

L - Como vê a evolução do B2B em Portugal?

O facto de, ao contrário de outros países onde o uso da Internet para o comércio entre empresas começou mais cedo, não termos passado pela utilização de sistemas EDI (com excepção da Sonae e poucos outros) não nos traz tantos problemas relacionados com a alteração dos sistemas como em outros países. Assim, temos a oportunidade (como aconteceu com os telemóveis devido à falta de cobertura da rede fixa) de crescer mais depressa na utilização dos meios mais avançados de B2B que são os emarketplaces.

O B2B vai percorrer várias fases de evolução, tal como tudo relacionado com a Internet. Irá evoluir da simples união de compradores e vendedores para a próxima fase onde se concentrará em adicionar valor através de serviços aos clientes no apoio às transacções. Enquanto os serviços de valor acrescentado começam a funcionar, os e-marketplaces inteligentes usarão o fluxo de informação para serviços de apoio à decisão aos seus membros. Uma nova área de negócio surgirá dos mercados digitais para fornecer serviços de conhecimento.

Nos próximos anos assistiremos à maior mudança de sempre na história das relações empresariais. As empresas e os países que não alteram os seus pressupostos básicos e estratégias até ao final de 2001 serão, provavelmente, deixados para trás. Mas serão os líderes de mercado que terão, inevitavelmente, que passar por transformações mais radicais. Gradualmente, diminuirão o valor do seu negócio físico e focar-se-ão nas suas competências centrais; conseqüentemente, adoptarão uma estratégia de subcontratação das funções que dependem do capital físico. O novo modelo B2B será constituído por uma empresa principal, descapitalizada (de capital físico), cujo activo mais importante é o valor da sua marca, e por uma rede de outras organizações que a empresa subcontrata para realizarem as funções tradicionais.

Em relação aos emarketplaces horizontais que existem em Portugal actualmente (5 no total), talvez sejam demais para o tamanho do nosso mercado pois são concorrentes uns dos outros. Talvez apareçam ainda mais alguns, mas o número de mercados que sobreviverá à inevitável concentração será de certeza menor que 5.

- E em termos internacionais?

Em termos internacionais, incluindo Portugal, os emarketplaces que sobreviverão serão aqueles que obedecerem a um conjunto de factores chave. Primeiro, têm que ser capazes de gerar um elevado volume de transacções. Segundo, têm que perceber o que o mercado quer, ou seja, quais os serviços que os fornecedores e os compradores vão querer desfrutar juntamente com a possibilidade de executarem as suas transacções online. Terceiro, a empresa que gere o emarketplace tem que estar tecnologicamente preparada para poder suportar milhares de utilizadores ao mesmo tempo, e deve poder ser capaz de executar todo um leque de serviços que vão desde o processamento das encomendas até ao pagamento electrónico. Isto significa que cada vez mais as parcerias vão desempenhar um papel fundamental no sucesso deste tipo de empresas. Para já os dois maiores actores do B2B mundiais têm parceiros de peso. A Ariba tem uma parceria com a i2 e a Commerce One tem uma parceria com a SAP, entre outras. Por último, não basta ser o primeiro a chegar ao mercado; é também preciso juntar o mais rápido possível o maior número de participantes no mercado sob pena de ser ultrapassado por outros mercados electrónicos mais atractivos.

No futuro, os emarketplaces tendem a integrar-se uns com os outros, partilhando as suas funcionalidades, mas mantendo a sua especificidade. Os visitantes (participantes) de um emarketplace poderão assim ter acesso a produtos presentes em outros mercados caso o desejem, mas a porta de entrada será a mesma (tal como acontece actualmente com os portais da Internet).

A Europa tem muitas vantagens sobre os Estados Unidos, que lideram a Internet há diversos anos. Em relação ao desenvolvimento do B2B, que exige uma grande flexibilidade, os países

que mais me preocupam são os que têm um mercado integrado verticalmente; na Alemanha, por exemplo, o intervencionismo exagerado do Estado foi o principal responsável pela confusão gerada em torno da fusão entre a Vodafone e a Mannesmann. Esta revolução não se transformará no monopólio dos grandes países. Consigo imaginar, a curto prazo, uma série de países mais pequenos, como Portugal, com estratégias extremamente inovadoras, capazes de competir com os maiores do mundo.