

RESUMO

Pode-se observar na mídia a explosão dos assuntos ligados às novas redes de comunicação, as “Highway Information” ou ainda Infovias. Este assunto está em grande evidência no momento e a proposta deste trabalho é mostrar no que a Internet pode ser útil para as organizações, como elas podem utilizar-se deste novo ferramental para desenvolver novos produtos e novos nichos de mercados:

- O que já existe hoje e já é possível explorar na rede, inclusive mostrando exemplos de empresas que estão utilizando esse novo conceito.
- Um breve exercício de imaginação descrevendo oportunidades de negócios ainda não-exploradas.
- O que se diz já ser possível, mas que ainda não está definido como praticável.

Este trabalho visa a contribuir no debate sobre a compreensão do fenômeno Internet, de modo a tentar estabelecer as reais implicações de seu desenvolvimento tanto nas organizações quanto na sociedade.

Em suma, o objetivo deste trabalho é determinar as reais possibilidades de uso da Internet, como é utilizada hoje e como pode vir a ser utilizada no futuro.

PALAVRAS-CHAVES

Internet; Highway information; Redes de comunicação; Novas oportunidades.

ABSTRACT

Easy is to notice the media over the issues related to the new communication networks, the so called “Highway Information”. This subject is now under major public attention and this work’s aim to show: How the Internet can be useful to the organizations and in which conditions they are able use this new tool, in order to develop new products and improve market opportunities.

- What is already working today and can be explored on the net, showing examples of companies that are using the new concept.
- A short envisioning exercise introducing unexplored business opportunities.
- What is said to be available, but still does not seem to be effectively operational.

This work’s purpose is to add some information in the understanding process of the Internet phenomena, trying to figure out its development’s real consequences both in the organizations as in the society as a whole.

Briefly, is this work’s objective to determine the Internet real use possibilities, how it is being used today and how it is going to be used in the future.

KEY WORDS

Internet; Highway Information; Communication networks; New opportunities.

SUMÁRIO

I.	Origens.....	5
1.	O que faz	7
II.	World Wide Web.....	8
III.	Quais são as possibilidades da Internet?	9
1.	Algumas tendências.....	54
2.	Intranet.....	55
3.	O comércio eletrônico	59
3.1.	Troca eletrônica de dados	59
3.2.	Transferência eletrônica de fundos	59
4.	Marketing	63
4.1.	Publicidade.....	63
4.2.	Vendas <i>on-line</i>	69
IV.	Qual é seu uso no Brasil?.....	76
1.	Empresas brasileiras na Internet	81
V.	Conclusões	98
1.	Algumas oportunidades de negócio	99
1.1.	Provedor de acesso	99
1.2.	Provedor de informação.....	100
1.3.	Designer de <i>website</i>	100

1.4. Serviços <i>on-line</i>	101
1.5. Marketing de rede.....	101
1.6. Empresas virtuais	101
1.7. Teletrabalho.....	102
VI. Bibliografia	109

OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS NA INTERNET: UM NOVO PARADIGMA PARA AS ORGANIZAÇÕES

*Fernando de Souza Meirelles**

I. ORIGENS

*"A estrada da informação transformará
nossa cultura tão radicalmente quanto a
prensa de Gutenberg transformou a Idade
Média."*

Bill Gates, *A Estrada do Futuro*.

A *Internet* é chamada de “A Rede das Redes” e é formada por centenas de conexões e redes mundiais que servem a milhões de pessoas em todos os cantos do planeta. Nasceu nos Estados Unidos como solução para um problema de estratégia militar nos anos 60. A idéia era criar uma rede que não fosse destruída por bombardeios e que ligasse pontos estratégicos, tais como centros de pesquisa e tecnologia. A questão parecia insolúvel, pois, por melhores que fossem as conexões, tudo estaria perdido se a central fosse destruída. Originou-se de uma única rede, a ARPANET, que é considerada a “Mãe da *Internet*”, a ARPANET surgiu em 1969 como uma experiência do governo dos Estados Unidos em redes com comutação de pacotes. A ARPA, a agência de projetos de pesquisa avançada do departamento de defesa americano (que, posteriormente, passou a se chamar DARPA), no início, permitia que pesquisadores pudessem utilizar-se de centros de computação, possibilitando

* Agradecimentos ao aluno que participou da pesquisa que originou o presente relatório como auxiliar de pesquisas, Paulo Sérgio Camargo da Silva.

que eles compartilhassem recursos de hardware e software, como espaço em disco, bancos de dados e computadores. Outras redes experimentais que utilizavam ondas de rádio e satélites foram conectadas à ARPANET através de uma tecnologia de interconexão criada pela DARPA. Em princípio, essa interconexão de redes experimentais e comerciais foi denominada de DARPA INTERNET, mas, depois, a forma resumida “*INTERNET*” passou a ser a denominação mais comum.

Nos primeiros anos, o acesso à ARPANET se limitava a empresas ligadas à defesa militar e a universidades que faziam pesquisas militares. Outras redes descentralizadas, como a UUCP, uma rede de comunicações UNIX, e a USENET (User's Network), surgiram no final dos anos 70, inicialmente servindo a comunidade universitária e depois a organizações comerciais. No final dos anos 80, mais redes coordenadas, como a CSNET (Computer Science Network) e a BITNET, começaram a oferecer conexões em âmbito mundial para as comunidades acadêmicas e de pesquisa. Essas redes não faziam parte da *Internet*, mas, posteriormente, foram criadas conexões especiais para permitir a troca de informações entre as diversas comunidades.

O próximo grande momento da história da *Internet* foi a criação da NSFNET (National Science Foundation) em 1986, que ligava pesquisas feitas em todo os EUA a cinco centros de supercomputadores. Logo ela se expandiu e passou a conectar redes acadêmicas federais e redes de nível intermediário que ligavam universidades e centros de pesquisa. O passo seguinte foi substituir a ARPANET como rede de pesquisa, esta foi extinta em março de 1990, e a CSNET, percebendo que seus membros estavam sendo conectados através da NSFNET, foi extinta em 1991.

1. O QUE FAZ

Além do crescimento exponencial e de uma alta velocidade de transmissão, outro fator que certamente contribuiu muito para a excelente reputação da *Internet* foi seu sucesso na obtenção de *interoperacionalidade*, que é a capacidade de muitos sistemas diferentes funcionarem juntos, de modo a permitir a comunicação em máquinas de diferentes arquiteturas. Essa capacidade só pode ser obtida se os computadores obedecerem a determinados padrões. Os padrões ou protocolos que a *Internet* utiliza são considerados “abertos”. Isto significa que eles estão publicamente disponíveis e permitem que computadores de plataformas diferentes se comuniquem. Assim, é possível trocar informações com qualquer lugar do planeta a qualquer hora, como acessar bancos de dados e bibliotecas espalhados pelo globo, sem precisar se preocupar se seu computador é compatível ou não com a máquina que está do outro lado da linha. Através da *Internet*, é possível a comunicação em nível global e a transferência de informações via computadores, a *Internet* faz o mundo parecer pequeno e permite o acesso diretamente a informações relacionadas a todos os assuntos imagináveis.

Os serviços oferecidos variam de conexão remota, com possibilidade de processamento remoto, a correio eletrônico e transferência de arquivos. Existe, entre estes serviços básicos, uma série de roteadores que conecta as redes, e, principalmente, diversos servidores de informação, ou computadores que podem ser acessados a partir de qualquer nó que tenha acesso à *Internet*. O recente crescimento da *Internet* já contempla mais de 3 milhões de computadores conectados, com cerca de 10 a 20 milhões de usuários em 60 países (dados de 1994); estes números crescem, de maneira exponencial, a cada dia.

A partir de 1992, começou a ser difundida a World Wide Web. O nome “*web*” é proposital para indicar o formato da comunicação com a *Internet*, uma verdadeira “teia” de canais se interligando.

II. WORLD WIDE WEB

A World Wide Web, criada em 1990, gera uma teia “viva” de bancos de dados distribuídos que apresentam informações na *Internet* em diversos meios: textos, imagens, sons. As informações são dinâmicas tal como esse sistema: novos formatos, padrões de protocolos e linguagem são propostos e utilizados em uma ampla troca de informações (científicas ou não) pelo mundo todo.

A idéia da World Wide Web surgiu de uma experiência bem-sucedida no CERN (*Centre d'Etudes et Recherches Nucleaires* - Centro de Estudos e Pesquisas Nucleares, em Genebra, Suíça) com um pequeno sistema em hipertexto usado para manter informações em um projeto distribuído.

O *Projeto WWW* surgiu a partir dessa experiência, visando à construção de um sistema de hipermídia distribuído: a World Wide Web, também chamada W3, ou WWW, ou Web - um “*pool*” de conhecimento que permita a colaboradores, em locais remotos, compartilhar suas idéias e todos os aspectos de um projeto comum.

Para acessar a Web, roda-se um programa paginador (*browser*). Logo que um *browser* é iniciado, ele mostra um objeto, normalmente com texto e, provavelmente, imagens. Algumas das imagens e frases são destacadas: em azul, ou verde, ou dentro de caixas, sublinhadas ou numeradas, dependendo do tipo de *display* e configuração do *browser* utilizado.

Os documentos que os *browsers* apresentam são documentos em hipertexto. Selecionar uma área destacada (chamada “âncora”) faz com que o *browser* recupere outro objeto, provavelmente de algum outro computador remoto. O objeto recuperado está normalmente em formato hipertexto também, então o processo de navegação continua, a seleção é realizada através do acionamento do mouse sobre uma área destacada.

Os *browsers* podem acessar arquivos por FTP, NNTP, Gopher e uma gama crescente de outros métodos. Além disso, se o servidor acessado tem capacidade de realizar buscas, os *browsers* permitirão buscas de documentos e bancos de dados.

Os *browsers* que acessam a World Wide Web navegam sobre um banco de informações relacionadas, organizado somente pelo critério de associação temática: não existe ordem fixa ou uma hierarquia. De página em página, o usuário vai explorando assuntos relacionados. As páginas que compõem esse banco de informações estão espalhadas por todo o mundo, como um hipertexto em escala planetária. Se for desenhado um diagrama mostrando as relações entre todas as páginas, obter-se-á uma figura que lembra uma teia de aranha global.

III. QUAIS SÃO AS POSSIBILIDADES DA INTERNET?

Comunicação rápida com o mundo, pois permite que sejam trocadas mensagens com qualquer pessoa em qualquer lugar (desde que se saiba seu endereço eletrônico). Desta maneira, é possível comunicar-se de uma maneira muito mais rápida, barata e eficiente que por qualquer outro meio já inventado pelo homem. Pode-se jogar xadrez com uma pessoa no Canadá, escrever uma carta para um colega na França, enviar um trabalho para que seja apreciado em um congresso na Alemanha ou simplesmente conversar e trocar idéias com alguém no Japão, isto tudo demandando um tempo ínfimo e um gasto que muitas vezes é menor do que uma passagem de ônibus.

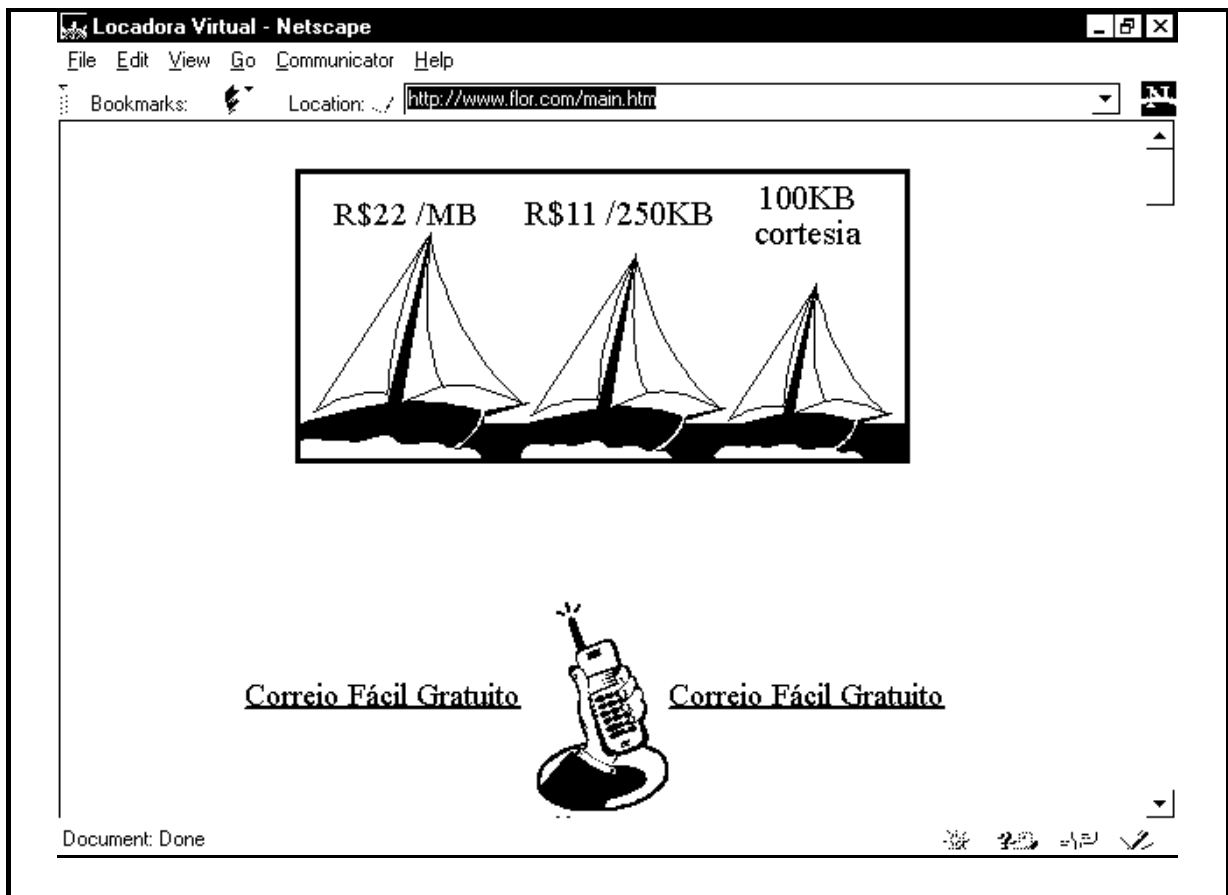
A *Internet* já está conectando entre 50 e 60 milhões de pessoas ao redor do mundo através de sua rede digital. Onde estas pessoas moram e qual o seu fuso horário não faz a mínima diferença. Uma empresa que coloca seus produtos na rede os disponibiliza para todos os usuários não importando onde se encontram, e, se o seu produto for digital (ex.: software e informação), melhor ainda. É possível entregar os pedidos simplesmente através do clicar do mouse. Cisco Systems, um fabricante

de equipamentos para rede, já vende produtos através de seu *site* e fatura 1 bilhão de dólares ao ano. A General Electric está economizando uma fortuna comprando de seus fornecedores através da *Internet*. A Dell Computer vende 1 milhão de dólares por dia através da Web.

As estatísticas que estão surgindo parecem promissoras. Um estudo publicado pela CommerceNet, um consórcio de indústrias, e a Nielsen, uma empresa de pesquisa de mercado, mostra que 73% dos usuários da *Internet* já a utilizaram para realizar compras. Segundo as projeções do International Data, uma empresa de consultoria dos EUA, no ano 2000, 46 milhões de consumidores, somente nos Estados Unidos, estarão fazendo compras na *Internet* com uma média de gastos de 350 dólares per capita.

Serviços acessórios ao correio eletrônico na Web

Caixa Postal: serviço que impressiona pela simplicidade, baixo custo de operação e, para alguns usuários, extrema utilidade. Por R\$ 15 ao ano, pode-se escolher até 45 “apelidos” de “e-mail” mais fáceis de memorizar - por exemplo: seu nome@correio.com. Todas as mensagens recebidas são instantaneamente redirecionadas para seu endereço “oficial” dado pelo seu provedor de acesso ou por sua empresa.



Fax pela Internet e outros recursos ligados à comunicação

Faxaway: por apenas US\$ 0.10/min, pode-se enviar fax para os EUA através deste interessante serviço chamado Faxaway. Este custo é cerca de 20 vezes mais barato do que usar uma linha discada a partir do Brasil. O serviço envia fax para, virtualmente, todos os países do mundo. Fax para o Brasil custa US\$ 1.19/min, portanto não-viável para envio de fax dentro do País.

Faxaway: The Premier Email to Fax Service - Netscape

File Edit View Go Communicator Help

Bookmarks: Netsite:

Faxaway

the premier email to fax service

About Faxaway **Test Drive** **Fax Broadcast** **Announcements**
Business Opportunities

Email to fax... anywhere in the world

Faxaway is the world's easiest and most cost effective email to fax service, allowing anyone with an email account to send faxes anywhere in the world at a fraction of the cost of conventional faxing.

Apply

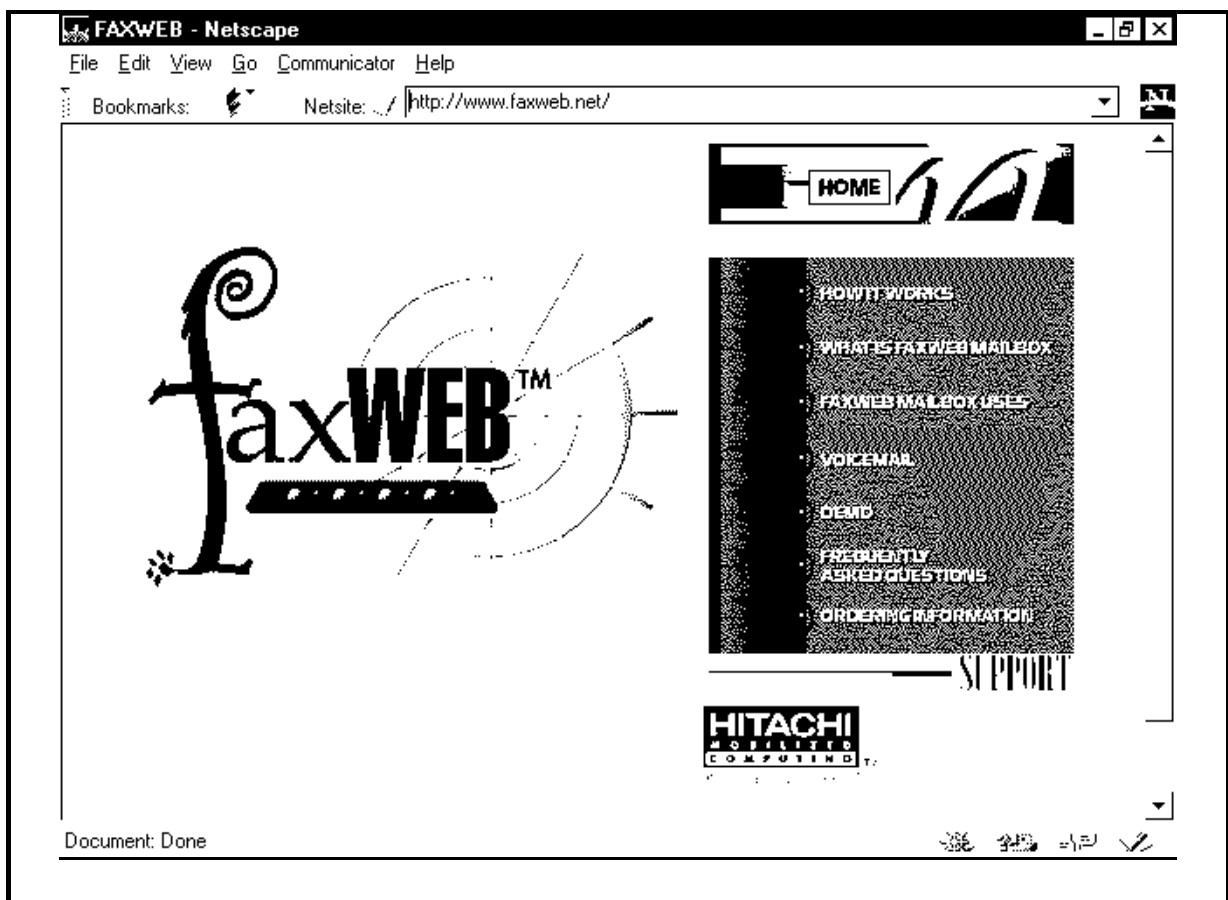
* If your browser does not support secure documents, please use our alternate [application](#).

Document: Done

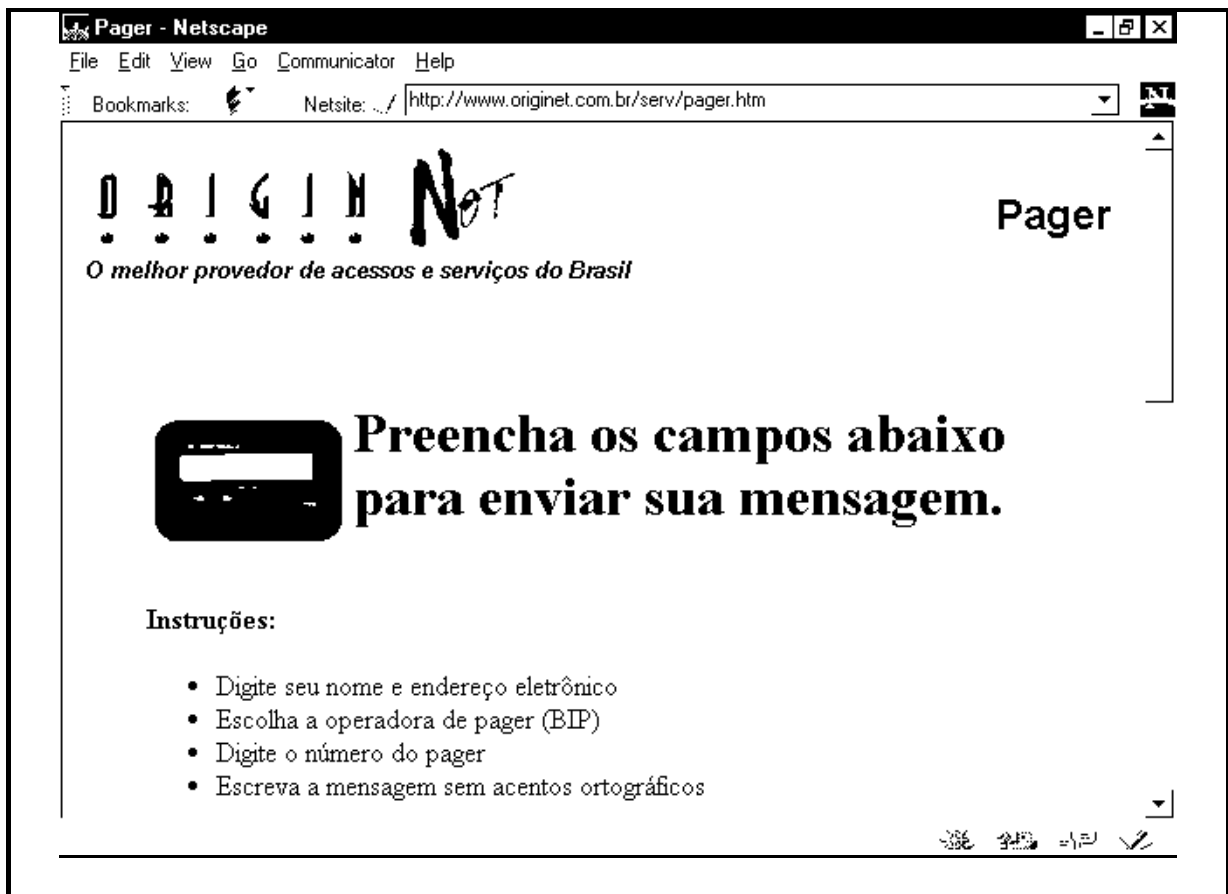
FaxSav: apesar de requerer o “download” de um arquivo de instalação, este site oferece vários serviços ligados ao envio e recepção de fax. Por US\$ 0.15 a página, pode-se enviar fax para os EUA, quase 10% do preço da ligação internacional a partir do Brasil.

The image shows a screenshot of a Netscape browser window displaying the FaxSav website. The browser title is "FaxSav Family of Services - Internet Faxing - Netscape". The address bar shows "http://www.faxsav.com/". The website has a dark header with the "SAV" logo and navigation links: TRIAL, REGISTER, COMPANY, GLOBAL NETWORK, PRODUCTS & SERVICES, BUSINESS SOLUTIONS, SUPPORT, and INDEX. The main content area features a large graphic with the word "faxSav" in a stylized font, a globe, and a fax machine. Below the graphic is a "NEWS" section with the headline "FaxSav Announces Marketing Relationship With HP Scanner". The status bar at the bottom indicates "Document: Done".

Faxweb: à primeira vista, parecem inúteis os serviços deste site, mas, para o executivo viajante, é mesmo um desafio prestar pronto atendimento a clientes e contatos. Por US\$ 20/mês, recebe-se um número de telefone para recepção de fax e "voice mail". Utilizando uma conexão à Web, em qualquer parte do mundo, podem-se visualizar os fax ou escutar as mensagens gravadas.



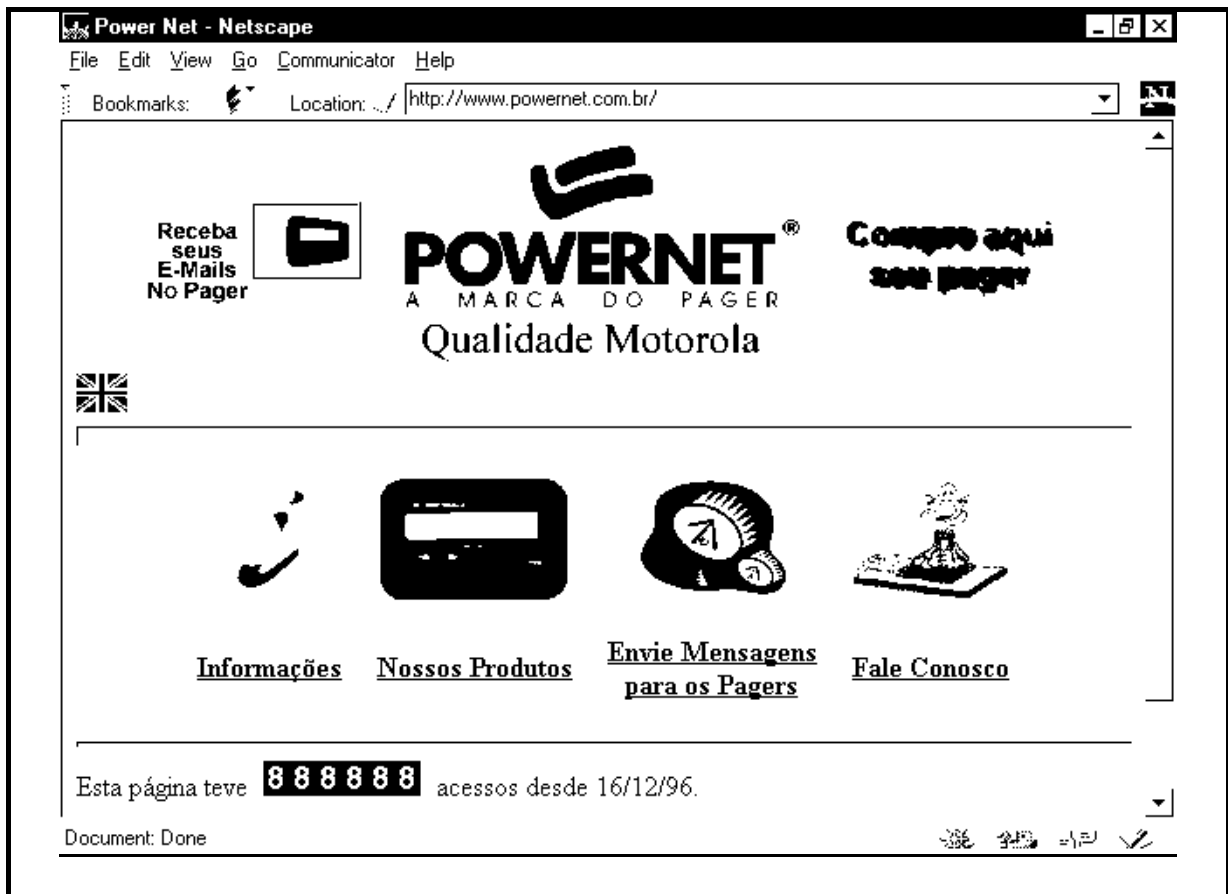
Origin Net - Mensagens para Pagers: simples e útil, este serviço, liberado somente para assinantes da Originet, envia mensagens eletronicamente para portador de pager de quatro operadoras de São Paulo e um nacional. Pouco conhecido do público internauta e de empresas, acaba com o incômodo de ter que ligar, esperar o atendimento por operadores, ditar o código, sua mensagem, seu nome e torcer para ser entendido.



Teletrim, PowerNet e Mobi: simultaneamente com o fechamento do serviço anterior para não-assinantes da Originet, chegam à Web as três maiores operadoras de pagers do Brasil. Descobriram, finalmente, que trafegar mensagens de pagers pela Internet é um grande negócio que gera economia e encanta o usuário.



Teletrim, PowerNet e Mobi: simultaneamente com o fechamento do serviço anterior para não-assinantes da Originet, chegam à Web as três maiores operadoras de pagers do Brasil. Descobriram, finalmente, que trafegar mensagens de pagers pela Internet é um grande negócio que gera economia e encanta o usuário.



Teletrim, PowerNet e Mobi: simultaneamente com o fechamento do serviço anterior para não-assinantes da Originet, chegam à Web as três maiores operadoras de pagers do Brasil. Descobriram, finalmente, que trafegar mensagens de pagers pela Internet é um grande negócio que gera economia e encanta o usuário.

Mobitel Telecomunicações - Netscape

File Edit View Go Communicator Help

Bookmarks: Location: <http://www.mobi.com.br/>

Mobi

serviços aparelhos

assinatura abrangência

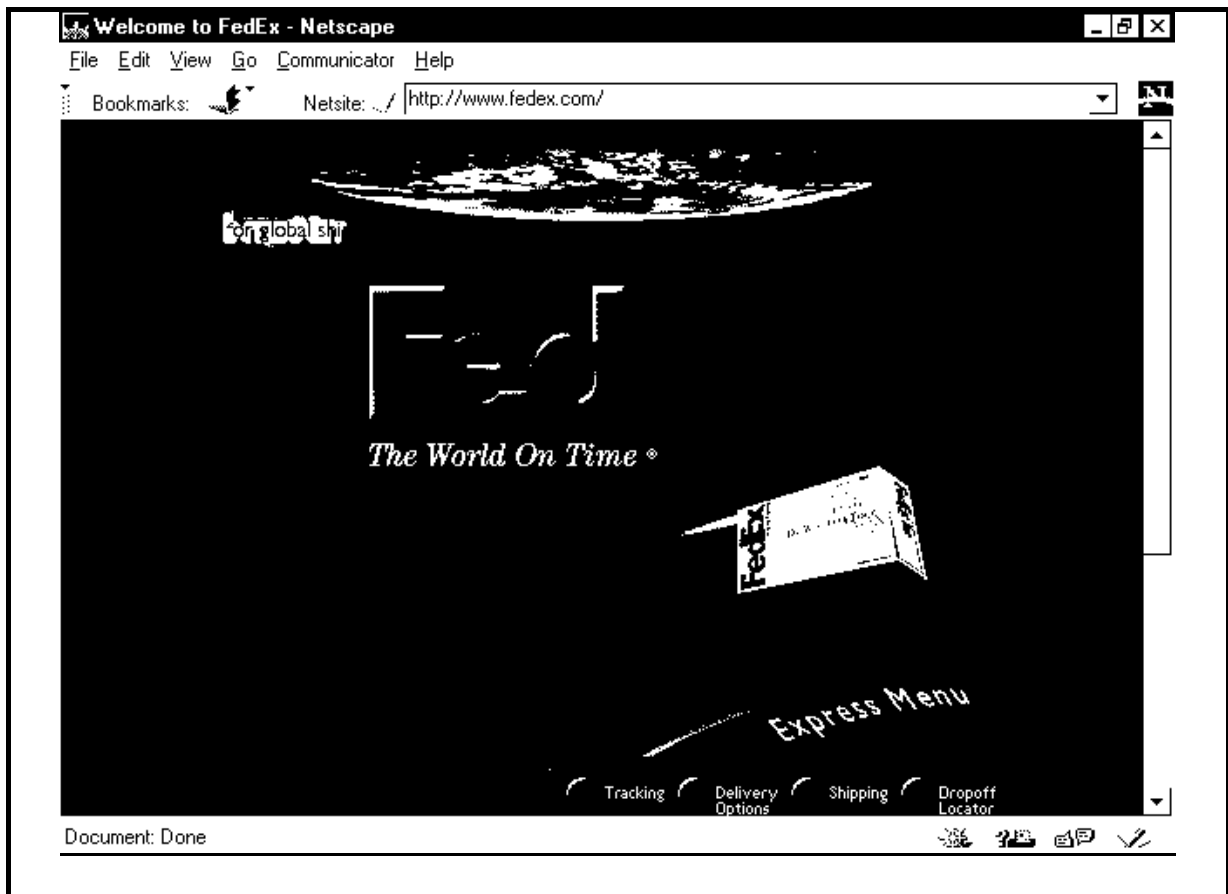
**Clique no Mobi para enviar
agora uma mensagem!**

.....

O Mobi é um aparelho de radiochamada através do qual é possível receber recados 24h por dia, todos os dias da semana. É o meio de comunicação sem fio mais barato e eficaz do que qualquer outro. Aqui você pode enviar uma mensagem para qualquer Mobi, solicitar uma assinatura para ter o seu aparelho, ou ainda saber mais sobre nossos produtos e serviços. Fundada em 1992 a Mobi

Document: Done

Federal Express: um dos sites mais louvados dos EUA, por sua utilidade para indivíduos e empresas que enviam pacotes e documentos por este serviço com uma frequência incrível. A empresa ligou seus computadores em "real-time" com a Internet para permitir a impressão de etiquetas com código de barras, despacho de encomendas e consulta de "status" do transporte.



Fornecimento de produtos e/ou serviços em qualquer lugar a qualquer hora, desde que o que se deseje seja digitalizável. Revistas podem ser obtidas via *Internet*, pode-se fazer a reserva para um vôo e, em seguida, a reserva do automóvel e do quarto do hotel em que se deseja hospedar-se, o potencial é inacreditável e ainda muito pouco explorado.

Jornais e revistas brasileiros

Universe On-line: a Folha de S. Paulo entrou decisivamente na Internet, não apenas distribuindo suas notícias no momento em que são escritas pelos jornalistas, mas mantendo dezenas de opções de acesso aos internautas. É um verdadeiro cardápio organizado das melhores coisas que figuram na Internet.

Universe Online - Netscape

File Edit View Go Communicator Help

Bookmarks: Location: <http://www.uol.com.br/>

UNIVERSO | MENU | CORREIO | BATE-PAPO | FÓRUM | BUSCA | SERVIÇO AO ASSINANTE | MEU UNIVERSO | SAÍDA

BIBLIOTECA VIAGEM JOGOS

BRASIL ONLINE JORNAL REVISTAS

ÚLTIMAS NOTÍCIAS ESPORTE

NOVELA

COMPUTADOR TEMPO E TRÂNSITO

INTERNET CLASSIFICADOS SAÚDE

COMPRAS ECONOMIA

UNIVERSO ONLINE

Segunda, 14 de abril de 1997

UNIVERSO ONLINE

Brasil Online: Presidente do Supremo Tribunal Federal critica governo

CHEVROLET Pós-Vendas **Global One** Now your world is one **BRANCO** INTERNET BANKING

Menu | Correio | Bate-papo | Fórum | Busca
Serviço ao Assinante | Meu Universo | Saída

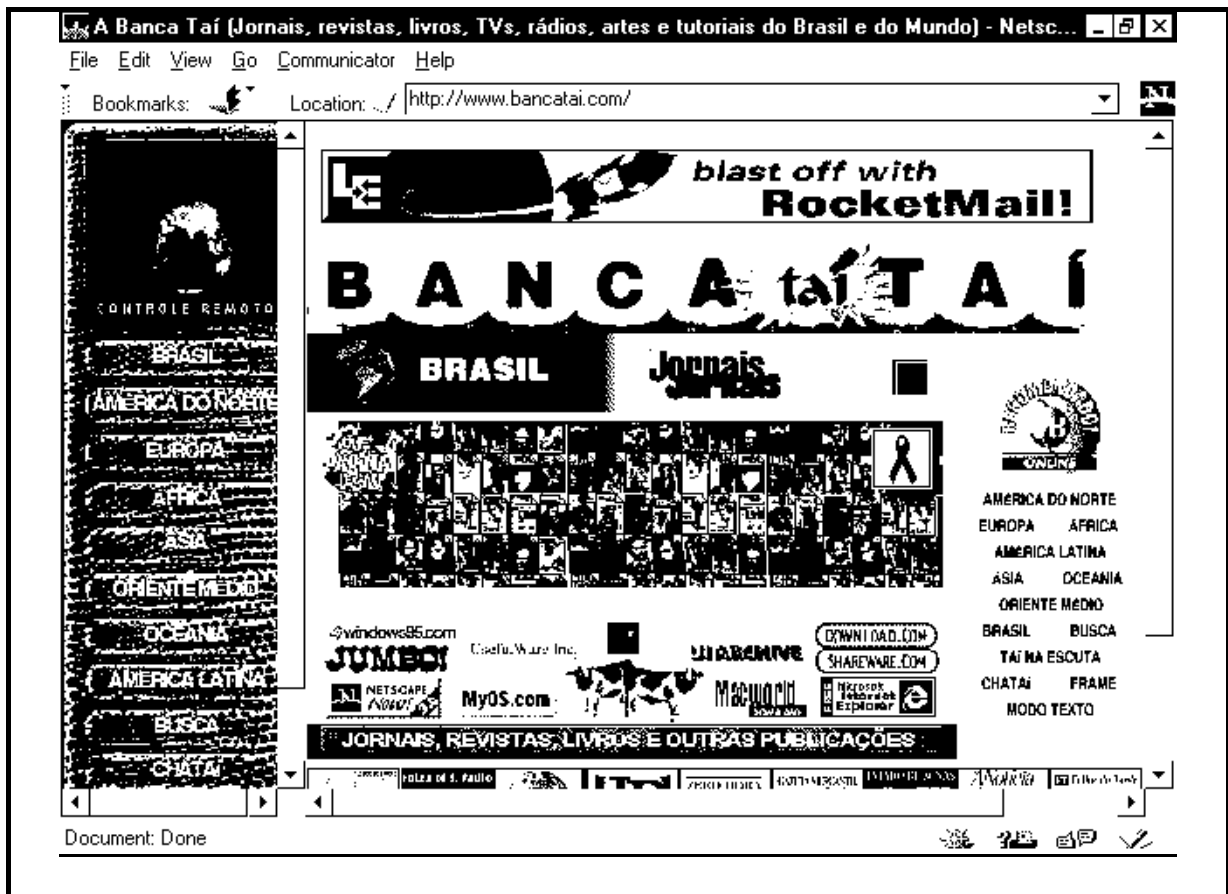
[Brasil Online](#) | [Últimas Notícias](#) | [Jornais](#) | [Revistas](#) | [Esporte](#) | [Economia](#) | [Saúde](#)
[Tempo e Trânsito](#) | [Classificados](#) | [Jogos](#) | [Viagem](#) | [Novela](#) | [Biblioteca](#)
[Crianças](#) | [Diversão e Arte](#) | [Internet](#) | [Computador](#) | [Compras](#)

<http://www2.uol.com.br/placar/>

Gazeta Mercantil On-line: o principal jornal de economia, finanças e negócios do Brasil oferece acesso a notícias e informações estatísticas em inglês e português. Resumos de algumas notícias do dia estão disponíveis gratuitamente às 6 horas da manhã.



A Banca Taí: surpreendente site brasileiro mantido por um jornalista carioca que oferece um menu introdutório excelente e abusado em “links” gráficos. Trata-se de um verdadeiro menu de opções populares da Internet, tais como os mecanismos de busca e milhares de jornais e revistas presentes na Web.



Jornais, revistas e sites de notícias do Exterior

Wall Street Journal: o principal jornal de negócios dos EUA transfere para a Web boa parte de seu conteúdo impresso e alguns valiosos serviços. O visual repete o tradicional estilo que conquistou o público executivo do mundo todo.

The screenshot shows the Netscape browser window titled "The Wall Street Journal Interactive Edition - Netscape". The address bar displays "http://update.wsj.com/". The main content area features the WSJ logo, the title "THE WALL STREET JOURNAL INTERACTIVE EDITION.", and a "FREE for Two Weeks TRY US" offer with a key icon. Three main news items are highlighted: "Intel's Earnings Top Estimates", "USA Waste to Buy Rival", and "WRONG EXIT". A sidebar on the right promotes "Briefing Books" with a "Go" button. The footer includes a "TAKE A TOUR of wsj.com" link and the URL "http://update.wsj.com/edition/current/summaries/front.htm".

The Wall Street Journal Interactive Edition

FREE for Two Weeks TRY US

Intel's Earnings Top Estimates
Intel reported earnings more than doubled, easily surpassing analysts' expectations.

USA Waste to Buy Rival
USA Waste Services agreed to acquire United Waste Systems for \$1.7 billion.

WRONG EXIT
YOU COULD LEARN A LOT FROM A DUMMY. CLICK FOR DETAILS.

Go directly to the following page
Front Page Go

Briefing Books are an even more valuable starting point for researching a company, because of the recently expanded menu of related information on a company.
[Begin a search](#) * [View a sample](#)

[TAKE A TOUR of wsj.com](#)

http://update.wsj.com/edition/current/summaries/front.htm

Fortune Magazine: a revista de negócios traz uma versão de conteúdo parcial, seguindo o padrão da mídia impressa para marcar presença na Web: atrair assinantes para seu negócio principal - vender anúncios que são remunerados pelo volume de leitores. O site traz ainda "database" de suas conhecidas publicações como Fortune 500 e companhias mais admiradas dos EUA.

Welcome to Fortune - Netscape

File Edit View Go Communicator Help

Bookmarks: Location: <http://pathfinder.com/@LFIIDBgAWanRmxeH/fortune/index.html>

UNIVERSITY OF PHOENIX ONLINE
CLICK HERE

STE Go one on one
enter to win great prizes from STE.

AD INFO

FORTUNE TEXT EDITION

FORTUNE APRIL 14, 1997

FORTUNE HOME
FORTUNE BUSINESS RPT.
FEATURES
COLUMNISTS
SMART MANAGING
DIGITAL WATCH
PERSONAL FORTUNE
ROAD WARRIOR
FORTUNE 500
SPECIAL ISSUES / LISTS
SEARCH
CONTENTS
FORTUNE FORUM

FORTUNE
The Holy Terror
Who's Saving
IBM

Cover Story:
[He's Smart](#)
[He's Not Nice](#)
[He's Saving](#)
[Big Blue](#)

FREE TRIAL ISSUE

QUICK QUOTES
DIA

Apr. 14, 16:08
Last: 6451.90
Change: +60.21
Pct. Change: 0.94%
Mkt. data delayed 20 min.
FORTUNE BUSINESS REPORT

highlights

- [Gerstner Talks Tech](#)
- [Spike Lee: Madison Avenue's Gotta Have Him](#)
- [Buffett's Bully Pulpit](#)
- Discuss the TRM CEO Louie Gerstner story on the Smart

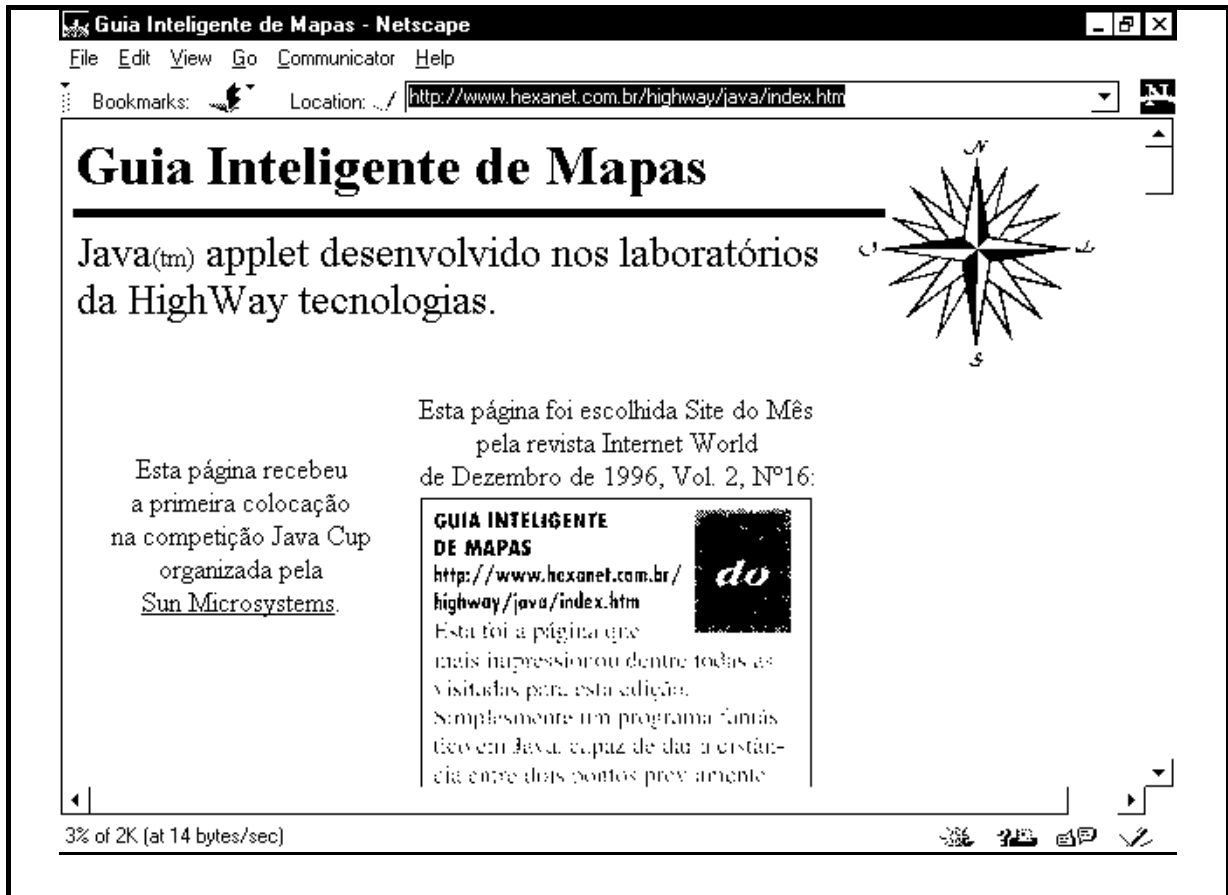
Document: Done

Serviços de viagens e turismo

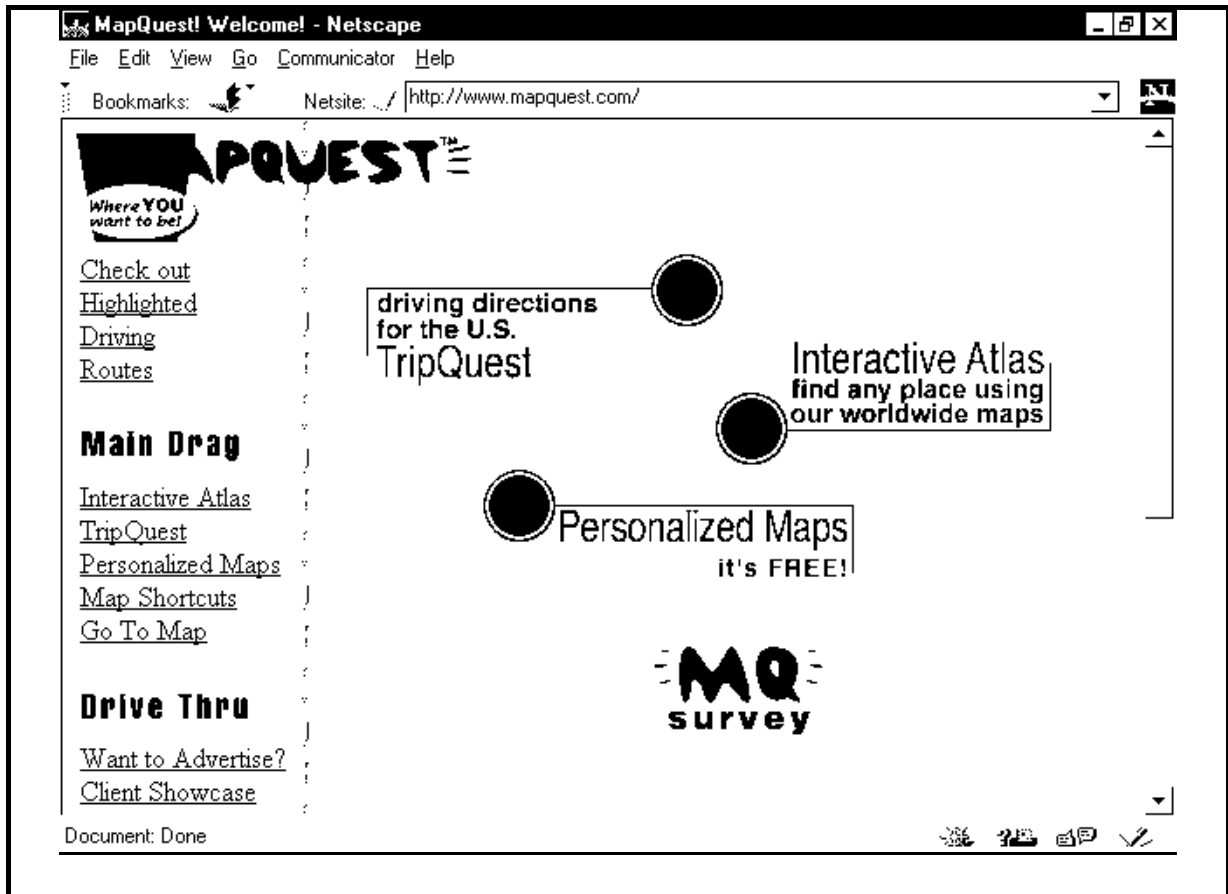
Catálogo de hotéis ainda simples comparado com os serviços similares no Exterior, este catálogo tem o mérito de trazer para a Web uma extensa base de dados de hotéis no Brasil - cerca de 8 mil - com dados resumidos porém suficientes para se fazer um primeiro contato ou seleção.



Guia Inteligente de Mapas: notável iniciativa desenvolvida pela brasileira Highway, mostrando as aplicações da linguagem Java na construção de mapas para consulta de itinerários. Esta página contém apenas um exemplo com o mapa do estado do Rio de Janeiro, mas já impressiona pela engenhosidade.



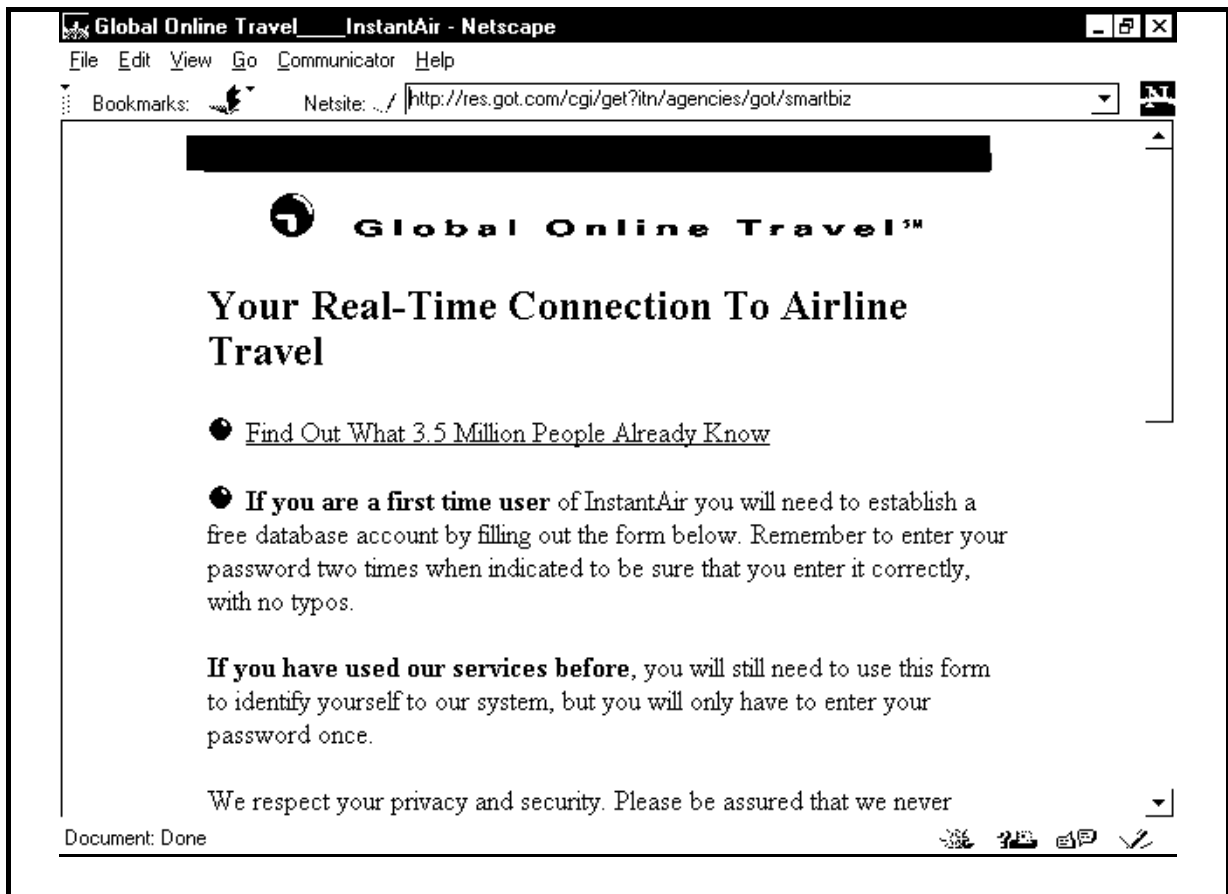
Mapquest: incrível site contendo mapas com informações geográficas e turísticas dos seis continentes. Pode-se pesquisar pelo nome de uma cidade, empresa ou endereço (somente dos EUA, por enquanto). Com tempo de resposta excelente, permite gravar e imprimir figuras dos mapas, o que torna o site muito útil para dar instruções sobre itinerários a clientes e funcionários.



TravelWeb: excelente site que prenuncia o fim da atuação do agente de viagens como simples intermediário na emissão de passagens aéreas. Permite a pesquisa de vôos em, literalmente, todos os aeroportos internacionais do mundo, num total de 177 empresas aéreas - 3 do Brasil. A partir do itinerário, mostra várias opções com os menores preços, contudo ainda não permite reserva e pagamento "on-line".

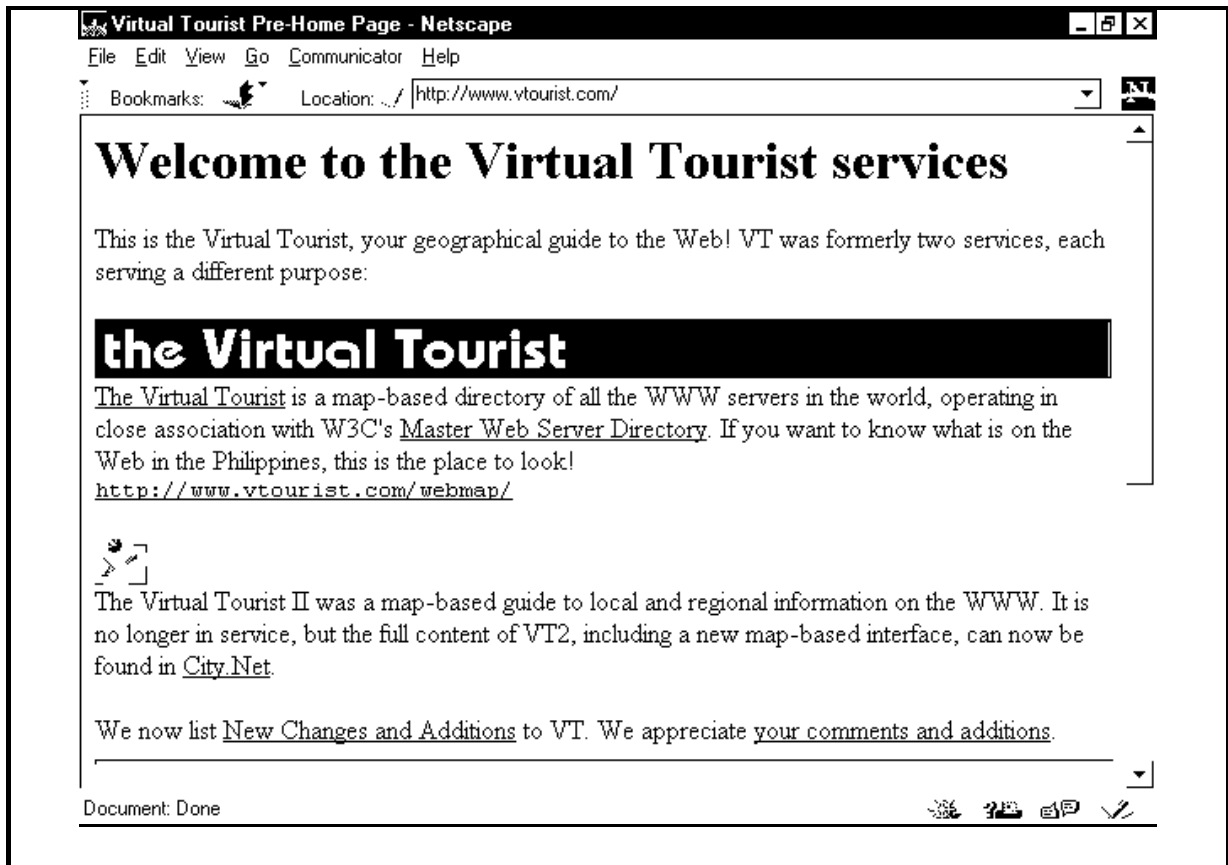


InstantAir: este site especializa-se em passagens aéreas e permite a realização de reservas após a identificação do voo desejado. Acessa computadores de 29 empresas aéreas - nenhuma brasileira - e efetua a entrega do "ticket" via Federal Express. O viajante brasileiro deve observar que a regulamentação do Brasil não permite a emissão de passagens internacionais fora do País.



Virtual Tourist I e II: menu para acesso a dois sites muito úteis e interessantes que pretendem guiar o internauta por todos os países do mundo. O Virtual Tourist I apresenta os "links" relevantes na Web para cada país, que pode ser

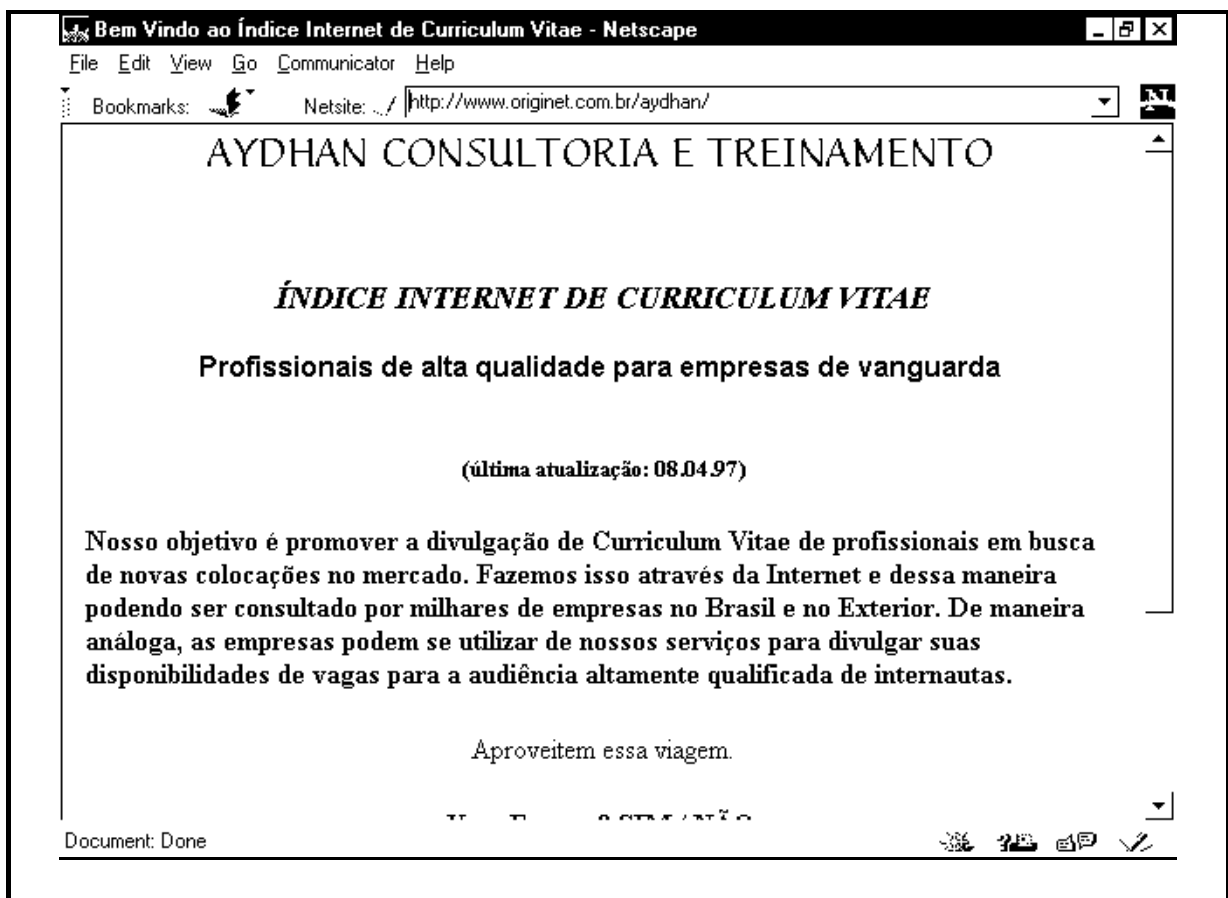
escolhido a partir do mapa-múndi. Já o Virtual Tourist II presta um serviço ao internauta que pretende se informar antes de viajar ou apenas conhecer virtualmente determinado país.



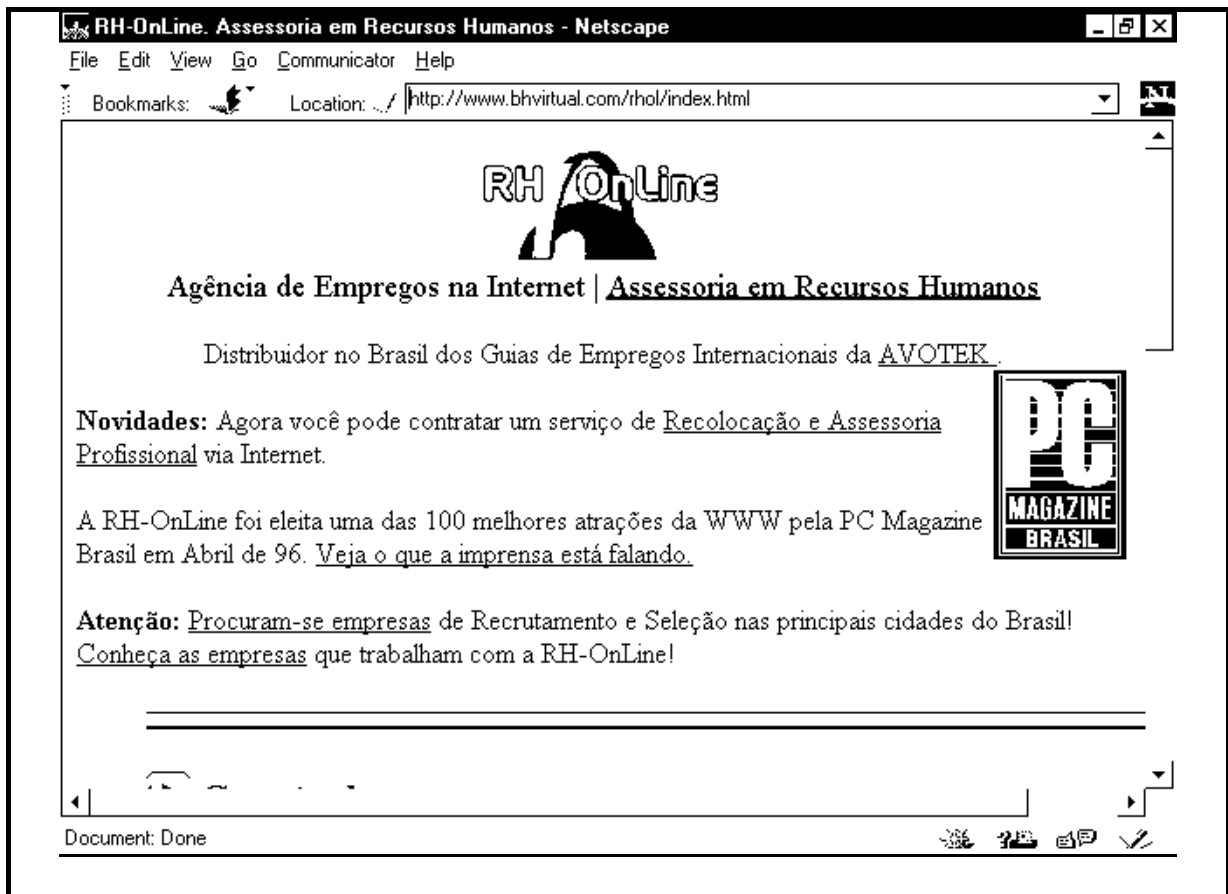
Agilidade administrativa, pois é possível implementar o trabalho remoto permitindo uma racionalidade na locomoção do pessoal e na utilização do espaço dos escritórios ou então a possibilidade de contratação de pessoal especializado diretamente, através de uma mensagem colocada na rede, podendo alcançar, desta maneira, um público muito mais qualificado. É claro que isto também se aplica ao marketing de produtos, permitindo um melhor direcionamento ao público-alvo.

Endereços para o profissional de Recursos Humanos

Índice Internet de CV: serviço que apresentou crescimento rápido e reconhecimento da comunidade Internet no Brasil. Com boa apresentação, este site recebe currículos de profissionais interessados em recolocação.



RH On-Line: agência de empregos que coloca na Web o serviço gratuito de postagem de ofertas de empregos e currículos. Apresenta também "links" sobre oportunidades de trabalho no Exterior. Excelente iniciativa empresarial, incluindo sua execução, pois o site é atraente e rápido para carregar.



RH em Síntese OnLine: outra publicação especializada em RH, trazendo artigos resumidos da versão impressa, um promissor fórum de debates e dezenas de "links" de RH na Web. O site contém também um potencialmente útil banco de dados com os nomes dos Diretores e Gerentes de RH das 500 maiores empresas brasileiras.



Society for Human Resources Management: excelente site da conceituada Associação Americana de Recursos Humanos, trazendo uma infinidade de informações, ferramentas de trabalho, pesquisas e serviços. Congrega 75 mil membros ao redor do mundo e permite a filiação através da Internet.

Welcome to SHRM Online - Netscape

File Edit View Go Communicator Help

Bookmarks: Location: <http://www.shrm.org/>

Trouble reading this page? [Click here](#) for a (mostly) text version.

HR
SOCIETY FOR
HUMAN
RESOURCE
MANAGEMENT

Monday
SHRM Online

"SHRM Online... offers excellent information for the HR professional as well as employees."
New York Times, March 10, 1997

Table of Contents

HR Talk
We are experiencing technical difficulties with this feature. Please check back later.

To retain high performers, develop future leaders and secure a competitive workforce, companies must invest in mentoring and create an environment where women and minority employees can flourish. April's HR Magazine focuses on what leading companies are doing to train women for corporate leadership. To view this month's issue, [click here](#).

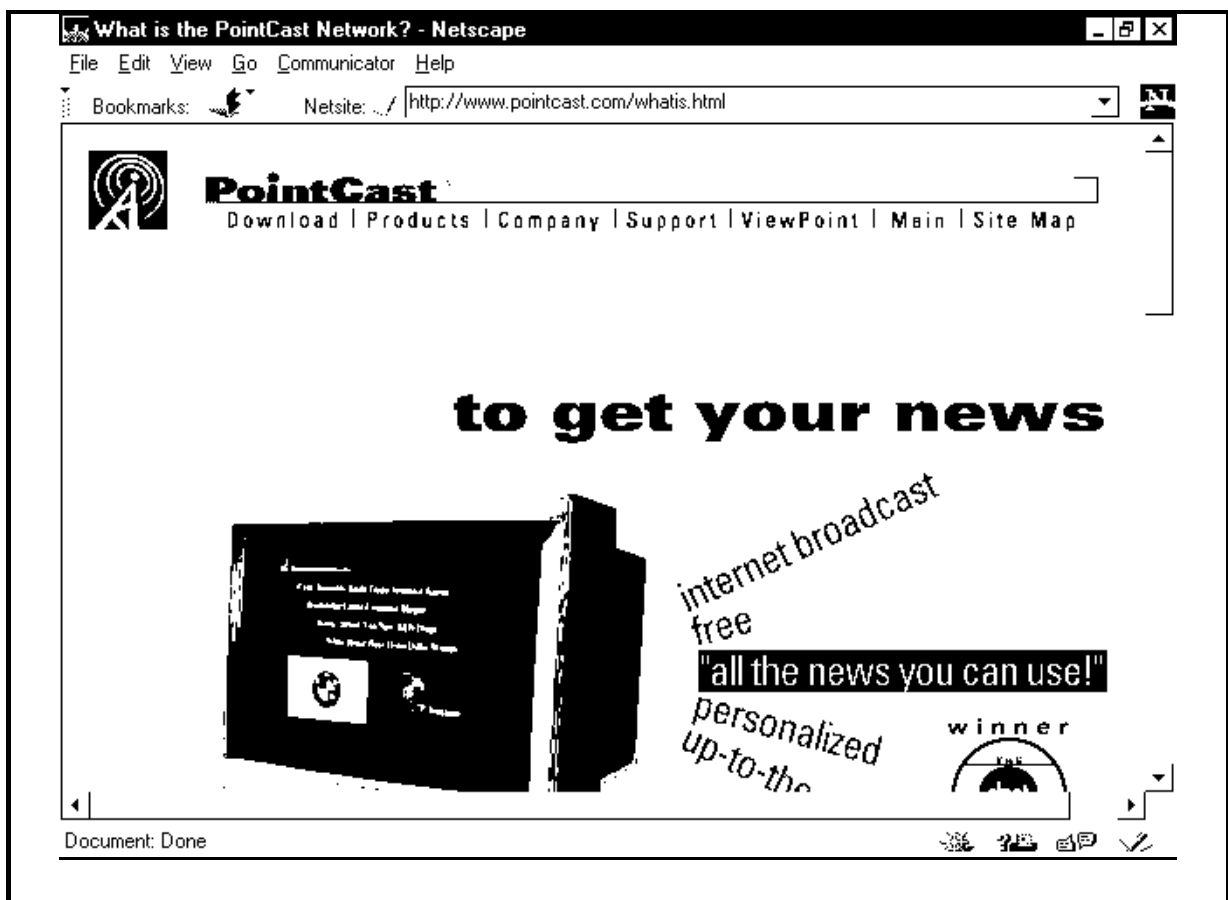
Brought to you in part by

Document: Done

Acesso a informações a baixo custo, pois é possível conectar-se a bancos de dados ao redor do mundo possibilitando uma quantidade absurda de informações, o problema agora não é mais como conseguir a informação e qual seu preço, mas sim o que fazer com tal quantidade de dados, como separar o que é importante do que é acessório.

“Links” com informações úteis para empresas e executivos

Pointcast Network: um dos serviços mais festejados na Internet, divulga notícias de todos os tipos, altamente configuráveis pelo internauta, que pode manter as telas do Pointcast como “screen saver” de seu micro. As atualizações são recebidas automaticamente quando se faz a conexão à Web. Excelente, eficiente e... gratuito!



CNN Interactive: aclamado site que traz para a Internet o mesmo dinamismo, abrangência e inventividade da televisão de mesmo nome. Oferece acesso gratuito - sustentado por felizes anunciantes - a centenas de notícias do momento no mundo todo, com fotos e filmes colocados quase simultaneamente à televisão. Apresenta também serviços úteis como "your money" e previsão do tempo com mapas de satélite.

CNN Interactive - Netscape

File Edit View Go Communicator Help

Bookmarks: Netsite: <http://www.cnn.com/>

CNN Interactive

Sports NHL, NBA, MLB: The scheds & scores

April 14, 1997 -- Updated 6:39 p.m. EDT (2239 GMT) [TEXT - ONLY VERSION](#) [MORE NEWS](#)

McDougal draws light sentence



McDougal (CNN)

Jim McDougal, the former Whitewater business partner of Bill and Hillary Clinton, was sentenced today to only

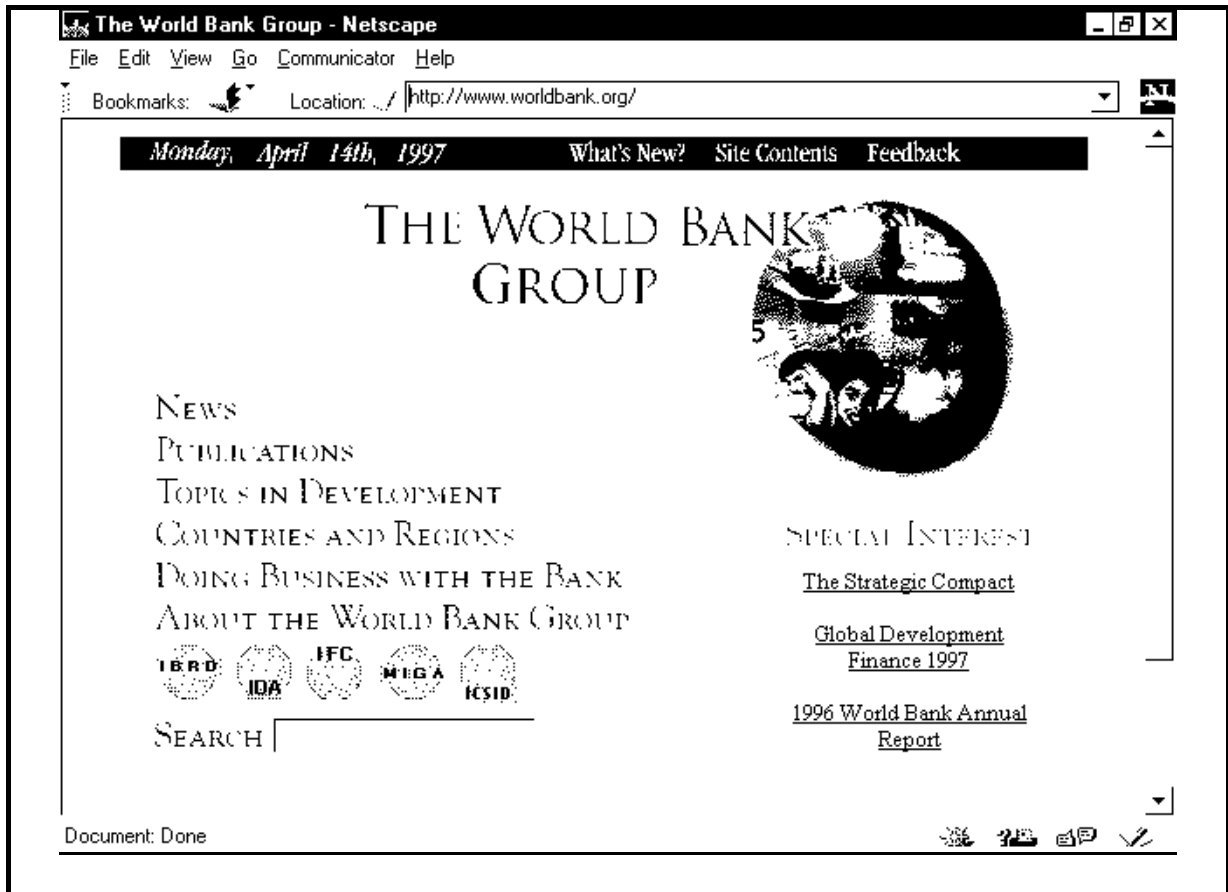
First witness testifies in Aberdeen rape trial

Iranian students, police clash at German Embassy

CNN **allpolitics**

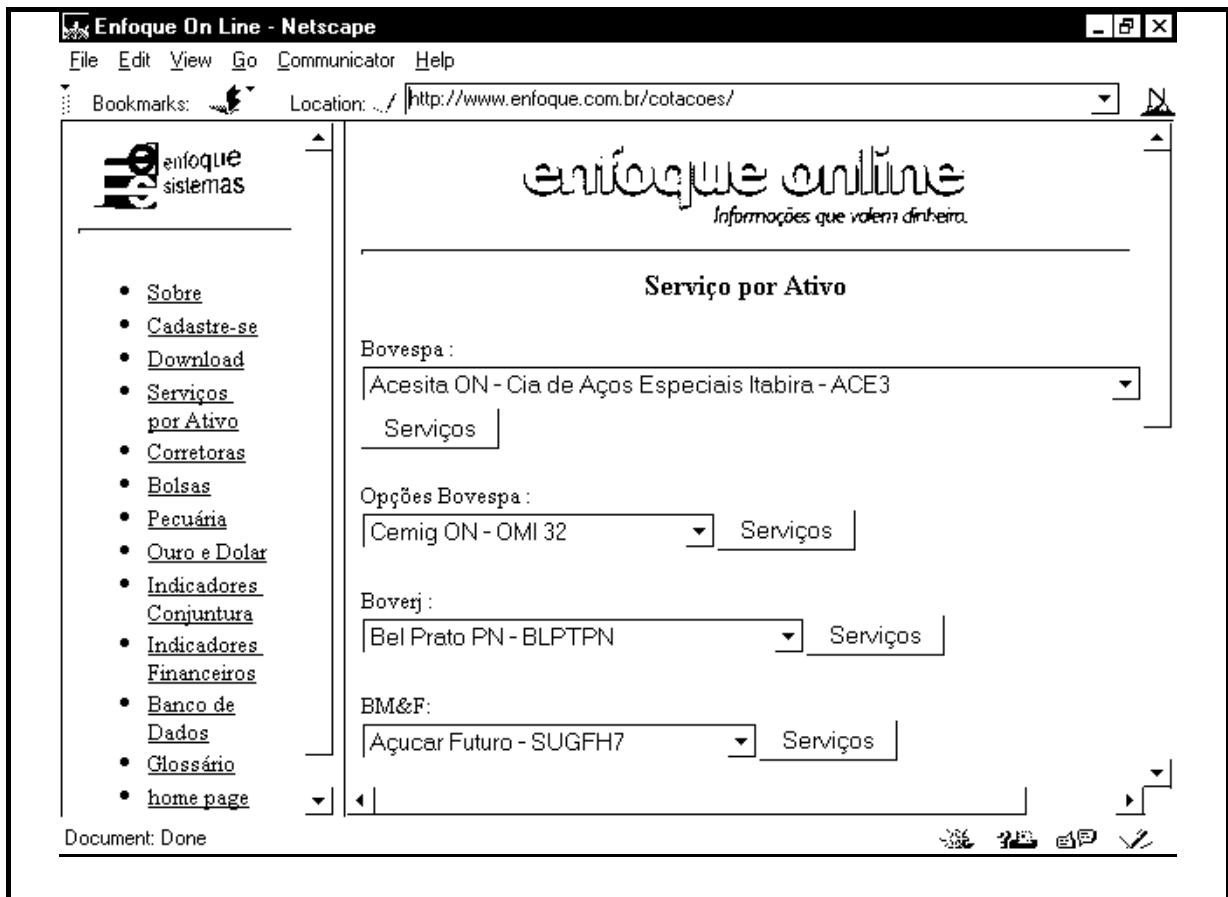
CONTENTS
HELP!
FEEDBACK
SEARCH

Banco Mundial: um verdadeiro show este site do BIRD ou World Bank, que inclui seus organismos MIGA e IFC, financiadores de projetos privados. Surpreende a qualidade deste site quando comparado ao universo dos organismos públicos de todo o mundo. Apresenta sua história, seus procedimentos, bancos de dados de projetos, além da profusão de informações econômicas e políticas sobre centenas de países.

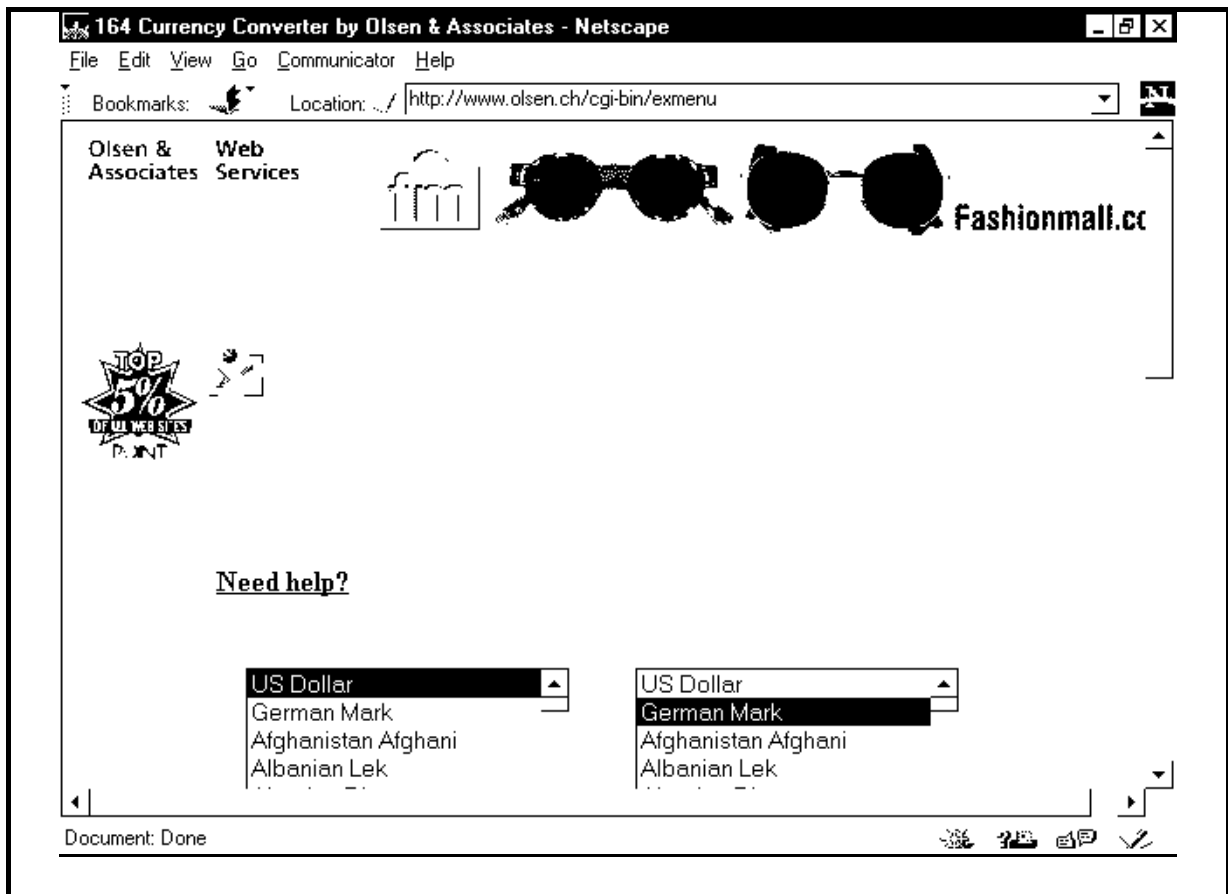


Indicadores financeiros e acompanhamento dos mercados no Brasil e no Exterior

Enfoque Gráfico Sistemas Ltda.: tradicional empresa de serviços de informação que soube se adaptar à “ditadura do gratuito” imposta pela Internet. Aqui podemos consultar séries históricas de centenas de ativos, com atualização durante o dia de 30 em 30 minutos. Se o usuário for um profissional do mercado, realmente vale a pena assinar os produtos que são vendidos através deste site.



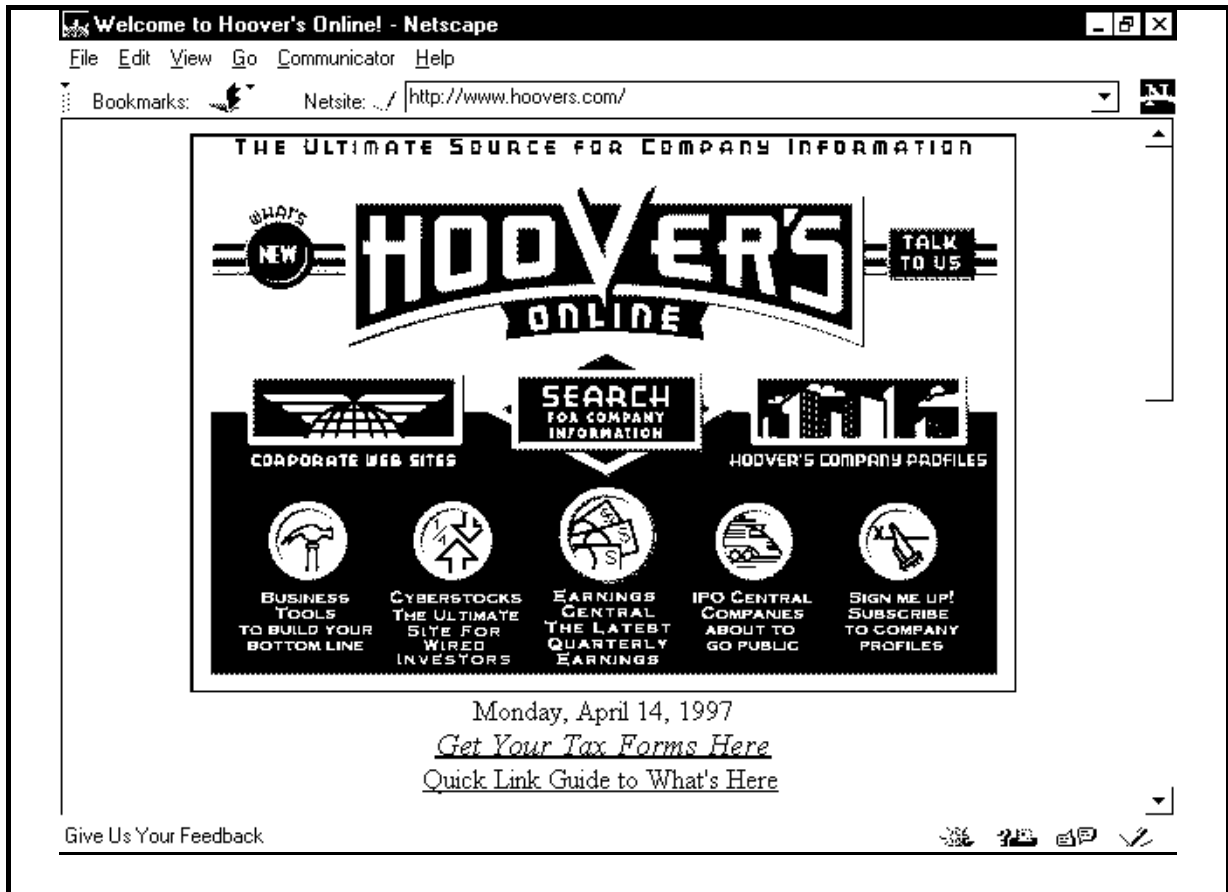
O&A 164 Currency Converter: excelente serviço que permite a conversão de valores entre 164 moedas do mundo, disponíveis com seus valores históricos desde 1º de janeiro de 1990. Mantido pela Olsen & Associates, empresa de sistemas para finanças sediada na Suíça, representa típico exemplo de investimento em serviço gratuito na Internet em troca de propaganda institucional.



Universal Currency Converter: prova de que a concorrência é saudável também na Web, este site dos Xenon Laboratories expandiu ainda mais os recursos de consulta à cotação de moedas: pode-se receber um "e-mail" diário com as cotações de moedas previamente selecionadas. Excelente para manutenção de bancos de dados e análises econômicas de países.

The screenshot shows a Netscape browser window titled "Xenon Labs: The Universal Currency Converter(tm) - Netscape". The address bar contains "http://www.xe.net/currency/". The main content area features a large header with a stylized 'X' logo and the text "THE UNIVERSAL CURRENCY CONVERTER?". Below the header, there is a navigation menu with links: "(Interactive Currency Table | Post Card Gallery | ISO 4217 Currency List | Subscribe! | About...)" and "(Español/Spanish | Svenska/Swedish)". A "TOP 5% OF ALL WEBSITES" badge is visible on the left. A paragraph of text reads: "Take a look at our [Kudos Page](#) to see who has been impressed with our Universal Currency Converter?". Below this is a large advertisement banner with the text "Click Here Tune in on the Action! Cordless, Cellular, Police, Fire, Ambulance, & More" and a small image of a mobile phone. Underneath the banner, it says "For information about advertising on this page, click [here](#).". At the bottom of the page, the text "I WANT TO CONVERT..." is displayed above a small input field. The browser's status bar at the bottom left shows "Document: Done" and the bottom right contains several utility icons.

Hoovers On-line: serviço de informações sobre empresas em permanente evolução, adicionando e aperfeiçoando funções. Tem as melhores características que fazem um site de sucesso entre internautas de empresas. A partir da seleção de uma empresa americana, podem-se acessar inúmeras informações, tais como evolução das ações, principais documentos enviados à SEC e até um mapa de sua localização.



Stockmaster: serviço objetivo de estatísticas e gráficos sobre a evolução das ações americanas. A partir do código reduzido da ação (Alcoa abrevia-se AA), pode-se obter um gráfico com a evolução dos últimos 12 meses. Em adição, mantém-se uma pesquisa "on-line" sobre a expectativa dos investidores sobre o futuro da ação.

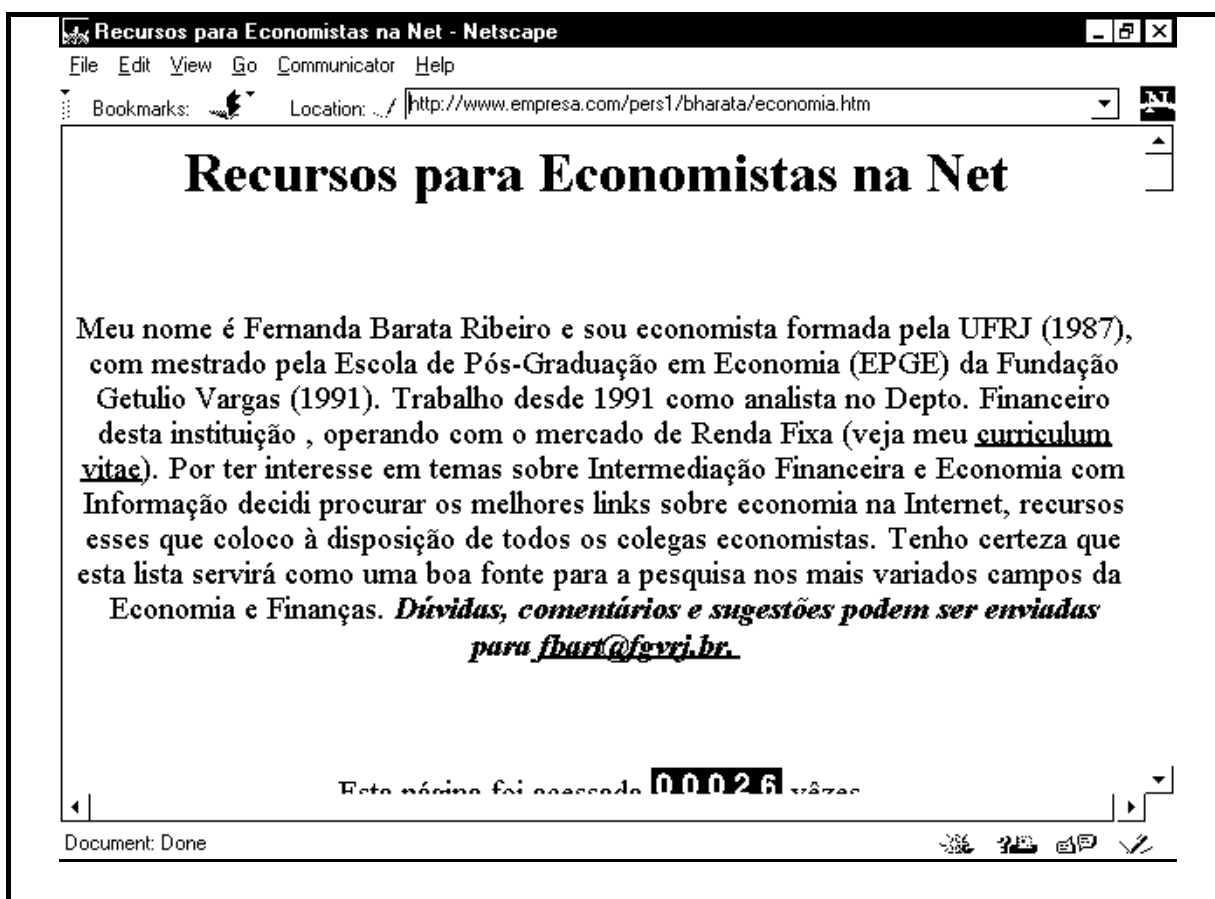


“Links” para Economistas e Executivos Financeiros

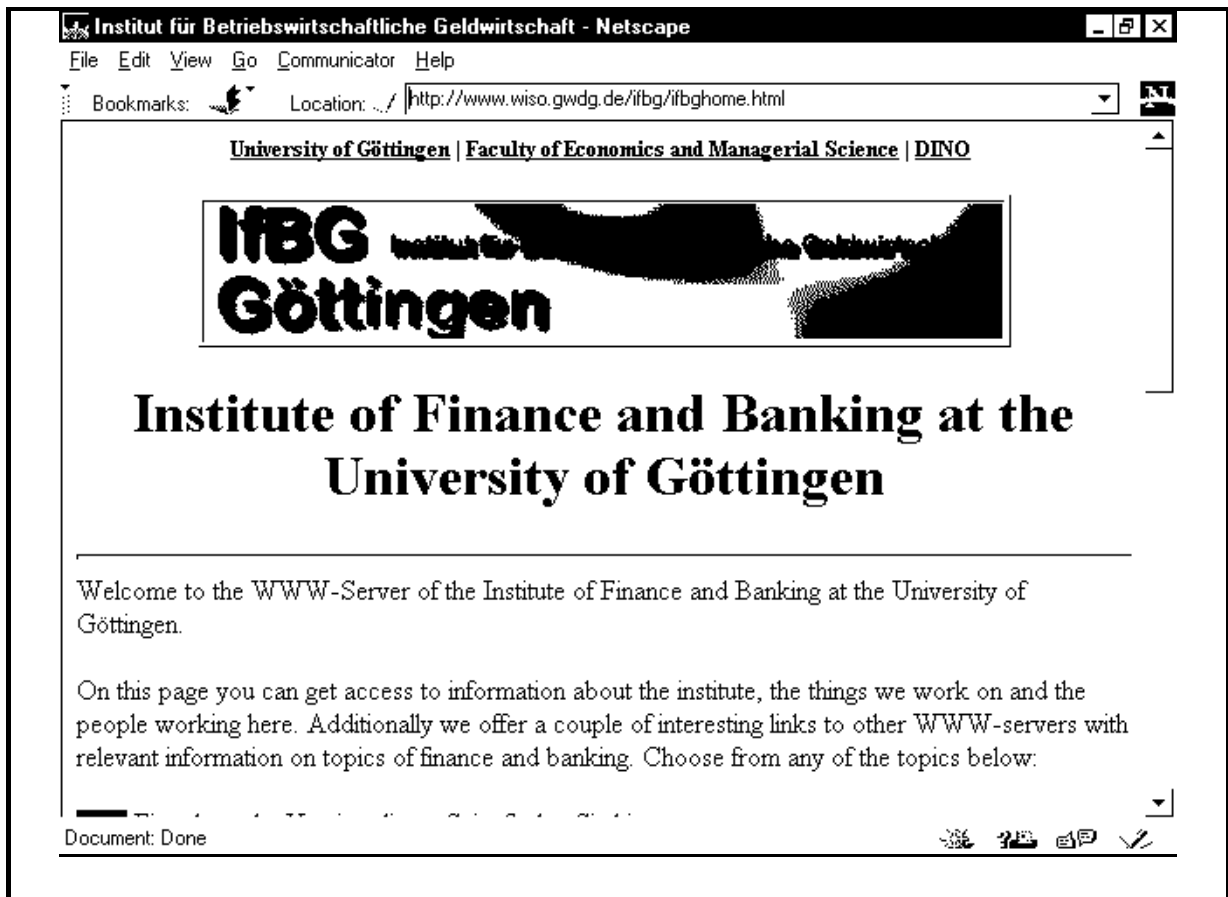
Zagury.com: interessante diretório relacionado a finanças, utilizando recursos de “search” e com centenas de “links” do Brasil e principalmente de outros países. Apresenta sites de bolsas e bancos no mundo, publicações especializadas, escolas de negócios e software de finanças, entre outros.

The screenshot shows a Netscape Communicator browser window titled "The Finance Directory --- Funds / Stock Markets / Derivatives / Currency / and much more!". The address bar shows "http://www.zagury.com/". The main content area features a large banner with the text "FINANCIAL PLACE ZAGURY .com" and a navigation menu with buttons for "Add URL", "Suggestions", "Sponsors", and "Webmaster". Below the banner is a search bar with the text "gif? jpeg?". To the left of the search bar, there is a "Bank Account: US\$ 0014566" and a search form with radio buttons for "words describing a concept" and "keywords", and a "Search" button. To the right of the search bar, there is a list of categories: "Finance Software", "Stock Markets", "Futures and Options Exchanges", and "Derivatives". At the bottom of the browser window, there is a message: "Try clicking and dragging your mouse on the ticker!" and a status bar with icons for home, back, forward, and print.

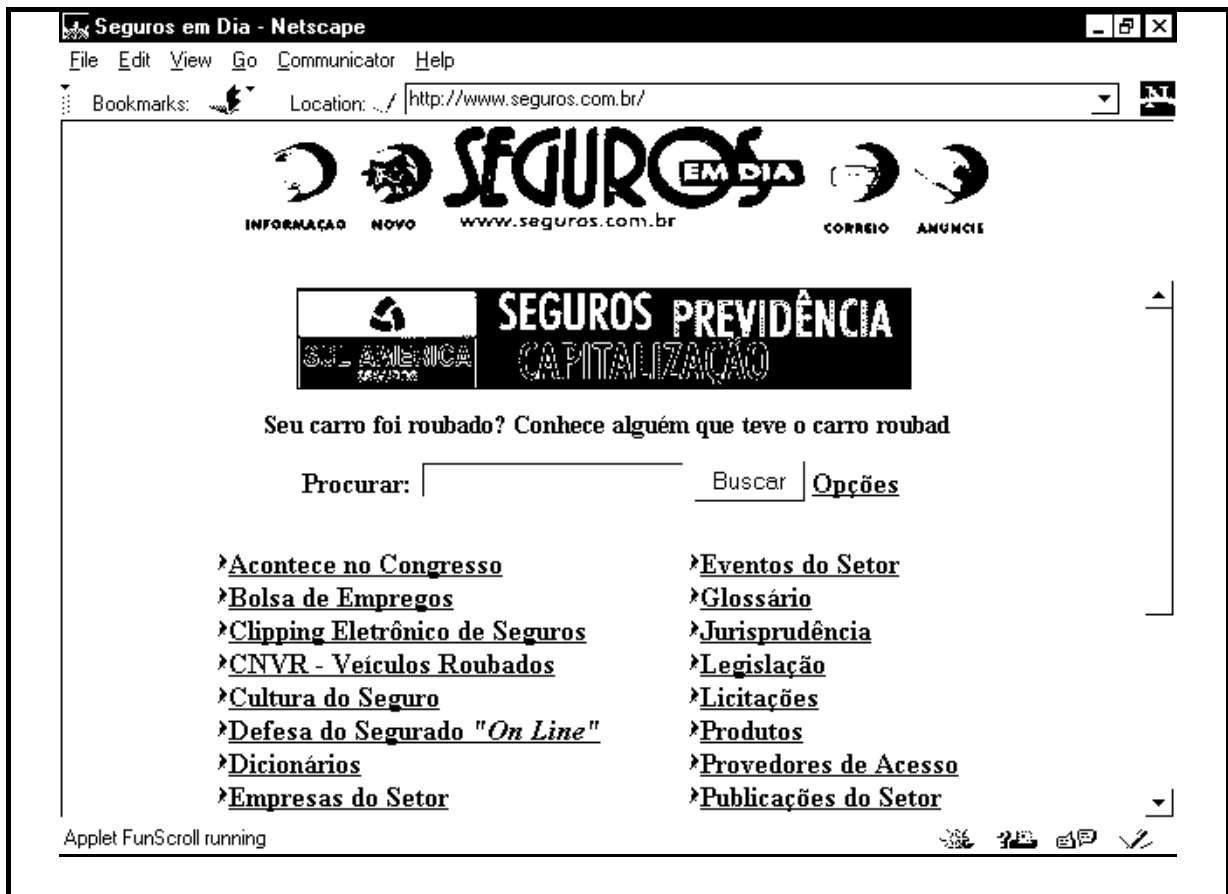
Recursos para Economistas na Net: site mantido por economista carioca da FGV, apresenta dezenas de "links" sobre Economia, porém apenas agrupados em sete blocos, sem comentários da autora. Simples e objetivo, oferece uma boa seleção de sites sobre economia e conjuntura do mundo todo.



Institute of Finance and Banking: excelente página mantida por universidade alemã em inglês, apresenta e comenta centenas dos melhores "links" para executivos financeiros, tais como indicadores dos mercados financeiros, moedas do mundo, jornais e periódicos e fontes para pesquisas. Permite a sugestão "links" pelo internauta, para posterior revisão.

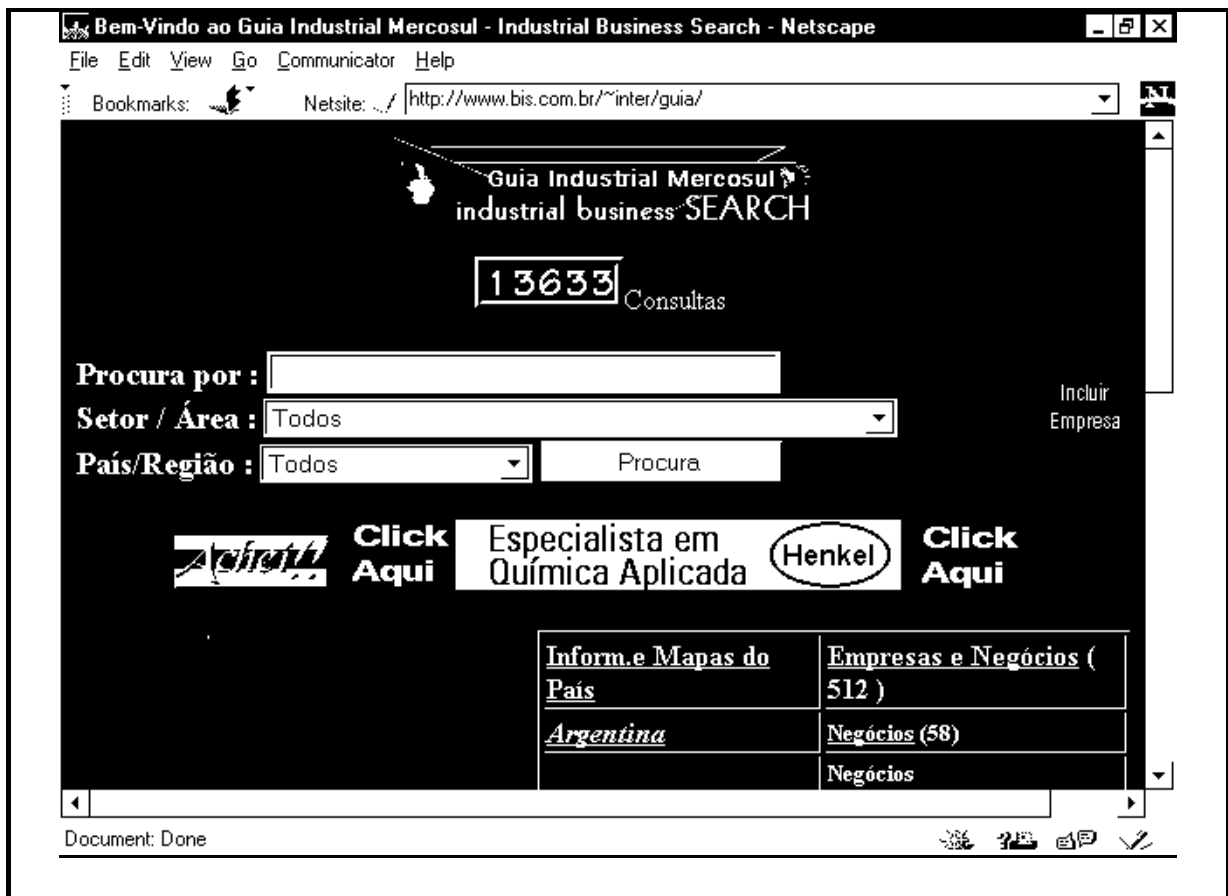


Seguros em Dia: mais um setor da economia que ganha um site especializado. Este mercado tem apresentado expressivo crescimento, porém carece de melhor divulgação no País. Este site oferece centenas de "links" úteis, tais como empresas do setor de seguros, glossário técnico e notícias e legislação.

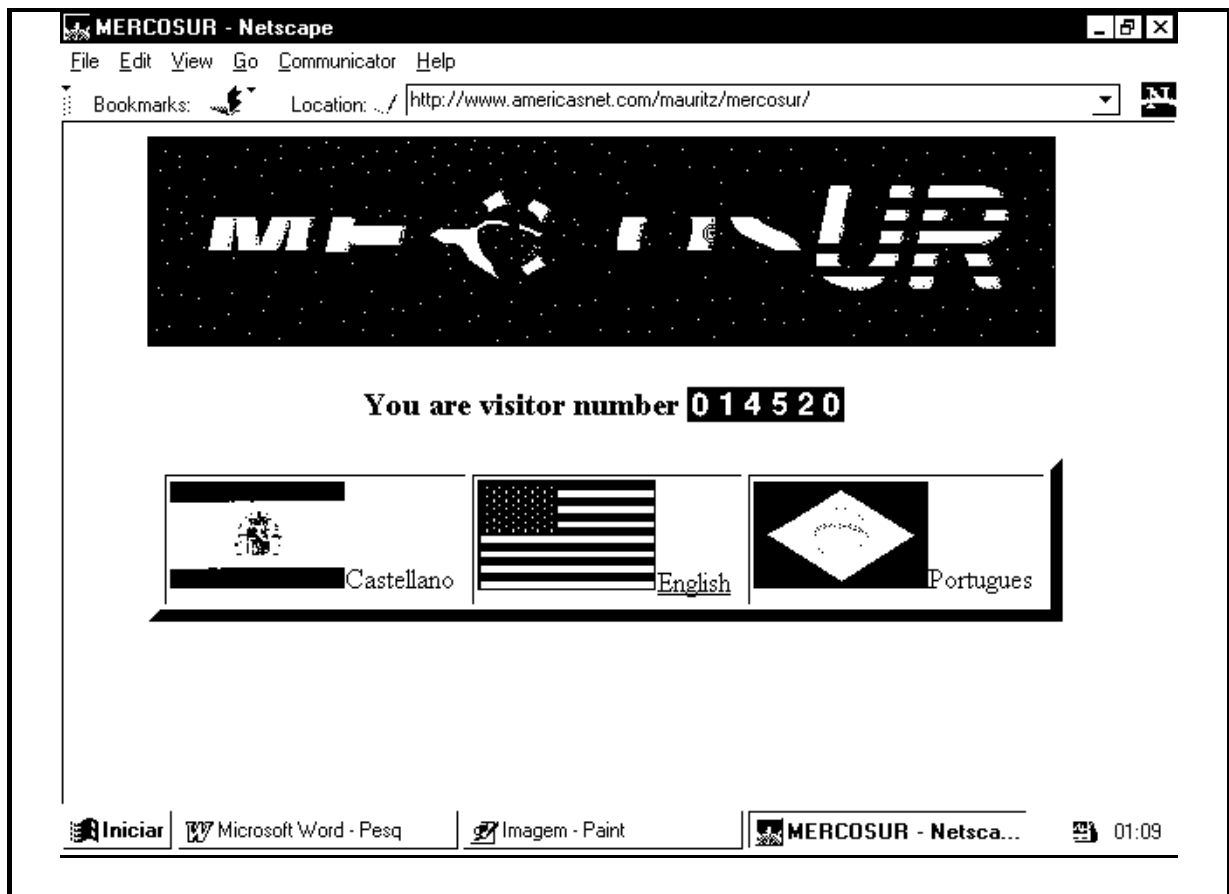


Guia Industrial Mercosul: serviço da Inter & Net Consultoria que pretende atingir o ambicioso objetivo de integrar empresas dos países do Mercosul e fornecer informações úteis para quem pretende investir na Região. Apresenta mapas dos países, informações econômicas e banco de dados de empresas da Região

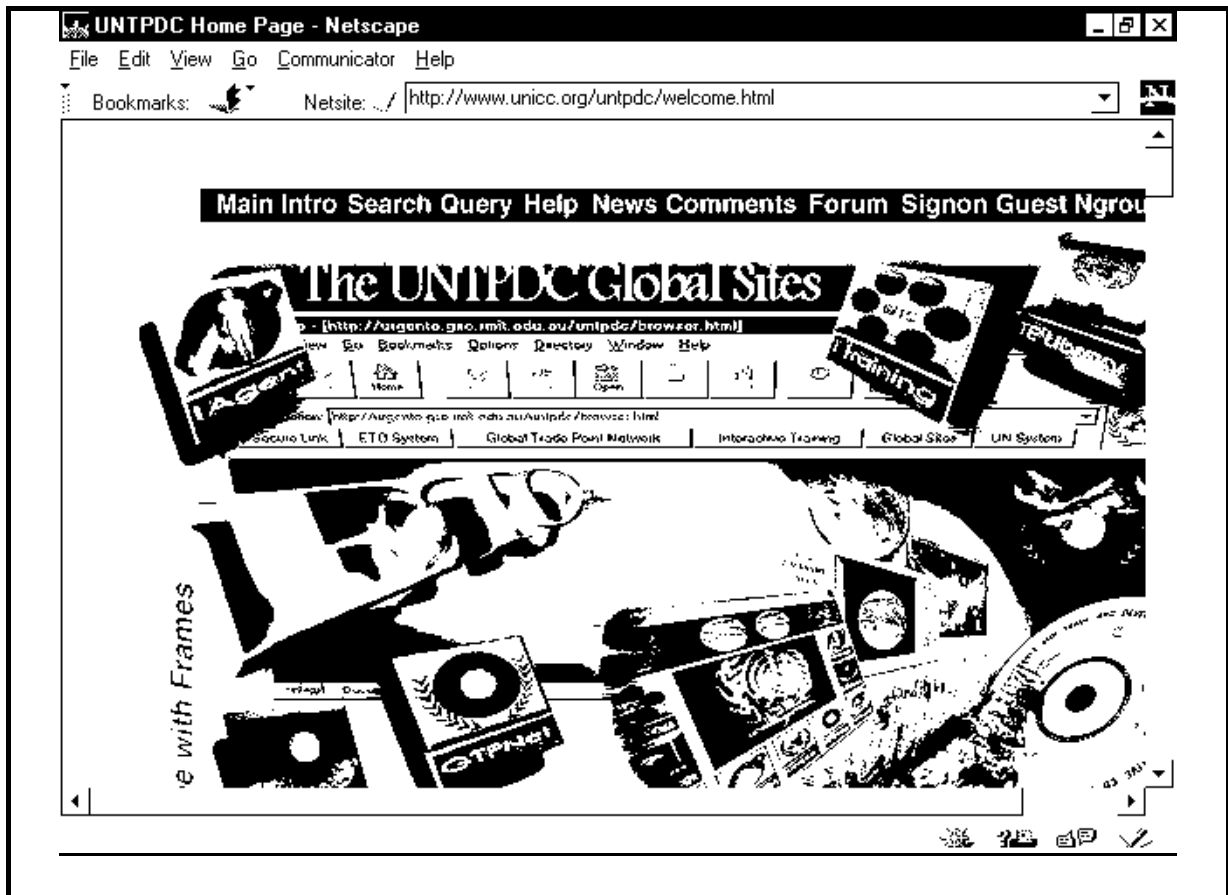
oferecendo seus produtos e serviços.



Mercosul: site escrito em inglês - versões em espanhol e português estão planejadas - com informações básicas sobre o tratado de livre comércio entre Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai. Apesar de não conter "links" recomendados, tem utilidade como divulgação sobre o Mercosul para matrizes de multinacionais operando na Região.



Global Trade Point Network: serviço fantástico das Nações Unidas para desenvolvimento do comércio eletrônico, principalmente transações de comércio exterior com países menos favorecidos. O site vale uma visita pela sua qualidade visual e pelo mérito da iniciativa.



Sistema de Informação de Comércio Exterior à OEA - Organização dos Estados Americanos - coloca neste site informações muito úteis para empresas que transacionam com o Exterior. Traz acordos comerciais das Américas, estatísticas de preços do comércio exterior e algumas (poucas) oportunidades de negócios. Uma coisa chama a atenção em todas as páginas: a insistente mensagem de que a OEA não se responsabiliza pelo conteúdo do site. Será necessário?

The screenshot shows a Netscape browser window titled "FOREIGN TRADE INFORMATION SYSTEM - Netscape". The address bar displays "http://www.sice.oas.org/root/defaultp.stm". The main content area features a header with the text "Organização dos Estados Americanos - Unidade de Comércio" and a large graphic with the acronym "SICE" and its full name in four languages: "Foreign Trade Information System", "Sistema da Información al Comercio Exterior", "Sistema da Informaçãa de Comércio Exterior", and "Systeme d'information du commerce extérieur". Below the graphic is a navigation menu with links: "Bem-Vindo", "Novidades", "OEA", "Unidade de Comércio", "Índice", "Busca", "Perguntas e Respostas", and "Sua Opinião", followed by language options: "en Español | In English | en Français". The main content is organized into four columns with the following links and descriptions:

Processo ALCA Informações sobre o processo ALCA - Área de Livre Comércio das Américas.	Comércio em Ação Oportunidades e informações sobre o setor privado nas Américas.
Fontes Oficiais Recursos oficiais de informação sobre comércio e investimento.	Tratados de Investimentos Texto completo dos tratados bilaterais de investimento entre os países do hemisfério ocidental.

The browser status bar at the bottom shows "Document: Done" and several icons.

1. ALGUMAS TENDÊNCIAS

Batizada de “*INFORMATION SUPERHIGHWAY*”, a extensão natural da *Internet* pretende integrar, em uma única mídia, serviços integrados de vídeo e telefonia. A melhoria do suporte a serviços de multimídia depende, em grande parte, desses avanços. O principal benefício, neste caso, será a possibilidade do uso mais amplo de vídeos interativos e videoconferência em tempo real. Estes avanços devem alavancar a atual *Internet* para um novo padrão de popularidade e aceitação.

Será então a *Internet* um novo maravilhoso instrumento que permitirá um acesso mais democrático a bens e serviços? No mundo físico, bancos sempre têm sedes imponentes e impressionantes como forma de mostrar a solidez do negócio, *sex shops* sempre apresentaram uma fachada discreta e sóbria de modo a não constranger seus possíveis clientes. Mas, visto através do *browser*, ambos os negócios estão reduzidos a somente uma tela com texto e figuras. A *Internet* afeta todas as empresas de uma maneira muito similar, através dela todos, de repente, tornaram-se parte de uma rede global, onde são facilmente encontrados. Até algum tempo atrás, era necessário gastar uma considerável quantia para obter informações constantes sobre cotação de ações. Agora, quase todo *site* financeiro pode fornecer os dados sobre ações e empresas ao redor do mundo instantaneamente e de graça.

Os serviços de transação eletrônica, envolvendo dinheiro virtual, podem mudar drasticamente a forma como clientes se relacionam com provedores de bens e serviços, introduzindo uma nova forma de efetuar compras interativamente. Aqueles bens e serviços ofertados na rede poderão então usar a *Internet* em todo o processo, inclusive na venda, e não só na propaganda, como tem sido usada hoje.

Os serviços de autenticação e privacidade em desenvolvimento na *Internet* poderão possibilitar identificar, com maior precisão, os clientes e consumidores de serviços virtuais em oferta. Atualmente, já é possível identificar quantos visitantes virtuais passam pelas páginas de informação disponíveis e ainda obter *feedback* destes

através do uso de caixas de sugestões. A possibilidade de usar autenticação com assinatura eletrônica e de privacidade com criptografia tende a trazer maior confiabilidade na *Internet* para transações comerciais.

2. INTRANET

Que as empresas iriam entrar na *Internet* mais cedo ou mais tarde, já era de se esperar. Mas que a *Internet* entraria dentro das empresas num ritmo tão ou mais rápido do que o movimento no sentido oposto é que surpreende.

Pois servidores de World Wide Web, batizados de Intranets, são o que há de mais barato e poderoso para garantir uma revolução na comunicação interna da empresa, copiando o modelo da *Internet*, mas oferecendo acesso apenas aos usuários autorizados da rede interna da organização. *Internet* e Intranet são harmoniosamente complementares, com a primeira, faz-se a comunicação externa; com a segunda, a interna.

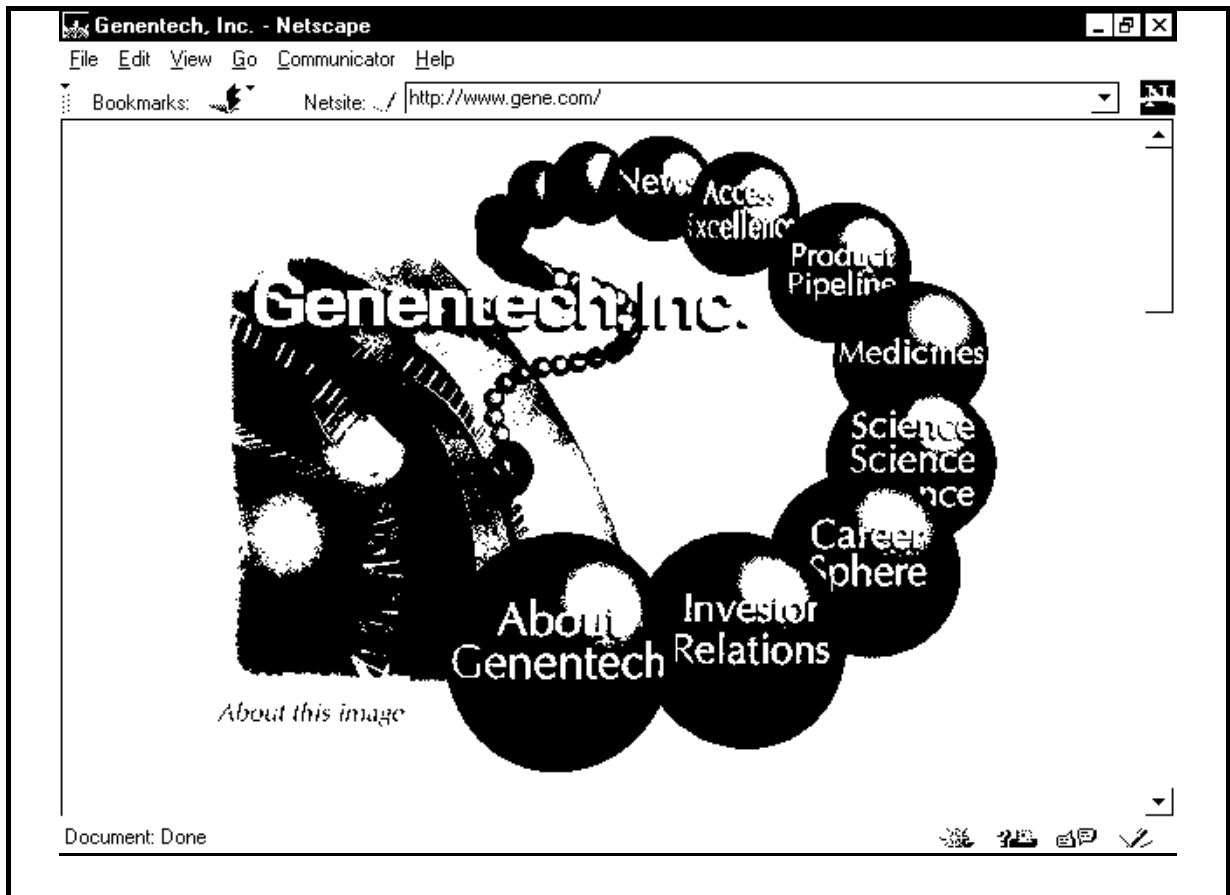
Enquanto todos estão atentos às possibilidades do comércio eletrônico, a tecnologia Web é utilizada para aplicações normais dentro de empresas e instituições. Através desta ferramenta, é possível que as empresas utilizem, com rapidez e facilidade, aplicações para várias plataformas a baixo custo. É por isto que muitas organizações já estão além da fase de protótipo e caminhando para um uso produtivo das Intranets.

Empresas que desenvolveram sua Intranet com sucesso

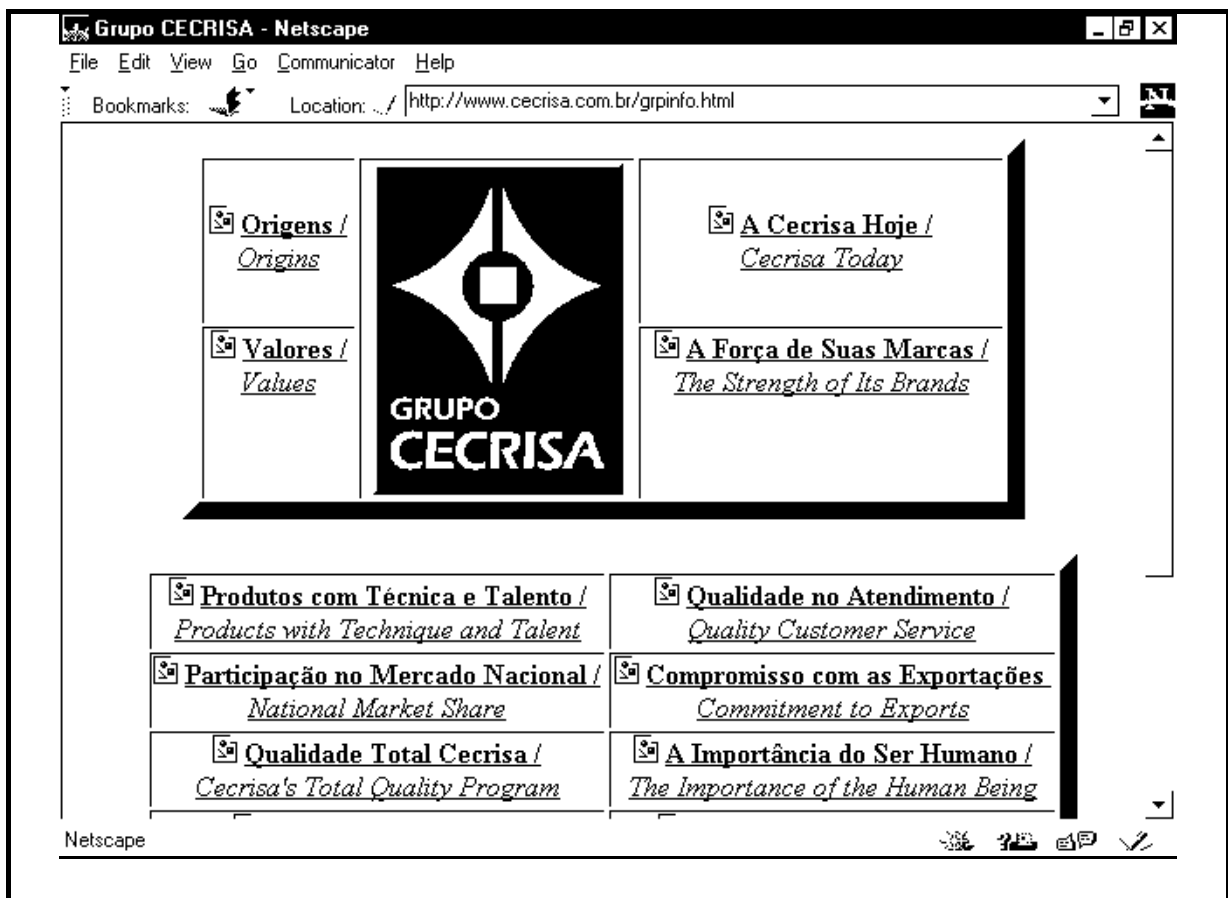
Merrill Lynch: esta corretora de investimentos americana implantou sua Intranet e a disponibilizou para seus 15 mil funcionários e seus parceiros externos. A rede conseguiu reduzir em 90% a necessidade de papel na divulgação de pesquisas empresariais e de mercado da Merrill Lynch. Aqui vemos a página do site externo da corretora, já que a Intranet tem acesso fechado.

The screenshot shows a Netscape browser window titled "Merrill Lynch OnLine - Netscape". The address bar displays "http://www.merrill-lynch.ml.com/". The page content includes the Merrill Lynch logo, a navigation menu with items like "What's New", "About Merrill Lynch", "Products & Services", "Careers", "Feedback", and "Search". There are three main sections: "Account Access" with a large "Enter" button, "Investor Learning Center" with a building icon, and "Personal Finance Center" with a house icon. The status bar at the bottom indicates "Document: Done".

Genentech: este cliente da tecnologia de Intranet da Netscape colocou em rede inúmeros serviços de atendimento aos seus funcionários, tais como solicitação de material de escritório, banco de dados de salários e informações sobre benefícios.



Cecrisa: uma das primeiras empresas a lançar uma rede Intranet no Brasil. Com o objetivo inicial de disseminar informações sobre a empresa entre os funcionários, a Intranet terá logo seus horizontes expandidos para áreas como a de RH.



3. O COMÉRCIO ELETRÔNICO

Existem algumas maneiras em que o comércio eletrônico já é largamente utilizado e que a *Internet* pode vir a incrementar de maneira significativa:

3.1. Troca eletrônica de dados

E-mail (Electronic Mail) é a transmissão de mensagens no formato de texto, a transferência eletrônica de dados (EDI - Electronic Data Interchange) é uma forma de comunicação eletrônica que permite que empresas troquem dados sobre suas operações em formatos estruturados que possam ser processados. As organizações utilizam-se da EDI para reduzir o tempo necessário para transferir informações entre si e para obter produtos e serviços. Aproximadamente um terço de toda a documentação que uma empresa precisa para funcionar, incluindo ordens de compra, contratações e pagamentos, é realizada através de EDI.

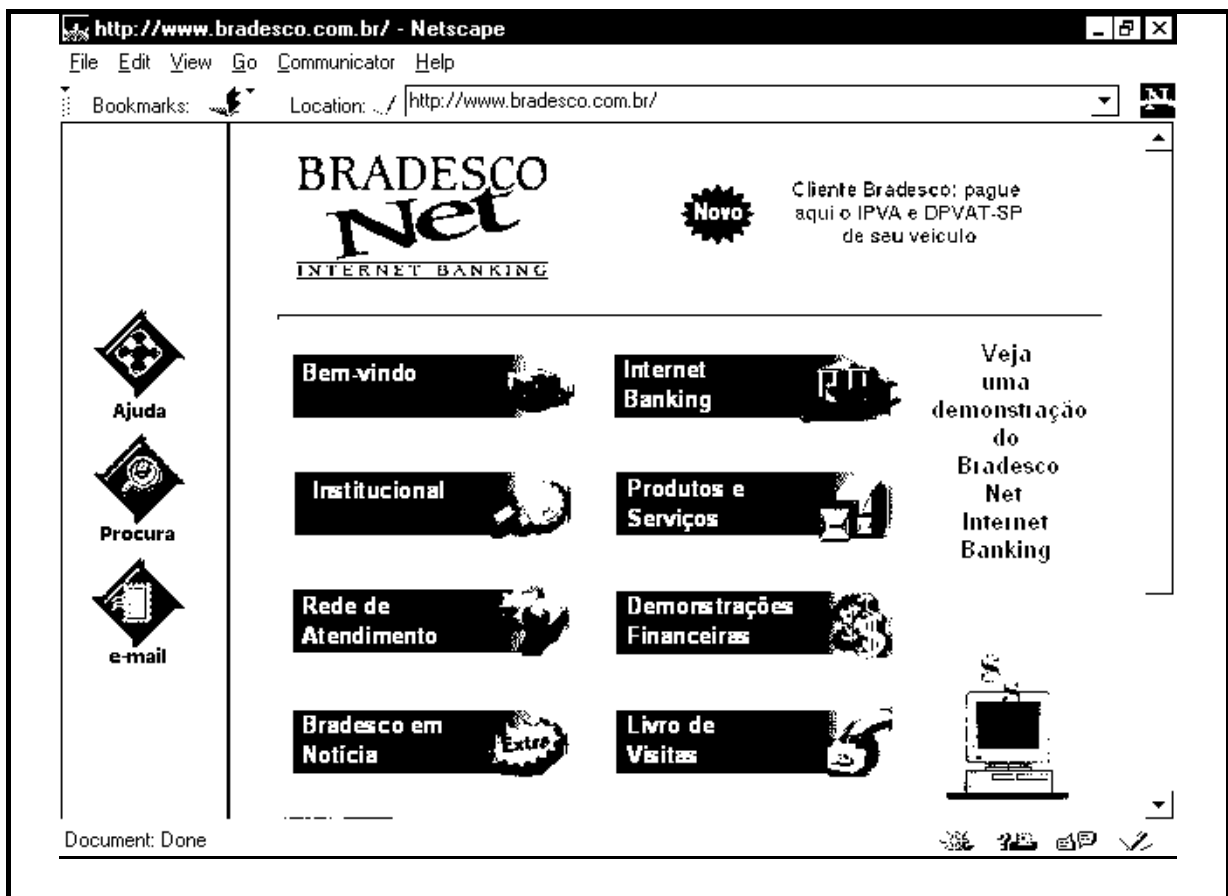
3.2. Transferência eletrônica de fundos

É o movimento de dinheiro através de uma rede de computadores. A área financeira, atualmente, transfere muito mais informações no formato eletrônico do que fundos, isto devido principalmente a problemas de segurança na troca de dados.

Atualmente, já é muito utilizada para transações comerciais através de cartões de crédito, mas, à medida que se desenvolvam maneiras seguras de executar essas operações, a tendência é de um crescimento enorme da utilização desse sistema, poderá se observar uma presença maciça de instituições financeiras na *Internet*.

Conexão com bancos via Internet

Bradesco: primeiro banco no Brasil a permitir a realização de transações bancárias pela Web, recurso que, mesmo no Exterior, ainda tem sido tratado pelos bancos com extremo cuidado. O Bradesco colocou, num site sóbrio e rápido, a possibilidade de consultar extratos, realizar transferências entre contas e aplicar/resgatar investimentos com o banco.

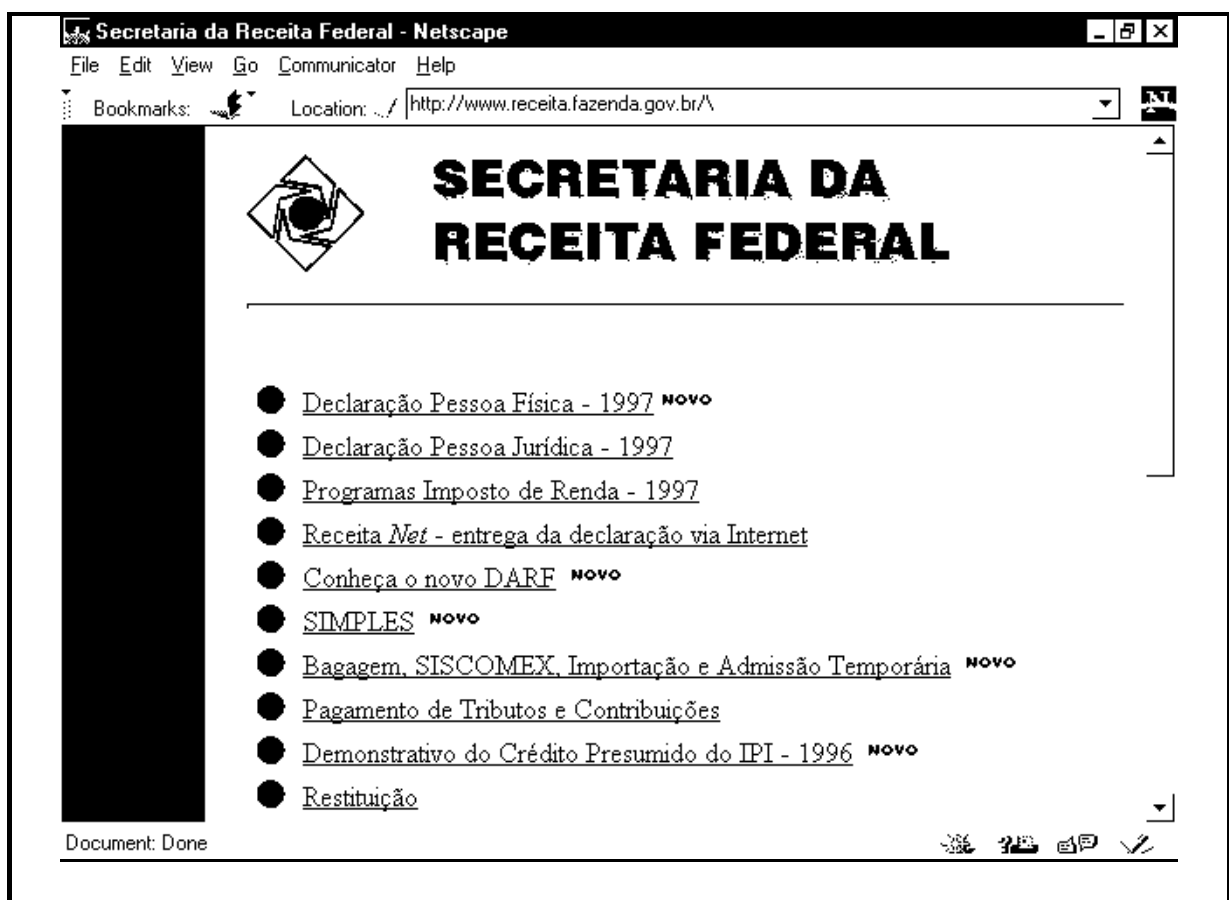


Security First Network Bank: novíssimo banco americano que disputa com o BankNet (Reino Unido) o título de primeiro banco a oferecer acesso a transações bancárias via Internet. Inova ao ser exclusivamente operado através da Web, já que não tem agências e não utiliza qualquer tipo de documento físico. Por enquanto, pessoas não-residentes nos EUA ainda têm restrições de operação.



Informações úteis para gestão financeira pessoal

Receita Federal: este site é parte integrante do ótimo servidor do Ministério da Fazenda (400 acessos ao dia). O "leão" apresenta, de forma simples e objetiva, dados sobre arrecadação, tabelas e calendário de impostos e outras informações úteis relacionadas ao pagamento de impostos.



4. MARKETING

4.1. Publicidade

Em 1996, os investimentos em publicidade das empresas americanas na rede foram de 1,2 milhão de dólares (não mais que 0,01% do total investido em propaganda no país). Para 2000, estima-se que as verbas reservadas à *Internet* somem o equivalente a 25 milhões de dólares, um crescimento de mais de 2.000% em quatro anos.

Os potenciais desta nova ferramenta vão além da publicidade como esta é hoje aplicada na televisão, rádio ou impressos, podendo oferecer novos estímulos de percepção e, principalmente, personalização e possibilidade de retorno de opiniões. É importante observar que dadas as suas características e potenciais, a *Internet* não é apenas mais uma mídia de marketing, mas um desafio a ser dominado.

A história da publicidade tem sido caracterizada pela redução da informação. O uso de meios tradicionais, como impressos e *outdoors*, forçou a redução da quantidade de informação a ser passada ao público. O uso do rádio e da televisão também foi caracterizado por esta redução. A grande limitação das diversas mídias tradicionais esteve sempre relacionada com sua unidirecionalidade, seja em formato texto, imagens ou som.

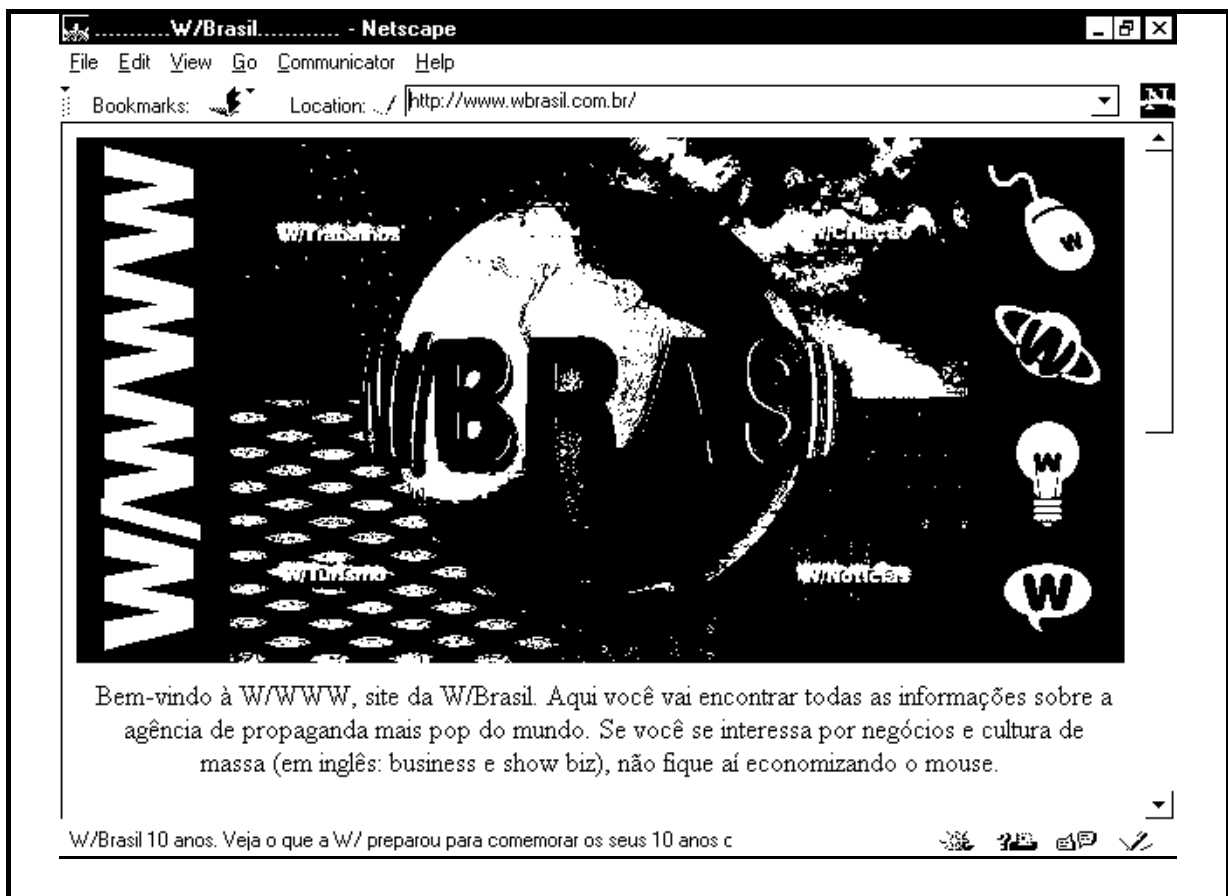
O grande desafio atual é receber *feedback* dos usuários:

- “A quem estamos servindo?”
- “Por que se interessam por nossos produtos?”
- “O que desejam?”

A *Internet* pode oferecer algumas respostas a estas questões dadas as suas características de interatividade. Informação, *feedback*, conteúdo e trabalho de grupo são características típicas da *Internet*. O consumidor desta nova era pode agora ser liberado do monopólio de informações dos meios de massa e ter acesso instantâneo a fontes de informação primárias. As possibilidades a serem exploradas permitem agora, portanto, uma nova forma de divulgar conteúdo. Mais informação, em oposição ao reducionismo tradicional.

Agências de publicidade promovendo seus clientes e fazendo autopublicidade

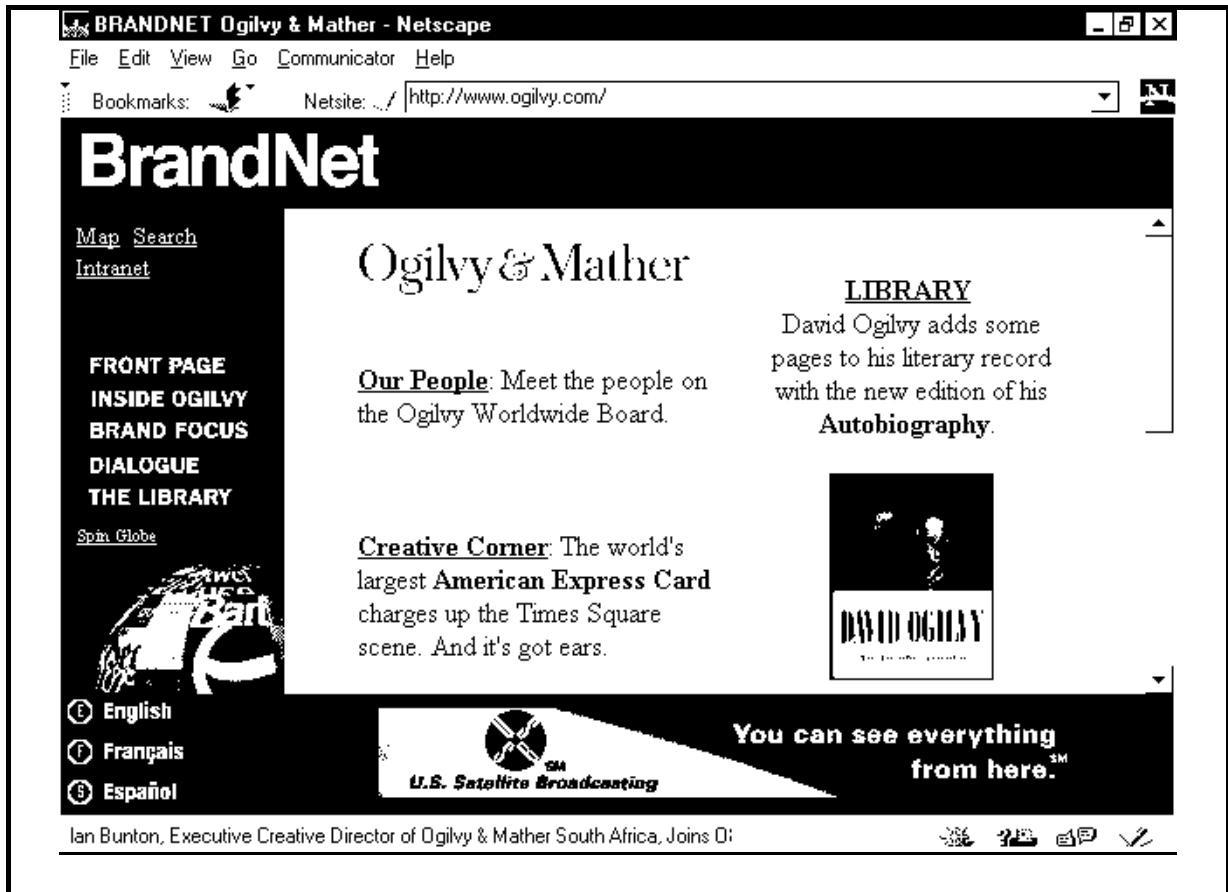
W/Brasil: site muito bem elaborado de uma das mais premiadas agências de propaganda do Brasil, apresenta suas campanhas, prêmios e até jornais e revistas em que a agência foi citada. É um verdadeiro show de autopublicidade, sem, contudo, cair no exagero. O internauta é mantido sob atenção com um texto leve e com páginas que carregam rapidamente.



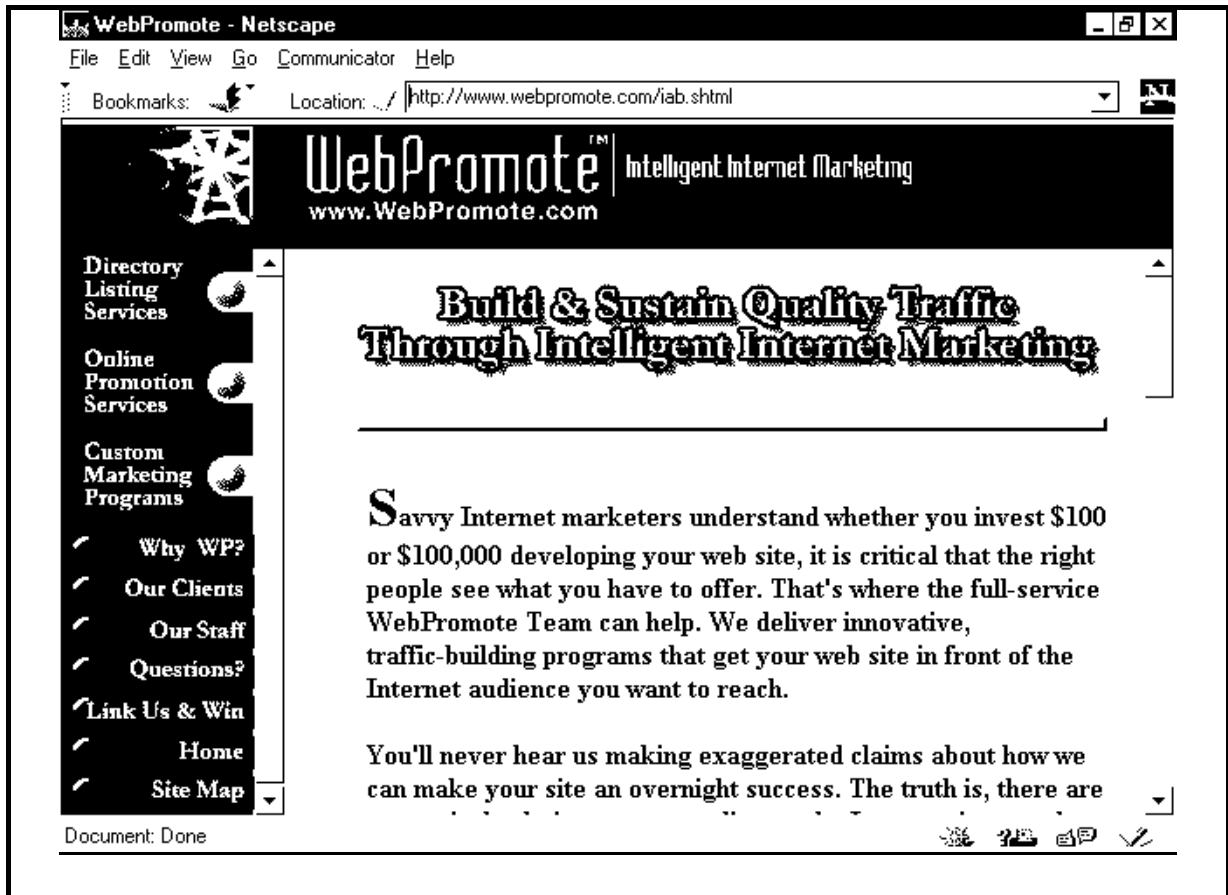
Almap/BBDO: finalmente lançado o site da agência, que traz para a Internet sua irreverência e acentuada criatividade. São centenas de fotos com suas mais recentes campanhas, prêmios recebidos e uma divertida página com "links" sem texto para os clientes da agência, um convite à adivinhação. Excelente a inédita apresentação dos principais executivos da empresa, que são profissionais admirados em seu ramo e exemplos de sucesso que merecem a publicidade.



Ogilvy & Mather: a simplória página inicial é um susto para os internautas que esperam um site cheio de imagens. É, na verdade, um menu de escolha entre inglês, espanhol ou francês, com uma estatística mercadológica que muda cada vez que se visita o site. Usando um tom mais sério que as demais agências, a O&M levou para a Web sua filosofia de trabalho, seus produtos e "links" para sites de seus clientes.



WEB Promote: esta não é propriamente uma agência de publicidade tradicional, mas um serviço que faz a publicidade da sua home page ou de sua empresa em centenas de listas, mecanismos de busca e diretórios da Web. Por US\$ 175 para 100 locais, aqui vai uma dica: veja Promotips e faça você mesmo!



4.2. Vendas *on-line*

O que deve ser entendido por vendas *on-line*? Isto pode ser definido como a transação de compra que acontece através de algum meio eletrônico quando o cliente envia uma ordem de compra de determinado produto concordando com o preço e a forma de pagamento. Diversas tentativas estão sendo feitas no sentido de implantar este processo na *Internet*, que possui dificuldades devido à falta de segurança no sistema, desta forma foram criadas algumas maneiras de tornar isto factível:

- O consumidor, depois de escolher o seu produto através da *Internet*, entra em contato com o fornecedor e compra o produto através do telefone.
- O consumidor informa o número de seu cartão de crédito no momento da escolha do produto (a maneira mais comum na *Internet*).
- O consumidor primeiro “compra dinheiro digital” através de alguma empresa financeira e depois pode utilizar sua “carteira digital” em empresas que aceitem seus créditos (esta maneira ainda não é muito difundida).

Classificados eletrônicos pela Web

Primeiramão Web (r): versão digital do conhecido jornal de classificados de São Paulo, que traz o principal trunfo de sua edição impressa: não cobra pelos anúncios simplificados. Conseguiu inovar também na Web e é considerado o melhor site de classificados eletrônicos do Brasil, num mercado que, curiosamente, não evoluiu com o mesmo vigor verificado no Exterior.

The screenshot shows a Netscape browser window titled "1ª Classificados na Internet - Primeiramão Web - Netscape". The address bar shows "http://www.primeiramao.com.br/". The main content area features the Primeiramão Web logo with the tagline "MILHÕES DE OFERTAS A SEUS PÉS" and a circular logo with "100 ANOS". Below the logo, it states "O primeiro e maior Jornal de Classificados na Internet do Brasil." and "Retire o programa do IRPF 97 aqui." A navigation menu includes links for "Classificados", "Faça Seu Anúncio", "Editorial", "Redação", "Primeiramão na TV", and "Web Surf". At the bottom, it says "SÃO CAETANO ELETRÔNICOS" with a logo, "Atualizado em 15 de abril de 1997", and a recommendation to use "Internet Explorer (IE) 3.0, Netscape 2.0 ou superior." The status bar at the bottom indicates "Document: Done".

AuctionWeb: notável exemplo de como a difusão da Web pode realizar negócios em proveito dos usuários e também de quem explora o serviço. Este site organiza leilões de produtos em dezenas de categorias, sejam usados ou novos, que acabam sendo vendidos por preços baixíssimos. Os internautas podem dar lances em leilões que duram cerca de 10 dias. Campeão de acessos - 30 mil ao dia -, porém com baixo valor de negócios realizados: US\$ 300.000 ao mês.



Exemplos de vendas de produtos através da Internet - NO BRASIL

Lojas Americanas: com apenas alguns produtos ofertados, é nítida a incerteza da empresa se as vendas pela Web são realmente atraentes. O processo de compra tem mecanismos de segurança como a exigência de obtenção de senha de acesso por telefone, obstáculo que fica a cargo do usuário.



Disk Preço-RJ: este serviço realiza pesquisas diárias de preços de eletrodomésticos e eletrônicos na cidade do Rio de Janeiro. Por R\$ 4,95, pode-se identificar a loja com o melhor preço para cerca de 2 mil produtos. Produtos com preço até R\$ 100 têm pesquisa gratuita. Excelente idéia!



Exemplos de vendas de produtos e serviços pela Internet - NO EXTERIOR

Amazon.com Books: auto-intitulada a maior livreria do ciberespaço, apresenta um rápido mecanismo de busca por autor, título ou assunto dentre os mais de 1 milhão de livros à venda. Os preços são muito bons e a remessa para o Brasil custa US\$ 6 por livro (correio normal) ou US\$ 10 (DHL + correio normal).

The screenshot shows a Netscape browser window titled "Welcome to Amazon.com Books! Earth's Biggest Bookstore - Netscape". The address bar shows "http://www.amazon.com/". The main content area includes:

- Navigation and Search:** "Text Only", "SEARCH BY Author, Title, Subject, Keyword, ISBN, Advanced Query", "BUY BOOKS Shopping Cart, Checkout", "MILES OF AISLES Business, Computers, Science Fiction, Nonfiction, Fiction".
- Main Header:** "WELCOME TO EARTH'S BIGGEST BOOKSTORE" followed by the large "Amazon.com" logo and "1.5 MILLION BOOKS IN PRINT & 1 MILLION OUT-OF-PRINT BOOKS".
- Search Prompts:** "Search 2.5 million titles ~ Win \$1000 of books or a 56K modem", "Browse our Miles of Aisles ~ Sell books from your Web site", and "What the heck happened to our store?".
- Promotional Banners:**
 - "ANNOUNCING...40% OFF THE AMAZON.COM 500!"
 - "April 15th--New on Our Shelves" featuring a book cover for "W.B. YEATS In W. B. Yeats a Life: The Apprentice Mage 1865-1914 R." by F. Foster, with the text "F. Foster has written a biography that would have pleased W. B. himself The Pulitzer".
 - "Book of the Day" listing: Classic BOTD, Undiscovered BOTD, Science Fiction BOTD, Nonfiction BOTD, Mystery BOTD, Wacky BOTD.

The status bar at the bottom indicates "Document: Done".

All-Internet Shopping Directory: navegue por este site para constatar a diferença abismal entre vendas pela Web nos EUA e no Brasil. Este é um site que organiza os milhares de "links" que vendem produtos e serviços pela Internet, dos populares acessórios de informática até flores tropicais da ilha de Mauí.



The screenshot shows a Netscape browser window with the title "ALL-INTERNET SHOPPING DIRECTORY: WELCOME! - Netscape". The address bar shows "http://192.41.33.196/". The main content area features a banner for "ShopSite" with the text "ShopSite is the easiest way to open a store online" and a "shop site" logo. Below the banner, the text reads "The All-Internet SHOPPING DIRECTORY The Best of the Web!". A paragraph follows: "Frustrated by the search engines? The All-Internet Shopping Directory presents hundreds of top shopping sites, malls and stores, gathered together for you in one convenient directory! We have 30 categories you can browse!". Below this is a "DIRECTORY INDEX" section with the heading "ARTS & ENTERTAINMENT" and sub-links for "ART ? BOOKS ? VIDEOS, TV & MOVIES ? RECORDS, CD'S & CASSETTES". The status bar at the bottom indicates "Document: Done".

IV. QUAL É SEU USO NO BRASIL?

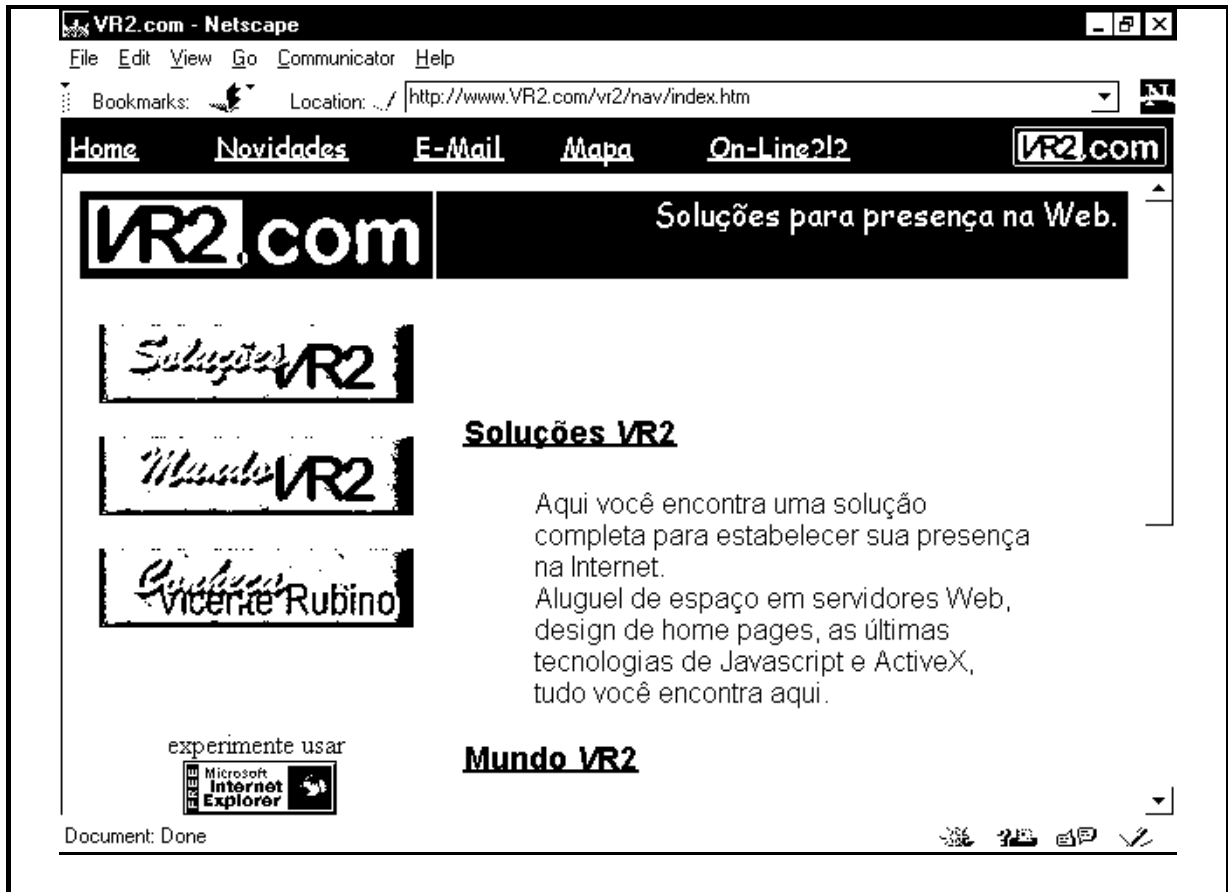
A partir de 1995, a *Internet* foi disponibilizada às pessoas físicas não vinculadas a universidades, através de serviço de assinatura de canais de acesso por linha discada. O serviço de acesso à *Internet* está agora aberto a empresas conhecidas como “provedores de acesso”, que fornecem serviços diversos. Estas empresas em geral oferecem dois tipos de serviços: provedora de acesso ou provedora de informação. No primeiro caso, a provedora de acesso aluga conexões via linha discada com modem a usuários e instituições que tenham interesse em fazer uso da *Internet*, através de taxa mensal. No segundo caso, as provedoras de informação alugam espaço em computadores para usuários e empresas colocarem informações na *Internet*, podendo incluir também trabalho de preparação e *layout* da informação nos formatos adequados.

Serviços de criação, hospedagem e tradução de home pages

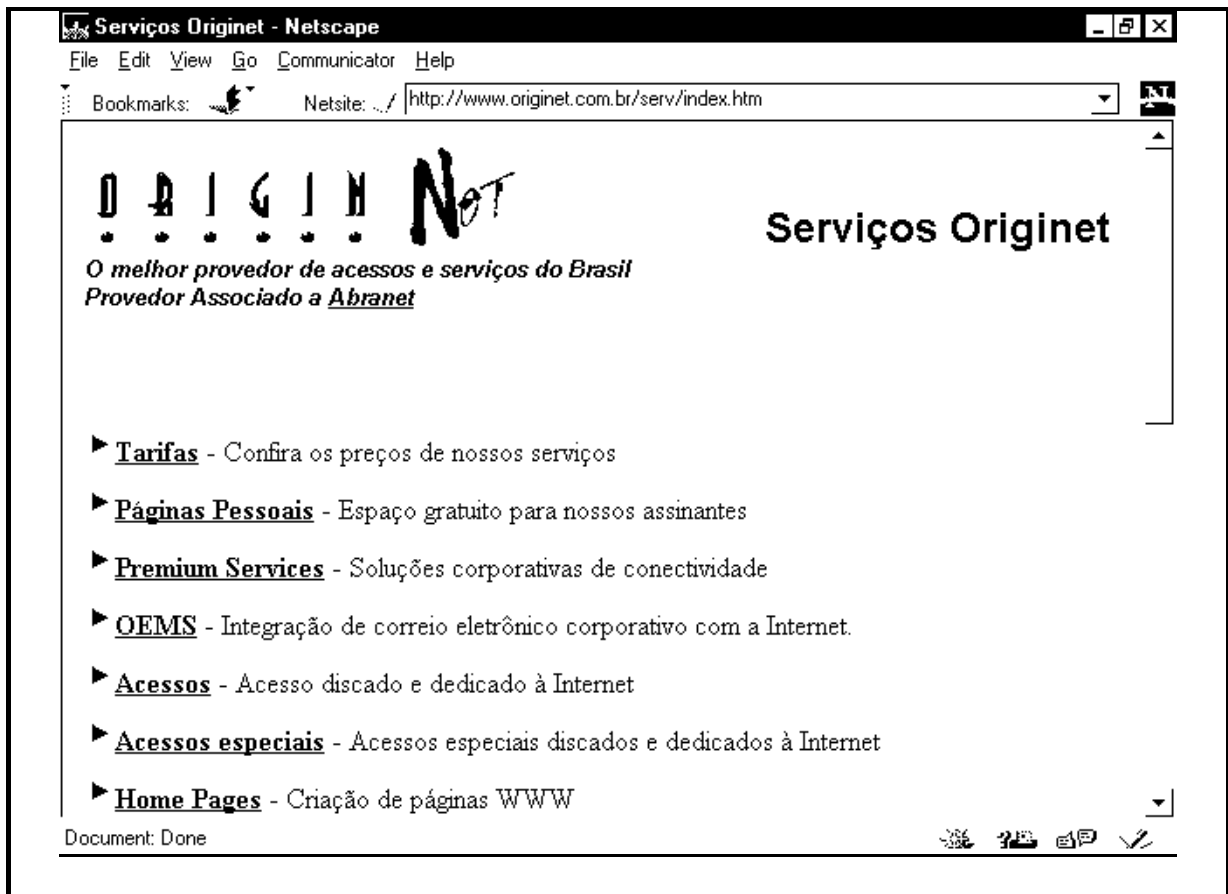
PlanetaWeb: uma das centenas de empresas recém-criadas na onda da Internet no Brasil. Presta serviços de criação, registro de domínio (www.seunome.com) e hospedagem de sites. Este site com "frames" e outros recursos mostra a capacidade da empresa Via Ótica em dominar as novas tecnologias da Internet.



VR2.com: outra empresa de consultoria e serviços de presença na Internet. Apresenta a tabela de preços com destaque, como convém segundo a filosofia de auto-serviço que caracteriza a Internet. Falta a lista dos clientes já atendidos e exemplos de sites desenvolvidos pela empresa.



Origin: provedor de acesso e consultoria do grupo Philips, tem em sua carteira inúmeros clientes de peso com páginas excelentes. Oferece uma gama de serviços completa, desde acesso dedicado para a empresa colocar a Internet em sua rede de micros até registro de domínio.



Brazilian WEB Translation Services: serviço de traduções, em geral português/inglês, que se utiliza da Internet para transferência de textos. Cobra R\$ 0,05 por palavra para o serviço de tradução.



1. EMPRESAS BRASILEIRAS NA INTERNET

“A grande vantagem da Internet, por enquanto, não são os grandes negócios, que ainda não estão sendo feitos, mas a disseminação de informações.

Stephen Kanitz, *Internet World*, n. 7,

março/1996

Apesar do muito que se tem falado a respeito da *Internet* no Brasil, seu uso por aqui ainda é muito restrito. O problema principal são as linhas de comunicação, as linhas de telefone são poucas, caras e deficientes. Além disto, computador ainda é um produto bastante caro e complexo para o consumidor comum, mas as possibilidades parecem bastante promissoras e muitas empresas acreditam e estão apostando no crescimento desta nova maneira de comunicação.

O Brazilian Business Connection é um serviço que tem por objetivo informar sobre a presença de empresas brasileiras na *Internet* para o Brasil e para o mundo. Durante o período de setembro de 1995 a janeiro de 1996, monitorou o acesso a seu diretório de empresas procurando identificar os endereços de preferência dos seus usuários no Brasil e no Exterior, o resultado é mostrado nas tabelas:

Interesses dos internautas no Brasil

<i>Posição</i>	<i>Descrição</i>	<i>Percentual</i>
<i>1º</i>	Jornais	10,84%
<i>2º</i>	Provedores de acesso	6,91%
<i>3º</i>	Instituições financeiras	6,65%
<i>4º</i>	Informática	5,60%
<i>5º</i>	BBS	4,88%
<i>6º</i>	Serviços Internet	4,70%
<i>7º</i>	Agências de turismo	3,95%
<i>8º</i>	Comércio	3,91%
<i>9º</i>	Bares	3,90%
<i>10º</i>	Revistas <i>on-line</i>	3,73%

Fonte: Revista Internet World, n. 7, março/1996.

Interesses dos internautas no Exterior

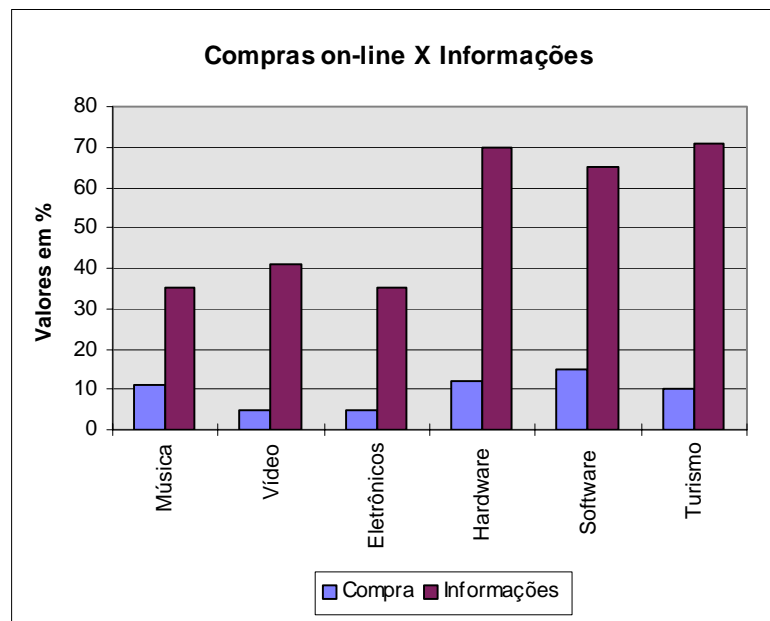
<i>Posição</i>	<i>Descrição</i>	<i>Percentual</i>
<i>1º</i>	Jornais	8,84%
<i>2º</i>	Indústria	8,71%
<i>3º</i>	Comércio	6,77%
<i>4º</i>	Classificados	6,53%
<i>5º</i>	Instituições financeiras	4,93%
<i>6º</i>	Informática	4,58%
<i>7º</i>	Telecomunicações	4,39%
<i>8º</i>	Centro de informações	4,06%
<i>9º</i>	Agricultura	3,89%
<i>10º</i>	Agências de turismo	3,50%

Fonte: Revista Internet World, n. 7, março/1996.

Segundo a pesquisa, realizada pela Georgia Tech e pela University of Michigan com mais de 23.000 usuários da *Internet*, o maior obstáculo para compras é a segurança. À medida que as pessoas aprendem mais sobre a *Internet*, elas ficam menos inclinadas a acreditar em suas transações financeiras. A pesquisa, chamada de Projeto Hermes, mostrou que as pessoas estão menos propensas a colocar seu

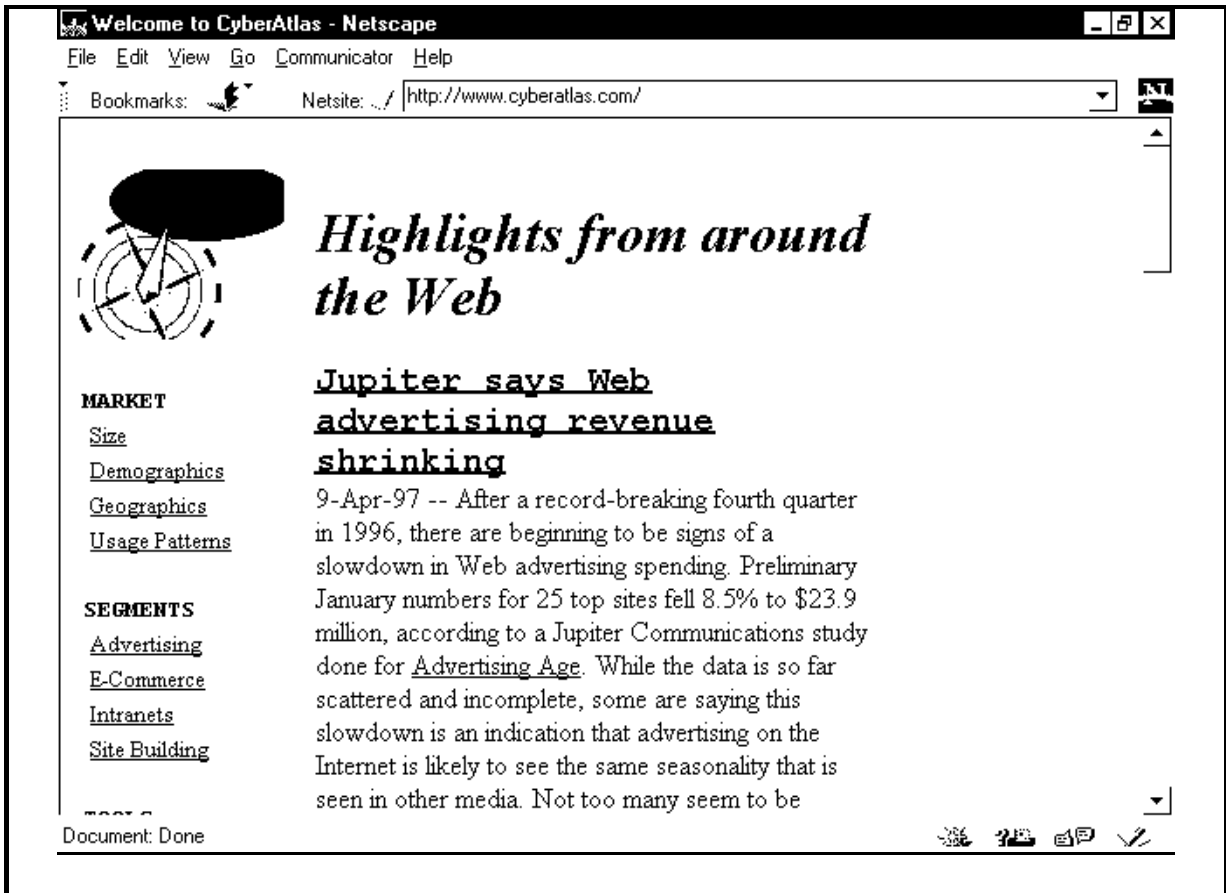
número de cartão de crédito do que seis meses antes. A razão mais comumente citada era a falta de segurança.

Mas isto não quer dizer que não estão sendo vendidos produtos através da *Internet*. Simplesmente mostra que a Web tem sido utilizada principalmente para obter informações sobre os produtos e serviços.



Fonte: Revista *Byte*, março/1996.

CyberAtlas: tentando compensar as incipientes e dispersas estatísticas da Web, este endereço interpreta dados e informações sobre 20 temas, desde tamanho do mercado até Intranet. São fornecidos textos curtos com dados compilados e "links" para a fonte da estatística. A interface com o usuário é simpática e a leitura de seu conteúdo é atraente tanto para o profissional de marketing/informática de empresa quanto para o internauta descolado.



Document: Done

Empresas brasileiras com presença destacada na Web

Icatu Online: eleito pela revista "Internet World" como um dos melhores sites corporativos do Brasil em 1995, apresenta dezenas de páginas com bom visual e serviços gratuitos como currículos, relatórios mensais sobre economia brasileira e boletins diários com cotações do mercado financeiro no Brasil. Pouco evoluiu nos últimos meses, tendo sido superado por outros sites corporativos.

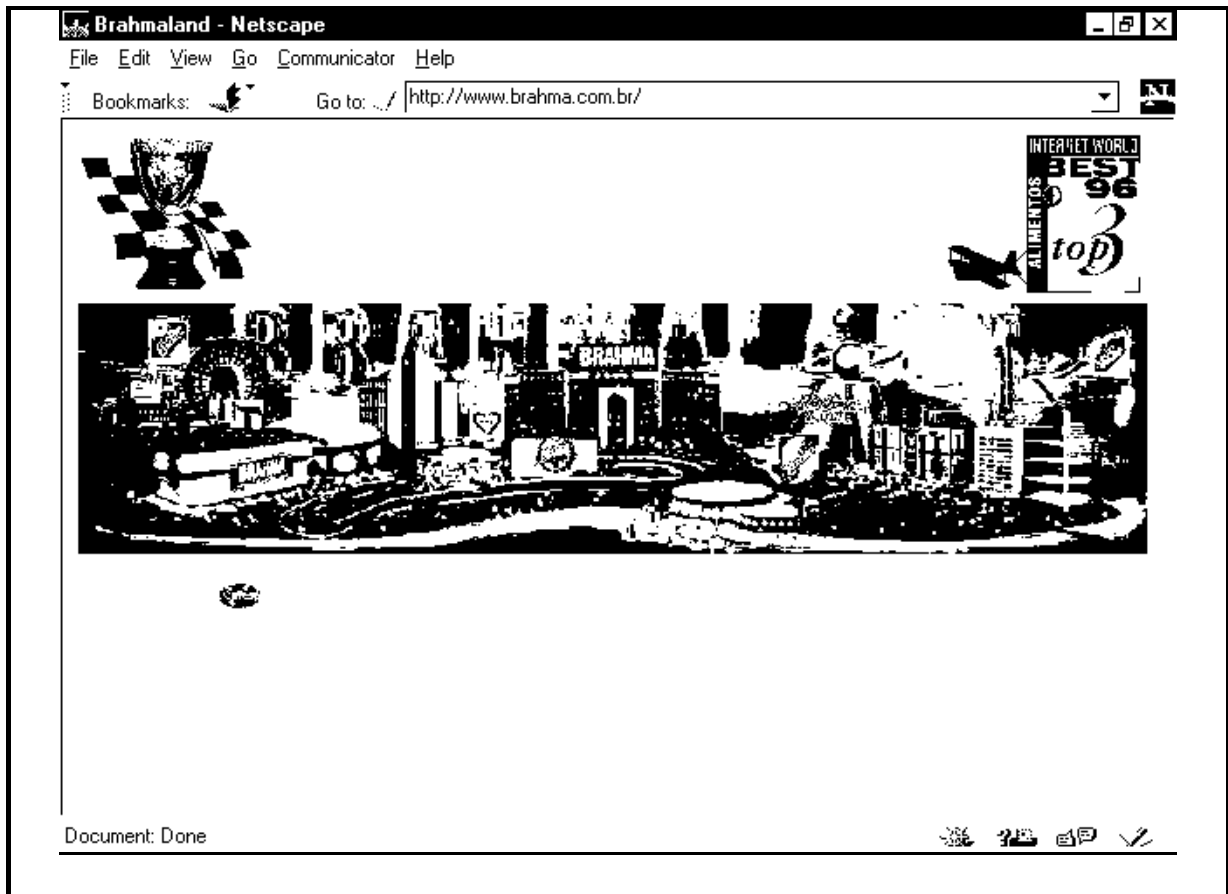


Bem-Vindo à Antarctica: site da cervejaria líder de mercado no Brasil, apresentando com objetividade seus produtos, dados históricos e algumas curiosidades. Sem grandes pretensões, a Antarctica limita-se a fazer propaganda institucional, ao contrário de sua maior concorrente, que entrou depois, mas em grande estilo.



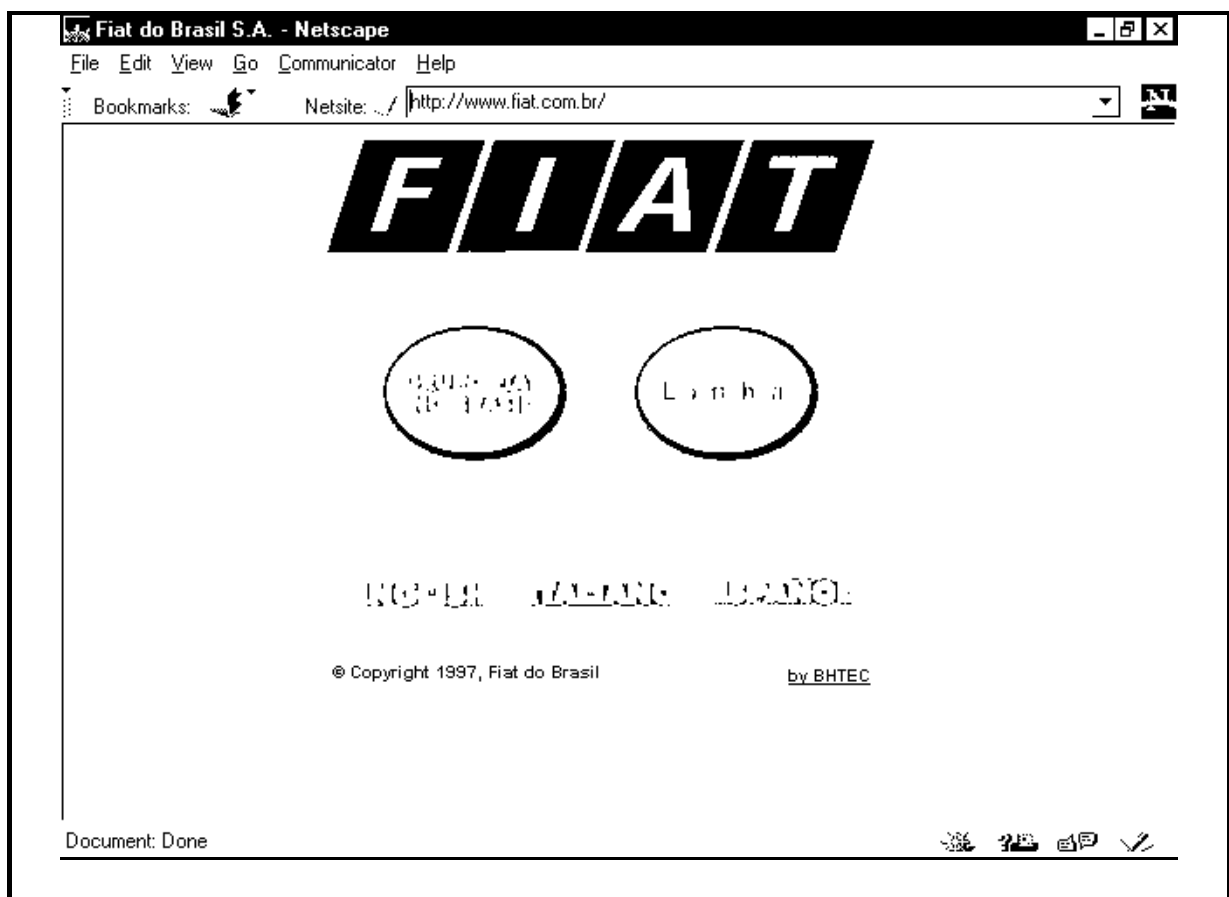
Brahma: com investimento de R\$ 350 mil e mais de quatro meses de trabalho, a Brahma encarou a Internet como uma legítima batalha em sua tentativa de recuperar a liderança do mercado brasileiro de cervejas.

São mais de 500 páginas desenhadas com informalidade e repletas de informações sobre os produtos da empresa e assuntos de interesse geral, como futebol e esportes radicais.



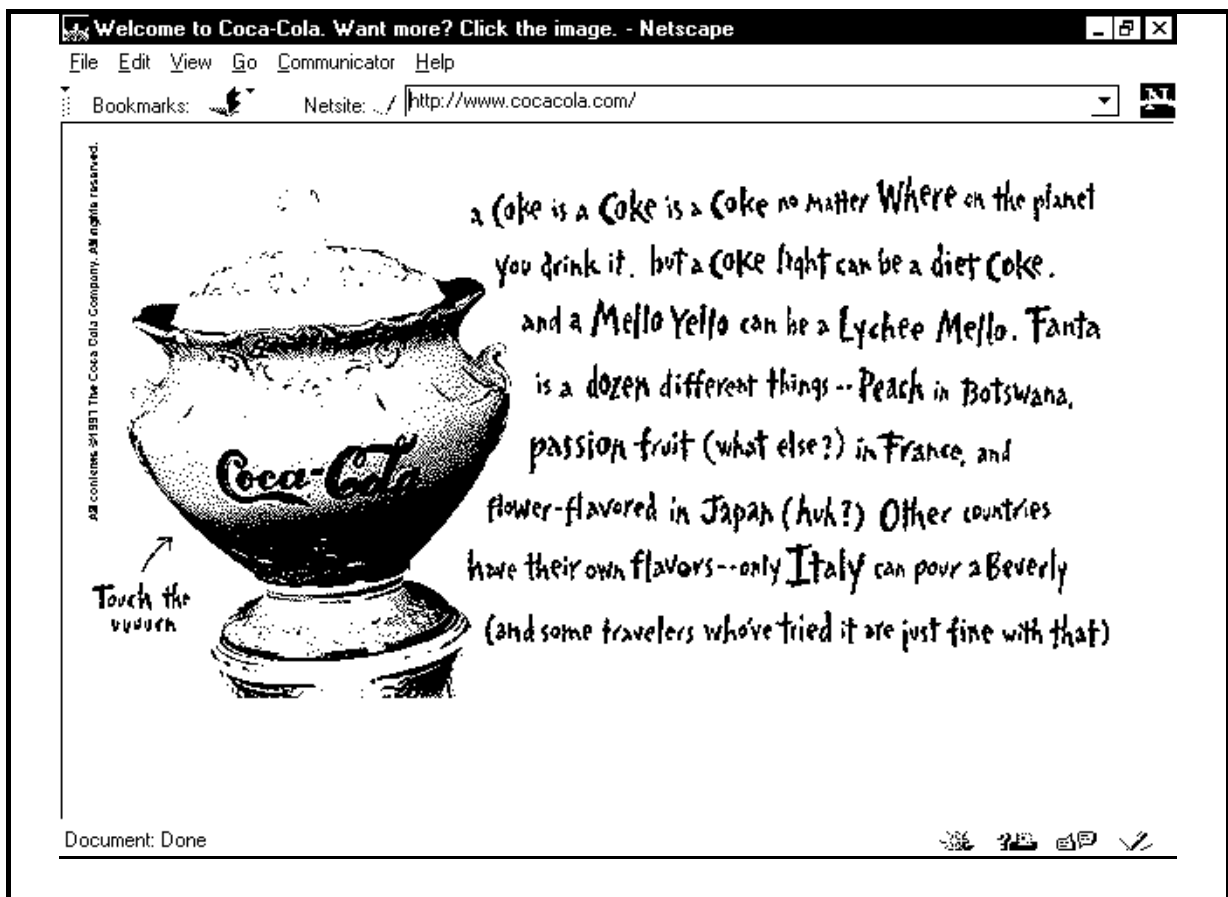
Grupo Fiat: melhor site dentre as montadoras que já estacionaram na Web - VW e General Motors têm ótimos sites. São centenas de páginas apresentando as diversas empresas da Fiat no Brasil, "links" para a

Fiat no mundo - incluindo a onírica Ferrari - e uma página de “links” (FiatNet) que surpreende pela sua presença num site de uma empresa que pretende vender automóveis.



Empresas do Exterior que (ab)usam da Web

Coca-Cola: presente em, virtualmente, todas as esquinas do mundo, uma das marcas mais reconhecidas mundialmente não poderia desprezar seus fãs. O “Coke site” é leve, bem-humorado, informal e está repleto de informações interessantes sobre a empresa e seus produtos. Um dos temas mais interessantes é a viagem à história da empresa, com inúmeras fotos.



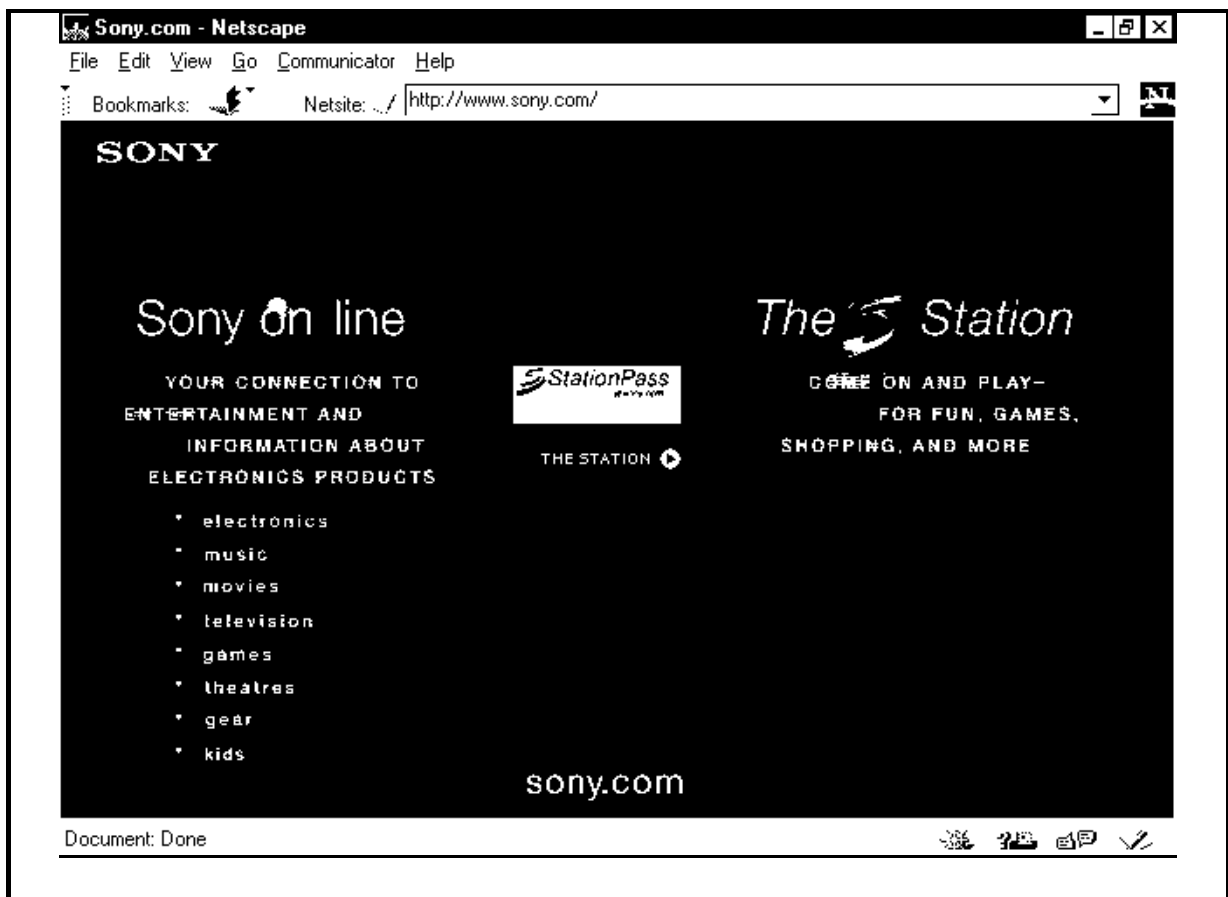
IBM: simples mas criativo acesso aos sites de todas as subsidiárias da IBM no mundo, tornando a visita a esta home page muito interessante. São 63 países representados, com acesso imediato a partir da seleção

por menu. A página da IBM nos EUA, contudo, está pouco original, trazendo apenas listas dos produtos e serviços da empresa. A Big Blue também anda de lado na Internet.



Sony: belíssimo website que mostra a diversidade de negócios deste grupo japonês, na produção desde aparelhos eletrônicos de som, áudio, vídeo e games até a produção de discos, programas de televisão e

filmes. O visual do site é atraente, porém a conexão deve ter pelo menos 28.800 bps, senão a visita poderá ser uma eterna espera para o carregamento das imagens.

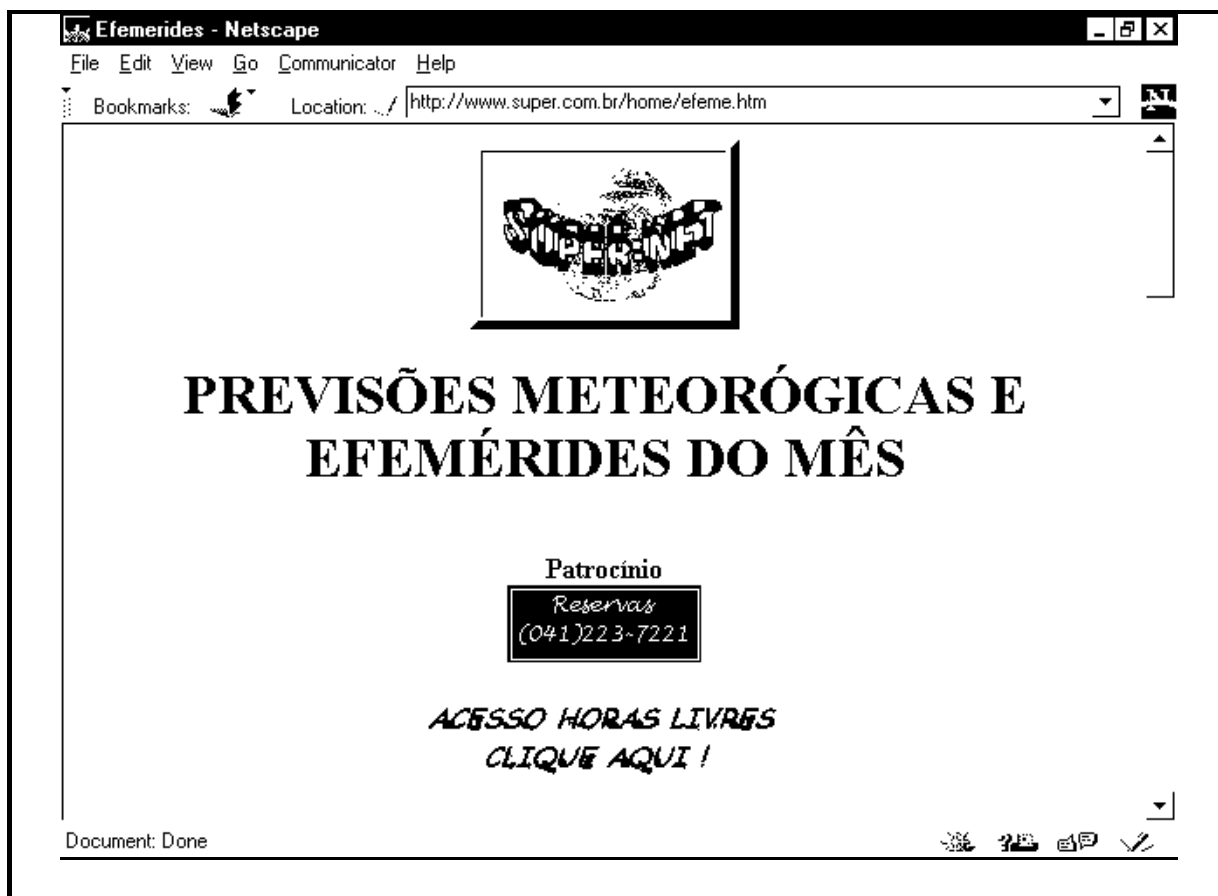


Sites de utilidades no Brasil

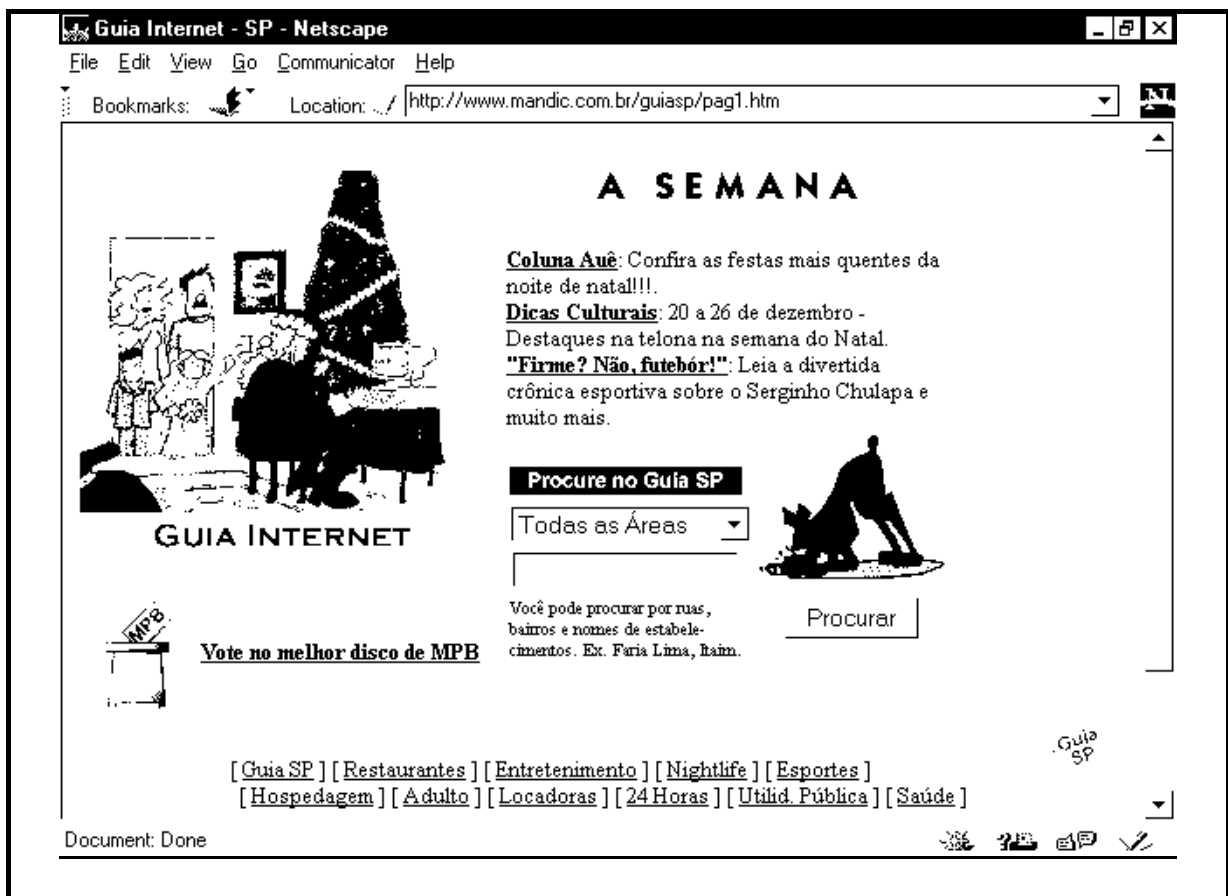
CD-CEP - Guia de Consulta ao Endereçamento Postal: é o melhor site que informa o CEP de endereços no Brasil, pois tem resposta rápida e permite a pesquisa por "string" de endereço sem a identificação da cidade. Infelizmente, este precioso recurso torna-se disponível quando sua utilidade tem decrescido rapidamente, conforme cresce a utilização do "electronic mail" em substituição ao correio tradicional.

The screenshot shows a Netscape browser window titled "CD-CEP - Guia de Consulta ao Endereçamento Postal - Netscape". The address bar shows the URL "http://www.sunrise.com.br/cd-cep/". The main content area features the title "CD-CEP" in large bold letters, followed by "Guia de Consulta ao Endereçamento Postal". Below this, a link states "An english version of this service is also available." The search interface includes a "Localidade" field with the prompt "qual a cidade?" and a dropdown menu currently set to "Todos". Below that is a "Logradouro" field with the prompt "qual o endereço?". Two buttons, "Consultar CEPs" and "Limpar campos", are positioned below the input fields. At the bottom of the page, there are four links: "Instruções de uso", "Para que preciso do CD-CEP?", "O que é o CD-CEP", and "Disponibilidade". The browser's status bar at the bottom indicates "Document: Done".

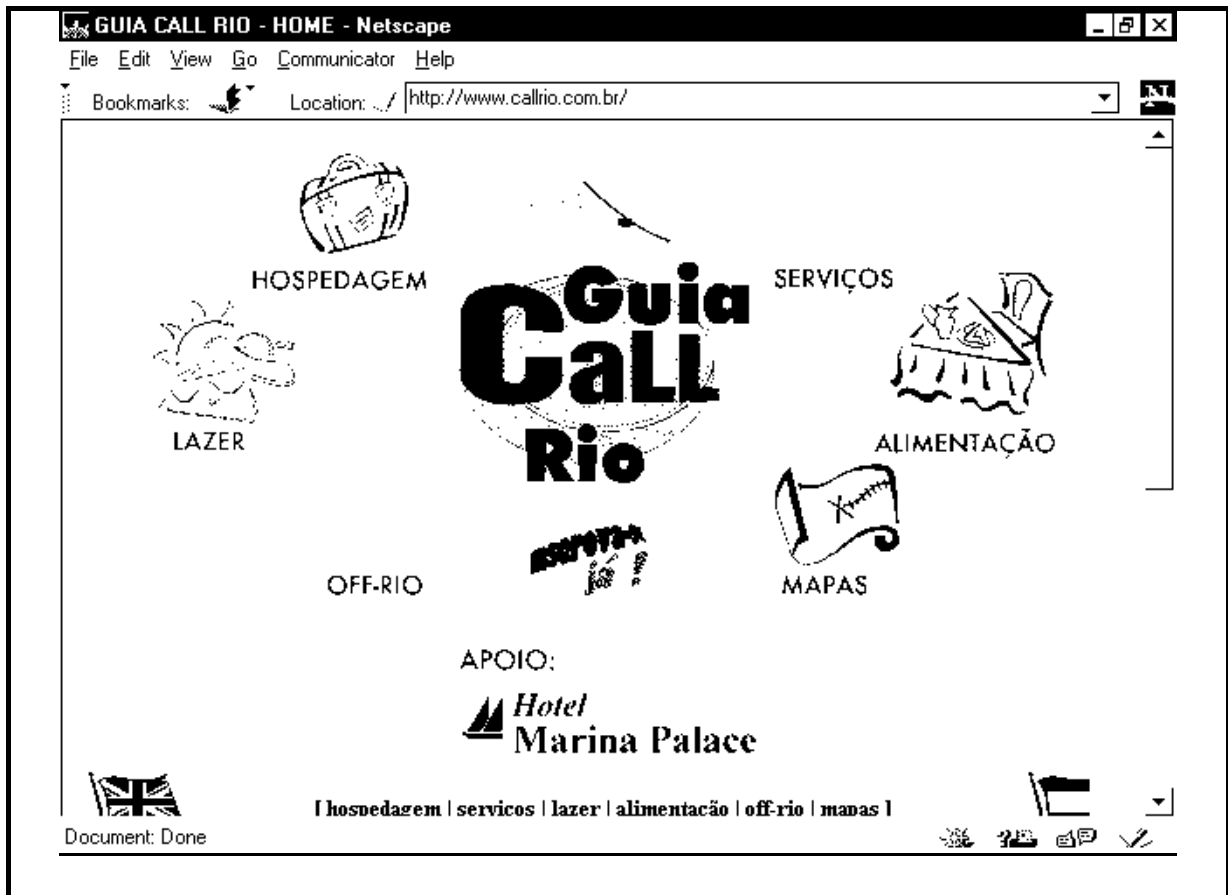
Previsão do Tempo: site brasileiro com variadas informações sobre meteorologia e previsão do tempo em todo o mundo. Oferece "links" com fotos de satélites e uma curiosa tabela com datas históricas do mundo todo e datas comemorativas.



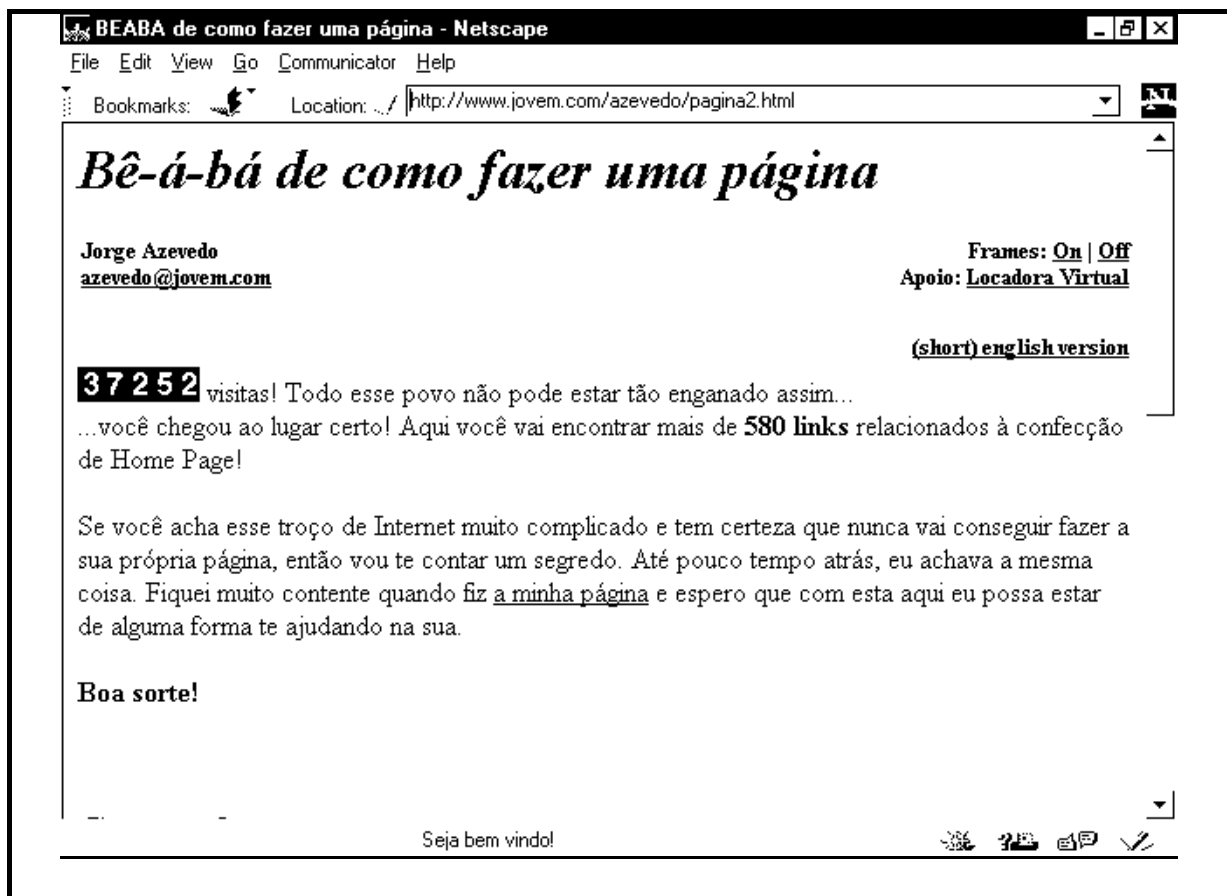
Guia Internet-SP: prático serviço de informações diversas sobre a cidade, tais como programação de cinemas e teatros, casas noturnas, restaurantes e outras informações úteis. Fica aqui a recomendação para que sejam adicionados "links" para sites que já estão disponíveis na Web, como alguns restaurantes e shopping centers. Vejam os divertidos desenhos que ilustram cada página.



Guia Call Rio: com design agradável, este site traz práticas informações sobre turismo, gastronomia, diversões e hospedagem na Cidade Maravilhosa. Promete lançar os mapas dos bairros do Rio de Janeiro para breve. Com o objetivo de orientar o turista estrangeiro, o site também está disponível em inglês e espanhol.



Bê-á-bá de como fazer uma página: bem-humorado e notavelmente completo guia sobre a construção e manutenção de home pages. Excelente roteiro e menu de recursos para que profissionais e mesmo empresas possam inaugurar ou melhorar a presença na Web. Mantido por engenheiro brasileiro atualmente trabalhando na Alemanha.



V. CONCLUSÕES

Esta pesquisa foi realizada no primeiro trimestre de 1996 e, em um segundo momento, no primeiro trimestre de 1997. Devido à própria natureza da WWW, de estar em permanente construção e transformação, todo e qualquer resultado da investigação deve ser considerado dentro do período em que esta se realizou.

No ciberespaço, as fronteiras não existem, não importa o local físico onde estão depositados os dados. A troca de bytes entre os usuários da “Rede das Redes” é livre, e o controle deste fluxo, bem como o controle de seu conteúdo, é muito difícil de ser executado, para não dizer impossível.

Dentro deste novo ambiente, as regras e padrões, se é que estes vão existir um dia, ainda estão para ser criados. É dentro deste caldeirão de transformações que surgem empresas criadas por indivíduos que ainda nem saíram da faculdade e são cotadas na bolsa por centenas de milhares de dólares (apesar de seu faturamento, até agora, corresponder a uma pequena fração deste valor), tudo isto dadas as expectativas de crescimento que lhe atribuem. É dentro deste caldeirão de transformações que as organizações precisam aprender a atuar.

Junte-se a isso o fenômeno da globalização em que as empresas deixaram de competir em mercados locais e agora atuam em um mercado mundial. Compra-se de quem faz melhor e mais barato, não importando onde esteja localizado. Desta maneira, devido às novas exigências, mais e mais as organizações devem ter em mente quais são suas habilidades e competências que as tornam diferente da concorrência. O seu competidor direto não está mais definido claramente, tudo depende do posicionamento estratégico que é dado ao negócio.

A *Internet* já é mais um mercado de trabalho para a humanidade. A rede mais falada do momento vem-se tornando uma fonte de inesgotáveis formas de ganhar dinheiro, seja através ou dentro dela. Esse recém-nascido mundo virtual já começa a lançar as

bases de sua cibereconomia. Em breve, o hoje amorfo ciberespaço se transformará num lugar com uma estrutura mais transparente. Novas profissões (*webmasters*, consultores em mídia interativa, designers de *home pages*, suporte a novos usuários, programadores Java, provedores de acesso, suporte *on-line*, diretores de serviços criativos, jornalistas *on-line*) estão surgindo da noite para o dia. Outros neologismos do cibermercado de trabalho virão para suprir futuras carências em tarefas que ainda não foram inventadas, neste novo mundo, nada é estático. Algumas destas novas oportunidades de negócios volta e meia oferecem versões integradas de serviços; negócios mistos e parcerias são comuns no ciberespaço. Quem hoje é designer de *home page*, amanhã pode ser seu consultor em comunicação interativa.

1. ALGUMAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

1.1. Provedor de acesso

Ainda que seja terreno para os mais ousados empreendedores, o provimento de acesso ainda é um negócio promissor. É indicado para quem tiver bala na agulha para oferecer serviços cada vez mais personalizados, suporte, serviços de informações, velocidade, muitas linhas telefônicas, preços baixos e um atendimento eficiente e bem-treinado. O futuro continua ameaçado, principalmente para os menores, que deverão enfrentar, nos próximos dois a três anos, a concorrência de alternativas melhores e mais baratas, como o provimento via cabo, antenas-satélites do tamanho de uma pizza e o celular planetário. Aqui no Brasil este cenário pode demorar mais tempo, a desregulamentação do setor de telecomunicações ainda não deslanchou. Se a liberalização realmente se concretizar, as companhias telefônicas, operadoras de cabo, grandes e médios provedores que operam com franquia terão problemas. Com a oferta global, vai ganhar dinheiro quem oferecer mais por menos. É por isto que a maioria dos provedores investe em serviços de informação, comércio eletrônico e design de páginas Web.

1.2. Provedor de informação

Um dos terrenos mais promissores para gente criativa, que inventa serviços úteis e personalizados para quem precisa estar bem-informado. Enquanto os tão esperados agentes inteligentes, que percorreriam a rede à procura das informações desejadas, não chegam ao ciberespaço, já começam a surgir alternativas personalizáveis. Algumas publicações já enviam *mails* “*linkados*” (semanais ou diários) com pequenos resumos das principais reportagens. Serviços *on-line* também já investem em busca de informações para seus assinantes, como páginas de serviço e catálogos *on-line* de compras, os chamados shoppings virtuais.

1.3. Designer de *website*

Imprescindíveis para empresas que desejam criatividade na nova mídia, os designers não são apenas aqueles profissionais que cuidam da aparência da *home page*, mas também da interatividade e do conteúdo. Profissionais de jornalismo, marketing e publicidade têm migrado para este terreno, que contempla idéias mais criativas e ousadas. Dois itens importantes:

- a aparência não é tudo, um *site* bonito não basta, tem que ser útil, criativo, inteligente;
- os preços variam bastante, não existe um consenso em torno de quanto custa fazer uma *home page*.

1.4. Serviços *on-line*

Serviços *on-line* foram a saída encontrada por muitas publicações tradicionais para entrar na nova mídia sem perder muito dinheiro. Para poder cobrar, elas oferecem serviços interativos como catálogos de produtos para compra, através da *Internet* ou não, e informação personalizada.

1.5. Marketing de rede

A Amway sem palestras ou a mala direta eletrônica. Este novo tipo de ataque comercial tem indignado muita gente e ajudado outro tanto. Seus alvos são os assinantes de grupos da Usenet ou de listas de discussão. A única forma de não ser encontrado é não tendo *e-mail*. Há desde autores vendendo seus livros até consultores comercializando seus conselhos. Uma maneira mais elegante de fornecer este serviço é conseguir a autorização das pessoas para enviar-lhes propaganda.

1.6. Empresas virtuais

Aquelas idéias de fundo de quintal que dão certo e conquistam meio mundo. Pode ser uma idéia genial a partir de uma inspiração literária, um servidor que envia cartas de amor a pedido ou um *site* para mandar flores para qualquer pessoa no planeta, não há limites para o que pode ser inventado. Os lucros não são altos no início, a menos que o serviço pegue logo, mas recompensadores.

Idéias geniais que surgiram do nada como a Amazon.com Books ou a CDNow, que distribui discos para todo o mundo sem ter uma loja de tijolo e argamassa. São lojas que se caracterizam por sua presença exclusiva na rede, como não há os mesmos encargos que existem para uma loja física (aluguéis, impostos, taxas, estoques), o “empresário virtual” pode oferecer bons preços aos consumidores. Há, no entanto,

outros tipos de preocupação, principalmente no que se refere ao relacionamento com o cliente. Neste caso, um banco de dados eficiente e o bom funcionamento da retaguarda, pessoal encarregado de responder *e-mails*, ouvir críticas, sugestões e reclamações, efetuar trocas, lidar com pagamentos, etc., tornam-se vitais.

1.7. Teletrabalho

Uma das alternativas mais promissoras do mundo atual, o novo tipo de trabalho a distância (também chamado de telecommutação) contempla aquele funcionário ou prestador de serviços que não precisa estar na empresa para realizar suas tarefas. Os profissionais que têm ganhado com este novo tipo de trabalho são, por exemplo, os jornalistas e designers gráficos. Mercado em ascensão, já que a maioria das empresas vem diminuindo ao máximo os escritórios em função da automação e terceirizando tarefas multidisciplinares. Tendência em alta no mundo das publicações analógicas e digitais, da publicidade e da consultoria nas mais diversas áreas, como psicologia e marketing.

Na esteira dessa revolução (dentro e fora das empresas), surgem também centenas de formas de ganhar alguns ou muitos trocados. Há muitas oportunidades de empregos para os cibertrabalhadores e para os empregados do mundo real na rede. A *Internet* também já tem seus primeiros milionários, gente que inventou serviços úteis e criativos na rede ou para ela. Há os pequenos comerciantes que descobriram uma mídia de ouro para divulgar seus produtos locais (com atrativos globais), isto independentemente se a empresa está do outro lado do mundo ou logo ali do outro lado da rua. A rede é o ícone que melhor define a globalização. Há muitas formas de ganhar dinheiro neste novo mundo. Mas não existe fórmula, apenas os ingredientes indispensáveis para uma boa receita de sucesso. Sem um bom molho criativo, um cibernegócio pode não decolar, pois, na rede, vence quem é original e não pára de inovar.

No coração desta economia emergente, estão os negócios que obtêm lucros a partir da rede, o que inclui companhias que entregam produtos de forma eletrônica, como publicações, serviços de entretenimento, serviços financeiros, empresas de software. Uma segunda categoria de empresas são aquelas que executam transações através da rede. A este grupo pertencem os mais variados tipos de empresas, inclusive aquelas que entregam produtos em casa, como flores, doces, CDs de música, ingressos para shows, etc. A terceira categoria é formada pelas empresas encarregadas da infraestrutura da própria *Internet*: computadores, programas, provedores de acesso, serviços *on-line*, consultorias e outras. Cada uma destas categorias tem sua faixa de lucros, seus salários, seus cargos. De todas elas, a que menos dá dinheiro, pelo menos a curto e médio prazos, é a dos provedores de acesso.

A cibereconomia já tem três leis. A primeira diz que o preço da informação tende a zero. A segunda, que o da comunicação também tende a zero. A terceira, que o preço das transações idem.

As atividades com maior movimento financeiro na rede deverão se centrar em:

- ***Infra-estrutura*** - Receitas de software, hardware, contas de acesso à *Internet* e serviços *on-line*, que deverão crescer à medida que mais e mais usuários forem se conectando à rede.
- ***Conteúdo para o consumidor*** - Anunciantes interessados em consumidores de alta renda, o perfil do usuário da *Internet*. Assinaturas e taxas pagas pelos provedores de direitos exclusivos também entram aqui.
- ***Conteúdo para os negócios*** - Informações que, atualmente, são usadas na mídia impressa ou através de redes proprietárias irão migrar para a *Internet* para expandir seu mercado e público.

- ***Negócios on-line*** - O comércio *on-line* continuará restrito enquanto existirem as limitações do meio (questões de segurança).

Enquanto não se torna um meio em que se podem realizar transações financeiras com total segurança, a *Internet* é cobiada nas mais variadas experiências para se ganhar dinheiro. Todo dia, surgem notícias de um novo produto ou serviço inovador, novos negócios aparecem a todo instante e os mais interessantes cobram de seus clientes pouco ou quase nada. Essa é uma das características mais importantes do mundo *on-line*, como o meio é barato, os preços também devem ser. Como as opções são ilimitadas, os consumidores não estão dispostos a pagar mais do que alguns centavos, no máximo alguns dólares, para obter um produto ou serviço. As estimativas de negócios na rede giram entre 20 e 100 bilhões de dólares anuais, mas, enquanto a cautelosa indústria *mainstream* aguarda um futuro mais seguro para investir na rede, a vez é dos pequenos e criativos, e eles estão aparecendo com as mais variadas idéias.

Mas como é possível definir estratégia, ações, metas e objetivos? Como fazer isto em um ambiente em que o mundo é o campo de atuação, qualquer um pode ser adversário e as transformações ocorrem a cada instante.

É necessário planejar de maneira a construir o espaço competitivo. Onde nada está definido, nada está pronto, tudo está por ser feito, quem primeiro define o campo de atuação cria o espaço competitivo, parte de um patamar muito mais vantajoso sobre a concorrência.

Pode-se observar isto com o exemplo da Netscape que, do nada, cresceu de maneira espantosa e hoje ameaça o poderio da gigante Microsoft, obrigando Bill Gates a rever suas idéias sobre a *Internet*. Por que o gigante do software começou a se preocupar com este novato no mercado? Porque a Netscape conseguiu movimentar-se tão rapidamente quanto a *Internet*, mudando-se e adaptando-se para conseguir aproveitar as novas oportunidades que surgiram. A principal competência necessária

para se ter sucesso no comércio eletrônico e a habilidade de modificar-se, adaptar-se rapidamente, uma capacidade muito mais valiosa que o profundo conhecimento de qualquer mercado.

Assim como a Netscape, existem diversos exemplos, no ciberespaço, de empresas que estão criando o seu espaço competitivo, crescendo, desenvolvendo-se e ameaçando as organizações que não estão se adequando às novas tecnologias. A maioria já está na rede ou pelo menos está procurando se conectar a ela, mas ainda usa esta ferramenta somente como mais um canal de mídia, desperdiçando a oportunidade de crescer e sair na frente de seus competidores, investindo em novas arquiteturas estratégicas que podem levar à criação de novas oportunidades de negócios.

No caso brasileiro, ainda existe o grande problema do acesso. Nossas linhas de telefones são antigas e de baixa qualidade, além de muito caras. Isso restringe ainda mais o acesso à rede, isso sem levar em conta a necessidade de possuir um computador e desenvolver habilidades mínimas de trabalho com ele, para o que é necessário tempo e dinheiro em treinamento. Em outras palavras, são poucos os possíveis usuários da rede em nosso país.

Mas quem é o indivíduo que acessa a rede? Nos Estados Unidos, já existem pesquisas que procuram traçar o perfil deste personagem; no Brasil, ainda não temos uma imagem muito clara do usuário da *Internet*. Para o crescimento de seu uso comercial, é necessário descobrir:

- Quem é o usuário?
- Para que usa a rede?
- Para o que gostaria de usar?

- Qual o seu nível econômico/social?
- Quais são seus padrões de preferência/escolha?

Já se encontra algum subsídio para responder a estas perguntas, como, por exemplo, a pesquisa “CADÊ-IBOPE” (www.cade.com.br), realizada entre novembro e dezembro de 1996.

A primeira conclusão que se tira dos resultados da pesquisa “CADÊ-IBOPE” com 18.225 usuários é que a *Internet* no Brasil, hoje, vem sendo utilizada por pessoas de todas as faixas etárias, com maior concentração (77%) entre os usuários de 15 a 39 anos.

No entanto, a *new media* ainda não seduziu as brasileiras, visto que oito em cada dez (83%) internautas no Brasil são homens.

Com relação a estado civil, 62% dos internautas são solteiros, 34%, casados e 4%, separados ou viúvos. Setenta e um por cento (71%) deles exercem alguma atividade econômica, 58% são estudantes e apenas 2% não estão ocupados.

Um quinto dos internautas (22%) trabalham com informática, os demais usuários estão distribuídos por todos os setores de atividade da sociedade. Com relação à posição na ocupação, um em cada quatro usuários (24%) é empresário ou executivo.

Do ponto de vista socioeconômico, o usuário da *Internet* representa o segmento mais qualificado da população brasileira: 37% têm nível de instrução superior, 40% têm ou está cursando o 2º grau. Além disso, a língua inglesa é falada por 62%. Interessante ressaltar que são os usuários mais jovens que têm maior familiaridade com este idioma: 70% falam inglês.

- *HÁBITOS DE USO DA INTERNET* - A grande maioria (82%) dos usuários acessa a *Internet* de sua casa, 37% o fazem do trabalho e 4% da escola/faculdade. Quarenta e dois por cento (42%) estão na rede há menos de seis meses, 24% há mais de um ano. Dois terços (66%) dos pesquisados apontam a *Internet* como a principal fonte de endereços de novas páginas, enquanto 24% preferem utilizar a imprensa.
- *INTERESSE POR ASSUNTOS NA REDE* - As notícias são o assunto de maior interesse na *Internet* e o principal destino de seus navegantes, 83% deles têm total ou muito interesse em obtê-las. Ciências e música agradam também muito a dois terços dos usuários, enquanto os demais assuntos dividem um pouco mais o interesse do público pesquisado. Há mais diferenças, no entanto, quando se analisam esses assuntos por segmentos demográficos: música, artes e turismo são temas de maior interesse para as mulheres enquanto o tema esportes agrada mais aos homens. Os jovens têm muito mais interesse em música e esportes do que os adultos, enquanto estes apreciam mais notícias, ciências, artes e turismo.
- *HÁBITOS DE COMPRAS NA INTERNET* - O potencial de venda de serviços e produtos na *Internet* parece promissor: 18% dos usuários já compraram pela rede e outros 68% se mostraram interessados numa compra futura. Além do mais, 59% aceitariam pagar para utilizar serviços na rede. A forma de cobrança e o crédito não deverão ser problema, visto que 74% dos internautas possuem cartão de crédito, sendo 56% cartão internacional. Mas, até agora, são os homens o principal mercado na *Internet*: enquanto 20% deles já adquiriram produtos e serviços via rede, apenas 9% das mulheres a experimentaram.
- *FREQÜÊNCIA DE USO DA NET* - Dois terços dos entrevistados, 65%, acessam a rede uma vez ao dia, 82% deles navegam durante uma hora pelo menos a cada acesso. A média de usuários por computador é cerca de 2,3, mas 39% não o compartilham com ninguém.

- *HÁBITOS DE MÍDIA* - Setenta por cento (70%) dos entrevistados são assinantes de revista, 53% assinam jornal e 47% *pay TV*.
- *PODER AQUISITIVO DA RENDA FAMILIAR* - Dois em cada três usuários da *Internet* (64%) têm renda familiar maior que 20 salários mínimos, 21% têm rendimento acima de 50 salários mínimos. Os internautas brasileiros estão no topo da pirâmide social, sua distribuição de renda é diametralmente oposta à da população brasileira.

Finalmente, podemos concluir que a *Internet* permanece subutilizada uma vez que ainda é preponderantemente utilizada apenas como uma nova mídia para veiculação de produtos já conhecidos. Seu potencial enquanto matéria-prima para novos produtos e serviços permanece ainda inexplorado. Outro aspecto a ser considerado é o fato de a rede ter se tornado um fenômeno de comunicação, mas, por motivos de segurança já mencionados, ainda não está sendo utilizada em todo o seu potencial enquanto meio de transação comercial e financeiro. A *Internet* apresenta milhares de novas oportunidades de negócio à espera de indivíduos criativos e dispostos a aceitar novos desafios para explorar todas estas possibilidades que estão surgindo a cada instante.

VI. BIBLIOGRAFIA

Brazilian Business Connection, “Índice de Sites” [URL: <http://www.brazilbiz.com.br/>]

CADÊ, “Pesquisa CADÊ-IBOPE” [URL: <http://www.cade.com.br/>]

Filo, Jerry and David Yang, “Yahoo - A Guide to the WWW” [URL: <http://www.yahoo.com/>]

Forrester Research, “Internet Research” [URL: <http://www.forrester.com>]

Gupta, Sunil, “HERMES: A Research Project on the Commercial Uses of the World Wide Web” [URL: <http://www.umich.edu/~sgupta/hermes/>]

Hoffman, D. L. and T. P. Novak, “Building New Paradigms for Electronic Commerce” Hot Wired (Intelligent Agent Section), December 1994 [URL: <http://www2000.ogsm.vanderbilt.edu/intelligent.agent/index.html>]

Hoffman, D. L., T. P. Novak and P. Chanterjee. Commercial Scenarios for the Web: Opportunities and Challenges. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Special Issue on Electronic Commerce, December 1995.

IITA, “Electronic Commerce and the NII”, Information Infrastructure Technology and Applications Task Group, National Coordination Office for High Performance Computing and Communications, February 1994.

Keeler, Len. *Cyber Marketing*. AMACOM, 1995.

Merit Network, Inc., “Internet Growth Statistics” [URL: <ftp://nic.merit.edu/nsfnet/statistics>]

Mullich, Joe. Web Sales Opportunities, Dangers Abound. *Advertising Age's Business Marketing*, April 1995.

Open Market, “Commercial Sites Index” [URL: <http://www.directory.net/>]

Revista Internet World. Mantel Mídia, outubro de 1996.

Seaman, Barret. The Future is Already Here. *Time*, Spring 1995.

Senn, James A. *Information Technology in Business*. Prentice-Hall, 1995.

Toscano, Leonardo, “Internet e seu Potencial de Negócios” [URL: <http://www.geocities.com/WallStreet/4630/curso1.htm>]links