

## FUTURIZE SUA EMPRESA

Valter Afonso Vieira <sup>1</sup>

CURITIBA-PARANÁ

### *GET YOUR COMPANY INTO THE FUTURE*

Criada há várias décadas pelos americanos uma rede de computadores tinha por finalidade ligar as pessoas em seus diversos locais de trabalho; posteriormente com a evolução da tecnologia esta rede acabou se tornando conhecida como *Internet*, a maior rede de computadores do mundo. Hoje, traz em seu ventre a "Nova Economia", a economia das empresas que não possuem estruturas físicas, mas vendem de tudo, como se possuíssem. Estas empresas conseguiram, em menos de dois anos o que muitas conseguiram com vinte: possuir um valor de mercado de milhões de dólares.

Ao longo dos próximos dez anos, a Internet provocará mudanças no comportamento do consumidor que colocarão por terra todos os programas de reengenharia e redução de custo que mantiveram tantos mestres em administração e programadores queimando a cuca noite adentro. Essas mudanças serão tão profundas que as empresas terão que se realinhar com um foco no cliente ainda mais "pronunciado" do que o atual. A Internet almeja essa mudança no mundo dos negócios. Ela pode ser seu pior pesadelo ou sua melhor oportunidade. A questão é: como você irá reagir?

Com base nesta pressão mundial que todos os empresários estão passando, o consultor de estratégia, em longo prazo na Web, de grandes e pequenas empresas, *David Siegel* lança (depois de dois best-

sellers) o seu quinto livro sobre Internet intitulado *Futurize sua Empresa* editado pela Futura. Este livro traz consigo a descrição das ferramentas e metodologias necessárias para transformar sua organização (real ou virtual) de conduzida pela gerência para o que o autor chama de *Empresa Conduzida pelo Cliente*. As mais variadas ferramentas para elaborar estratégias de sucesso na era do *e-customer*, *e-business* e *e-commerce*, encontram-se divididas em cinco etapas.

*Porque muitas estratégias na Web fracassam? O que é e-business, e-commerce, e-customer?* São respostas a estas perguntas que formalizam a primeira parte do livro. É parte principal da obra, pois compreende o "modelo" que o autor oferta. Diferente das empresas tradicionais (conduzidas pela gerência) este modelo de empresa conduzida pelo Cliente é definida como [esta empresa] *deve ter uma interface permeável entre os clientes e os funcionários, estabelecendo um diálogo sobre "a transação comercial"* e tornando-se o termo ultimamente empregado no mercado. Este tipo de empresa incita a fidelidade nos relacionamentos e age estrategicamente. Agora o foco está no *cliente* e não no produto, sendo este o novo desafio para as empresas que desejam sobreviver no século XXI.

Depois de ser explicitado este modelo, a definição de *e-commerce* e sua diferença de *e-business*

---

<sup>1</sup> Bacharel em Administração de Empresas pela Unopar, Tutor de Educação à Distância pela Universidade Federal do Paraná- UFPr e aluno regularmente matriculado no programa de pós-graduação em Ciências Empresariais – nível Doutorado - pela Universidade Museu Argentino – Buenos Ayres, AR.

complementam esta parte, incluindo as dúvidas das empresas que já estejam na Web ou outras que pretendem ingressar. Como complementação, as obras *Estratégias de e-commerce e Marketing na Internet e-commerce*, de Charles Trepper e Álvaro de Castro, respectivamente reforçam a importância da empresa em investir na fidelização do seu cliente e aprender a ouvi-lo sempre.

Na prática, a coisa muda, pois sabemos que a dificuldade de implantar um modelo de empresa conduzida pelo cliente e realizar suas adaptações na organização não são fáceis. Todos os dias verificamos a falência de mais e mais empresas virtuais no mundo afora e, pensando nisso, o autor não esqueceu, nesta segunda etapa, de descrever os procedimentos necessários para chegar a este tipo de empresa. Através de "reuniões com todos os envolvidos neste processo, planejar os passos na *e-culture*, elaborar o organograma, revisar o seu campo de manobra estratégica on-line, dentre outros", você estará pronto para colocar em prática este modelo de empresa e dar os primeiros passos em direção a esta revolução cibernética.

A terceira parte é fixada em "protótipos" onde o autor descreve (em casos fictícios) como determinadas empresas (bancos, siderúrgicas, livrarias, etc.) poderão reexaminar o seu grupo de clientes, identificar os mais potenciais, e deixá-los conduzir a empresa tornando-se assim uma empresa conduzida pelo cliente. Em cada um dos exemplos citados o *autor* e o *leitor* fazem uma consultoria nas empresas, e são comentados os fatores importantes das mudanças orgânicas para as mesmas, *alguns* [funcionários] *serão mais inquietos do que outros* comenta o autor quando a empresa começa a passar por esta transição.

Elaborado para fornecer ao leitor a compreensão de "como" poderão trabalhar determinadas empresas com a Internet, estes protótipos quebram o tabu existente de que só apenas algumas empresas tradicionais podem se vangloriar em trabalhar com a rede a seu favor. David SIEGEL demonstra as mais variadas empresas existentes que usufruem deste benefício e criam vantagens competitivas com esta arma.

*O que será do mundo com a Internet?* David SIEGEL faz nesta parte final do livro sua profecia pessoal do que será o mundo daqui a dez anos citando que *por volta de 2010, o mundo será um lugar completamente diferente*. Esta parte pode ser chamada de uma viagem pelo futuro, pois após ter se concentrado nas

empresas, e como elas podem mudar no futuro, o autor apresenta uma extensão natural da revolução conduzida pelo cliente e as mudanças tecnológicas que ocorrerão até o ano de 2010.

Em cada capítulo é observada a ênfase em um tipo de cliente virtual. Advogados, pacientes, adolescentes, chefes de família, dentre outros, obtiveram uma visão especial de como suas "vidas e atividades" serão afetadas pela Internet, segundo os pensamentos do americano. A importância nesta última parte é de fornecer ao leitor subsídios para que o mesmo possa visualizar como será o seu comércio (quer uma farmácia, uma instituição, etc.) com a utilização da Web, e planejar os seus passos para os próximos anos.

A quinta parte não se encontra no livro, David SIEGEL elaborou um surpreendente *site* especial para complementar o livro ([www.futurizenow.com](http://www.futurizenow.com)), trazendo todos os links citados no livro, treinamento na Internet, mas agora atualizados, bem como discussões permanentes. Cada ponto do livro traz algo que vale a pena ser investigado no site. Uma parte importante e inédita preparada exclusivamente para você leitor.

Uma pequena crítica se faz quanto ao referencial bibliográfico da obra, pois o autor não passou nenhuma leitura complementar. Outro ponto se oferece ao número pequeno de exemplos de empresas que são conduzidas pelo cliente.

Em resumo: as empresas necessitam de *justificativas e educação* sobre o que a Internet pode fazer em seu benefício e em benefício de seus clientes; este *livro*, em conjunto com o *site*, traz exatamente isto. O livro é uma explicação do poder da Internet quando colocada no plano empresarial, não apenas como uma simples ferramenta para e-mail, bate-papo e *home-page's*, mas sim um diferencial competitivo nesta Nova Economia. O livro é de fácil leitura e indicado a todo empresário e organizações que buscam melhores esclarecimentos e justificativas sobre como implantar os seus negócios na Internet e saber usufruir desta nova tecnologia que nos envolve cada dia mais e mais.

### Obra

SIEGEL, David. *Futurize sua empresa*. São Paulo: Futura, 2000.