

IMPACTO DA GLOBALIZAÇÃO NA COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS.

IMPACT OF GLOBALIZATION ON COMPANY COMPETITIVENESS.

¹WELTER, Daniel S. M.; ²SILVA, Jacqueline C. de O.

^{1e2}Curso de Administração

Centro Universitário das Faculdades Integradas de Ourinhos-UNIFIO/FEMM

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo discutir como a globalização impactou as empresas e apresentar uma possível estratégia para a adaptação do cenário atual mantendo a competitividade. Trata-se de uma questão de extrema relevância para o setor empresarial, no qual a globalização transformou o modo em que os empresários administravam as suas empresas, forçando a criação de novas estratégias para se manterem competitivas em um ambiente globalizado. Uma das ferramentas para que as empresas não fiquem para trás é a tecnologia da informação, recurso utilizado, que contém ferramentas que são usadas para controlar equipamentos e processos de trabalho, conectando os colaboradores internos, para tal implementação é necessária a colaboração dos líderes para estarem em constante evolução buscando informações atualizadas, dessa forma garantindo a sobrevivência empresarial em um novo cenário e se destaquem em um mercado altamente competitivo.

Palavras-chave: Globalização; Competitividade; Tecnologia da Informação.

ABSTRACT

The present article aims to discuss how globalization has impacted companies and present a possible strategy for adapting to the current scenario while maintaining competitiveness. It is an issue of extreme relevance for the business sector, in which globalization has transformed the way entrepreneurs manage their companies, forcing the creation of new strategies to remain competitive in a globalized environment. One of the tools for companies to stay ahead is information technology, a resource that contains tools used to control equipment and work processes, connecting internal collaborators.

Keywords: Globalization; Competitiveness; Information Technology.

INTRODUÇÃO

A globalização é um processo complexo que passou por transformações econômicas globais significativas, afetando diretamente empresas de todos os portes e setores. Para manter sua competitividade e garantir sua sobrevivência, as empresas devem se adaptar e se reinventar constantemente para garantir a sua estabilidade.

Portanto, a competitividade empresarial se torna um fator fundamental para o sucesso e o crescimento das empresas. Para se manterem competitivas em um ambiente globalizado, as empresas necessitam estar em constante inovação, priorizando a eficiência operacional, a gestão estratégica e realizando outras ações que possam garantir sua sustentabilidade a longo prazo.

Nesse contexto, o impacto da globalização na competitividade das empresas não é padronizado. As empresas dos países desenvolvidos têm acesso a recursos

mais abundantes e tecnologias mais avançadas, permitindo uma maior competitividade no mercado global. Por outro lado, as empresas dos países em desenvolvimento enfrentam desafios, como a falta de infraestrutura, o acesso limitado a tecnologias e a falta de capacitação dos trabalhadores.

Diante desse cenário, é essencial analisar os fatores que influenciam a competitividade empresarial em um contexto globalizado, distinguir as principais dificuldades enfrentadas pelas empresas e expor estratégias que possam superar esses obstáculos. É com essa perspectiva que esse artigo busca explorar o impacto da globalização na competitividade das empresas e uma possível estratégia para o mundo atual.

METODOLOGIA

Para tanto, a metodologia utilizada se baseou no método de abordagem qualitativo, de natureza básica. Quanto aos objetivos, foi exploratória a fim de aprofundar os conhecimentos acerca do assunto. O procedimento utilizado foi a pesquisa bibliográfica a partir da coleta de materiais publicados em forma de livros e artigos enquanto os dados estatísticos foram retirados de sites específicos da área.

Desta forma, o estudo será apresentado por meio da divisão de dois temas, onde o primeiro é focado nas vantagens e desvantagens que as empresas enfrentam no ambiente, e o segundo explorará as estratégias que as empresas podem empregar para aumentar sua competitividade neste ambiente.

O EFEITO DA GLOBALIZAÇÃO NAS EMPRESAS

A globalização é um fenômeno complexo e multifacetado que afeta muitos aspectos atuais. Resumindo, a globalização pode ser definida como a intensificação das relações econômicas, políticas, sociais e culturais entre diferentes países e regiões mundiais. Após esse fenômeno, a economia mundial tornou-se cada vez mais interdependente, com aumento do comércio internacional, do investimento estrangeiro e dos fluxos financeiros (RAMALHO, 2012).

De acordo com Mariano (2014), a partir do ano de 1980, a globalização passou a ter uma influência maior na sociedade por meio da revolução tecnológica, especialmente a Internet e as tecnologias de comunicação móvel. A implementação

da tecnologia facilitou as transações comerciais e financeiras, permitindo que fossem realizadas em tempo real, conseqüentemente as barreiras comerciais foram reduzidas, facilitando a troca de informações entre diferentes partes do mundo. Contudo, a globalização é vista como uma oportunidade para o crescimento econômico e o desenvolvimento social em muitos países.

Além disso, a globalização pode trazer desafios adicionais em termos de competitividade, como a necessidade de lidar com diferentes moedas e a volatilidade dos preços. A competição global também pode ocasionar uma pressão constante para redução dos custos e o aumento da eficiência, o que pode ser difícil para empresas que não estão preparadas para lidar com essas mudanças (DUNNING; LUDAN, 2008)

O cenário de globalização cria oportunidades para os negócios. Um benefício é a possibilidade de mudanças de mercados, reduzindo a dependência de um local, outro, é que a globalização pode afetar uma maior cooperação entre as empresas, possibilitando parcerias estratégicas e a troca de conhecimentos e recursos (PORTER, 1990).

No entanto, a globalização também tem objeto de críticas e contestações. Um dos principais problemas é a desigualdade econômica e social entre países e regiões. Enquanto alguns países desenvolvidos e corporações multinacionais se beneficiaram da globalização, muitos países em desenvolvimento lutaram para acompanhar e enfrentam dificuldades como o desemprego, a pobreza e a exclusão social (BAUMAN, 1999).

Contudo, para que competitividade empresarial aumente dentro de um ambiente globalizado, estratégias devem ser tomadas, como por exemplo, a implementação da tecnologia da informação, a adaptação às culturas locais e regulamentações, a criação de medidas estratégicas com outras empresas e a exploração de novos mercados e produtos.

A Tecnologia da Informação como estratégia para as empresas aumentarem a sua competitividade no cenário globalizado.

A tecnologia da informação é uma ferramenta desenvolvida com a globalização, que consiste em uma rede de produtos de hardware e software utilizados para controlar equipamentos e processos de trabalho e para conectar pessoas, funções entre escritórios e empresas. (WALTON, 1993).

Após a expansão e persistência da globalização, pode-se argumentar que nenhuma empresa pode escapar do impacto da revolução da informação. (Porter e Miller, 1985). As empresas devem perceber que a informação é um requisito tão importante quanto os recursos humanos, e que os responsáveis e colaboradores tomam decisões com base nelas, o que pode levar ao sucesso ou ao fracasso. A informação é, portanto, um elemento essencial nas organizações que permite definir as condições necessárias para atingir os objetivos e aumentar a competitividade (FREIRE, 2000; SANTOS, 2001).

Um dos grandes motivos das transformações no cenário competitivo é a constante evolução da tecnologia que é fruto da globalização, dentre as novas tecnologias, destaca-se a Tecnologia da Informação (TI), que tornou-se um importante componente competitivo para as empresas (ALBANO, 2001).

As soluções oferecidas pela tecnologia da informação nem sempre estão disseminadas nas empresas porque, em geral, exigem uma mudança de atitude do diretor, não se prestando apenas a atendê-lo em suas necessidades. Para a implementação da TI pelas empresas, espera-se que o diretor juntamente com a equipe habitue à tecnologia e não o inverso. (FIRMINO, 2003).

Na atual economia da informação, as empresas competem com base em sua capacidade de adquirir, processar, interpretar e usar informações com eficiência (McGEE e PRUSAK, 1994). A tecnologia da informação que dá suporte a todos esses processos pode ser um fator importante para aprimorar o uso das informações estratégicas existentes no ambiente, gerando grande valor e mantendo a unidade organizacional.

O processo estratégico em uma organização deve ser contínuo, buscando sempre o novo. Com o tempo, os colaboradores tornam-se cada vez mais conscientes e adaptáveis às capacidades e limitações da empresa, às ameaças e oportunidades do ambiente e ao próprio processo. Portanto, os gestores devem perceber que o processo estratégico não significa necessariamente altos custos. A gestão estratégica não exige grandes investimentos em tecnologias complexas, menos muito formais, e pode ser feita em escala simples, com colaboradores envolvidos e focados em informações relevantes sobre seu negócio e necessidades (TERENCE, 2002).

Portanto, a tecnologia da informação é uma estratégia essencial para as empresas aumentarem sua competitividade em um ambiente globalizado. Ela oferece eficiência operacional, insights estratégicos e aprimoramento da colaboração, permitindo que as empresas se adaptem ao impacto da globalização e se destaquem em um mercado altamente competitivo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa realizada para o presente artigo, observou-se que a globalização é um processo complexo que teve transformações econômicas globais significativas no mundo, sobretudo na empresas, forçando a criação de novas estratégias para manter a competitividade e garantir a sua sobrevivência, entre as ferramentas existentes temos a tecnologia da informação. A tecnologia da informação, refere-se ao conjunto de recursos mais eficientes, ágeis e inovadoras, permitindo que elas enfrentem os desafios impostos pela globalização. Por meio desse estudo foi possível concluir que a globalização e a tecnologia da informação são duas forças interligadas que têm um impacto significativo na competitividade das empresas. Aquelas que conseguem aproveitar a tecnologia da informação para se adaptarem e se destacarem em um cenário globalizado têm maior probabilidade de obter sucesso e alcançar uma posição de destaque em seus respectivos setores.

REFERÊNCIAS

- ALBANO, C. S. (2001). Adoção de novas tecnologias da informação: um estudo de problemas e ações nas Cooperativas Agropecuárias do Rio Grande do Sul. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 24., 2001, **Anais...** Campinas, São Paulo. 1 CD-ROM.
- BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- BISPO, C.A.F.; GIBERTONI, D. (2002). Um banco de dados estratégicos para dar suporte ao gerenciamento estratégico dos negócios nas pequenas empresas. In:
- DUNNING, JH; LUNDAN, SM. **Empresas multinacionais e a economia global** . 2. ed. Cheltenham ; Northampton: Edward Elgar, 2008.
- Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 22., 2002, **Anais...** Curitiba, Paraná: ABEPRO. 1 CD-ROM.
- FIRMINO, M. (2003). **Por que a pequena empresa resiste à tecnologia**. Web Insider, abr.Disponível em Acesso em 27 out. 2003.
- FREIRE, J. E. (2000). **Uma abordagem sobre os colaboradores na atual sociedade da informação**. Dissertação (Mestrado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo.
- FULLER, T (1996). Fullfilling IT needs in small businesses; a recursive learning model. **International Small Business Journal**, v 14, n.4, p.25-44.
- GUARITÁ DOS SANTOS, L. M. Impactos da globalização nas organizações brasileiras. **Revista Gestão & Saúde**, [S. l.], v. 4, n. 3, p. pag. 3657–3675, 2014.
- IANNI, Otávio. **Era do globalismo**. Rio de Janeiro: Civ. Brasileira, 1996.
- MARIANO, A. M.; VÉRAS, J. M.; DA SILVA, A. J.; DO SANTOS SAMPAIO, F. G.;
- MCGEE, J. V.; PRUSAK, L. (1994). **Gerenciamento estratégico da informação**. Rio de Janeiro: Campus.
- MIGLIATO, A. L. T.(2003). **Planejamento estratégico situacional aplicado à pequena empresa: estudo comparativo de casos em empresas do setor de serviços (hoteleiro) daregião de Brotas/SP**. Texto de Qualificação (Mestrado) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos. 2003.
- MORAES, G. D. DE A.; TERENCE, A. C. F.; ESCRIVÃO FILHO, E.. A tecnologia da informação como suporte à gestão estratégica da informação na pequena empresa. **JISTEM - Journal of Information Systems and Technology Management**, v. 1, n. 1, p. 27–43, 2004.
- PORTER, M. **The Competitive Advantage of Nations**. Disponível em: <<https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>>.
- PORTER, M.E.; MILLAR, V.E. (1985). How information give you competitive advantage. **Harvard Business Review**, v. 63, n. 4, p. 149-160, jul./aug.

RAMALHO, N. A.. Processos de globalização e problemas emergentes: implicações para o Serviço Social contemporâneo. *Serviço Social & Sociedade*, n. **Serv. Soc. Soc.**, 2012 (110), p. 345–368, abr. 2012.

RATTNER, H.. Globalização: em direção a um mundo só?. **Estudos Avançados**, v. 9, n., v. 9, n. 25, p. 65–76, 1995.

SANTOS, E. M. (2001). Aprisionamento tecnológico: novos desafios da gestão das estratégias organizacionais na era da informação. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v.8, n.1, p.61-67, jan./mar.

SANTOS, T. S. DOS .. Globalização e exclusão: a dialética da mundialização do capital. *Sociologias*, n. **Sociologias**, v. 6, p. 170–198, 2001

TERENCE, A. C. F. (2002). **Planejamento estratégico como ferramenta de competitividade na pequena empresa**: desenvolvimento e avaliação de um roteiro prático para o processo de elaboração do planejamento. Dissertação (Mestrado). Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos.

WALTON, R. (1993). **Tecnologia da informação: o uso da TI pelas empresas que obtêm vantagem competitiva**. São Paulo: Atlas.