

# Portais disputam pequenas empresas

Para fortalecer disputa com novas empresas, em especial o Google, brasileiras pensam em parcerias para expandir serviços para as pequenas e médias

SÃO PAULO

O interesse do Google por serviços destinados às pequenas e médias corporações trouxe preocupação às empresas brasileiras que estão enfocadas em serviços semelhantes, especialmente os grandes portais, como iG e Terra.

Em fevereiro deste ano, a gigante americana lançou a suíte de aplicativos Google Apps Premier, versão paga da suíte Google Apps for your Domain, e que inclui, entre outros, os principais programas *on-line* do buscador como o Calendar [calendário], Gmail [*e-mail*], Google Talk [comunicação], Google Docs & Spreadsheets [produto que permite criação de documentos e planilhas *on-line*] e Google Page Creator [produto para criar páginas na Internet].

Frente a essa investida da maior empresa de Internet do mundo, as brasileiras que já oferecem serviços de hospedagem, *e-mail* e *sites* para as pequenas empresas articulam-se para incrementar os serviços já oferecidos, principalmente os aplicativos *on-line*, como editores de texto, planilhas e agendas.

## Estratégia do iG

O iG, por exemplo, que desde setembro passado investe maciçamente em serviços voltados para

pequenas e médias empresas já sinaliza mudanças, mesmo veladas, para esse negócios.

“Vamos lançar uma nova série de serviços, mas ainda não posso revelar se nós os produziremos ou se os serviços virão de uma parceria. Há chances de vir de parceiros, já que isso pode trazer bons serviços para o usuário e uma maior agilidade no provimento deles para os clientes. Nossa estratégia vai ser revelada nos próximos dias”, diz Flávio Elizalde, gerente de Produtos Empresariais do iG.

Quando indagado se essa parceria poderia ser fechada com o Google, já que a empresa possui parceria com o iG, Elizalde preferiu não comentar.

## Terra entra na disputa

Compartilhando o clima de suspense do iG, o Terra também dá indícios de que novas ferramentas serão adicionadas ao seu pacote Terra Empresas, que inclui serviços de hospedagem, domínio e *e-mail*. Essa área já corresponde a 20% do faturamento total do provedor.

“Com a Web 2.0, vivemos um momento de interação. Quem oferecer serviços de fácil compreensão e que esteja no conceito de Web 2.0, o que inclui os aplicativos *on-line*, vai ter muito sucesso. Queremos expandir nossos serviços, mas só posso adiantar que, a princípio, ainda estamos enfocados em nosso portfólio de *hosting* [hospedagem]”, ressalta Norma Matta, responsável pelo Terra Empresas.

Para o Terra, a entrada do Google no mercado de pequenas empresas, principalmente oferecendo aplicativos *on-line*, não assus-

→ **APREX NA DISPUTA**  
«O objetivo não era competir com os grandes. Mas com a parceria poderemos pensar na disputa»

GUILHERME COELHO  
SÓCIO DA APREX

→ **ESTRATÉGIA DO IG**  
«Há chances de parceria, já que assim haverá agilidade na implantação dos serviços»

FLÁVIO ELIZALDE  
GERENTE DO IG

ta. “O Google ainda não nos assusta porque temos mercado para todos os fornecedores, por enquanto. Acho que a pequena empresa ainda não está madura para saber que esse tipo de serviço é oferecido pelo Google. Além disso, a empresa precisa falar com alguém, e nós oferecemos suporte em português, diferentemente deles”, ressalta Matta.

Enquanto os portais disputam e investem no mercado, inclusive no de aplicativos *on-line*, o UOL figura timidamente no cenário.

Segundo a empresa, investir em *links* patrocinados e na Shopping UOL, a ferramenta de busca e comparação de preços do portal, é prioridade.

Ainda assim, a empresa parece sinalizar algumas propostas para a área, o que, com seus concor-

rentes iG e Terra, não deve acontecer em breve.

## Apex

Se as grandes empresas já sinalizam que as parcerias podem ser o caminho para a disputa do mercado de aplicativos *on-line*, há pequenas que estão preparadas para tais contratos. Ou melhor, já fechando os contatos.

É o caso da suíte de aplicativos Apex, da empresa ZeroUm em parceria com Edson Romão, criador da hpG (Home Page Grátis). A suíte, que oferece ferramentas como calendário, disco virtual, bloco de notas, e apresentações *on-line* é uma das poucas ferramentas brasileiras que utilizam o conceito de Web 2.0. “A princípio, nosso objetivo não era competir com grandes empresas. Depois de várias negociações, vamos fechar um contrato de parceria, ainda este mês, com um grande portal brasileiro. Não posso revelar qual será. Com essa parceria, ficará mais fácil entrar na competição”, indica Guilherme Coelho, um dos sócios da Apex.

“Passei um semestre explicando como a Apex iria disputar mercado com o Google. Assim como nós, ele será pago. Com a parceria pode ser que a competição seja ainda mais fácil”, diz Coelho, quando indagado sobre como a empresa pretende cobrir a oferta de US\$ 50 anuais por usuário proposta pelo Google por sua suíte.

CINTIA BAIO

Já publicamos 884 reportagens sobre

TI

Para mais informações sobre esse tema, use nosso buscador nos sites:

[www.dci.com.br](http://www.dci.com.br)

[www.panoramabrasil.com.br](http://www.panoramabrasil.com.br)

Pequeno empresário ainda avalia sistema

Enquanto as grandes empresas elaboram estratégias para oferecer serviços para que as pequenas empresas entrem no mundo virtual, consultores trabalham para que a “cultura da empresa virtual” seja implementada mais rapidamente no mercado.

“As pequenas empresas brasileiras ainda precisam entender melhor como é possível obter lucros pela Internet. A cultura de ter uma loja virtual, por exemplo, que fica aberta 24 horas por dia, ainda é algo difícil de ser assimilado”, analisa Suemitsu Osada, consultor de Sistema de Informação do Sebrae de São Paulo.

“Atingir as pequenas empresas brasileiras significa levar o produto para lugares com um, dois computadores, que é o suporte tecnológico de grande parte delas. Não sei se as fornecedoras estão mesmo dispostas a dar suporte a um cliente tão pequeno”, complementa Osada.

O consultor de Sistemas de Informação do Sebrae de São Paulo também acredita que a migração de programas para a *web*, como a proposta do Google, por exemplo, ainda estão precisando ser mais difundidos nesse nicho.

No último estudo divulgado pelo Sebrae de São Paulo, em 2003, 47% das micro e pequenas empresas paulistas possuíam pelo menos um computador.