

O caminho digital

Os esforços para diminuir a exclusão eletrônica e aumentar a competitividade

LUCIANA FÉLIX MACEDO

A Fiesp/Ciesp assumiu o desafio de ampliar o acesso das indústrias paulistas à tecnologia da informação (TI). Está na agenda de trabalho das entidades, a conscientização do empresariado quanto à importância da TI no mundo dos negócios e na modernização das relações econômicas. O primeiro passo foi dado dia 23 na sua sede, durante o II Fórum Nacional de Entidades. Em parceria com a Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (Camara-e.net), foi lançada a *Campanha de Inclusão Empresarial*. Fazer parte do mundo digital é questão de sobrevivência, garantia de produtividade e competitividade, em especial neste momento brasileiro de abertura comercial.

Pesquisa realizada em 2000 pela Fiesp e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) revelou que 95% das indústrias paulistas não realizam transações comerciais pela Internet. Os contatos restringem-se a algumas pesquisas e troca de e-mail. Outro problema é como absorver a quantidade de dados disponíveis na Internet e transformá-los em conhecimento. Entre as muitas ações da campanha, estão programados um ciclo de seminários sobre TI, Comércio e Governo Eletrônicos nas Regionais do Ciesp e a formação do Conselho Multissetorial de Entidades para discutir e planejar projetos de inclusão digital. A primeira reunião deve ser em 20 de novembro.

O tema está dentro do conceito de "indústria ampliada" trabalhado

pela Fiesp: o envolvimento com aspectos além do fabril, desde o marketing até o pós-venda e a capacidade de incorporação em rede com outras organizações. Tudo isso com um foco bem definido: melhorar o balanço das empresas.

A Tecnologia da Informação pode diminuir as diferenças entre economias desenvolvidas. "E as diferenças são entre empresas ágeis e empre-

O conceito de "indústria ampliada" envolve aspectos além do fabril, desde o marketing até o pós-venda e a capacidade de incorporação em rede com outras organizações

sas lentas", disse o presidente das entidades, Horacio Lafer Piva. O primeiro alvo deve ser as médias empresas. "As indústrias médias já entenderam bem o valor da Tecnologia da Informação, mas não aproveitam toda sua potencialidade". As grandes já estão engajadas no assunto com profundidade, e às pequenas faltam recursos financeiros.

Com a aproximação de assinatura do acordo da Área de Livre Comércio das Américas (Alca) e as negociações com a União Européia, a corrida para combater a exclusão digital deve se acelerar. Quando olha o modelo dos

Estados Unidos, o coordenador do programa *Sociedade da Informação*, do Ministério da Ciência e Tecnologia, Tadao Takahashi, fica preocupado com o atraso brasileiro. No ano 2000, cerca de 36% dos lares e 60% das empresas americanas tinham acesso à Internet. A meta para 2003 é alcançar 60% dos lares e 90% das empresas. Outra preocupação são as poucas iniciativas de inclusão para as organizações, principalmente as pequenas e médias no País. As dificuldades impostas pela localização geográfica e o idioma também geram a exclusão da vida digital. São privilegiados os países do Hemisfério Norte em relação ao Sul, e os de língua inglesa em comparação aos demais.

O que tranquiliza Takahashi é o fato de o comércio eletrônico entre empresas (B2B) ainda engatinhar em todo o mundo. Na Europa e Japão, a adoção de B2B está no começo, mas vai pesar na economia mais que o B2C, comércio entre os varejistas virtuais e os consumidores finais. O crescimento desses tipos de negócios está previsto para 2003 e a sua explosão para 2005. "Há tempo para se planejar e implementar uma estratégia abrangente de inclusão empresarial, com papéis definidos para o setor privado, a sociedade e o governo", disse.

Para Cid Torquato, diretor-executivo da Camara-e.net, os três personagens são o tripé que pode promover a inclusão digital. A função do setor privado é utilizar a TI para o desenvolvimento da economia, e a do Estado é investir em infra-estrutura, disponibilização on-line de serviços públicos e

COMÉRCIO ELETRÔNICO

realização de ações concretas de inclusão digital. Às organizações não-governamentais (ONG's) cabe o monitoramento e a interação com os projetos do governo.

Conseqüência natural da inclusão empresarial é a inclusão social. Ricardo Theil, da Camara-e.net, explica: os funcionários passam a ter acesso à tecnologia e à gama de informações disponíveis. Essa oportunidade é compartilhada pela família e a comunidade a que fazem parte.

O investimento em treinamento e capacitação do funcionário, além de minimizar a exclusão digital de forma significativa, aumenta a satisfação no trabalho e a produtividade, afirmou o diretor jurídico da Microsoft no Brasil, Luiz Sette. "Serão as empresas com seus funcionários, o governo nas escolas, as ONG's atuando próximas aos menos favorecidos e aos "quiosques" públicos para conectar as comunidades", disse.

Os principais projetos governamentais para inclusão social são o Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (Fust) e o Governo Eletrônico. O objetivo é colocar computadores com Internet em 13 mil escolas públicas de ensino médio e profissionalizante para mais de 7 milhões de estudantes até dezembro de 2002, com recursos do Fundo.

No País a TI movimenta por ano US\$ 3,2 bilhões, gera 120 mil empregos e recolhe em impostos US\$ 748 milhões. De acordo com Sette, o mercado brasileiro é enorme, mas o número de pessoas conectadas é insatisfatório, cerca de 14 milhões de usuários. "É necessário um passo largo para ampliar esse mercado", disse. Para comparar, na telefonia celular são 25 milhões.

No comércio eletrônico, o desafio central é o perfil do consumidor brasileiro. A maioria é de baixa renda, não compra no Exterior e não navega com fluência na Internet. Olhá-lo de acordo com sua realidade é a melhor forma de começar a traçar as estratégias para as empresas se beneficiarem da TI na comercialização de bens e produtos, ex-

plicou Tadao Takahashi. Não efetuar compras no Exterior, por exemplo, é uma característica que pode favorecer o mercado doméstico, com destaque às empresas que já trabalham com informações em português.

O setor de serviços é o que mais investe e gasta com comércio eletrônico. O dado é do levantamento *Comércio Eletrônico no Mercado Brasileiro*, realizado em março deste ano pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). O industrial aparece em segundo lugar, seguido do comercial. As empresas consultadas avaliam que as principais contribuições do comércio eletrônico são ao relacionamento com clientes, sua estratégia competitiva, oportunidades de ne-

Falta regulamentação adequada ao setor. Há excesso de tributos e de projetos de lei, cerca de cem, referentes ao comércio eletrônico

gocio no novo ambiente empresarial e a utilização de meios eletrônicos como novos canais de vendas e distribuição.

Alguns entraves ainda se colocam, como a falta de regulamentação adequada ao setor, a pesada carga de tributos e o excesso de projetos de lei, cerca de cem, referentes a comércio eletrônico em tramitação no Congresso Nacional. A Camara-e.net realiza uma análise desses projetos e, de acordo com o diretor-executivo, Cid Torquato, uma leitura preliminar permite afirmar que 90% deles são altamente prejudiciais e causam insegurança jurídica. Um exemplo é a Lei Postal, Projeto de Lei nº 1.491/99. A sua aprovação retomaria o monopólio da Empresa de Correios e Telégrafos (ECT), extinto pela Constituição de 1988, explicou Torquato. Também determina o



Raffaele Sgueglia

Maristela Basso: aspectos jurídicos na Internet

pagamento de 0,5% da receita bruta das empresas de comércio eletrônico ao Fundo de Universalização dos Serviços Postais, independentemente se foi obtida ou não com entrega postal. "Isso significa a criação de mais um tributo às empresas do ramo", disse.

O empresariado tem de se mobilizar, afirmou Murillo de Aragão, presidente da consultoria Arko Advice. O processo de modernização do País iniciado no fim da década de 80 deixou alguns pontos a serem resolvidos. Faltaram o avanço de reformas importantes, como a política e a tributária, e um modelo que concilie estabilidade com desenvolvimento, além de persistirem graves instabilidades regulatórias e a necessidade urgente de se agregar políticas públicas ao processo de inclusão digital.

Diante de tantas mudanças necessárias para o sucesso da inclusão digital, não é menos importante a adaptação legal a essa nova realidade. A advogada Maristela Basso, sócia da *Tozzini, Freire, Teixeira e Silva Advogados*, avaliou as ferramentas tecnológicas sob o ponto de vista jurídico. No comércio B2C, a segurança dos consumidores será garantida pelo Código de Defesa do Consumidor, enquanto uma legislação própria não for definida. A veiculação na Internet de informação incompleta, incorreta ou propaganda enganosa sobre produtos ou serviços pode configurar infração.

México, antes da Alca

O acordo comercial entre Brasil e México pode ser firmado antes da implantação da Área de Livre Comércio das Américas (Alca), prevista para 2005. A afirmação do coordenador geral de negociação com América Latina, Alca, União Européia (UE) e setor de serviços da Secretaria de Economia do México, Fernando de Mateo, vai ao encontro dos interesses do empresariado paulista: ampliar as relações econômicas e comerciais entre os dois países. De Mateo esteve dia 25 na sede da Fiesp/Ciesp para apresentar a experiência do país com seus Tratados de Livre Comércio (TLC), 31 ao todo. A intenção do governo brasileiro também é reiniciar as negociações.

De janeiro a julho deste ano, o intercâmbio entre Brasil e México foi de US\$ 1,5 bilhão. Isso significa que a participação mexicana no mercado brasileiro e vice-versa é de apenas 0,1%. "É um pecado", disse de Mateo. O único acordo entre os dois países é no setor automotivo. "É pequeno, mas permitiu um crescimento do fluxo de comércio com o México", disse Mário Mugnaini, diretor-executivo das entidades. Enquanto não avançar, a Preferência Tarifária Regional (PTR) brasileira será de 20%. Quanto menor a PTR, maiores as taxas de exportação e importação. Sessenta por cento das vendas brasileiras são em máquinas, equipamentos elétricos, automotores e autopeças.

A inclusão de outros setores no acordo pode representar um futuro tratado multilateral. O México negocia separadamente com a Argentina e com o Uruguai, acordos em fase mais avançada do que com o Brasil. Mugnaini explicou que as semelhanças entre as negociações podem transformar os acordos bilaterais em um, entre México e Mercosul.

Há cerca de 15 anos, o comércio exterior brasileiro era maior que o mexicano. Hoje, o México exporta três vezes mais. Para o diretor do Departamento de Relações Internacionais e Comércio Exterior, Maurice Costin, o lema do ano do governo brasileiro, "Exportar ou morrer" ou "Exportar para sobreviver", deveria ter sido anunciado dez anos atrás.

As turbulências dentro do bloco com foco na Argentina não desfazem o compromisso assumido pelo Brasil e pela Fiesp, afirmou Mugnaini. Ele reforçou a visão "mercosulita" da entidade e que este é o momento em que o País tem por dever ajudar.

A política externa mexicana prioriza as relações com a América Latina. O primeiro TCL do país foi com o Chile em 1991. Desde então o comércio entre eles cresceu 663%. O México é a sétima potência comercial do mundo, atrás dos Estados Unidos, UE, Japão, Canadá, China e Hong Kong. Desde 1990, seu comércio exterior cresceu 15,3% ao ano e se acelerou em 1994 com o Tratado de Livre Comércio da América do Norte (Nafta). Em todo o mundo, o aumento foi de 6,4%.

Ao contrário do que acontece no Brasil, os sindicatos da classe de trabalhadores consideram favorável aos empregos a abertura comercial, especialmente com os Estados Unidos, país que recebe 85% das exportações mexicanas. À pergunta de Maurice Costin, sobre como isso foi possível, de Mateo responde: "Ficaram claras à classe operária as vantagens do Nafta aos salários e aos empregos". A queda nesses dois itens em 1995, um ano após a assinatura do acordo, deveu-se à crise financeira que afligiu o país. A metade dos novos empregos criados nos últimos anos se deve às exportações, participação que cresceu de 15% do Produto Interno Bruto em 1993 para 33% em 2000.



Rafaele Sgueglia

Cid Torquato: união de empresas, Estado e ONGs

A segurança nos contratos online, sejam B2B ou B2C, é outro ponto importante. Um e-mail simples por exemplo pode não garantir validade jurídica. O mecanismo tecnológico mais apropriado para essa garantia tem sido a utilização de assinaturas e certificados eletrônicos. Uma entidade certificadora regulada pela ICP-Brasil (Infra-estrutura de Chaves Públicas) que atue entre o vendedor e o comprador é quem emite o certificado digital. A ICP-Brasil foi criada pelo Governo Federal e já emite regulamentos sobre o assunto.

À empresa é interessante definir uma política sobre a utilização da Internet e do correio eletrônico pelos funcionários. Estes devem ser comunicados sobre as normas de controle e fiscalização dos conteúdos dos e-mails para evitar conflitos. O empregador não deseja que os recursos que disponibiliza sejam usados contra os interesses da empresa; o empregado quer proteção de sua intimidade e de sua privacidade nas mensagens eletrônicas que recebe e envia.

O meio mais eficaz para melhorar a comunicação interna, a atualização e descentralização das informações é a Intranet. Já a Extranet é um canal direto de comunicação da empresa com seus clientes, consumidores e fornecedores. Um mecanismo diferenciado e personalizado na crescente competitividade nos negócios. ■