

**Otimização de Recursos através da Internet
(Negócios B2B)**

**"O comércio eletrônico representa para a Revolução da
Informação o que a ferrovia representou para a Revolução
Industrial"**
Peter Drucker

5^a. Reunião Intermediária de Comitês Técnicos da ALAMYS

Rio de Janeiro, 07 de Junho de 2000

Eva Vider

Otimização de Recursos através de Negócios B2B

INTRODUÇÃO

Como introdução aos conceitos da Nova Economia que serão abordados neste trabalho, tais como o de comércio eletrônico, Internet entre outros, escolhemos transcrever trechos do artigo O Futuro Chegou, de Peter Drucker ,o maior pensador contemporâneo do mundo dos negócios.

As modificações no formato original, assim como os grifos no texto, foram feitos com o intuito de salientar algumas idéias excepcionalmente compatíveis com o que se pretende tratar no decorrer do presente encontro do Comitê de Planejamento e Desenvolvimento. O artigo completo se encontra na Revista Exame Digital, Edição 710 de 23 de Março de 2000, podendo ser acessado na Internet, através do site www.exame.com.br

REVOLUÇÃO DA INFORMAÇÃO & REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

" O impacto verdadeiramente revolucionário da Revolução da Informação está apenas começando a ser sentido.

Mas não é a informação que vai gerar tal impacto. Nem a inteligência artificial. Nem o efeito dos computadores sobre processos decisórios, determinação de políticas ou criação de estratégias.

É algo que praticamente ninguém previa, que nem mesmo era comentado 10 ou 15 anos atrás: **o comércio eletrônico - ou seja, a emergência explosiva da Internet** como importante (e, talvez, com o tempo, o mais importante) canal mundial de distribuição de bens, serviços e, surpreendentemente, empregos na área administrativa e gerencial.

É ela que está provocando transformações profundas na economia, nos mercados e nas estruturas de indústrias inteiras; nos produtos, serviços e em seus fluxos; na segmentação, nos valores e no comportamento dos consumidores; nos mercados de trabalho e de emprego. Mas talvez seja ainda maior o impacto exercido sobre a sociedade, a política e, sobretudo, sobre a visão que temos do mundo e de nós mesmos.

A premissa é, especialmente, que a Revolução da Informação vai ser semelhante à Revolução Industrial do final do século 18 e início do século 19. E, de fato, é exatamente assim que a Revolução da Informação tem sido em seus primeiros 50 anos.

A FERROVIA

A Revolução da Informação se encontra no ponto em que a Revolução Industrial estava no início da década de 1820, cerca de 40 anos depois de a máquina a vapor aperfeiçoada por James Watt (montada pela primeira vez em 1776) ter sido aplicada a uma operação industrial - a fiação de algodão. E a máquina a vapor foi para a primeira Revolução Industrial aquilo que o computador vem sendo para a Revolução da Informação: seu gatilho, mas também, e sobretudo, seu símbolo.

Hoje em dia, quase todo mundo acredita que nunca na história econômica alguma coisa avançou tão rapidamente ou exerceu um impacto maior do que a Revolução da Informação. Mas a Revolução Industrial avançou pelo menos tão rapidamente quanto ela no mesmo espaço de tempo e, provavelmente, exerceu impacto igual - se não maior.

Resumindo: ela mecanizou a maioria dos processos manufatureiros, começando com o do produto industrial básico mais importante do século 18 e início do 19: os têxteis.

A Lei de Moore diz que o preço do elemento básico da Revolução da Informação, o microchip, cai 50% a cada 18 meses.

O mesmo se aplicava aos produtos cuja manufatura foi mecanizada pela primeira Revolução Industrial. O preço dos tecidos de algodão caiu 90% nos 50 primeiros anos do século 18. Durante o mesmo período, a produção de tecidos de algodão foi multiplicada por 150, apenas na Grã-Bretanha.

Esses 40 ou 50 anos viram surgir as fábricas e a chamada classe operária. A Revolução Industrial transformou a economia, criando a figura do empreendedor. As consequências sociais ultrapassavam de longe a fábrica e a classe operária. A Revolução Industrial também causou um forte impacto sobre a família. A família nuclear já era, havia muito tempo, a unidade de produção. Marido, mulher e filhos trabalhavam juntos na fazenda e na oficina do artesão. A fábrica, praticamente pela primeira vez na história, tirou o trabalho e o trabalhador de casa, deixando para trás alguns membros da família. Na verdade, a crise da família não começou depois da Segunda Guerra Mundial. Ela teve início com a Revolução Industrial e era a maior preocupação de seus opositores (e do sistema de produção em fábricas).

Apesar de todos esses efeitos, a Revolução Industrial, em seu primeiro meio século, apenas mecanizou a produção de bens já existentes. Ela aumentou tremendamente a produção e diminuiu tremendamente os custos. Gerou tanto consumidores quanto bens de consumo. Mas os bens já existiam havia muito tempo. E os produtos manufaturados nas novas fábricas diferiam dos tradicionais apenas por serem uniformes, com menos defeitos que os existentes naqueles feitos pelos artesões de épocas anteriores. Nesses primeiros 50 anos houve apenas uma exceção, um produto novo: o barco a vapor, viabilizado por Robert Fulton em 1807, que só foi exercer grande impacto 30 ou 40 anos mais tarde. Até quase o final do século 19, os navios a vela ainda transportavam mais carga pelos oceanos do mundo que os navios a vapor.

Mas em 1829 surgiu a estrada de ferro, um produto verdadeiramente inusitado, que transformou para sempre economia, sociedade e política. Em retrospecto, é difícil imaginar por que a ferrovia demorou tanto para ser inventada. Estradas com trilhos já eram usadas havia muito tempo para movimentar vagões de carga em minas de carvão. O que haveria de mais óbvio que atrelar o vagão a uma máquina a vapor, em vez de雇用 homens ou cavalos para movimentá-lo?

Mas a estrada de ferro não surgiu a partir dos vagões usados nas minas. Sua origem foi inteiramente outra. E ela não foi criada para transportar cargas. Ao contrário. Durante muito tempo, foi vista apenas como meio de transporte humano. Só nos Estados Unidos, 30 anos mais tarde, os trens começaram a ser usados para transportar cargas. Na verdade, ainda nas décadas de 1870 e 1880, os engenheiros britânicos contratados para construir as estradas de ferro no recém-ocidentalizado Japão as projetaram para transportar apenas passageiros. Mas, até entrar em operação, a primeira estrada de ferro foi algo que virtualmente ninguém tinha previsto.

Cinco anos mais tarde, porém, o mundo ocidental já vivia o maior boom da História: o boom ferroviário.

Pontuado pelos picos mais espetaculares da história econômica mundial, esse boom continuou por 30 anos na Europa, até o final dos anos de 1850, quando já tinham sido construídas as principais ferrovias hoje existentes. Nos Estados Unidos, o boom se manteve por outros 30 anos. Em países mais distantes do centro, como Argentina, Brasil, Rússia e China, até a Primeira Guerra Mundial.

A estrada de ferro foi o elemento verdadeiramente revolucionário da Revolução Industrial, pois não apenas criou uma nova dimensão econômica, como também transformou rapidamente aquilo que eu chamaria de geografia mental.

Pela primeira vez na história, as pessoas tinham mobilidade real.

O horizonte das pessoas comuns se ampliou, também pela primeira vez. Elas se deram conta imediatamente de que estava ocorrendo uma transformação fundamental na mentalidade.

Como observou o grande historiador francês Fernand Braudel em sua última obra importante, *A Identidade da França* (1989), foi a ferrovia que fez da França uma nação única, com uma cultura única.

Antes, o país já era um aglomerado de regiões politicamente interligadas, mas cada uma delas girava em torno de seu próprio umbigo. E o papel da ferrovia na consolidação do Oeste é amplamente conhecido na História dos Estados Unidos.

ROTINIZAÇÃO

Como a Revolução Industrial dois séculos atrás, a Revolução da Informação, desde a chegada dos primeiros computadores, em meados da década de 1940, não fez mais do que transformar processos já existentes.

Na verdade, o grande impacto da Revolução da Informação não tem se dado sob a forma de informação.

Quase nenhum dos efeitos visualizados 40 anos atrás se concretizou. Por exemplo, não houve praticamente mudança alguma na maneira como são tomadas as decisões mais importantes no âmbito econômico ou governamental.

Mas a Revolução da Informação facilitou e tornou rotineiros processos tradicionais em inúmeras áreas. O software de afinação de pianos reduz de três horas para 20 minutos o tempo da operação. Há softwares para folha de pagamentos, controle de estoque, cronograma de entregas e todos os demais processos nas empresas. Projetar as instalações internas de um prédio grande como um hospital ou uma penitenciária (tubulações de água, energia, gás e esgotos etc.) era algo que antes ocupava 25 desenhistas habilidosos por 50 dias. Hoje, existe um programa por meio do qual um único profissional dá conta do recado em dois ou três dias, a uma minúscula fração do custo anterior.

Há softwares que ajudam as pessoas a preencher formulários de impostos e outros que ensinam médicos residentes a fazer uma cirurgia para retirada de vesícula. Quem especula nas bolsas hoje faz exatamente o que era feito nos anos 20. Só que, na época, passava-se horas e horas diárias numa corretora de ações. Os processos não mudaram nada - apenas foram rotinizados, passo a passo, possibilitando uma economia imensa de tempo e, muitas vezes, de dinheiro.

O impacto psicológico da Revolução da Informação tem sido fortíssimo, como aconteceu com a Revolução Industrial.

Talvez tenha sido maior na maneira como as crianças aprendem. Hoje em dia, crianças de quatro anos ou até menos já aprendem a mexer com computadores, em pouco tempo superando os adultos. Os computadores são brinquedos e ferramentas de aprendizado.

Daqui a 50 anos, é bem possível que concluamos que não houve crise no ensino americano nos últimos anos do século 20.

Houve apenas uma crescente incongruência entre a maneira como as escolas ensinavam e a maneira como as crianças aprendiam.

O SIGNIFICADO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

O comércio eletrônico representa para a Revolução da Informação o que a ferrovia foi para a Revolução Industrial: um avanço totalmente inusitado, inesperado. E, como a ferrovia de 170 anos atrás, o comércio eletrônico está gerando um boom novo e distinto, provocando transformações aceleradas na economia, na sociedade e na política.

Exemplo: uma empresa de dimensões médias no meio-oeste industrial dos Estados Unidos, fundada na década de 20 e hoje administrada pelos netos do fundador, dominava cerca de 60% do mercado de louças de baixo preço utilizadas por redes de fast-food, hospitais e refeitórios de escolas e escritórios, num raio de 160 quilômetros em torno da fábrica. Louça é um produto pesado e que quebra com facilidade, de modo que a louça barata costuma ser vendida em áreas restritas.

Essa empresa perdeu mais de metade de seu mercado praticamente da noite para o dia. Um dos clientes, uma cafeteria de hospital, descobriu, depois que um dos funcionários saíra navegando pela Internet, um fabricante europeu que oferecia louça de qualidade aparentemente superior, mais barata. E que, ainda por cima, era remetida de avião a um custo baixo. Em questão de meses, os principais clientes da região passaram a comprar do fornecedor europeu. Parece que poucos se dão conta de que a louça vem da Europa - e muito menos se preocupam com isso.

Na nova geografia mental criada pela ferrovia, a humanidade dominou a distância.

Na geografia mental do comércio eletrônico, a distância foi eliminada.

Existe apenas uma economia e um mercado.

Uma consequência disso é que toda empresa precisa se tornar competitiva em nível global, mesmo que produza ou venda apenas dentro de um mercado local ou regional. A concorrência já deixou de ser local. Na verdade, não conhece fronteiras.

Toda empresa precisa tornar-se transnacional na forma de ser administrada.

Mas é muito possível que a multinacional tradicional se torne obsoleta. Ela produz e distribui em uma série de geografias distintas, aspecto no qual é uma empresa local. No comércio eletrônico não existem empresas locais, nem geografias distintas. Onde produzir, onde vender e como vender vão continuar sendo decisões importantes para as empresas. Mas é possível que, dentro de 20 anos, elas não mais determinem o que a empresa faz, nem como ou onde o faz.

O comércio eletrônico que mais cresce nos Estados Unidos ocupa uma área que, até agora, nem sequer era comércio propriamente dito: o de empregos para funcionários administrativos, gerentes e executivos. Quase metade das maiores empresas do mundo hoje contrata por meio de Web sites. E cerca de 2,5 milhões de administrativos e gerentes (dois terços dos quais não são engenheiros ou profissionais da área da informática) têm seus currículos na Internet e buscam emprego por meio dela. O resultado é um mercado de trabalho completamente novo.

Isso ilustra outro efeito importante do comércio eletrônico. Canais de distribuição novos mudam a identidade dos clientes e compradores. Eles modificam não apenas a maneira como os fregueses compram, mas também o que compram. Transformam o comportamento dos consumidores, os padrões de poupança, a estrutura de indústrias, em suma, a economia por inteiro. É isso que está acontecendo hoje. Não apenas nos Estados Unidos, mas, cada vez mais, no resto do mundo desenvolvido e em muitos países emergentes, incluindo a China continental.

Tornamos a repetir: a única coisa altamente provável, se não quase certa, é que nos próximos 20 anos vamos assistir ao surgimento de uma série de novas indústrias. Ao mesmo tempo, é quase certo que poucas delas vão sair da tecnologia da informação, do computador, do processamento de dados ou da Internet. Essa previsão é fundamentada pelos precedentes históricos, mas também se aplica às novas indústrias que já estão nascendo em ritmo acelerado. Como já dissemos, a biotecnologia já está entre nós. criação comercial de peixes

O SUBORNO DO TRABALHADOR DO CONHECIMENTO

O que seria preciso para impedir que os Estados Unidos se transformem na Inglaterra do século 21? Estou convencido de que é uma mudança radical na mentalidade social, do mesmo modo que a posição de liderança na economia industrial, após o advento da ferrovia, exigiu a mudança drástica de pequeno comerciante para tecnólogo ou engenheiro.

Aquilo que chamamos de Revolução da Informação é, na realidade, uma revolução do conhecimento.

A rotinização dos processos não foi possibilitada por máquinas.

O computador, na verdade, é apenas o gatilho que a desencadeou.

O software é a reorganização do trabalho tradicional, baseado em séculos de experiência, por meio da aplicação do conhecimento e, especialmente, da análise lógica e sistemática.

A chave não é a eletrônica, mas sim a ciência cognitiva.

Isso significa que a chave para manter a liderança na economia e na tecnologia que estão prestes a emergir provavelmente será a posição social dos trabalhadores do conhecimento e a aceitação social de seus valores.

Se eles continuassem sendo funcionários tradicionais e tratados como tais, isso equivaleria ao tratamento que a Inglaterra deu a seus tecnólogos. E as consequências provavelmente seriam semelhantes.

Hoje, porém, estamos tentando ficar em cima do muro: manter a mentalidade tradicional - na qual o recurso-chave é o capital e quem manda é o financista - e, ao mesmo tempo, subornar os trabalhadores do conhecimento, com bônus e opções de compra de ações - para que se contentem em continuar sendo meros empregados. Mas isso vai funcionar, se é que vai, apenas enquanto as indústrias emergentes desfrutarem da explosão no mercado acionário, como vem sendo o caso das empresas ligadas à Internet. As próximas indústrias de grande monta provavelmente irão comportar-se muito mais como as tradicionais. Ou seja, crescerão de maneira lenta, dolorosa e à custa de muito esforço.

As primeiras indústrias da Revolução Industrial - têxteis de algodão, siderurgia e ferrovias - eram indústrias explosivas. Elas geraram milionários da noite para o dia, como os banqueiros de investimentos de Balzac ou o dono da fundição de ferro retratado por Dickens, que, em poucos anos, passou de humilde criado a capitão de indústria. As indústrias que surgiram depois de 1830 também geraram milionários. Mas levaram 20 anos para fazê-lo. Foram 20 anos de trabalho duro, lutas, decepções, fracassos e poupança.

É provável que a mesma coisa se aplique às indústrias que vão surgir daqui para a frente. Isso já está acontecendo com a biotecnologia.

Está claro, portanto, que subornar os trabalhadores do conhecimento - de quem dependem essas indústrias - simplesmente não vai funcionar.

Os trabalhadores-chave do conhecimento certamente vão continuar tendo a expectativa de poder compartilhar financeiramente os frutos de seu trabalho.

Mas é provável que esses frutos financeiros levem muito mais tempo para amadurecer, se é que vão amadurecer. Então, provavelmente dentro de uns dez anos, administrar um negócio que tenha como sua primeira (quando não única) meta e justificativa o valor para o acionista (valor de curto prazo) passará a ser contraproducente. Cada vez mais, o desempenho dessas novas indústrias baseadas no conhecimento vai depender de as instituições serem administradas de maneira a atrair, reter e motivar os trabalhadores do conhecimento. Quando satisfazer a cobiça de tais trabalhadores, como hoje estamos tentando fazer, deixar de ser suficiente, será preciso atender seus valores e oferecer-lhes reconhecimento e poder social. Para isso, será preciso transformá-los de subordinados em colegas executivos.

De empregados, por mais bem pagos que possam ser, em sócios. "

Business To Business (B2B)

São os também chamados portais corporativos, ou portais verticais, voltados para os negócios entre empresas, sendo considerados um dos mais atraentes nichos de negócios da Internet.

Conecta seus clientes, operadores internos e fornecedores on-line, adotando práticas de negócios via Internet, o que fundamentalmente muda a forma como o negócio é feito.

Todos os procedimentos que incluem desde o marketing, canal de fornecimento, serviços, até operações financeiras, gerenciamento de projetos e recursos humanos, são transformados em sistemas de negócios inteligentes.

Utilizam o poder da Internet para aumentar a eficiência, reduzir custos, expandir mercados e manter clientes.

Segundo o Forrester Research este segmento movimentará nada menos do que U\$ 1 trilhão em 2003, só no mercado americano.

E- Procurement

Agiliza e torna mais eficaz o processo de busca de fornecedores.

Seus pedidos são lançados via WEB, gerando um alto fluxo de respostas não somente de clientes cadastrados, aumentando a gama de ofertas e otimizando a busca de fornecedores.

ERP Enterprise Resource Planning

Sistema que permite fazer a integração gerencial de todas as áreas de uma empresa, do chão de fábrica à distribuição.

Se uma venda sair da expedição, o software informa aos demais departamentos, como faturamento, compras, estoque, etc.

CRM Customer Relationship Management

Ações efetuadas a partir da extração de dados do "datawarehouse".

Permite uma relação comercial pró-ativa e/ou personalização do atendimento ao cliente.

O CRM permite gerenciar com mais clareza e integração todas as formas do relacionamento empresa-cliente.

DATAWAREHOUSE

Armazenamento de dados através de poderosos bancos de dados.

O sistema armazena todas as informações do cliente, como sexo, idade, hábitos de compras, etc.

DATAMINING

Ação de pesquisar informações na base do Datawarehouse.

É a garimpagem (" mining") de informações que permite a montagem dos perfis dos clientes.

NEWS

Empresas européias se unem para cortar gastos

Doze grandes empresas européias de serviços de utilidade pública se juntam para criar um bolsa de compras via Internet, na tentativa de reduzir custos. A Endesa S.A. e a ScottishPower Plc, além de dez das maiores concessionárias de eletricidade da Europa, gastam juntas mais de US\$ 28 bilhões por ano em equipamentos, excluindo mão-de-obra e combustível.

A decisão pela parceria acontece ao mesmo tempo em que a desregulamentação vem pressionando os preços da energia elétrica na região.

30/05/2000-13:00:00

Portal B2B comemora marca de 500 negociações

O portal B2B do Grupo Telefónica, que atende empresas atuando nos mercados de língua espanhola e portuguesa, está comemorando 500 negócios em menos de quatro meses. Lançado em fevereiro deste ano, o principal objetivo do portal é liderar o comércio eletrônico na Europa e América Latina. Para isso o B2B desenvolveu um método que facilita as negociações, colocando em contato vendedor e comprador em tempo real.

Segundo os responsáveis pelo B2B, uma empresa pode reduzir em até 20% seus custos se ampliar os negócios pela internet. A redução de custos acontece, por exemplo, na economia com combustível e trâmites burocráticos.

29/05/2000-12:20:00

Novidades para os corretores no site da Sul América

A Sul América Seguros anuncia uma série de novidades para o mercado segurador. Entre as atrações estão o serviço de construção de sites Corretor Web, o Portal do Corretor e o acesso gratuito à Internet. Até o final do ano, a empresa investirá cerca de R\$ 10 milhões em serviços de Web para atingir a meta de efetuar até 40% das vendas de seguros com auxílio da rede mundial de computadores.

Com o serviço de construção de sites, a Sul América espera que 3.000 dos 25.000 corretores credenciados desenvolvam seus sites pessoais até o final do ano.

31/05/2000-13:00:00

Ecclera começa a operar no Brasil

O grupo venezuelano Cisneros escolheu o Brasil como sede de sua holding de negócios de tecnologia: a Ecclera, que já tem capital próprio de 40 milhões de dólares. A Ecclera não foca seus investimentos apenas em sites e portais, mas sobretudo em projetos que envolvam tecnologias para comércio eletrônico e comunicações, principalmente os que interligam negócios de tijolo e cimento com operações online.

O Grupo Cisneros tem faturamento anual de US\$ 4 bilhões e marca presença em 40 países. Além de investir em Internet, tem forte atuação nos segmentos de comunicação e entretenimento.

HP fecha negócio com Amazon.com

A Hewlett-Packard anuncia que irá fornecer 90% do hardware consumido pela livraria online Amazon.com, tornando o site um dos cinco maiores clientes da HP. O pacote inclui a venda de servidores Web, estações de trabalho, sistemas para armazenamento e um pacote de soluções para e-business.

A HP irá prover também serviços de suporte e assegurar que o site funcione 24 horas. Segundo a HP, com a compra a Amazon entra no ranking dos cinco maiores clientes da fabricante. Ao mesmo tempo, a HP informa que passa a ser fornecedora âncora da gigante de comércio eletrônico que conta com cerca de 20 milhões de consumidores, espalhados pelo mundo.

31/05/2000-19:00:00

Nestlé atualizará seus sistemas de TI

A Nestlé anuncia que vai gastar US\$ 1,8 bilhão para atualizar seus sistemas de tecnologia da informação e plataforma de comércio eletrônico nos próximos anos. Segundo a empresa, até agora há 70 mil grupos de trabalho ligados via Intranet. A idéia da Nestlé é expandir as vendas online, investindo em aplicações business-to-business.

A maior companhia alimentícia do mundo está lançando uma empresa de e-commerce na Europa com o Grupo Danone, com o objetivo de facilitar compras online. Existem cerca de 50 empresas com projetos similares nos Estados Unidos.

29/05/2000-15:00:00

IBM deve anunciar hoje iniciativa de comércio eletrônico

Espera-se para hoje (30/5) o anúncio da IBM sobre a criação de uma bolsa mundial de mercadorias business-to-business (B2B) na Internet para as indústrias eletrônica e de telecomunicações. A iniciativa, que usará a tecnologia da IBM e de diversos grandes parceiros, será denominada e2open.com e tem previsão de começar a operar em julho. Espera-se a participação da Nortel Networks, Motorola, Nokia, Philips NV, LG Electronics e Hitachi, além de cinco grandes empresas de telecomunicações com atuação mundial.

30/05/2000-12:20:00

Parceria garante financiamento para projetos de e-commerce

As empresas brasileiras que desejam entrar na era do e-commerce acabam de ganhar uma boa opção. Trata-se do pacote promocional oferecido pela Officer, HP e Oracle STTS. A solução inclui equipamentos HP, linha de servidores E60, Banco de Dados Oracle e Servidor de Aplicações. Além da ferramenta para a criação de Loja Virtual, o TopShop, que pode ser utilizada em aplicações Business to Business.

O financiamento para a aquisição do produto pode ser feito em 24 ou 36 meses e é realizado por meio do sistema de Leasing e Financiamento da HP.

A Officer é responsável pela integração de todo o processo: treinamento, capacitação do canal e promoção. Após a aquisição, a distribuidora entrega, monta e instala os produtos.

31/05/2000-12:20:00

Portal MSN ganha novos serviços

A Microsoft Brasil lançará novos serviços para facilitar a criação de sites no portal MSN Web Communities (<http://communities.msn.com.br>). A partir de junho, os usuários do site contam com funções específicas para a criação de álbuns de fotografias, pastas de arquivos e calendários.

A Pasta de Arquivos compartilha planilhas, apresentações, executáveis e documentos em outros formatos e o Álbum de fotografias, imagens em formato universal (gif e jpeg). Os dois novos recursos permitem que os usuários transfiram as informações de seus PCs para a Internet.

O MSN Web Communities foi lançado em agosto de 1999 e conta com 7 mil comunidades, com sites pessoais. O serviço integra recursos de edição de páginas, bate-papo, armazenamento de mensagens, imagens e arquivos com até 30 MB de capacidade gratuita por usuário.

30/05/2000-15:00:00

Brasil deverá ser o décimo país em usuários de Internet

O Brasil deverá estar entre os dez países com maior número de usuários de Internet a partir do ano que vem. Essa é a expectativa do ministro das Comunicações, Pimenta da Veiga.

Atualmente, o Brasil ocupa o 13º lugar no ranking dos países com maior número de internautas, com mais de 4 milhões de usuários.

Ele acredita também que o Brasil poderá ter 60 milhões de telefones fixos e de celulares num prazo de cinco anos. Hoje, há 31 milhões de linhas fixas e 17 milhões de celulares.

29/05/2000-09:40:00

Banco do Brasil aposta em Portais Verticais de e-commerce

Quinta-feira, 1 de Junho de 2000 - 10h53

O Banco do Brasil está adotando uma política agressiva de expansão de atividades de comércio eletrônico, apoiada em investimentos da ordem de R\$ 60 milhões até o final do ano. O banco pretende inaugurar ainda em 2000 alguns portais verticais de business-to-business, abrangendo setores-chave da indústria nacional. O primeiro deles, com previsão de estrear em julho, será dirigido aos segmento de agronegócios e deve consumir investimentos iniciais de US\$ 600 mil.

O portal de agrobusiness já está sendo testado em 25 cidades brasileiras em sistema fechado, por meio de uma intranet que só pode ser acessada nas agências do BB. Dentro de pouco mais de um mês, a iniciativa estará aberta na Internet interligando os grandes produtores rurais e as empresas de alimentos que atuam no país. “Será um balcão online de agronegócios”, resume Américo Mendes Jr., analista consultor do Banco do Brasil.

“Estaremos atuando também para garantir a seriedade tanto dos fornecedores como dos compradores, assegurando a qualidade de todo o processo”, explica.

Segundo Mendes Jr., os produtores rurais colocarão suas ofertas online e as empresas compradoras farão a contraproposta. “Toda a negociação será pela Internet e, quando o negócio for concretizado, a transação financeira será efetivada automaticamente pelo Banco

do Brasil”, afirma. As empresas que estão participando da iniciativa ainda não podem ser reveladas.

Até o final do ano, a instituição financeira planeja ainda lançar mais portais verticais de business-to-business, focados em outros setores industriais, mas ainda não revela quais nichos de mercado estão sendo estudados.

Além disso, o Banco do Brasil também quer marcar presença no comércio eletrônico business-to-consumer. O banco está estruturando um shopping online, que tem previsão de ser inaugurado em julho, reunindo diversas lojas que vendem diretamente para o consumidor final. Como os grandes varejistas já possuem operações independentes na Internet, o BB planeja reunir lojas de pequeno e médio porte e dar condições para que esses estabelecimentos desenvolvam seus Web sites de e-commerce.

CDs, livros, roupas e brinquedos são alguns dos setores que devem constar no shopping online. “Vamos começar com apenas 20 ou 30 lojas, mas sabemos que é um mercado com potencial de reunir mais de 5 mil estabelecimentos. Vamos procurar crescer gradativamente”, diz Mendes Jr.

No dia 22/05, o banco lançou seu novo portal na Internet, onde estarão reunidas todas as futuras atividades de comércio eletrônico. Para saber mais, leia a matéria [Banco do Brasil anuncia novo portal](#).

Site relacionado:

- www.bancodobrasil.com.br

PORTAL VERTICAL : Um exemplo de abrangência

Prezada Eva,

O **planetaimovel.com** tem o prazer de ter você como usuário. Queremos ajudá-lo na escolha do seu novo imóvel e assessorá-lo ao longo de todo o processo de compra, venda ou locação — antes, durante e depois. Em nosso portal, você encontra as informações que vão garantir que você faça um negócio seguro, com toda comodidade.

Sugerimos que você navegue pelo nosso portal para conhecer todos os recursos que criamos para isso. Caso queira, podemos também enviar a você, via e-mail, conselhos, dicas, notícias do setor e outros conteúdos que possam ser do seu interesse.

Estamos aqui à sua disposição. Seremos o seu consultor pessoal, auxiliando-o na procura de imóveis, na divulgação de novidades do setor imobiliário e de serviços correlatos — como financiamentos, mudança, segurança, reforma, manutenção, decoração, eletrodomésticos e muito mais. Você pode contar ainda com o nosso detetive imobiliário, que irá notificá-lo, via e-mail, sobre novos lançamentos disponíveis, de acordo com sua preferência. Em breve vamos ter, também, um espaço para fóruns e discussões on-line, onde você pode opinar e tirar suas dúvidas.

Para facilitar o entendimento de como podemos ajudá-lo, leia os tópicos a seguir e visite as páginas em destaque.

1. O negócio com imóveis

Comprar ou vender uma casa ou apartamento é, na maioria das vezes, a maior e mais importante decisão de investimento em um núcleo familiar. O aluguel, embora envolva menos recursos financeiros, também é um tema que mobiliza a família. Até agora, a maioria das informações sobre compra, venda e locação eram desestruturadas e não-confiáveis. Eram. No **planetaimovel.com** você encontra um grande número de ferramentas e pesquisas úteis a você. Dê uma olhada nos canais Saiba Tudo e Seu Bolso.

2. Política de privacidade

Seu nome está seguro no **planetaimovel.com**. Valorizamos sua privacidade e garantimos que seus dados não serão vendidos ou compartilhados com terceiros sem a sua autorização. Cheque nossa política de privacidade.

ONDE ENCONTRAR INFORMAÇÕES

- Financiamentos e seguros
- Decoração
- Reforma
- Novidades high tech