

XLVII - Tendo em conta a sua experiência na avaliação de negócios, como encara o "B2B" em Portugal?

A revolução do ecommerce global está a entrar numa nova fase. Embora a visão e inovação das empresas Internet de business-to-consumer tenham incentivado a primeira fase, o business-to business ecommerce define a próxima fase.

Neste momento, em Portugal, estamos numa fase embrionária na utilização da Internet para desenvolver as relações entre fornecedores e clientes. A Internet tem sido utilizada mais para divulgação de produtos e de empresas e menos como uma forma de colaboração e interacção. O aparecimento dos emarketplaces em Portugal ultrapassa várias fases do desenvolvimento do comércio electrónico B2B que aconteceram noutros países, mas que por justificarem níveis de investimento muito elevados não foram seguidas pelas empresas portuguesas. Estamos a falar do EDI (Electronic Document Interchange) e do Buy-Side eProcurement – uma forma que as grandes empresas têm de seleccionar os produtos que querem comprar a partir de uma base de dados de catálogos de fornecedores.

Em Portugal já existem 5 e-marketplaces a actuar e mais irão ser criados. São os primeiros de muitos, e estes terão a vantagem de terem sido os primeiros. Estamos na fase de expansão do conceito em Portugal, com estes mercados electrónicos tentando angariar o máximo de transacções, para conseguirem ter liquidez, podendo assim realizar um pricing dinâmico que passa pela realização de leilões e pela existência de autênticas bolsas de valores dos produtos transaccionados.

Estamos no meio de um grande movimento para o B2B. Esta explosão do e-business está a fomentar uma nova economia digital. Para os fornecedores a Internet tem permitido em todo o mundo uma nova forma de alcançar os clientes, e em Portugal passa-se o mesmo. As empresas mais atentas já incluíram o e-business nos seus processos de negócios e na sua cultura ou estão a tentar fazê-lo.