo, mas nem seria necessário.

Na era do conhecimento, quando no fim do dia os colaboradores saem da empresa levam consigo a maioria do capital da mesma: o *know-how*; o conhecimento tácito e explícito; as relações estabelecidas com clientes ao longo dos anos; o histórico de resoluções de problemas; o conhecimento das idiossincrasias de cada um dos colegas com quem se relacionam e da melhor maneira de fazer funcionar as relações internas; os comportamentos que promovem a cultura da empresa; toda a informação não registada; as competências técnicas; a capacidade de trabalhar com os equipamentos e tecnologia; o resultado dos cursos de formação e de todo o investimento em conhecimento; a aprendizagem decorrente dos erros cometidos ao longo dos anos que nunca foram registados porque foram corrigidos; centenas de maneiras de interpretar a informação disponível, consequentes da combinação de muitos pontos de vista diferentes; a simpatia com que atendemos os clientes; a ambição, o profissionalismo, o rigor, a qualidade e todas as atitudes que nos levam a ser bons no que fazemos; as relações de amizade que se construíram; o acolhimento e apoio social que por vezes não se tem em mais nenhum local; as histórias inspiradoras que levam as equipas a avançar na adversidade; os exemplos de coisas que não podem ser feitas mas que fica mal assumi-lo frontalmente; os grupos e respectivas sensibilidades que devem ser respeitados para que o todo funcione de forma harmoniosa; a sabedoria acumulada da melhor maneira de lidar com as pessoas difíceis em geral e cada chefe em particular; o respeito e credibilidade conquistados no mercado; a resposta criativa às manhas dos concorrentes; o orgulho em pertencer à empresa e defender a marca; etc., etc., etc.

No fim do dia, quando os colaboradores saem, a empresa fica vazia. Resta apenas um espaço onde tudo pode acontecer desde que as pessoas que lá trabalham voltem no dia seguinte. ■