

Internet: uma oportunidade de negócio para as empresas



O P I N I Ã O

CLÁUDIA CUNHA*

CLAUDIA.CUNHA@CRIACAOEDECONTEDOS.COM
WWW.CRIACAOEDECONTEDOS.COM

Vender mais e directamente aos consumidores é actualmente uma oportunidade por explorar ao alcance de qualquer empresa portuguesa.

Apesar de existir há quase duas décadas, a Internet revela-se hoje como uma gigantesca porta de acesso ao mundo e oferece às empresas múltiplas oportunidades de negócio, não só para criar importantes parcerias business to business e assim potenciar competências, como até para comunicar e vender directamente a milhões de utilizadores do ciberespaço que todos os dias navegam por sítios em linha de informação, pesquisando sobre produtos e serviços através de motores de busca mundiais, portais informativos, directórios empresariais, blogs e até redes sociais.

As possibilidades são infinitas e basta pensar que no mundo existem cada vez mais pessoas ligadas à Internet através de conexões de banda larga, para perceber as enormes potencialidades de comunicação que este meio oferece. Segundo um inquérito da Micro-

soft, Portugal é o país europeu com o maior número de utilizadores permanentemente ligados à Internet, sendo que um em cada cinco portugueses passa mais de cinco horas diárias a navegar nas auto-estradas da informação. É um manancial de potenciais consumidores de marcas, produtos e serviços ligados online, ávidos por informação e à procura de conteúdos relevantes que captem a sua atenção e os levem para sítios em linha de empresas que, conscientes destes hábitos de consumo, já imprimiram importantes mudanças na comunicação das suas marcas.

A actual conjuntura económica revela-se desfavorável à actividade das empresas e verificou-se especialmente danosa para o poder de compra dos consumidores.

A Internet surge assim como uma oportunidade para as empresas de tornarem as suas marcas visíveis aos olhos dos seus públicos-alvo, não esquecendo que estes agora usam-na para comprar produtos, fazer reservas, comparar preços entre concorrentes, estudar as características dos bens e pesquisar

lojas, mapas de acesso, catálogos, formas de pagamento, promoções, entre muitas outras informações. Quando um indivíduo efectua uma consulta na Internet, demonstra um claro interesse sobre o que está a pesquisar e então pode-se dizer que está já em processo de decisão de compra. Plenamente informado, este consumidor quando se dirige a uma loja, fá-lo já com a real intenção de concretizar a compra. Os próprios colaboradores das empresas, principalmente das que têm lojas e espaços de exposição, têm de estar cientes desta realidade e preparados para lidar com um público muito bem informado e conhecedor do mercado, o que só por si representa um nível de atendimento de exigência superior. As empresas que despertarem para estes novos hábitos de consumo e apostarem em acções integradas de comunicação online através, por exemplo, de publicidade em motores de busca conjugada com conteúdos inteligentes e de carácter relevante para os consumidores, têm meio caminho andado para promoverem

eficazmente as suas marcas, incrementarem as suas vendas e crescerem com sucesso e de forma sustentada.

* Search-Engine Marketeer



COMISSÃO EUROPEIA

Representação em Portugal - <http://ec.europa.eu/portugal>

Atum de rabilho: Comissão fecha a pesca com redes de cerco de retenida

A Comissária Europeia das Pescas, Maria Damanaki, decidiu encerrar a pesca do atum de rabilho com redes de cerco de retenida no Mediterrâneo e no Atlântico Oriental devido ao esgotamento das quotas atribuídas. A decisão entrou em vigor dia 10 de Junho.

O encerramento da pesca com redes de cerco de retenida é considerado essencial para proteger as unidades populacionais de atum de rabilho e para garantir a sua recuperação como previsto no plano da Comissão Internacional para a Conservação do Atum Atlântico (ICCAT).

Regime de certificação para os biocombustíveis sustentáveis

A Comissão Europeia criou um regime de certificação para os biocombustíveis sustentáveis para incentivar as empresas, os Governos e as

ONG a criarem regimes de certificação para todos os tipos de biocombustíveis, incluindo os importados para a UE. As normas aplicáveis aos regimes de certificação fazem parte de um pacote de orientações que explica como a Directiva Energias Renováveis, que entrará em vigor em Dezembro de 2010, pode ser aplicada.

Foram estabelecidas as normas que os regimes devem respeitar para que sejam reconhecidos pela Comissão. Um dos principais critérios para a emissão de Certificados de biocombustíveis sustentáveis é que tenham auditores independentes incumbidos do controlo de toda a cadeia de produção, desde o agricultor e a unidade fabril, passando pelo comerciante, até ao fornecedor de combustível que entrega a gasolina ou o gasóleo à estação de serviço. Entre os biocombustíveis, só podem ser promovidos aqueles que produzam emissões de gases com efeito de estufa baixas e não provenham de florestas, de zonas húmidas e de áreas naturais protegidas. Assim,

a conversão de uma floresta numa plantação de óleo de palma não respeitaria os requisitos de sustentabilidade.

Günther Oettinger, Comissário europeu responsável pela Energia, declarou: «Nos próximos anos, os biocombustíveis serão a principal alternativa à gasolina e ao gasóleo utilizados nos transportes, que produzem mais de 20% das emissões de gases com efeito de estufa na União Europeia. Temos de assegurar que os biocombustíveis utilizados também sejam sustentáveis. O nosso regime de certificação é o mais rigoroso do mundo e garantirá que os nossos biocombustíveis correspondam aos mais elevados padrões ambientais. Produzirá efeitos positivos igualmente noutras regiões na medida em que abranje biocombustíveis importados».

As energias renováveis incluem a biomassa sólida, a energia eólica, solar e hidroelétrica, bem como os biocombustíveis. Só os biocombustíveis que cumpram os requisitos de sustentabilidade da UE podem

ser incluídos nos objectivos da directiva.

Empréstimo BEI: 100 milhões de euros para pequenas e médias empresas portuguesas

O Banco Europeu de Investimento (BEI) aprovou um empréstimo de 100 milhões de euros à Caixa Económica Montepio Geral para financiamento de projectos de investimento de capitais promovidos essencialmente por pequenas e médias empresas.

Este empréstimo destina-se a financiar pequenos projectos nas áreas da indústria, turismo e serviços, incluindo em matéria de investigação e desenvolvimento, energias renováveis e protecção do ambiente. Pode também ser utilizado para projectos de infra-estruturas promovidos pelos municípios. A maior parte dos projectos beneficiários situa-se em regiões portuguesas incluídas no objectivo de convergência.

O empréstimo irá contribuir para o

aumento da produtividade e da competitividade das PME portuguesas, atenuando o impacto da actual crise económica nestas empresas e promovendo o desenvolvimento regional e a coesão económica e social do país.

Este empréstimo do BEI é uma continuação da sua cooperação com a Caixa Económica Montepio Geral e tem lugar após a aprovação, em 2008, de outro empréstimo de 100 milhões de euros também destinado essencialmente às pequenas e médias empresas.