



OPINIÃO

Comércio online B2B: quais são os benefícios para o seu negócio?

Fabrizio Tassitano (*)

As constantes transformações digitais trouxeram mudanças em todos os setores, principalmente na forma como as empresas compram e vendem os seus produtos

Se pensarmos no mercado B2C, por exemplo, o número de e-commerces continua aumentando, isso porque os grandes varejistas entenderam que oferecer os seus produtos online não é apenas uma tendência, mas uma questão de sobrevivência no cenário atual. O mercado B2B também estabeleceu o sistema de marketplace, plataforma que mostra aos compradores um universo de vendedores, de diferentes áreas, que gerencia todo o negócio e facilita a busca de novos parceiros, bem como o contato entre empresas.

Segundo a última edição do relatório Webshoppers, lançada em 2017, o ano foi marcado pelo fortalecimento das transações realizadas em marketplaces. O segmento atingiu R\$ 73,4 bilhões e o crescimento foi de 21,9% em relação a 2016. Para 2018 e 2019, a estimativa é ainda maior. No Brasil, o número de empresas que passaram a utilizar essa solução como um de seus canais de vendas cresce a cada dia. Estudo lançado pelo Panorama dos Marketplaces do País, da Precifica, analisou três dos principais players do mercado.

Os dados, referentes ao segundo trimestre de 2017, mostraram que as plataformas analisadas tinham mais de 7 mil vendedores diferentes, um crescimento de 13,6% em relação ao trimestre anterior. Mas será que as organizações sabem a real importância de participar de um marketplace? Será que entendem a diferença competitiva que terão, se estiverem a frente de seus concorrentes, no quesito exposição? Neste artigo, vamos mostrar como é possível aproveitar esse avanço tecnológico e otimizar os resultados do seu negócio.

• **Baixo investimento** - A companhia que optar por entrar em um marketplace não precisa investir em infraestrutura, pois a plataforma já está pronta. Sendo assim,

não é necessário se preocupar com desenvolvimento de site, hospedagem, domínio e divulgação. Esses pontos fazem com que o investimento seja pequeno, limitando-se ao valor do plano contratado ou uma comissão sobre a venda ou valor total transacionado, que pode ser negociado.

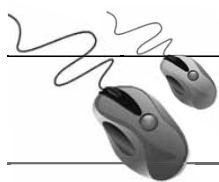
• **Visibilidade** - Na plataforma, a empresa fornecedora pode inserir sua marca e cadastrar todas as informações importantes do seu negócio, como o catálogo de produtos e redes sociais. Por se tratar de um canal de vendas B2B, milhares de compradores fazem parte desse ecossistema e se interessam por novas fontes de fornecimento. Para obter sucesso, é importante que o cadastro esteja completo, com imagens bem tratadas e textos corretos para facilitar a busca do comprador.

• **Controle e gerenciamento** - Os vendedores recebem notificações de oportunidades geradas pelos compradores e podem participar dos processos de cotação, aumentando suas chances de vender. Além disso, o marketplace possibilita fazer a gestão dos processos e analisar a performance, por meio de gráficos de cotações, pedidos e faturamento, bem como monitorar indicadores de performance, tempo de respostas e negociações.

• **Aumento das vendas** - A ferramenta é mais um canal que possibilita aumentar vendas com baixo investimento. A empresa com presença digital consegue pesquisar oportunidades, se candidatar e responder cotações disponibilizadas pelos compradores (que não teriam nenhum tipo de visibilidade, se estivessem fora da comunidade). O comprador também se beneficia ao agregar novos vendedores e conquistar economia e mais segurança nos seus processos de compras.

O espaço para quem quiser aproveitar as oportunidades da expansão existe, sem dúvidas, mas é preciso pensar estrategicamente em ações virtuais que gerem volume e conversões, e contribuam ainda mais para o crescimento das vendas e compras online.

(*) - É Diretor de Produtos no Mercado Eletrônico.



Ciência e Tecnologia

ricardosouza@netjen.com.br

Telemedicina tem potencial para revolucionar a área da saúde

A Telemedicina é um termo que engloba a utilização de ferramentas tecnológicas para facilitar o acesso e atendimento à saúde para a população

Fábio Tiepolo (*)

De acordo com o artigo “Telehealth”, do The New England Journal of Medicine, existem quatro objetivos a serem alcançados pelo sistema de saúde que podem ser auxiliados por esse método, são eles: melhorar a experiência do paciente durante o atendimento, melhorar a saúde da população, reduzir o custo per capita de cuidados com a saúde, e melhorar a experiência em serviços de saúde.

“É inegável que se trata de um inevitável avanço para a medicina brasileira. Aliás, os principais países do mundo já usam o modelo como uma ferramenta de acesso à saúde e para a redução de custos. Além disso, é uma excelente ferramenta para viabilizar os sistemas de saúde e otimizar o tempo médico, gerando benefícios para todos os envolvidos e colocando o Brasil em linha com as boas práticas adotadas por outras nações”, comenta Fábio Tiepolo, CEO e fundador da Docway, uma das principais startups de tecnologia na área da saúde no Brasil.

Entre as vantagens da telemedicina, estão, por exemplo, a facilidade de acesso a serviços após o horário normal de funcionamento e a redução do incômodo do paciente e família com locomoção até centros médicos. A telemedicina pode, ainda, promover serviços como agendamento de consultas e prescrição de remédios já receitados anteriormente. Existe uma urgência em aumentar a evidência das aplicações de tecnologias ligadas à telemedicina, já que as clínicas e pacientes estão cada vez mais familiarizados com o uso de ferramentas tecnológicas para facilitar o dia-a-dia.

Toda essa tecnologia engloba, por exemplo, consultas em tempo real com especialistas em áreas como cardiologia, dermatologia, psiquiatria, infectologia, reumatologia e oncologia; atendimentos primários por telefone, e-mail ou vídeo; prescrição e monitoramento de medicações, gerenciamento de tratamentos a longo prazo; tecnologia de transferência de dados e imagens de radiografia; serviços prestados dentro de hospitais, como emergências e traumas, derrames, unidade de tratamento intensivo, cuidados com ferimentos; e consultas especiais realizadas por videoconferência e transmitidas com



AIDocway

segurança por imagens em alta resolução.

De acordo com Tiepolo, “A Docway está caminhando junto com esse novo modelo de telemedicina. A gente já tem um sistema 100% operacional, mas ainda estamos aguardando a regulamentação pra colocar pra rodar. Por enquanto, a gente vem apostando em teletriagens e orientações, que fazem uma grande diferença quando uma pessoa não sabe se deve ou não ir a um posto de atendimento. E a gente percebe que cresce cada vez mais o número de pessoas que evitam esse deslocamento desnecessário”, completa.

“É uma excelente ferramenta para viabilizar os sistemas de saúde e otimizar o tempo médico, gerando benefícios para todos os envolvidos e colocando o Brasil em linha com as boas práticas adotadas por outras nações”.

Há mais de três anos em debate no Brasil, a telemedicina ainda não foi autorizada pelo Conselho Federal de Medicina (CFM). A proposta foi discutida em fevereiro deste ano, oficialmente, a norma não entrou em vigor, mas já está despertando dúvidas e muito interesse por parte das administrações públicas e dos próprios profissionais.

A resolução debatida foi composta por 23 artigos, e trouxe uma série de princípios e regras que devem ser respeitados. Em tese, a teleconsulta será permitida após consulta presencial inicial, ou se o paciente estiver em locais remotos e de difícil acesso. “A medida que mais pacientes se tornam proativos sobre o uso de tecnologia para gerenciar sua saúde, eles também estarão mais abertos a novas alternativas para se cuidar através da telemedicina. É uma evolução natural dos cuidados de saúde no mundo digital. A cada dia, torna-se mais indiscutível a capacidade que ela tem de melhorar a qualidade, a equidade e a acessibilidade”, diz um texto, disponível

na resolução, apresentando as razões para introduzir o conceito no país.

Em países onde já é uma realidade, a Telemedicina apresenta números muito interessantes e empolgantes. Uma pesquisa realizada pela consultoria Towers Watson mostrou que o potencial de economia da Telemedicina nos Estados Unidos seria de US\$ 6 bilhões por ano para as empresas. Na Inglaterra, um programa de telemedicina, que envolveu 6 mil pacientes (sendo 3 mil deles com diabetes, problemas cardíacos ou pulmonares) e 238 médicos, apontou benefícios para todos os envolvidos. Uma redução de, ao menos, 8% nas tarifas e um potencial de queda de 45% nas taxas de mortalidade; de 20% nas admissões por emergências; de 14% nas consultas eletivas; e de 15% no atendimento a acidentes e emergências.

“No entanto, não se trata somente de regulamentar e esperar que o sistema funcione de forma adequada. Os médicos precisam se capacitar para dar conta dessa nova demanda: há uma diferença clara entre querer atuar com a telemedicina e saber fazê-la”, explica Fábio Tiepolo. “Os profissionais precisam ser treinados em diversas frentes, como no uso de equipamentos específicos. O médico vai precisar criar meios para que o paciente receba a melhor assistência possível por meio de vídeo”, completa Fábio.

A Docway acredita que toda e qualquer pessoa com uma necessidade de atendimento médico faça parte desse público que vai se beneficiar com a telemedicina. Existem as exceções, nas quais o paciente precisa ser encaminhado imediatamente para um pronto atendimento, porém, para que haja a certeza dessa necessidade, o atendimento à distância pode dar uma assistência e uma solução quase imediata em casos menos complexos.

(*) É CEO da startup Docway (www.docway.com.br).

É preciso debater a “Era dos Dados” no Brasil

Hoje, muitos especialistas afirmam que vivemos um novo movimento na economia: a “Era dos Dados”, ou seja, a utilização da informação digital como grande ativo nas relações econômicas e sociais. Contudo, compreender esse cenário não é tarefa fácil até para quem trabalha nessa área. O mercado de Ciência de Dados e Inteligência Artificial engatinha em boa parte do mundo, inclusive no Brasil, e é preciso debater e aprofundar o conhecimento sobre as principais práticas e tendências. Só o conhecimento vai permitir que mais empresas percebam as vantagens que estes conceitos podem oferecer aos seus negócios.

Este era o nosso objetivo quando decidimos apoiar e auxiliar na organização do ODSC Brasil 2019, a primeira edição no país da maior conferência de Data Science e Inteligência Artificial em todo o mundo. Conseguimos alcançar uma audiência notável, com a participação de profissionais em mais de 20 sessões com foco em negócios e tecnologia, incluindo palestras internacionais, mesas-redondas e workshops em um único dia. Foi um primeiro passo importante e que nos

motiva a pensar o próximo, em 2020, para aprofundar ainda mais as discussões sobre os temas.

Até porque há um espaço gigantesco de crescimento nessas duas áreas no cenário brasileiro. É hora, portanto, de transformar este potencial em ações que estimulem novos negócios na área, permitindo que o Brasil possa crescer e acompanhar o ritmo que hoje é ditado pela evolução tecnológica.

Até porque a Ciência de Dados e a Inteligência Artificial ainda estão em fase embrionária no Brasil. Há poucas iniciativas voltadas para a disseminação destes conceitos e as próprias empresas ainda se mostram relutantes em investir neles. É natural se pensarmos que estamos apenas no início de uma nova era e que sempre há desconfiança e temor por parte dos empreendedores. Mas é justamente por estar apenas no começo que se torna necessário dar passos maiores para colher bons resultados no futuro. Quem estiver disposto a ser protagonista neste novo movimento, terá uma oportunidade grande de conquistar uma parte significativa deste mercado.

Evidentemente o ODSC Brasil 2019 também mostrou que há muitos desafios para as empresas protagonistas no mercado nacional. O principal deles é a falta de capacitação do setor como um todo. Há poucas companhias e profissionais capazes de entregar soluções que resolvam problemas das corporações. Também falta conhecimento sobre a importância da Ciência de Dados e Inteligência Artificial no dia a dia – o que afasta potenciais clientes. É necessário estimular uma cultura de investimento que movimente o ecossistema e abra espaço para mais iniciativas deste tipo. O setor de Ciência de Dados e Inteligência Artificial está em franco crescimento e não há sinais de desaceleração. Pelo contrário, a tendência é, cada vez mais, essas soluções fazerem parte do dia a dia das empresas. Já estamos na “Era dos Dados” e as organizações precisam se mexer para se adaptarem a esta nova realidade. Apenas com conhecimento e um bom planejamento é possível adequar seus processos e se adequar às demandas do século 21.

(Fonte: Leonardo Santos é CEO e cofundador da Semantix, empresa especializada em Big Data, Inteligência Artificial, Internet das Coisas e Análise de dados. <http://semantix.com.br/>)

News @TI

25 anos de Eureka

O Instituto Mauá de Tecnologia realizará de 25 a 27 de outubro, no Campus de São Caetano do Sul, a 25.ª edição da Eureka, exposição dos trabalhos de conclusão de curso dos seus alunos das áreas de Engenharia, Administração e Design. Comemorando 25 anos, o tradicional evento estima receber na edição deste ano cerca de nove mil visitantes, que poderão se surpreender com as novidades dos mais de 200 trabalhos que estarão expostos. Segundo a professora Alessandra Dutra Coelho, coordenadora acadêmica da exposição na Mauá, a expectativa é que o nível do que será apresentado continue crescendo, assim como nos últimos anos. “Observamos que os trabalhos estão cada vez mais aplicados, não só no âmbito industrial, mas também com foco no desenvolvimento e bem-estar da sociedade”, destaca a professora Alessandra (eureka.maua.br).

HERE transforma celulares em sensores inteligentes de trânsito

Ga HERE Technologies, líder global em serviços de mapeamento e serviços de localização, anunciou o HERE Live Sense, um software que transforma dispositivos móveis com câmeras frontais em sensores inteligentes capazes de fornecer informações em tempo real a respeito do trânsito. Através do uso de inteligência artificial e de Machine Learning, o HERE Live Sense pode detectar: objetos na estrada, outros veículos, pedestres ou ciclistas, além de toda a infraestrutura rodoviária, como semáforos e sinais de trânsito e potenciais riscos, como buracos, fechamentos de estradas ou vias em obras. Com base no que é detectado, o sistema fornece informações por meio de notificações visuais e de áudio, que ajuda o motorista a tomar a decisão mais correta sobre qual ação deve ser executada a seguir (<http://360.here.com>).