

ATIVOS INDUSTRIAIS

Balcão virtual

A Internet é o novo canal de comercialização para um mercado em crescimento

JÚLIA ZILLIG

Aumenta, desde o início do ano, a comercialização dos ativos industriais por meio da Internet, graças à criação de *home pages* e portais especializados que oferecem catálogos de produtos de quase todos os segmentos. Além disso, fazem o contato com o fornecedor e se prontificam a entregar as mercadorias. Estendido para todo porte de empresa, o serviço permite a compra de ativos sem a necessidade de qualquer tipo de deslocamento.

Lançado no ano passado, o portal da indústria Guib (www.guib.com.br) criou, neste segundo semestre, uma loja virtual que permite aos industriais fazer consulta de produtos, receber cotações de fornecedores e solicitar pedidos. O portal já conta com mais de 46 mil fornecedores cadastrados nas áreas Automotiva, de Automação, Construção Industrial, Eletroeletrônica, Logística, Informática, Meio Ambiente, Metal-mecânica, Química, entre outros. O cadastro e as consultas são gratuitos.

Segundo o engenheiro

Marcos de Lima, diretor do Guib, a idéia surgiu para suprir a necessidade de um sistema especializado: "A indústria carece deste tipo de serviço. Por isso, fazemos a ponte entre o consumidor e o fornecedor, dando a oportunidade para que o interessado encontre o ativo procurado." Marcos espera um número maior de adesões, tanto dos fornecedores quanto dos compradores. "Os industriais têm que fazer seus cadastros para que haja maior fluxo de informações e negócios".

Cerca de 15% do total de equipamentos das empresas latino-americanas tradicionais não são utilizados na produção. Este é o mercado dos sites especializados

Iniciativa do Grupo Macal, e primeiro provedor a ven-



Ana Luiza Bardella: agilidade para compradores e vendedores

der gasolina via Internet, o portal Webb (www.webb.com.br), em atividade desde abril deste ano, reúne fornecedores e compradores de diversos setores – como autopeças, embalagens, papel, plásticos, produtos químicos industriais, tintas e vernizes – em um mesmo espaço, possibilitando a realização de negócios com mais agilidade, reduzindo custos e agregando valor às transações. Utilizando o conceito *business to business*, o Webb contribui para a rápida tomada de decisões sobre a compra e venda de ativos. O diretor de Marketing da empresa, Luiz Henrique Guimarães, diz que o serviço ajuda a viabilizar a vida da indústria. "O Webb permite que os departamentos de compras façam amplas

pesquisas antes de comprar seus ativos. Também procuramos manter o empresário e seus funcionários sempre atualizados sobre o que acontece no mundo da indústria através da divulgação de notícias sobre o setor." Para ele, existe uma grande redução de custo com gastos de telefone e fax, maior amplitude das consultas ao catálogo extenso de fornecedores e a possibilidade de se fazer transações após o expediente, a qualquer hora, em qualquer dia. Guimarães acredita que, a médio prazo, cerca de 10% a 15% do comércio de ativos será feito através do computador.

Em julho, o Webb lançou o primeiro portal do País para compra e venda de papel e celulose, que tem como diferencial a venda de ativos diretamente da fábrica ou dos próprios distribuidores. O WebbPapel contém um catálogo de mais de 1.500 itens para segmentos como gráficas, editoras, papelarias e embalagens.

Mas os serviços disponíveis na rede não se resumem apenas a produtos novos. O site maisAtivo, liderado pela

Gere satisfação e produtividade. Dê INCENTIVO.

Feche o ano em clima de festa. Cestas de Natal com qualidade e economia. Aproveite os descontos para compras antecipadas.



(0xx11)6671-0777
www.cestaincentivo.com.br

ATIVOS INDUSTRIAIS

Eccelega, investidora do grupo venezuelano Cisneros, é especializada na compra e venda de máquinas, equipamentos e inventários usados. Já estão sendo atendidas indústrias dos segmentos de metal-mecânica, plástico, têxtil, gráfica, produtos químicos e construção. Hoje, segundo estimativas da Eccelega, cerca de 15% do total de equipamentos das empresas latino-americanas tradicionais não são utilizados na produção. Por sua vez, têm um alto valor para quem quiser renovar seus equipamentos industriais a um custo menor.

Ana Luiza Bardella, presidente da *maisAtivo* no Brasil, diz que este tipo de serviço propicia a realização de vendas e compras com preço justo para ambas as partes. "O *site* promove um intercâmbio entre compradores e vendedores. Além disso, disponibilizamos um serviço fácil para aquele empresário que não tem tempo nem paciência para ficar navegando em busca de produtos. E também negociamos ativos com preços que sejam favoráveis tanto para o consumidor quanto para o fornecedor." De acordo com Ana Luiza, grande parte dos empresários não tem conhecimento do fato dos ativos já utilizados poderem ser comprados com preços que são de 30% a 70% mais baratos. "Muitas vezes compramos produtos que foram fa-

bricados pelas indústrias e que não tiveram saída. Vendemos a preços baixos, o que acaba despertando o interesse do consumidor."

Além do sistema virtual, o *site* dispõe de pessoas qualificadas que também fazem atendimento nas indústrias, checando as condições dos equipamentos anunciados e negociando o produto com os interessados. "Tenho um *market maker* especialista em máquinas que verifica todas as condições dos equipa-

Grande parte dos empresários não tem conhecimento do fato de que os ativos já utilizados podem ser comprados com preços 30% a 70% mais baratos

mentos a serem negociados e esclarece dúvidas em relação às suas especificações", diz Ana Luiza. Quando um ativo é solicitado, o *maisAtivo* aciona todos os seus assessores espalhados pela América Latina para fazer um rápido levantamento das melhores alternativas. Em poucos dias, faz-se o contato entre as par-



Brogliatto: catálogos disponíveis na rede facilitam negócios

tes interessadas e o produto é entregue. Para garantir a qualidade do que comercializa, a empresa estabeleceu alianças com companhias nacionais e internacionais.

A iniciativa do *maisAtivo* no mercado está sendo agressiva. Atendendo também a países como Venezuela, Argentina, Colômbia e México, os responsáveis esperam atingir mais de 300 mil indústrias. Pretende ainda aumentar seu banco de dados para 40 mil ativos até o final deste ano. Só no Brasil, o mercado de ativos excedentes movimenta cerca de R\$ 2,6 bilhões, tendo a pequena indústria como grande consumidora de equipamentos usados.

Os empresários que já utilizaram esse tipo de serviço apontam algumas vantagens, como a agilidade. Herbert Rolim Pinheiro, diretor da Cartplast Embalagens, há dez anos no mercado de fabricação de sacolas, afirma que utilizou este meio de venda ape-

nas uma vez mas já se considera um usuário do serviço. "Eu tinha uma máquina usada para negociar. Fui contatado e em poucos dias o equipamento foi vendido."

O dono da Indústria Brogliplast, Reginaldo Brogliatto, comprou um torno usado. Depois de fazer uma pesquisa no comércio tradicional, recorreu à Internet. E não se arrependeu. "A velocidade do negócio foi tão grande que, se eu pudesse, faria todas as movimentações de aquisição de ativos pela Internet. Sem sair da empresa pude ver as fotos dos maquinários, discutir o preço e fechar o negócio. Além disso, há infinitos catálogos de ativos disponíveis para a indústria na rede, o que facilita a realização de transações mais vantajosas sem perder tempo indo aos locais de compra."

O diretor da Homag do Brasil, Konstantin Petrov, também comprovou que o serviço de compra e venda virtual de equipamentos poupa tempo e abre um leque maior de possibilidades de modelos e especificações. "A vantagem é que eu não preciso procurar ninguém para saber sobre a disponibilidade de compra e venda de um determinado produto e muito menos andar pelo mercado de equipamentos procurando o que quero." ■

Mostre seu produto para quem decide

Anuncie na Notícias

A Revista Notícias da Fiesp/Ciesp tem um público leitor altamente qualificado, que vai de lideranças a dirigentes empresariais. Exatamente quem decide. Mais que uma oportunidade de mostrar seu produto, anunciar na Notícias é um bom negócio. Experimente!

NOTÍCIAS A revista de quem decide

Informações: Superintendência de Comunicação e Marketing (011) 252-4286 e 252-4489, e-mail: cmarketing@fiesp.org.br

