

# COMO INGRESSAR NOS NEGÓCIOS DIGITAIS

Eduardo Mayer Fagundes  
São Paulo: Edições Inteligentes/Sebrae, 2004.

Resenhista

## Moisés Santos

Jornalista, professor de novas tecnologias da comunicação do IMES e pesquisador do núcleo Celacc/USP.

Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo.

Com o avanço da tecnologia e o crescimento do uso da internet, uma das áreas que mais cresceu nos últimos anos foi a do e-commerce – o comércio digital. Hoje já se sabe que o potencial oferecido pela web para o comércio é enorme, porém os especialistas reconhecem que ainda há muito que desenvolver para garantir um sistema de comércio altamente seguro e eficaz no mercado virtual.

Sob este aspecto um dos pontos cruciais é a estratégia de competitividade, ou seja, o planejamento necessário para se manter alinhado com os novos rumos do mercado. Atualmente, vivemos em um momento histórico em que diversas áreas estão se modificando e se adequando ao mundo globalizado, causando com isto profundas transformações de comportamento da sociedade. No âmbito comercial, o comércio online é uma realidade que ganha cada vez mais consumidores a cada ano. Lojas virtuais como Amazon.com e E-bay, em nível internacional, e Americanas, Magazine Luiza e Submarino ampliam a cada ano o universo de clientes na internet. No Grupo Pão de Açúcar, por exemplo, o avanço dos negócios via internet chegou a 250% recentemente. Pequenas e médias empresas também realizam negócios de exportação e encontram novas alternativas para vender seus produtos por meio da rede.

Em busca de uma visão mais ampla sobre este assunto e visando ajudar a ampliar o universo de empresas brasileiras na internet,

está disponível no mercado o livro *Como ingressar nos negócios digitais – entre na era dos negócios digitais e fique à frente da concorrência*, de Eduardo Mayer Fagundes, publicado em parceria pelo Sebrae e Edições Inteligentes. O autor é professor de tecnologia da informação da Universidade Mackenzie e especialista em estratégias e tecnologia. O Sebrae, referência no apoio às pequenas e micro empresas, lança livros em parcerias com editoras dentro de um projeto que tem por objetivo ampliar o universo de especialistas em assuntos de interesse focado no empreendedorismo. Pela proposta o Sebrae se compromete em adquirir mil exemplares e distribuí-los em universidades, bibliotecas públicas e centros de documentação.

Neste novo livro o autor analisa três visões que devem ser observadas para manter a empresa competitiva no mercado digital: o uso de ferramentas de e-business, repensar a forma de fazer o negócio e a redefinição do próprio negócio. Sua proposta, na verdade, é algo muito simples: entender como o ciberconsumidor atua, criando métodos e estratégias eficientes para atender à demanda de consumo satisfatoriamente e, portanto, gerar novas possibilidades de negócio. O livro é uma boa ajuda para quem quer entender a economia do consumidor, definir uma visão empresarial para atuar na internet, transformar seu negócio para trabalhar na internet, entender como as empresas podem se beneficiar

com os negócios digitais, entender os aspectos de segurança da internet, escolher o melhor método de pagamento on-line para seu negócio, definir a melhor infraestrutura de hospedagem de seu website e elaborar um plano de negócios digital. Segundo o IBGE, as vendas do comércio pela internet tiveram crescimento real de 127% nos últimos dois anos.

Além disso, o universo de sites também não pára de crescer. No mês de maio foi alcançada pela primeira vez a marca de 50 milhões de sites ativos. E o crescimento se dá a uma velocidade média de 25 mil novos endereços por dia. Mantido o ritmo, o próximo grande número – a marca de 100 milhões de sites – deverá ocorrer em dezembro de 2006, quando a internet estará completando dez anos de existência.

Ao considerar todos esses aspectos, Eduardo Mayer demonstra que os novos recursos tecnológicos podem ser utilizados com eficiência, mesmo por aqueles que estão iniciando no mundo virtual. Escrito em linguagem simples, a obra é rica em informações sobre tecnologia e mundo empresarial. Enfim, o livro é uma espécie de manual teórico que interessa a todos que pretendem ter seu próprio negócio, independente de seu tamanho. Levando em consideração que nos últimos anos mais de 30% das empresas que foram extintas no Brasil não procuraram quaisquer ajuda, o livro torna-se uma ferramenta importante de apoio estratégico.