

O COMÉRCIO ELETRÔNICO B2B

Dailton Felipini

Embora não seja tão comentado quanto o varejo on-line, o comércio eletrônico entre empresas também tem registrado um excelente desempenho no Brasil. Pesquisas realizadas pela empresa e-Consulting apontam que as transações eletrônicas B2B totalizaram R\$ 267,6 bilhões em 2005, valor 37% maior do que o movimentado no ano anterior. É um crescimento similar ao apresentado pelo comércio eletrônico B2C, que se expandiu 43% no mesmo período, e excelente no contexto da economia brasileira, cuja taxa de crescimento “patina” ao redor de 2% já há vários anos.

A pesquisa da e-Consulting indica que cerca de 80% do valor transacionado, R\$ 212 bilhões, referem-se a negócios realizados em portais privados, ou seja, por empresas que possuem seus próprios sistemas de gerenciamento de transações eletrônicas com fornecedores, distribuidores, representantes e clientes. Os 20% restantes referem-se às empresas que utilizaram portais de terceiros, os chamados marketplaces eletrônicos, ou bolsas eletrônicas, que oferecem toda a infra-estrutura necessária de hardware, software e mão-de-obra. Nas duas situações, a realização de transações eletrônicas entre empresas, normalmente, envolve: o cadastramento e a validação dos participantes aptos ao mercado, a execução do procedimento de venda, que pode ser por meio de licitações, leilões ou catálogos, o fornecimento de relatórios sobre transações realizadas, além dos recebimentos e pagamentos. A diferença é que, no caso da terceirização, essas atividades são executadas por terceiros que recebem uma taxa ou comissão pela prestação desse serviço.

Exemplos de transações eletrônicas realizadas entre empresas

- A empresa compra produtos de outras empresas ou vende regularmente para elas, utilizando a Internet ou a extranet, sua rede privada expandida.
- A empresa realiza licitação para escolha de sua fornecedora de suprimentos ou participa como uma candidata à fornecedora de suprimentos.
- A empresa realiza leilão para escolher a fornecedora de matéria-prima, nas condições solicitadas, com o menor preço; ou participa do leilão como candidata a fornecedora. Nesse método, chamado de leilão reverso, os lances vão sendo dados pelos participantes cadastrados até que se chegue ao menor valor final.
- Pequenas empresas compradoras, gerenciadas por um terceiro, unem-se para realizar compra conjunta, em maior escala, de matéria-prima, obtendo, dessa maneira, expressiva redução de custo unitário.

A utilização de meios eletrônicos, como a Internet, nas transações comerciais com outras empresas é uma tendência tão natural que, em algum momento, não fará mais sentido se falar em comércio eletrônico B2B, uma vez que a quase totalidade das empresas estará utilizando esse novo canal para realizar suas transações em decorrência da maior produtividade trazida por ele. Benefícios tangíveis, como a redução de custos na realização de pedidos e no preço de matéria-prima, a maior agilidade nos procedimentos de escolha de fornecedores ou compradores, o maior controle dos processos licitatórios e, conseqüentemente, a diminuição de erros nesses processos, entre outros, tornarão o comércio eletrônico B2B quase uma necessidade nos mercados competitivos.

Dailton Felipini é Mestre em Administração pela Fundação Getúlio Vargas e professor de e-commerce na Universidade Ibirapuera. Autor de vários ebooks e editor dos sites: <http://www.e-commerce.org.br/> e <http://www.abc-commerce.com.br/>