

E-BUSINESS: NEGÓCIOS ELETRÔNICOS – ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

LAZILHA, Fabrício Ricardo (PG- Lato Sensu)

(Curso de Especialização em Análise de Sistemas das Faculdades Integradas de Maringá – FAIMAR do Centro de Ensino Superior de Maringá – CESUMAR)

Docente do Curso de Processamento de Dados das Faculdades Integradas de Maringá – FAIMAR do Centro de Ensino Superior de Maringá – CESUMAR)

FERREIRA, Edinei Francisco, Ms. (Orientador)

(Docente do Curso de Administração da Universidade Estadual de Maringá – UEM)

(INTRODUÇÃO) O mercado eletrônico, resultado da aplicação intensiva de Tecnologia de Informação no mercado tradicional, é uma realidade que trará grandes benefícios às empresas que o assimilarem nas suas estratégias, e podendo constituir-se uma ameaça às empresas que não o utilizarem. O e-business (negócios eletrônicos), utiliza como estratégia os recursos computacionais que a empresa já possui, para exercer o marketing direto através da Tecnologia de Informação por meios da *Internet*, podendo trazer vantagem competitiva à organização.

(OBJETIVOS) *Caracterizar* os conceitos básicos relativos aos negócios eletrônicos (estratégia empresarial, marketing direto, marketing de relacionamento e *Internet*) e *demonstrar* que o comércio eletrônico é uma das tendências emergentes com maior poder potencial de inovação nas estratégias e nos processos de negócios nos vários setores econômicos, com o intuito de colocar as empresas que fazem seu uso em vantagem competitiva.

(MÉTODO) Durante o desenvolvimento deste trabalho, a metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e também na *Internet*, bem como a troca de informações com empresas através de mensagens eletrônicas (e-mail) e o estudo de caso de uma empresa que fez uso da tecnologia e-business. Números e estatísticas foram extraídos de jornais, revistas e sites na *Internet*. **(RESULTADOS)** A vantagem competitiva foi observada, por exemplo, no caso mencionado da concessionária de veículos SAGA, que observou resultados positivos quando colocou um site na *Internet*. A grande aceitação do mercado e a superação das expectativas de venda, já fez com que a empresa pensasse em um novo projeto de expansão dos limites do site.

(CONCLUSÃO) O ambiente empresarial, tanto em nível mundial como nacional, vem passando por profundas mudanças nos últimos anos, as quais têm sido consideradas diretamente relacionadas com a tecnologia de informação. Essa relação engloba desde o surgimento de novas tecnologias para atender as necessidades do novo ambiente, até o aparecimento de novas oportunidades empresariais criadas pelas novas tecnologias ou novas formas de sua aplicação. Atualmente, algumas das características do novo ambiente empresarial, tais como globalização e integração entre as organizações, têm confirmado as tendências da criação e utilização de mercado e negócios eletrônicos, os quais já podemos considerar uma realidade, fazendo com que as organizações devam elaborar, ou pelo menos rever suas estratégias considerando os negócios eletrônicos, na busca de vantagem competitiva além dos outros benefícios que este pode trazer.

(PG – FAIMAR/CESUMAR)

fabricao@cesumar.br