



APDSI apresenta a Internet e as Redes Sociais como formas de potenciar negócios

Lisboa, 25 de Maio de 2012 – “Internet, Negócio e Redes Sociais - Um Caminho para a Internacionalização” foi o tema da conferência da APDSI que decorreu no auditório do ISEGI, no Campus de Campolide, da Universidade Nova de Lisboa, a 24 de Maio.

No atual contexto em que as Tecnologias de Informação e Comunicação começam a influenciar fortemente diversas áreas de negócio, a APDSI entende, através do seu Grupo de Negócio Eletrónico (GNE), que é fundamental alinhar as necessidades do negócio e os processos de suporte ao negócio das empresas, porque ambos estão em evolução e melhoria contínua.

Tentar contribuir para que as empresas tracem novos caminhos de adesão à Internet e aos negócios digitais é o principal objetivo do grupo de trabalho do professor Ramiro Gonçalves, da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. O professor partilha a opinião de que falta informação junto dos decisores das empresas para que impulsionem os seus negócios num caminho mais eletrónico. A solução passa, no seu entender, “por ouvir académicos, empresas e empreendedores”.

Do exagero que se preconizava em 2000, de um mundo que assentaria unicamente na digitalização, vive-se uma realidade em que o mundo físico e o digital convivem, embora em diferentes dimensões. “A Globalização e as TIC levam a uma constante necessidade de operar na mudança, numa lógica constante do aumento da produtividade e uma cada vez maior necessidade de integração”, observa o professor Ramiro Gonçalves. Para que se percebam as possibilidades únicas que a Internet oferece, as empresas têm de reinventar novas formas de gestão como por exemplo, a customização do ambiente de compra online. “As empresas têm de tratar os seus clientes como seres individuais. Atualmente o ambiente de compra não é diferenciado consoante o produto. Talvez por isso muitos clientes não comprem nessas plataformas”, aponta o professor da UTAD.

Para Manuel Pérez Cota, professor da Universidade de Vigo, o futuro é sorridente para as novas tecnologias na sociedade da informação porque elas estão muito mais presentes no nosso dia-a-dia do que se possa imaginar à partida. Como vantagens da computação em rede o professor aponta agilidade, utilidade e ubiquidade. “Já não é só no computador portátil que está tudo o que importa. Tem de estar tudo em todo o lado e

hoje isso é possível” diz. Na sua intervenção, Pérez Cota deixou claro que a oportunidade de negócio na Internet é das mais interessantes no momento. Para reforçar esta ideia o professor deixou um número significativo: No ano passado dois milhões de espanhóis fizeram compras na Internet.

“As redes sociais no desenvolvimento e na internacionalização dos negócios” foi o tema no qual se centrou a intervenção de Luís Vidigal, da direção da APDSI, que destacou a força que as redes sociais têm pela sua “habilidade de fazer e desfazer rapidamente”. Para que as vendas online cresçam de forma a tornarem esta forma de negócio mais significativa, Luís Vidigal considera que as empresas têm de alimentar mais a confiança e lealdade, o que se pode garantir com “terceiras entidades para garantir que as primeiras são confiáveis”. Sendo que a web 2.0 já potencia uma enorme exposição pública do indivíduo e a sua interação com diferentes meios, o passo seguinte deve ser, na opinião deste membro da APDSI, “uma venda orientada de forma inteligente que identifica a forma como nos expomos e presta serviços personalizados, ouvindo realmente os clientes”.

Na primeira Mesa-Redonda do dia, sob o tema “Negócios Digitais – passado, presente e futuro”, Manuel Castelo-Branco, da Reditus, e Jorge Pereira, da Infosistema, apresentaram como vantagens das compras online o preço, a oportunidade, rapidez e facilidade do processo. Citando o exemplo das seguradoras, Jorge Pereira diz que o futuro passa pela criação de um ciberagente, “alguém que tem que perceber de sociologia, comunicação e design porque a interação vai ser diferente do que é atualmente”.

O sector do calçado, citado por Jaime Quesado, especialista em Estratégia, Inovação e Competitividade, foi um dos que melhor se adaptou à Era das TIC: “A componente tecnológica e digital é hoje fundamental para o calçado na gestão da cadeia de valor, partilha e comunicação”.

Rui Pereira Caeiro, dos CTT Expresso, falou de como a empresa teve que se adaptar para não perder o “comboio” das novas tecnologias. “Tudo o que é materializável tem de ser transportado e o cliente quer ter a oportunidade de devolver um produto que não o satisfaz”, exemplifica Rui Pereira Caeiro. As tendências indicam que o e-commerce tende a crescer e que cada vez mais as entregas são determinadas pelo comprador final. Assim sendo, o papel dos operadores logísticos passa por combinar opções de e-buyers, “com maior variedade de serviços e diversificação de meios de pagamento”, considera o responsável dos CTT Expresso.

Em contrapartida, Graça Bau, consultor do MOPTC, acredita que Portugal é um país dotado de muita gente capaz mas sem uma identidade definida: “Somos um país rico mas sem inteligência porque não tiramos partido dos investimentos que fazemos. Temos redes de fibra ótica e na banda larga móvel somos líderes mas será que sabemos fazer coisas que se vendem? Não é possível termos sucesso num país em que tanta gente capaz faz tão pouco”, conclui.

Durante a tarde a primeira mesa-redonda foi dedicada aos investidores em capitais de risco, ou seja, entidades que estão apostadas em contrariar o ciclo da crise apostando em quem tenha ideias inovadoras e em novas formas de fazer negócio (Eggest, IAPMEI, Inovcapital e AICEP). Exemplos de sucesso nessas matérias são as jovens empresas de Marco Barbosa, Bewarket, The Talent City, de Ângela Marçal, a InoCrowd, de Soraya Gadi, e a HotZNow, de Fernando Matos.

De salientar, ainda, que o almoço da conferência “Internet, Negócio e Redes Sociais - Um Caminho para a Internacionalização”, decorreu em formato inovador: um Brown Bag Lunch onde foi proposto aos participantes reunirem-se, informalmente, à volta de três diferentes temas.



Sobre a APDSI

Criada em 2001, a APDSI tem por objectivo a promoção e o desenvolvimento da Sociedade da Informação e Conhecimento em Portugal, reunindo com este interesse comum indivíduos e empresas. Na linha destes propósitos a Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação tem vindo a desenvolver diversas actividades, onde se destacam uma série de estudos realizados por grupos de trabalho multidisciplinares sobre os vários temas da actualidade na Sociedade da Informação, nomeadamente Administração Pública, Aprendizagem, Justiça, Saúde, Educação, Comércio e Negócio Electrónicos. Em todos estes trabalhos a APDSI procura identificar as tendências de evolução e também as interacções entre as tecnologias e outras dimensões sociais e económicas, contribuindo com uma visão mais aberta para a discussão e eficaz implementação destes conceitos na Sociedade Portuguesa. A APDSI tem o Estatuto de Utilidade Pública e foi considerada em 2009 ONGD.

Para mais informações contacte:

APDSI

Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação

Rua Alexandre Cabral, n.º 2C – Loja A

1600-803 Lisboa – Portugal

Tel.: +351 217 510 762

Fax: +351 217 570 516

E-mail: secretariado@apdsi.pt

URL: <http://www.apdsi.pt>