

**EXTRA: REDUZA CUSTOS COM IMPRESSÃO**



**Microsoft®**

# Guia de **Tecnologia**

R\$ 14,90



Tudo o que você precisa saber para usar a

## **INTERNET A SEU FAVOR**

- ▶ **INFRA-ESTRUTURA:** faça a coisa certa
- ▶ **E-MAIL:** ferramenta poderosa de comunicação
- ▶ **SEGURANÇA:** livre-se dos vírus e hackers

**GLOSSÁRIO  
COMPLETO**

# Guia de **Tecnologia**

Tudo o que você precisa saber para usar a

**INTERNET**  
**A SEU FAVOR**



**Microsoft®**



**O desapontamento criado pela crise da internet** e o fechamento de uma série de empreendimentos pontocom, em 2001 e 2002, podem dar a ilusão de que a Web não faz parte do futuro de sua empresa. Pois saiba que, para usar um lugar-comum, depois da tempestade, chegou a hora da bonança.

Uma pesquisa com duas mil corporações nos Estados Unidos, segundo estudo da Organização das Nações Unidas, mostrou que empresas daquele país conseguiram economizar US\$ 152,2 bilhões e aumentar receitas em US\$ 443,9 bilhões, entre 1998 e 2001. Na Europa, 634 empresas da França, Alemanha e Reino Unido obtiveram ganho semelhante: economias de US\$ 8,3 bilhões e faturamento adicional de US\$ 79 bilhões.

Os dados demonstram que a internet não foi nem é um modismo, como insinuavam análises precipitadas após o “estouro da bolha” (que ocasionou a queda espetacular das ações das empresas de tecnologia na bolsa norte-americana Nasdaq). A Web, atualmente, está ao alcance de todos. E os ganhos decorrentes de sua boa utilização podem ser obtidos por companhias de qualquer porte.

No Brasil, 17,4 milhões de pessoas acessam a Web, de acordo com dados da consultoria E-Consulting. No mundo, mais de 600 milhões de pessoas. O crescimento anual ultrapassa a casa dos dois dígitos, sendo que os países em desenvolvimento, entre quais o Brasil se inclui, expandem-se a taxas superiores a 30%, segundo relatório das Nações Unidas sobre o desenvolvimento do comércio eletrônico.

A internet hoje é o único espaço (mesmo virtual) no qual a noção de grande ou pequena empresa perde em parte seu sentido. As vantagens competitivas deixam de estar atreladas ao porte, derivando da maneira como uma companhia usa a Web para se relacionar com os clientes e ampliar os negócios.

Em linguagem clara e concisa, a segunda edição deste Guia de Tecnologia que a HP e a Microsoft desenvolveram ensina aos micro e pequenos empresários a tirar o melhor proveito das tecnologias da internet, desde a infra-estrutura básica para entrar na Web até o uso do correio eletrônico, passando pela discussão das questões de segurança, um problema que afasta usuários e empresas da rede.

A série Guia de Tecnologia é um roteiro de informatização produzido pela HP Brasil e pela Microsoft destinado às pequenas empresas brasileiras.



**Cristina Nogueira**  
Diretora Comercial para  
Pequenas e Médias Empresas  
Microsoft Brasil



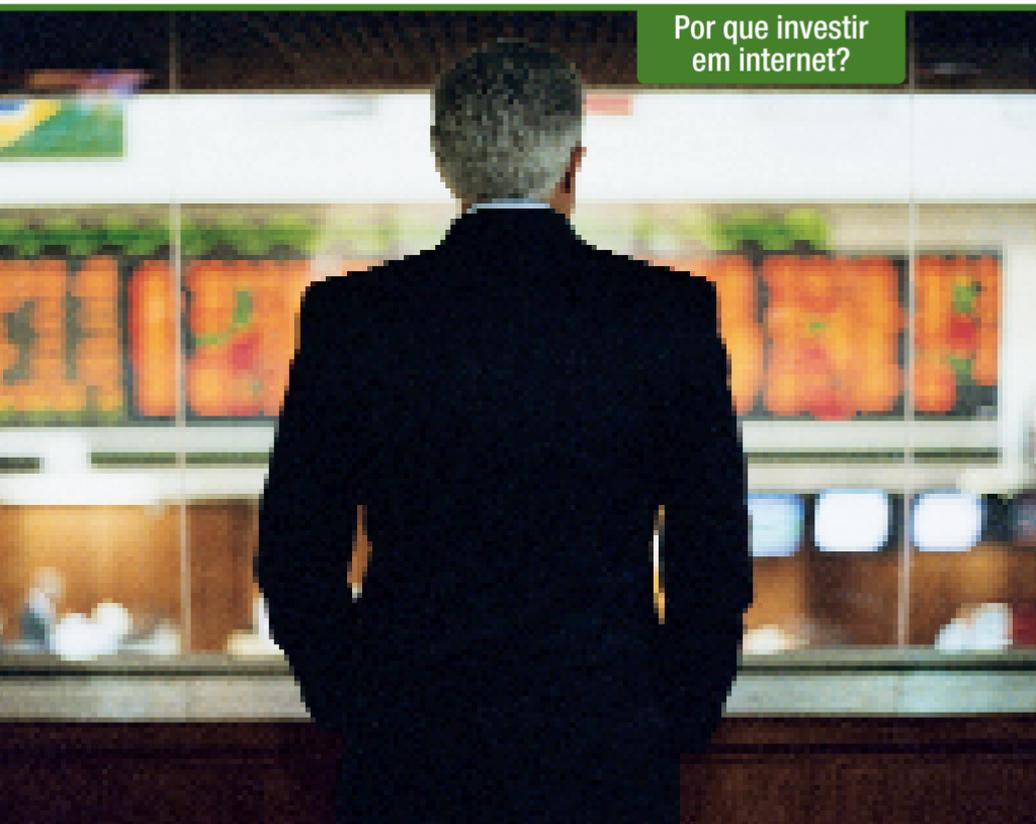
**Renata Gaspar**  
Diretora de Marketing  
Grupo de Sistemas Pessoais  
HP Brasil

REALIZADO POR:



**Diretor geral:** Dario Dal Piaz; **Diretor financeiro:** Jorge L. A. Magalhães; **Diretor de marketing e vendas:** Mauricio Arroio; **Diretora editorial:** Sônia Pentado; **Edição de textos:** Ralphe Manzoni Jr; **Arte:** Página Mestra paginamestra@globo.com; **Produtora gráfica:** Cristiani Apolonio capolonio@idg.com.br; **Impressão:** Globo Cochrane; **Bureau:** Vox Editora; **Distribuição:** Fernando Chinaglia - **IDG Brasil** Rua do Rócio, 291 - 1º andar - CEP 04552-900 - São Paulo - SP - Tel.: (11) 3049-2000 - Fax da redação: (11) 3049-2065

<b>1</b>	<b>POR QUE INVESTIR EM INTERNET?</b> .....	<b>07</b>
	• O início .....	10
	• A bolha .....	13
	• A recuperação .....	15
	• O futuro .....	17
<b>2</b>	<b>INFRA-ESTRUTURA</b> .....	<b>19</b>
	• Hardware .....	20
	• Software .....	22
	• Provedor de acesso à internet .....	24
	• Rede .....	27
	• Mobilidade .....	30
	• Estudo de caso .....	40
<b>3</b>	<b>E-MAIL</b> .....	<b>41</b>
	• Produtividade .....	44
	• Operação .....	47
	• E-mail marketing .....	50
	• Spam .....	55
	• Acesso sem fio .....	60
	• Estudo de caso .....	62
<b>4</b>	<b>WEB SITES</b> .....	<b>63</b>
	• Presença .....	64
	• Construção .....	70
	• Hospedagem .....	75
	• Estudo de caso .....	76
<b>5</b>	<b>COMÉRCIO ELETRÔNICO</b> .....	<b>77</b>
	• Por que entrar .....	78
	• Como começar .....	80
	• Terceirização .....	82
	• Venda no varejo (B2C) .....	83
	• Comércio entre empresas (B2B) .....	85
	• Estudo de caso .....	86
<b>6</b>	<b>SEGURANÇA</b> .....	<b>87</b>
	• Hacker .....	88
	• Vírus .....	91
	• Antivírus .....	93
	• Firewall .....	95
	• Atualização .....	98
	• Senhas .....	102
	• Criptografia .....	103
	• Backup .....	105
	• Pirataria .....	107
	• Estudo de caso .....	108
<b>7</b>	<b>SITES ÚTEIS</b> .....	<b>109</b>
<b>8</b>	<b>GLOSSÁRIO</b> .....	<b>115</b>
	<b>SERVIÇOS</b> .....	<b>122</b>
	<b>ESPECIAL IMPRESSORAS</b> .....	<b>123</b>



**VOCÊ DEVE ESTAR CANSADO** de ouvir falar que a tal da internet revolucionou as comunicações, que ela abre as portas para um mundo de informações sem igual, que conecta as pessoas em todo o planeta. E provavelmente parou para pensar: o que a minha pequena empresa ganha com isso? Tudo, seja você uma pequena ou grande empresa. E a razão é simples: entre outros fatores, estar na rede mundial de computadores permite reduzir custos, atingir um volume maior de consumidores e entender melhor o cliente.

No mundo online, a noção de grande e pequena empresa é diferente do mercado tradicional. Com competência e uso das ferramentas certas, é possível uma companhia de pequeno porte brigar de igual para igual com uma grande corporação na internet. Quem visita um site bonito e eficiente fica com a idéia de que ali está uma empresa que pode atender às suas necessidades. Se por trás dessa página na rede está uma companhia com cinco pessoas, instalada em um pequeno escritório, não faz diferença.

Ter sua marca na internet é uma questão de competitividade e, em muitos setores, de sobrevivência. Se você ainda não está online, saiba que grande parte de seus concorrentes já utiliza a rede mundial de computadores para divulgar sua marca ou como ferramenta de trabalho. Segundo um estudo realizado pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), ela já é adotada por 54% das micro e pequenas empresas.

Quem embarca no mundo virtual tem à sua disposição um universo de mais de 17 milhões de consumidores apenas no Brasil, número que deve chegar a 20 milhões em 2004, segundo dados da empresa E-Consulting. Mundialmente, o número de usuários conectados supera 800 milhões, sendo 44 milhões na América Latina.

Ao colocar sua marca na rede mundial de computadores, a pequena empresa terá a oportunidade de mostrar seus produtos e serviços para qualquer um desses internautas, esteja em São Paulo, Manaus ou em Tóquio. E trata-se de um público com grande poder de compra, já que é o consumidor das classes mais altas que costuma ter acesso à rede. Dá para ignorar uma ferramenta como essa?

De fato, não. A internet depois de sua ascensão e queda, como mostraremos ao longo deste capítulo, potencializa as

---

vantagens do uso eficiente da tecnologia da informação. O impacto dos negócios eletrônicos nas empresas, apontam os mais diversos analistas, é irreversível. Veja por que sua empresa deve considerar o investimento em internet:

- **porque reduz custos:** empresas que levaram seus processos antigos para o mundo eletrônico estão fazendo-os mais rapidamente e com custos menores.
- **porque é mais um canal:** sim, ao contrário da época em que os consultores mandavam as empresas do mundo físico se canibalizarem, a regra, agora, é integrar-se. Quem investe na Web constrói um canal de vendas que não concorre com o tradicional.
- **porque o intermediário ficou mais forte:** em vez de eliminar a força indireta de venda, ela revigorou-se. Ninguém, em sua consciência, bate de frente com os parceiros de negócios, como demonstraram os casos das indústrias automobilísticas ou de seguros.
- **porque está integrando as empresas:** o esforço de vendas online e a conexão com os parceiros forçam as companhias a contar com processos informatizados, facilitando a interação, planejando a produção e ajustando os estoques. Essa integração aumenta a eficiência operacional.
- **porque seu quintal pode ser o mundo:** você pode vender para qualquer lugar do planeta sem estar fisicamente na maioria deles, com o mesmo nível de serviço se estivesse.
- **porque melhora o atendimento ao cliente:** a Web, para um grupo de consumidores, que em geral são os de maior poder aquisitivo, é um canal conveniente para resolver os problemas. Muitas vezes este contato online é mais barato do que outros meios, como o telefone.

## Panorama Web

Dados globais sobre usuários de internet (em milhões)

Dados Globais	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Usuários internet	280	414	539	655	825	945	1010
Usuários internet domésticos ativos	220	335	445	605	660	756	836,59
Dados EUA	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Usuários internet	101,5	135	169	178	187	193	222,83
Usuários internet domésticos ativos	70	95	119	128	138	147	152,46
Dados Am. Latina	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Usuários internet	10,2	16,2	22,6	32	44	58,36	
Usuários internet domésticos ativos	5,3	8,5	10,5	14,5	19,8	25,72	
Dados Brasil	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Usuários internet	4,8	9,0	11,0	14,3	17,4	20,9	25,1
Usuários internet domésticos ativos	2,5	4,7	5,9	7,9	10,9	13,4	16,1

Fonte: E-Consulting

Obs.: Usuários domésticos ativos são aqueles que acessam pelo menos uma vez por mês a internet de suas residências

## ► O início

A INTERNET, REDE QUE PERMITE que computadores conversem em qualquer parte do mundo, nasceu com objetivos militares em 1969, criada pela Advanced Research Projects Agency (Arpa), agência ligada ao Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Na época ficou conhecida como Arpanet e tinha como objetivo, em caso de guerra, garantir a comunicação entre unidades estratégicas do governo norte-americano.

Mesmo que a antiga União Soviética bombardeasse com armas nucleares o território americano, seria possível trocar arquivos e informações em um modelo que dispensava um computador central – se um dos sistemas fosse destruído, os outros computadores não perderiam a capa-

---

cidade de comunicação. A iniciativa, comandada pelos pesquisadores J.C.R. Licklider e Robert Taylor, permitiu conectar inicialmente as universidades da Califórnia (UCLA) e de Utah e o Instituto de Pesquisas de Stanford.

O experimento foi realizado com o envio do texto, que perguntava apenas sobre o recebimento da mensagem. Tinha sido dado o pontapé para a rede que iria revolucionar a comunicação mundial. Como o temido ataque da União Soviética não aconteceu, o sistema criado passou a ser cada vez mais utilizado pelo ambiente acadêmico, com a ampliação do número de conexões entre as universidades e do número de pesquisadores que compartilhava suas experiências, gerando maior tráfego de dados.

O primeiro e-mail é atribuído ao pesquisador norte-americano Ray Tomlinson, em 1971. Três anos mais tarde, a palavra internet era empregada pela primeira vez pelo cientista Vinton Cerf, ao se referir ao TCP, protocolo de transmissão que seria utilizado pela rede. Por muitos anos essa ferramenta permaneceu restrita ao uso militar e acadêmico.

Um grande passo para a popularização da rede mundial de computadores foi dado no final de 1989, quando o físico Tim Berners-Lee criou a World Wide Web, que utilizava o conceito de hipertexto (palavras sublinhadas que, ao serem clicadas, abrem janelas de informação), quebrando o padrão linear do texto impresso e abrindo as portas para uma das características mais interessantes da Web: a capacidade de complementar a informação que surge na tela com recursos como textos auxiliares, áudio ou vídeo.

A facilidade de navegação ganhou corpo em 1993, quando Marc Andeerssen lançou o browser Mosaic (pro-

grama que interpreta a linguagem e permite a visualização dos textos e das imagens), superado em 1995 pelo Netscape Navigator. Também desenvolvido por Andeerssen, o Netscape rapidamente passou a ser o mais utilizado pelos internautas, até perder o posto alguns anos depois para o Internet Explorer, da Microsoft.

A rede já contava com milhares de páginas e encontrar informações tornou-se um desafio para os internautas. Para resolver esse problema, surgem as ferramentas de busca, que permitem ao usuário localizar páginas relacionadas ao tema desejado. De olho nessa questão, em 1994, David Filo e Jerry Yang criam o site Yahoo!, um dos primeiros sucessos da rede, que permite rastrear e agrupar assuntos de interesse do usuário.

A internet comercial ganhou força nos Estados Unidos na década de 1990, com a popularização dos primeiros provedores de acesso (empresas que oferecem a infraestrutura para conexão dos usuários à internet), como AOL e CompuServe. No Brasil, a Web deu seus primeiros passos em 1988, através da Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo), que identificou a necessidade de estudantes que haviam realizado doutorado nos Estados Unidos de manterem contato com especialistas estrangeiros através da rede de computadores.

A exploração comercial da rede no Brasil, no entanto, começou em 1994. Naquela época, antes mesmo do fim do monopólio das telecomunicações, decidiu-se que o provimento de acesso à internet seria uma tarefa da iniciativa privada. Surgiram, então, os provedores nacionais. Atualmente são mais de mil, entre UOL, AOL, Globo.com e Terra, que oferecem serviços pagos, além dos provedores gratuitos, caso de iG, iTelefônica e iBest.

---

## ► A bolha

NO FINAL DOS ANOS 90, A INTERNET viveu um momento de euforia sem igual, inclusive no Brasil. Era o auge das empresas conhecidas como pontocom (palavra gerada pela terminação dos sites). Com valores de ações astronômicos, as empresas de Web motivaram o que ficou conhecido como a Nova Economia, termo que reunia companhias e produtos ligados ao mundo online. As empresas tradicionais, de “tijolo e concreto”, foram rotuladas como Velha Economia – o que dava uma idéia de negócio fora de moda.

O otimismo com a internet era tão grande que mesmo empresas que davam prejuízo tinham valores de ações extremamente altos. Elas valiam pelo seu potencial, não pelo que geravam. O “quente” era ter uma boa idéia (nem sempre tão boa assim), receber aportes de capital de investidores e ver as ações da empresa subirem como um foguete. Lucro? Ah, isso ficava para depois – pelo menos era a promessa.

Com um modelo de negócio baseado apenas em expectativas, começou a surgir quem questionasse o verdadeiro potencial e solidez das pontocom. No final de 1999, a valorização espetacular das empresas de tecnologia na Bovespa já intrigava os analistas. As estrelas brasileiras do setor chegavam a apresentar valorização de 300% em um mês, motivadas pela esperança de que se repetisse no Brasil o que aconteceu nos Estados Unidos.

No mercado norte-americano, os papéis de gigantes como America Online, Amazon e Yahoo! levaram a Nasdaq (pregão que reúne as ações das empresas de tecnologia) a atingir alta de 80% no ano – contra apenas 22% da Dow Jones, índice que congrega as chamadas na época empresas da Velha Economia. Muitos, porém, já vislumbravam o que ficou conhecido como o estouro da “bolha da inter-

net” (termo motivado pelo fato de a Nova Economia crescer sem sustentação).

O ano 2000 chegou e com ele os sinais do fim da época das vacas gordas para as empresas de internet. O valor de mercado das grandes empresas da Nova Economia, quando comparado com o do início do ano, mostrava perdas impressionantes. Algumas chegaram a perder mais de 90% de seu valor, com prejuízos calculados em mais de um trilhão de dólares. Em um determinado momento, ficou claro que os preços das ações estavam inflados artificialmente. E quando essa percepção ficou clara, foi como um castelo de cartas. Não que esses negócios não tivessem valor. Mas estavam incrivelmente inchados. O dinheiro fácil desapareceu e quem vivia apenas da perspectiva de lucro futuro teve que repensar seu modelo de negócio, cortar custos e investir em produtividade.

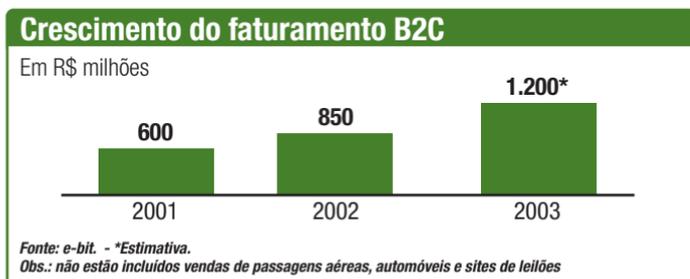
Logicamente, muitas companhias não foram capazes de fazer isso. E com a mesma rapidez com que surgiram, desapareceram, assim como os empregos de altos salários que haviam criado. O tamanho da crise que se seguiu estava estampado nos números da até então badalada Nasdaq, que em 2000 já apresentava o pior resultado até o momento. Depois de superar a casa dos 5 mil pontos em março daquele ano, ela fechou 2000 com menos da metade. No ano anterior, apresentou crescimento de mais de 80%. O que se viu nos meses seguintes foi uma enxurrada de empresas fechando as portas e desemprego. Porém, negócios bem estruturados e com idéias realmente viáveis mostraram fôlego para superar o período de crise.

Da mesma forma que virou moda, termos como internet e pontocom passaram a ser associados à crise e à demissão. Tanto que muitas empresas trocaram de nome e de aborda-

gem. O que era chique passou a ser rejeitado. A Nova Economia perdeu seu glamour e as empresas tradicionais mostraram que estavam sendo erroneamente desprezadas.

## ► A recuperação

E ISSO QUER DIZER QUE A INTERNET é um mau negócio? Essa idéia surgiu logo depois do estouro da bolha, mas foi sendo afastada com o passar do tempo. O que ficou claro de toda essa experiência é que a rede mundial de computadores realmente tem um potencial de negócio extraordinário, mas que estava sendo mal explorado, com empresas utilizando um modelo de negócio sem sustentação. As boas e sólidas idéias sobreviveram e continuam gerando ótimos negócios, como mostram os números produzidos pelo comércio eletrônico em todo o mundo. Ficou claro que internet não é moda ou aventura, mas uma forma eficiente e barata de chegar ao seu consumidor.



Prova disso é que o chamado e-commerce ou comércio eletrônico (transações realizadas através da internet) vem crescendo no Brasil e no mundo. Em agosto de 2003, por exemplo, ele bateu mais um recorde no Brasil. O tíquete médio, que é o valor médio gasto por consumidor em uma compra, ultrapassou os R\$ 300 pela primeira vez, atingindo

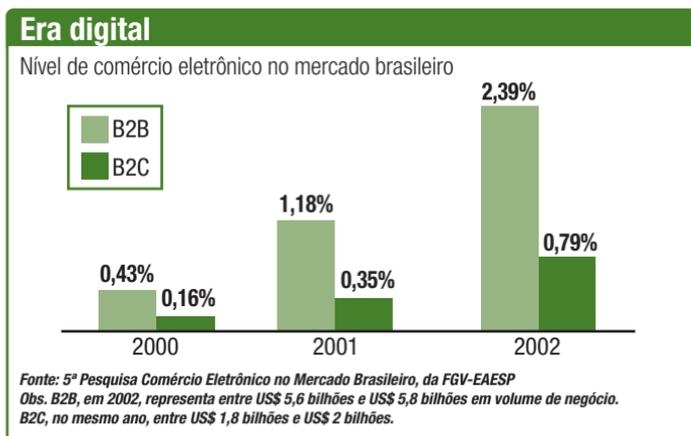
R\$ 302, de acordo com pesquisa realizada pela empresa e-bit, crescimento de 24,2% em relação a agosto de 2002.

A expectativa inicial da e-bit era de que o comércio eletrônico brasileiro atingisse esse valor apenas em dezembro de 2003, em razão do aquecimento das vendas pelo período natalino. As vendas totais também atingiram o maior valor do ano, chegando a R\$ 99 milhões, contra R\$ 84,9 milhões do mesmo período do ano passado, o que representa um crescimento de 17%; sendo que nesse total não estão inclusos os sites de leilão, vendas de passagens aéreas e de automóveis.

Segundo dados da Fundação Getúlio Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo (FGV-EAESP), o comércio eletrônico entre empresas (B2B) e para consumidores finais (B2C) cresceu pelo menos 105% em 2002. De acordo com os dados da pesquisa, as transações B2B representaram 2,39%, algo entre US\$ 5,6 e 5,8 bilhões, contra US\$ 2,6 e 2,8 bilhões em 2001. Os negócios online de empresas com consumidores finais atingiram 0,79%, o que significa valores entre US\$ 1,8 e 2,8 bilhões, em 2002.

Somados os valores apresentados, o comércio eletrônico brasileiro atingiu a cifra entre US\$ 7,4 bilhões e US\$ 7,8 bilhões. O dado considera os valores mínimos e máximos estimados pela Fundação Getúlio Vargas. A metodologia da pesquisa considera apenas transações realizadas na internet, deixando de fora pedidos online, mas cujo pagamento acontece fora desse ambiente. Se a economia brasileira continuar estagnada, segundo a FGV, este índice ficará num patamar entre duplicar e triplicar. Se o crescimento econômico for retomado, os negócios B2B triplicarão. Outra pesquisa, da Federação Brasileira dos Bancos

(Febraban), mostra que as transações por internet banking cresceram 177% em 2002, representando 11,7% do total transacionado.



## O futuro

OS NEGÓCIOS NA INTERNET DEVEM continuar a crescer, alavancados por novas tecnologias, como a banda larga (acesso a Web por conexão de alta velocidade) e o chamado m-commerce (comércio eletrônico através de dispositivos móveis, como telefones celulares). As conexões com maior velocidade agilizam o acesso à rede e permitem que o internauta utilize novos recursos. Com isso, ele chega a passar o dobro do tempo conectado. O número mundial de usuários de banda larga cresceu 72% em 2002, se comparado ao ano anterior. Segundo a International Telecommunication Union (ITU), 62 milhões de pessoas utilizaram os serviços de alta velocidade, com os usuários domésticos sendo os principais responsáveis pelo crescimento do mercado de banda larga. Entre os fatores que impulsionam a

adesão à alta velocidade estão a queda de preço na oferta dos serviços e o crescente interesse por troca e compartilhamento de arquivos.

Melhores conexões também estão presentes em dispositivos como celulares e handhelds. Novas tecnologias para o acesso e troca de arquivos via internet já são amplamente implementadas em países da Ásia e da Europa – e começam a chegar ao Brasil. Com celulares cada vez mais poderosos, o m-commerce deve ganhar fôlego nos próximos anos.

É o que mostra um estudo realizado pelo instituto de pesquisa Frost & Sullivan. De acordo com a pesquisa, o comércio eletrônico via dispositivos móveis crescerá de tal forma que se tornará um mercado da ordem de US\$ 25 bilhões em 2006. Com isso, essa modalidade de venda poderá ser responsável por 15% de todo o comércio eletrônico mundial. A internet não pára de expandir os seus tentáculos. E nada melhor que tê-la ao seu lado para enfrentar o mundo dos negócios.



**QUEM AINDA NÃO CONHECE A INFRA-ESTRUTURA** utiliza-  
da e ouve falar das maravilhas proporcionadas pela internet  
deve imaginar que é complicado ou mesmo caro entrar nes-  
se mundo. Pois saiba que ter o nome da sua empresa na re-  
de mundial de computadores ou utilizar a Web como ferra-  
menta de trabalho são tarefas cada vez mais simples – pela  
evolução dos programas (que permitem mesmo aos inician-  
tes realizar as etapas necessárias para conexão ou mesmo  
criação de um site) – e barata, já que os preços dos equipa-  
mentos também não param de cair.

Para desfrutar da rede mundial de computadores, são necessários, a princípio, quatro elementos:

- 1) Hardware
- 2) Software
- 3) Linha telefônica
- 4) Provedor de acesso à internet

## ► Hardware

PARA QUEM DÁ OS PRIMEIROS PASSOS NA WEB, basta um computador com modem e linha telefônica para que conexão esteja completa. Se você ainda não informatizou sua companhia, saiba que, com a competição acirrada entre os fornecedores, atualmente é possível encontrar PCs de ótima qualidade, produzidos por fabricantes com tradição no mercado (o que representa qualidade e garantia de suporte, entre outros fatores).

Quanto à configuração recomendada, o ideal é que o equipamento utilize processadores com recursos otimiz-

Guia de  
**Tecnologia**  
RECOMENDA

Com preço acessível e configuração ideal para quem pretende conectar seu

equipamento à internet, o HP Compaq Business Desktop D325 é o computador indicado para pequenas

empresas. Traz processador AMD Athlon XP 2600+, sistema operacional Windows XP Professional, 128 MB de memória RAM, disco rígido de 40 GB, placa de rede 10/100, 6 portas USB, drive de CD-ROM 48x, mouse, teclado

e duas saídas de vídeo, que permitem a conexão de dois monitores simultaneamente.



dos para internet, como o Intel Pentium 4 e o AMD Athlon XP, tenha pelo menos 128 MB de memória, disco rígido de pelo menos 40 GB, modem de 56 K (no caso de uso em rede, com link à internet compartilhado, pode ser substituído por placa de rede 10/100). Quem preferir utilizar acesso de alta velocidade, também conhecido como banda larga, terá que incluir um modem especial para o processo, que pode ser alugado ou mesmo adquirido junto ao provedor de acesso.

Além dos desktops, os computadores portáteis também tiram proveito das facilidades oferecidas pela rede mundial de computadores e são ferramentas importantes

Guia de  
**Tecnologia**  
RECOMENDA

Na área de soluções de mobilidade, a HP conta com uma ampla linha de produtos que permitem à pequena empresa explorar todo o potencial da internet. Entre os notebooks, os produtos mais indicados para esse setor são os equipamentos HP Compaq Notebook nx9005 e nx9010. O primeiro deles utiliza processadores Athlon XP 2400+ e 2200+, disco rígido de 30 ou 40 GB e tela TFT de 14 ou 15 polegadas. Já o modelo nx9010 inclui processadores Pentium 4 (2.80 GHz ou 2.66 GHz) ou Celeron (2.60 GHz ou 2.40 GHz), disco rígido de 30 GB, 40 GB ou 60 GB e tela de 15 polegadas. Ambos trazem 256 ou 512 MB de memória, unidade de disquete, drive de CD, DVD ou DVD/CD-RW, modem PCI 56K, placa NIC 10/100 integrada e sistema operacional Windows XP Professional.



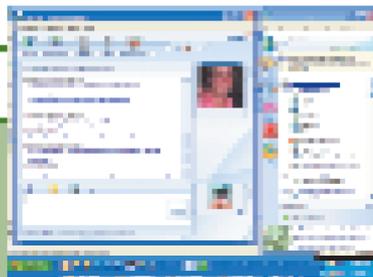
para redução de custos e ganho de produtividade nas empresas. É cada vez mais comum o uso de notebooks e até mesmo handhelds (micros de mão) para funções como automação de força de venda, pesquisa de rua ou mesmo o uso por seguradoras, com conexão à internet – em tempo real ou em um horário específico – para o envio de dados para suas empresas, seja via modem ou com o uso de novas tecnologias para conexão sem fio. Apesar de custos mais altos em relação aos computadores de mesa, eles compensam o investimento ao proporcionar mobilidade, essencial para determinadas atividades.

## ► Software

O TERMO SOFTWARE IDENTIFICA OS PROGRAMAS que são utilizados pelo computador para realizar tarefas. O principal deles é o sistema operacional – que tem o Microsoft Windows como o produto mais utilizado em PCs em todo o mundo –, responsável pelo controle do equipamento. Sem ele, o micro simplesmente não funciona. Para navegar (visualizar sites) na Web, também é necessário um programa específico, conhecido como browser ou navegador. No momento, o mais utilizado é o Internet Explorer, produto que acompanha o sistema operacional Windows. Com esse programa, após realizar a conexão à internet, o usuário pode ler textos, ter acesso a vídeos e fotos, ou mesmo escutar arquivos de áudio disponíveis em sites, por exemplo.

Soluções como o Office Small Business Edition 2003, pacote de aplicativos da Microsoft, incluem vários recursos para maximizar o uso da internet pelas pequenas empresas. A nova versão do Office permite, por exemplo, que documentos produzidos por programas como o processador de textos Word ou a planilha Excel sejam salvos em HTML

que acompanha o sistema operacional Windows XP, é uma ferramenta para comunicação em tempo real, que permite ao pequeno empresário estar em contato com parceiros de negócios ou mesmo clientes de forma rápida e barata. Os usuários conversam via texto, áudio e até vídeo, com o uso de uma Webcam (câmera utilizada para envio de fotos ou imagens via internet). Assim é possível, por exemplo, estar em Salvador e conversar com um fornecedor em São Paulo pelo computador sem os custos de um interurbano, já que a transmissão é feita pela Web. A Microsoft também conta com o MSN Messenger, que é 100% compatível com o Windows Messenger. E está disponível para download no site MSN ([www.msn.com.br](http://www.msn.com.br)).



(formato padrão das páginas de sites) e publicados na rede mundial de computadores facilmente.

O novo Office também incorpora o conceito de Office Marketplace (Office Online), que oferece uma série de fontes de informação gratuita para as companhias dentro do próprio aplicativo, como a possibilidade de traduzir e-mails do inglês para o português ou consultar informações sobre um CPF direto do Word, entre outros serviços. O aplicativo Publisher, além de ferramentas para criação de projetos e preparação de trabalhos, permite ao pequeno empresário elaborar em poucos minutos sites ou mesmo newsletters (boletins com informações sobre produtos ou serviços da empresa enviados por e-mail).

## ► Provedor de acesso à internet

TRATA-SE DA EMPRESA QUE CONECTARÁ seu equipamento à rede mundial de computadores. Há no Brasil diversas opções de provedores, divididos em dois grupos: pagos e grátis. E como escolher um? A primeira questão é encontrar um prestador de serviço no mesmo município da sua empresa, para gastar menos com ligações telefônicas realizadas pelo computador. Se você está em uma cidade que não conta com um provedor, precisará fazer uma ligação interurbana, o que aumentará os custos.

Entre os pontos que devem ser avaliados na escolha do provedor está o número de linhas telefônicas que oferece e quantos usuários possui. Apesar de muitas empresas alardearem números cada vez maiores de usuários, esse ponto pode ser, na verdade, uma desvantagem, caso o crescimento de assinantes do serviço não seja acompanhado pela ampliação da estrutura do provedor. Se a proporção de assinantes versus linha é muito alta, a chance de você ter dificuldades para se conectar à Web é grande. Vale checar também a velocidade dos canais de comunicação do provedor com a Web, os chamados links. Quanto maior, melhor será o acesso.

É preciso comparar itens, como se há limitação de horas de uso, espaço que oferecem para armazenar arquivos e número de contas de e-mail, antes de escolher o melhor plano de conexão. É fundamental também avaliar a idoneidade do provedor, pois ele pode favorecer a ocorrência de fraudes na internet, seja redirecionando o site que você clicou para um endereço falso, seja favorecendo a captura de seus dados.

Mas, se eu posso utilizar um provedor gratuito, por que vou gastar com um pago? Nesse ponto, a questão vai além do pagamento de alguns reais por mês. Em primeiro lugar, o grátis alardeado pelos prestadores desse serviço se resume

---

ao acesso à internet, enquanto os custos da ligação telefônica continuam a ser cobrados – quanto mais tempo conectado, mais alta será a conta. Por isso que esses provedores têm ligações com operadoras de telecomunicações, principais interessadas no uso cada vez maior de sua estrutura.

Os provedores pagos que utilizam a chamada banda estreita (conexão de baixa velocidade via linha telefônica) também geram esse custo. Só que nesse ponto a questão é avaliar o tempo que sua empresa passará conectada à rede, pois, feitas as contas, um acesso de baixa velocidade gratuito pode sair mais caro que a mensalidade de banda larga, como veremos mais adiante. Outro aspecto a considerar é o risco para a companhia gerado pelo uso de um serviço grátis, devido a limitações com velocidade de acesso e suporte técnico.

### Acesso discado ou de alta velocidade?

Como citado anteriormente, quando o tema é conexão à internet, o velho ditado “o barato pode sair caro” tem muito fundamento. Analise o tempo que pretende estar conectado à rede para escolher o melhor tipo de acesso. Se a idéia, pelo menos por enquanto, é apenas checar alguns e-mails e ver um ou outro site por dia, uma conexão discada (de até 56K) dá conta do recado e não pesa tanto no bolso.

Agora, se pretende levar o uso da internet realmente a sério, com sua empresa conectada várias horas ao dia ou transferência de arquivos de maior porte, por exemplo, não há dúvida: escolha a banda larga. Além de oferecer maior velocidade para conexão à internet, o que significa menos tempo para abrir uma página ou fazer o download (processo de baixar arquivos), gerando ganho de produtividade, ela sairá mais barata que um

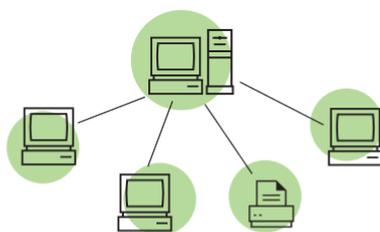
acesso “grátis”, por conta das despesas telefônicas. Para completar, não ocupa uma linha de telefone e permite estar conectada 24 horas.

Há vários prestadores que dispõem desse tipo de serviço no país, com tecnologias distintas, como o Ajato (TVA), Easyband (StarOne), Speedy (da Telefônica), Giro (Vésper), Velox (Telemar) e Virtua (Net). Antes de qualquer coisa, é necessário verificar qual serviço está disponível na sua região e estar atento a limitações estabelecidas por alguns provedores para o volume de download. O modelo de assinatura desses serviços está mudando. Antes, os usuários pagavam uma assinatura e podiam baixar a quantidade de arquivos que quisessem pela internet. Agora, os novos contratos estão estabelecendo volumes de bits que podem ser trafegados pela internet. Em resumo: é preciso saber antes de assinar o contrato quanto isso representará no seu uso mensal, para não ser surpreendido com taxas extras. Em alguns casos, o limite é de apenas 1 GB, o que é muito pouco para quem utiliza esse recurso com frequência. Também é preciso estar atento a outras despesas, como taxa de instalação (que em alguns casos não é cobrada), aluguel ou compra do modem e a necessidade de assinatura de um segundo provedor.

Por mais estranho que pareça, por conta da lei, operadoras não podem trabalhar também como provedores de conteúdo. Na prática, acontece o seguinte: o usuário do Speedy, que é da Telefônica, por exemplo, precisa pagar também uma taxa ao UOL, Terra, ou outros provedores. Porém, isso não acontece com serviços oferecidos por empresas como operadoras de TV a cabo. Some todos os custos e avalie cuidadosamente os serviços oferecidos antes de tomar uma decisão.

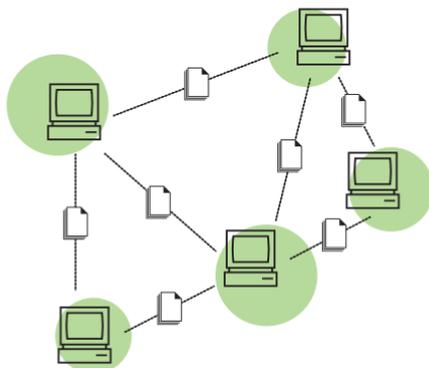
## Rede

Escolhida a conexão, vale a pena compartilhá-la, assim vários funcionários poderão utilizar o mesmo link de internet e aproveitar os recursos que a rede oferece. Nesse caso, se ainda não há uma rede (dois ou mais computadores interligados), será necessário estruturá-la. Saiba que ela é vital para a informatização de sua companhia, seja ela grande ou pequena, pois permite que vários setores tenham acesso rápido a informações e equipamentos, como impressoras, agilizando os processos e reduzindo custos.



**MODELO  
CLIENTE/SERVIDOR**

**MODELO P2P**



Quanto ao limite do número de computadores conectados, ele é determinado pelo tipo de tecnologia utilizada. Basicamente, há dois tipos de redes de computadores: cliente-servidor (client-server) e ponto-a-ponto (peer-to-peer). Na

primeira delas, um equipamento (servidor) ou um grupo deles funciona como o cérebro da rede, centralizando os serviços que são oferecidos aos computadores conectados diretamente a ele (conhecidos como clientes). Esses equipamentos podem ter redundâncias ou até mesmo outros equipamentos iguais, para garantir a disponibilidade dos serviços de rede, caso o primeiro apresente uma falha. O cardápio de serviços prestados por esse equipamento (servidor) disponível pode incluir acesso à Web, programas, disco de armazenamento ou impressoras, entre outros. Trata-se de uma estrutura que oferece melhor performance e gerenciamento. Outro fato que colabora para a adoção desse modelo é que os servidores estão mais acessíveis, podem começar pequenos (1 processador) e crescer de acordo com o crescimento e as necessidades da sua empresa (64 processadores).

Guia de  
**Tecnologia**  
RECOMENDA

Indicado para empresas com redes de até 50 computadores, o servidor HP TC2120 é

ideal para companhias que pretendem realizar seu primeiro investimento em infra-estrutura de rede e estar conectadas à Web. Sua configuração traz processador Intel Pentium 4 de 2,66 GHz, 256 MB de memória (expansível até 4 GB) e 40 GB de disco rígido. Ótima opção para compartilhamento de acesso em alta velocidade à internet e para operar como servidor de e-mails ou arquivos e de impressão, entre outras funções.



---

A idéia de colocar um PC qualquer – geralmente uma máquina que estava encostada na empresa – para fazer essa função não faz mais sentido, já que é possível encontrar equipamentos específicos, com recursos para garantir a continuidade da operação, performance superior e oferecer alta capacidade de atualização (também conhecida como escalabilidade) de fornecedores conceituados, por cerca de R\$ 2 mil.

Em redes ponto-a-ponto, não há a figura do computador central. Todos os PCs compartilham os recursos entre si. Com isso, torna-se mais difícil o gerenciamento, pois não há uma administração. Para completar, a expansão da rede fica comprometida, já que a ampliação pode gerar um tráfego de dados acima de sua capacidade, comprometendo a velocidade. Pode ser uma opção para redes pequenas, com até 10 computadores.

Para qualquer uma delas, um componente básico para a conexão de vários computadores é a placa de rede. Atualmente, a maioria dos computadores já chega aos clientes com esse dispositivo. Vale verificar na hora da compra, pois ela é de grande importância. Trata-se de um dispositivo com conectores que converte os dados e viabiliza as conexões. Conforme o tamanho da rede vai se tornando maior, é necessário acrescentar outros equipamentos, responsáveis por funções como direcionar e acelerar o tráfego dos dados, entre eles hubs, switches e roteadores.

Outra decisão importante para a ampliação no futuro da rede está relacionada à infra-estrutura que será utilizada. Redes sem fio já são uma alternativa atraente para pequenas empresas, alavancadas pela adoção crescente de tecnologias como Wi-Fi e Bluetooth. A rede sem fio segue os mesmos princípios das conexões tradicionais, mas com o uso de antena de comunicação para a conexão entre os equipamentos.

Suas vantagens são a facilidade de instalação, já que dispensa ações como quebrar paredes ou instalar dutos para a colocação de cabos, e a mobilidade – os dispositivos podem ser utilizados em vários locais. Basta pegar o seu notebook ou handheld e mudar de lugar na área que possui a tecnologia disponível para poder, por exemplo, se conectar à internet.

Para dar maior segurança a uma rede Wi-Fi – uma das preocupações de quem pensa em aderir à iniciativa – vale adotar procedimentos como a instalação de um firewall e ativação do protocolo WEP (Wired Equivalent Privacy). E o custo? Estar livre de cabos ainda sai entre 20% e 40% mais caro que uma rede cabeada, mas os preços dos equipamentos estão em ritmo de queda, isso sem falar que a praticidade na instalação pode compensar o investimento. Mais importante ainda: se sua empresa precisa de mobilidade no acesso às bases corporativas de dados, não pense duas vezes, pois esse tipo de rede, apesar dos custos, é a melhor solução.

## ► Mobilidade

QUANDO OS PRIMEIROS NOTEBOOKS surgiram, na década de 80, o conceito de mobilidade, com computadores leves e que poderiam se conectar de qualquer lugar, soava mais como roteiro para filmes de ficção científica. Não havia a internet para conectar os chamados portáteis, muito menos as tecnologias atuais que permitem a criação de redes sem fio. Com a evolução dos notebooks, que se tornaram mais leves, ganharam processadores mais rápidos e receberam recursos wireless, e o surgimento de dispositivos como os handhelds, micros de mão que cabem no bolso do usuário, a idéia de um executivo estar conectado à rede da empresa mesmo enquanto espera o próximo avião ganhou fôlego.

---

Para as companhias, manter seus funcionários conectados significa agilidade nos negócios, redução de custos e ganho de produtividade. E não é privilégio de grandes empresas. São cada vez mais comuns os exemplos de empresas de pequeno e médio porte que automatizaram sua força de vendas. Munidos de handhelds, como o HP iPAQ Pocket PC, vendedores que passavam horas ao telefone enviando informações sobre clientes agora enviam dados via internet, com enormes ganhos de produtividade. Nos restaurantes, o velho bloquinho de anotações cede lugar para equipamentos portáteis que enviam os pedidos direto para a cozinha. Nas seguradoras, funcionários realizam vistas munidos de câmeras digitais, para enviar depois as imagens pela internet através de seus notebooks.

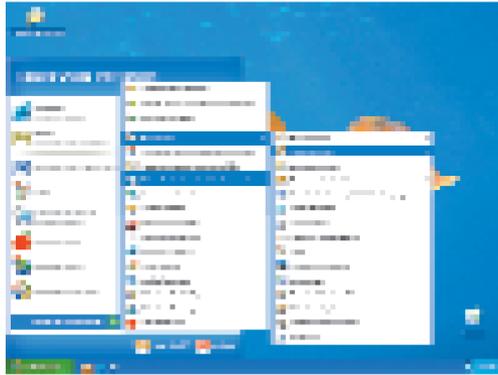
Além da evolução dos equipamentos, menores e mais poderosos, o surgimento e a popularização das tecnologias para criação de redes sem fio são decisivos para maturidade do conceito. As chamadas WLANs (sigla de Wireless Local Area Networks, que pode ser traduzida como redes locais sem fio) representam um filão em forte crescimento, impulsionadas pela praticidade gerada pelo fim do uso dos fios. Segundo dados do instituto de pesquisas IDC Brasil, em 2002 as vendas de equipamentos WLAN movimentaram mais de R\$ 23 milhões no Brasil, número que deve superar R\$ 60 milhões até 2007. Mundialmente, a IDC prevê que serão comercializadas cerca de 50 milhões de unidades de equipamentos para redes sem fio também em 2007 (contra 15 milhões de 2002), movimentando US\$ 3,5 bilhões, com crescimento anual em receita de 8,4%.

A sigla que lidera esse novo mundo é a Wi-Fi (Wireless Fidelity), tecnologia que reúne as especificações 802.11 e

que se espalha em alta velocidade pelo mundo com a oferta de hotspots (locais públicos como aeroportos, bares e hotéis e universidades que oferecem serviços para conexão sem fio). O processo é simples: basta ter um equipamento, como um notebook HP Compaq Business nx7000 equipado com cartão Wi-Fi, e ir até um hotspot para ter acesso à internet. Como a montagem de um hotspot é fácil e barata, eles não param de crescer. O site [www.WiFinder.com](http://www.WiFinder.com), que contabiliza os pontos disponíveis no mundo, apontava mais de 11 mil endereços registrados em todo o mundo no final de novembro de 2003, sendo 30 deles no Brasil. Segundo a IDC, no ano passado, 687 mil pessoas utilizaram esse tipo de serviço em todo o mundo.

Com as soluções de mobilidade é possível ter acesso à informação esteja onde estiver. Dá para conectar-se à rede da empresa do computador de casa, controlar o PC do escritório que fica em São Paulo estando em Maceió ou mesmo realizar um trabalho a quatro mãos na tela do computador, com os usuários há milhares de quilômetros de distância entre si. O sistema operacional Windows XP oferece recursos como a Área de Conexão Remota. Você está em viagem de negócios e precisa de uma apresentação que está em seu computador na matriz da empresa. Como resolver o problema? Se o equipamento em questão está ligado e conectado à internet, você pode utilizar seu notebook com Windows XP para conectá-lo. Para usar o recurso é preciso fazer o seguinte:

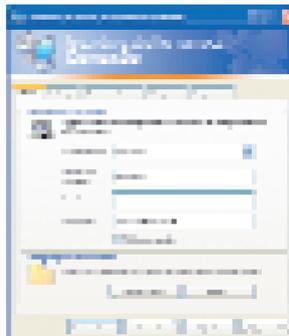
- 1) Clique em **Iniciar**
- 2) Selecione **Todos os Programas**
- 3) Clique em **Acessórios**
- 4) Depois abra **Comunicações**



### 5) Escolha Conexão de Área de Trabalho Remota



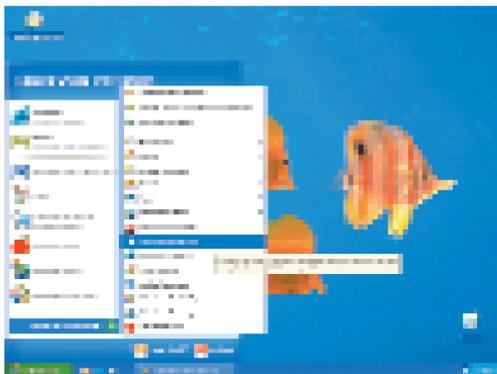
- 6) Em opções, configure o acesso determinando informações como o nome do computador, nome do usuário, senha e domínio.



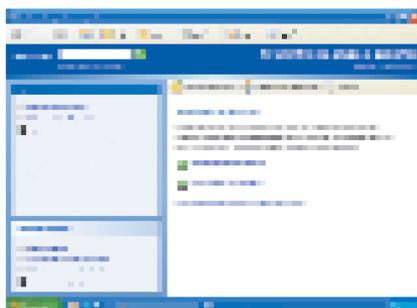
Estabelecida a conexão, é possível controlar a máquina, tendo acesso a arquivos e programas e realizar operações como imprimir documentos.

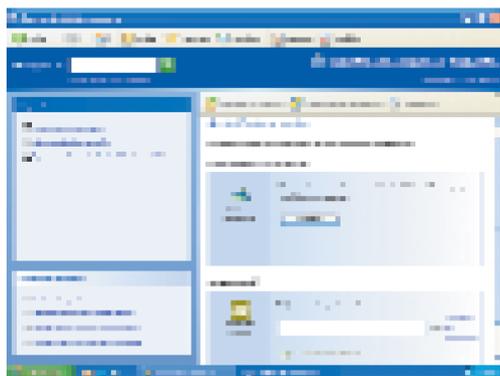
Outra função que oferece controle a distância é a Assistência Remota, que permite, por exemplo, que um amigo o auxilie a resolver problemas técnicos interferindo diretamente no seu equipamento via internet ou mesmo que você e um fornecedor trabalhem em um mesmo projeto compartilhando o arquivo em tempo real. O recurso também utiliza ferramentas como o Microsoft Outlook e o MSN Messenger para estabelecer a comunicação entre os usuários. Para ter acesso a essa função é preciso:

- 1) Selecionar **Iniciar**
- 2) Clicar em **Todos os Programas**
- 3) Abrir a opção **Assistência Remota**

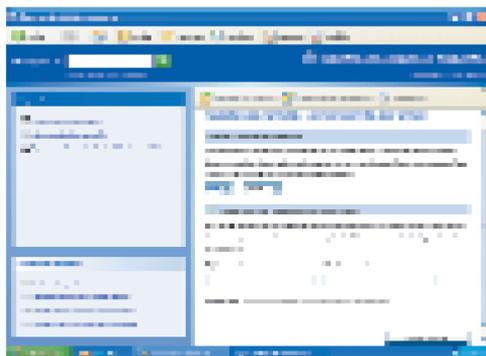
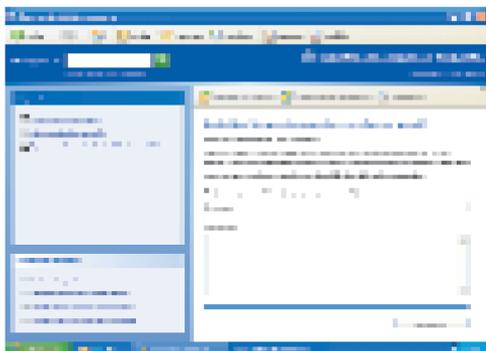


- 4) Serão exibidas as opções para convidar uma pessoa a participar do processo (Messenger ou e-mail)



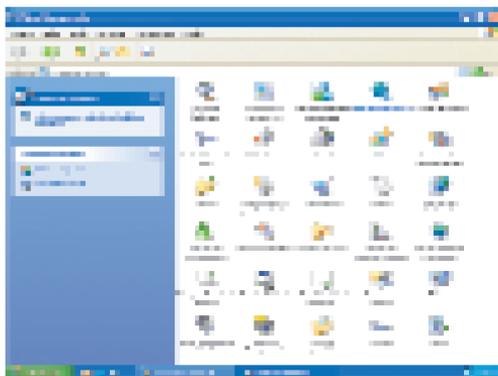


- 5) Estabelecida a conexão, o usuário convidado poderá trabalhar como se estivesse usando o teclado ou o mouse do seu computador.



Para completar, o Windows XP também oferece o recurso para fazer conexões de VPNs (redes privadas virtuais). Esse tipo de rede utiliza uma estrutura pública (no caso a internet) para criar uma rede particular, com maior segurança, graças ao uso de criptografia, e com redução de custos, relacionados a gerenciamento de hardware e ligações telefônicas. Com a tecnologia de VPN é possível conectar filiais de empresas e oferecer acesso remoto à rede da companhia. Para ter acesso a redes privadas virtuais no XP:

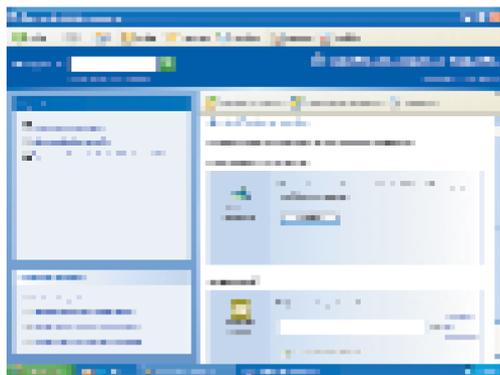
- 1) Clique em **Iniciar**
- 2) Selecione **Painel de Controle**



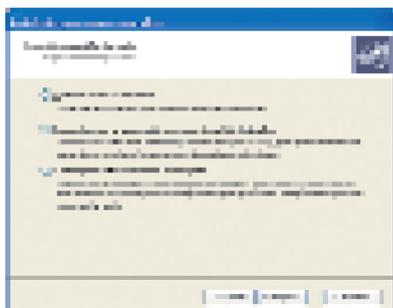
- 3) Abra o item **Conexões de Rede**



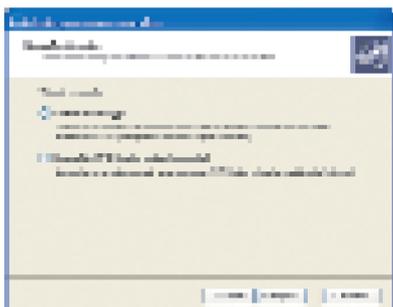
- 4) Em **Tarefas de Rede**, clique em **Criar uma nova conexão** e, em seguida, clique em **Avançar**



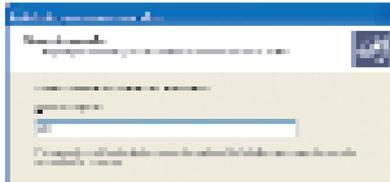
- 5) Clique em **Conexão com uma rede em meu local de trabalho** e, em seguida, clique em **Avançar**



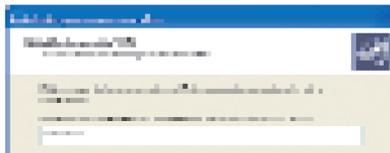
- 6) Selecione **Conexão VPN**, clique em **Avançar** e siga as instruções do assistente



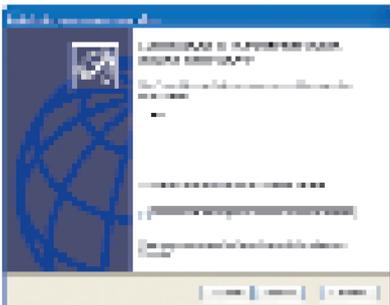
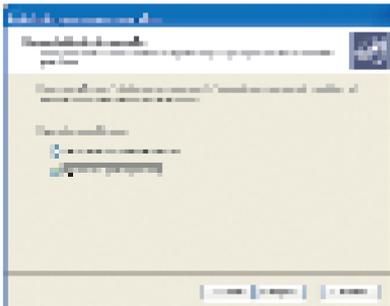
### 7) Especifique o nome da conexão



### 8) Digite o nome do servidor com o qual pretende se conectar



### 9) Analise para quem esta conexão estará disponível. E finalize a operação



Guia de  
**Tecnologia**  
RECOMENDA

A HP possui dois modelos de computadores de mão indicados para pequenas empresas: os modelos HP iPAQ Pocket PC: h1930 e h2210. A versão h1930, que pesa apenas 120 gramas, apresenta processador Samsung de 206 MHz, sistema operacional Microsoft Windows Mobile 2003 em português, 64 MB de memória SDRAM, bateria recarregável com autonomia de 8 horas e portas de infravermelho, sincronização e conexão de áudio, entre outros recursos. Já o modelo h2210 permite comunicação sem fio com tecnologia Bluetooth, apresenta processador Intel XScale de 400 MHz, sistema operacional Microsoft Windows Mobile 2003, 64 MB de memória SDRAM, bateria recarregável com autonomia de 12 horas e suporte para cartões SD, SDIO, MMC e Compat Flash tipo I e II.



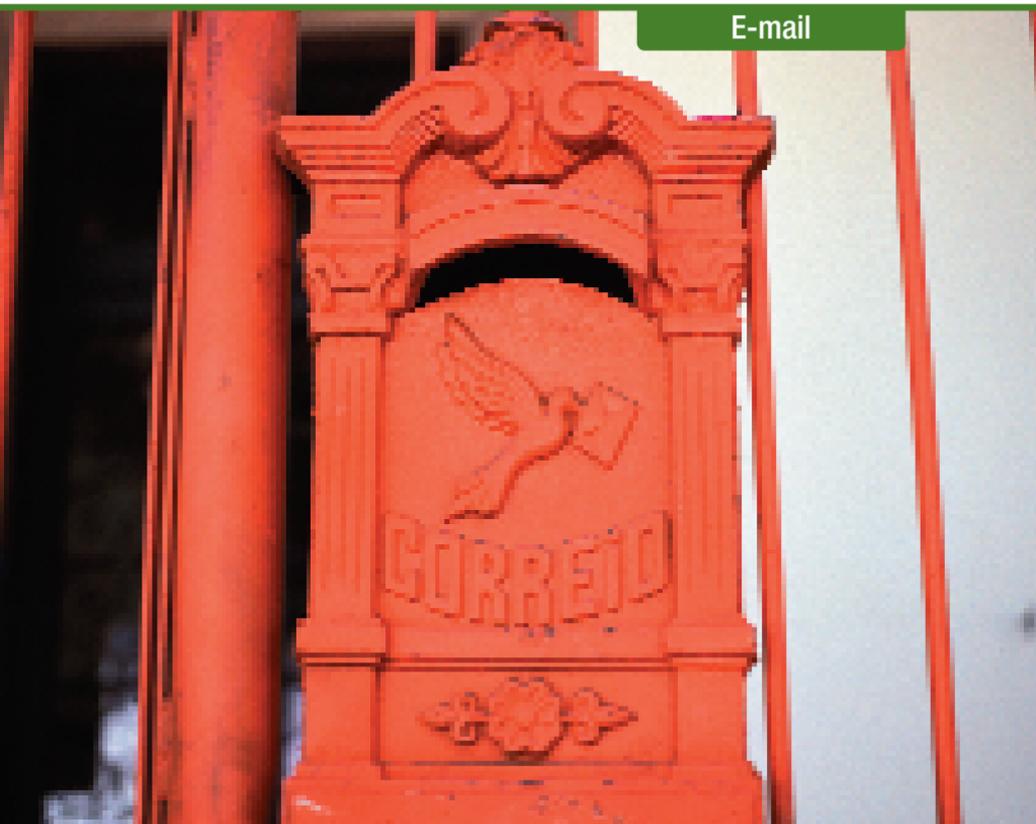
## AMYR KLINK

**O navegador Amyr Klink** e cinco tripulantes partiram para uma viagem de circunavegação polar acompanhados da mais alta tecnologia de mobilidade. Com o apoio da HP, o Paratii 2 foi equipado com os mais avançados dispositivos que permitem acesso sem fio a voz e dados entre os equipamentos em toda a embarcação, bem como contato via internet e telefonia IP com o resto do mundo.

A HP montou uma completa infra-estrutura de mobilidade, tanto no barco quanto no escritório de Amyr Klink em São Paulo (SP), formada integralmente por equipamentos com conexão wireless. No Paratii 2, há três notebooks HP Compaq NX7000, três handhelds HP iPAQ Pocket PCs H5550, um multifuncional HP psc2210, um servidor de impressão wireless 802.11b HP jetdirect 380x, uma câmera digital HP Photosmart 935, um DVD regravável e três câmeras digitais Wi-Fi de monitoramento, além de switches, access points, roteadores e antenas Cisco.

Essa estrutura garante acesso wireless integral a dados, imagens e voz a partir dos notebooks e handhelds, além de facilidade de comunicação entre a terra e o Paratii 2. É possível, por exemplo, fazer comunicação de voz entre os equipamentos, utilizar simultaneamente voz e dados e acessar a internet via satélite ou quando próximos de qualquer provedor com ou sem fio – usando, inclusive, telefonia IP. As câmeras digitais de monitoramento permitem, por exemplo, que a tripulação verifique a casa de máquinas do convés.

No escritório, em São Paulo, há um desktop d330, um multifuncional HP Officejet 6110 e um servidor de impressão HP Jetdirect, além de um access point. No local também foi montada uma rede sem fio, interligada com a rede atual.



**O PROGRAMA DE CORREIO ELETRÔNICO** é, de longe, o mais popular na rede mundial de computadores. Uma pesquisa da Forrester Research mostra que mais de 89% das pessoas que se ligam à internet usam o e-mail. Essa alta frequência deve se repetir também na sua empresa. Muitas pessoas que não costumam visitar sites com regularidade não podem prescindir do e-mail. Pois é através dele que faz seus contatos comerciais, profissionais ou pessoais.

O e-mail pode substituir, com largas vantagens, o aparelho de fax e a correspondência de papel, quando é o caso de enviar informações escritas, imagens, gráficos ou tabelas numéricas. Aproveite todos os recursos de comunicação para fechar negócios. Para isso, é necessário estar consciente de como usar cada ferramenta. Da mesma maneira como a secretária foi ensinada a atender ao telefone e passar recados de forma objetiva, os funcionários devem aprender como utilizar o correio eletrônico, alcançando eficiência no relacionamento com clientes, parceiros e fornecedores.

Antes de abrir contas para todo mundo na empresa, é recomendável seguir algumas orientações. Você e sua equipe vão extrair muito mais resultado do e-mail:

### 1) Defina uma política de comunicação digital

Não é preciso que todos os funcionários tenham uma conta de e-mail. Quem trabalha diretamente no chão de fábrica, por exemplo, dificilmente usará o correio eletrônico para melhorar o rendimento na empresa. Ao contrário, se passar a consultar suas mensagens durante o horário de trabalho, certamente a produtividade cairá. Por outro lado, pessoas de setores como marketing, comunicação, informática, pesquisa e vendas não conseguirão trabalhar nos dias de hoje sem esse recurso. Se forem devidamente instruídos em como usar essa ferramenta de maneira correta, aumentarão a produtividade.

### 2) Padronize o endereço

Discuta qual é a melhor maneira de escolher a formatação do endereço eletrônico de seus funcionários.

---

Muitas empresas escolhem o padrão **nome.sobrenome@nomedaempresa.com.br**.

A identificação do empregado é intuitiva, dando a possibilidade de pessoas adivinharem o endereço a partir do conhecimento do nome de batismo da pessoa. Outra possibilidade é escolher a inicial do primeiro nome e acrescentá-la ao sobrenome. Assim, o e-mail de José Silva seria `jsilva@nomedaempresa.com.br`. Essa é uma prática copiada dos países de língua inglesa, que valoriza o sobrenome em relação ao pré-nome. Também é possível usar formas como `josesilva@nomedaempresa.com.br` ou `joses@nomedaempresa.com.br`. Evite endereços do tipo `jose_silva@nomedaempresa.com.br`. Esse travessão usado na base das palavras (chamado na gíria de computação de *underscore*) atrapalha a comunicação do e-mail para outras pessoas, que, se digitarem o endereço incorretamente, fazem com que a mensagem não chegue para você.

### 3) Adote endereços departamentais

Algumas vezes não vale a pena criar um endereço para cada pessoa da empresa, mesmo que ela, por suas funções, receba dezenas de e-mails por dia. Alguém que trabalha no departamento de vendas pode realizar muito bem o serviço a partir de um endereço do tipo `comercial@empresa.com.br`. Essa tática poupa tempo, trabalho e dinheiro. Se o funcionário sair da empresa, não é necessário cancelar o e-mail dele no sistema, nem abrir outro endereço para quem vai substituí-lo. Um cuidado, no entanto, deve ser tomado: é preciso trocar a senha do e-mail para que o antigo funcionário não fique acessando as informações da empresa remotamente.

#### 4) Responsabilize o uso do e-mail

Uma conta de e-mail é uma grande responsabilidade para quem a recebe. Essa pessoa estará divulgando o nome da empresa cada vez que enviar ou responder a um e-mail. O endereço comercial deve, a princípio, só ser usado profissionalmente, assim como o telefone da empresa também tem essa finalidade. Alerta os funcionários sobre as conseqüências legais do uso do e-mail da empresa. Oriente-os para não usá-lo para assuntos particulares. Avise que não é interessante se inscrever em listas de discussões genéricas na internet, uma vez que o endereço pode ser capturado por listas de Spam.

### ▶ Produtividade

USADO DE MANEIRA CORRETA, o correio eletrônico pode facilitar inúmeras tarefas de comunicação na sua empresa, tornando o dia-a-dia mais produtivo. A internet e suas ferramentas não vieram para acabar com as tradicionais formas de interação da empresa, mas sim aumentar as possibilidades de fechamento de negócios, tornando o diálogo mais rápido e eficiente. Veja a seguir algumas situações em que o e-mail transforma o trabalho de sua equipe.

#### Quando a rapidez é fundamental

Uma mensagem de e-mail leva alguns segundos para chegar ao destinatário. Não dá, portanto, nem para comparar ao serviço postal, cuja entrega pelo serviço expresso é realizada com o prazo de dias. Na maioria dos casos, o correio eletrônico é superior ao fax, principalmente quando há envio de arquivos gráficos coloridos. Há, ainda, a vantagem de anexar vídeos e arquivos de som.

---

## Quando você precisa se comunicar com várias pessoas ao mesmo tempo

A possibilidade de fazer várias cópias de uma mesma mensagem é uma das grandes vantagens do correio eletrônico. Tente, por exemplo, dar o mesmo aviso para dez pessoas. Serão necessárias diversas chamadas e uma monótona repetição de assunto.

## Para o envio de informações complexas

Documentos longos e detalhados exigem a informação escrita. Por isso, é impossível passar seu conteúdo por telefone. Os detalhes de uma campanha de marketing, os vários pontos de um contrato comercial ou os pontos descritivos dos mapas de vendas de sua empresa são raramente entendidos em sua totalidade numa conversação telefônica. Mesmo um aparelho de fax não cumpre bem sua função, caso se queira enviar dezenas de páginas, principalmente se a informação for mais elaborada, desenhos, gráficos, tabelas e diagramas. Nesses casos, o e-mail é a ferramenta ideal para você enviar esses tipos de informações, com vantagens tanto para quem manda como para quem recebe.

## Para reduzir custos operacionais

A economia alcançada com a adoção do e-mail pode ser calculada na ponta do lápis. Compare quanto você economiza com Sedex, telefone interurbano e até motoboy. Praticamente todos os arquivos e documentos enviados por transporte físico podem ser mandados como anexo ao e-mail, com a vantagem de ser extremamente mais barato que ligações telefônicas.

Caso se comunique com grande frequência com clientes ou fornecedores, mesmo em regiões não muito distantes, comece a usar o e-mail e economize um bom dinheiro. Quando a comunicação é internacional, a redução de custos chega a pagar o investimento em poucos meses.

### Para expandir a base de clientes

O raio de ação de seu negócio pode aumentar bastante a partir do uso do e-mail. É possível atingir mercados nunca antes imaginados. Sua empresa fica conectada, a um custo irrisório, a outras cidades, regiões, países ou até continentes.

### Para operação de trabalho colaborativo

O correio eletrônico permite que várias pessoas possam trabalhar na elaboração de um documento, mesmo

## >>DICA

### **TRABALHE COM COLABORAÇÃO**

Um recurso interessante que pode ser usado para o trabalho colaborativo é dado pela integração entre o SharePoint e o Live Communications Server, um servidor de mensagens instantâneas com capacidade de gerenciamento e expansão que viabiliza a comunicação em tempo real entre empresas e pessoas.

Essas duas aplicações, ao trabalharem juntas, permitem que se veja na página principal quais são as pessoas que estão disponíveis no momento para trabalhar em conjunto. É possível visualizar as agendas dos participantes e descobrir quando será possível uma reunião virtual ou real.

que estejam longe umas das outras. Dentro da empresa, a ferramenta de e-mail ajuda a comunicar as coisas importantes para um determinado grupo de trabalho e mantê-lo sempre atualizado.

### Guia de **Tecnologia**

#### RECOMENDA

Uma maior produtividade é alcançada quando o programa de correio eletrônico

trabalha integrado às atividades da empresa. O Outlook 2003, presente no Office Small Business Edition, é uma ferramenta que traz essas características. Quando integrado com o Exchange Server 2003, consegue ir além de gerenciar os e-mails que chegam e vão. Ele pode organizar a agenda de toda a equipe, mandar avisos de tarefas e reuniões. Além disso, concentra todos os contatos de maneira fácil e organizada. A solução completa vem com o Windows Small Business Server 2003, produto elaborado pela Microsoft especialmente para as pequenas empresas.



## ► Operação

UM PROVEDOR DE ACESSO À INTERNET pode acrescentar vantagens a uma pequena empresa, pois permitirá um número de contas de e-mail que podem ser usadas pela equipe no dia-a-dia. As mensagens eletrônicas chegam em programas instalados nas máquinas de cada um dos empregados que enviam e recebem correspondência eletrônica.

Caso o número de e-mails seja muito grande, pode ser

interessante pensar numa estrutura interna para gerenciar as mensagens. Com o barateamento de linhas de alta velocidade, essa opção se tornou uma realidade para empresas de pequeno porte. Nesse caso, além de um servidor de e-mail, é preciso cuidar da segurança, para impedir ataques de vírus e hackers na internet.

### Ensine a equipe a usar o e-mail

E-mail não é uma carta eletrônica nem um telegrama digital. Por isso, é recomendável seguir algumas regras para obter uma maior eficiência no seu uso profissional. Aqui valem as condições para uma boa mensagem: clareza, concisão e precisão:

- 1) Identifique-se bem:** a identidade digital é imprescindível para quem vai abrir e ler sua mensagem. Muitas pessoas não abrem, por exemplo, e-mails de pessoas desconhecidas com receio de que venham contaminados por vírus. Essa identificação é enviada automaticamente na hora em que você configura a conta num programa de correio eletrônico como o Outlook. Ao colocar o “Nome para Exibição”, escreva seu nome completo, para evitar confusão com homônimos. No caso de um endereço departamental, é interessante colocar também o nome da sua empresa.
- 2) Seja conciso na linha do assunto:** ela é uma das primeiras a serem lidas em um e-mail. Se você for prolixo ou pouco claro nesse espaço, é bem possível que não consiga captar a atenção do leitor.
- 3) Faça mensagens curtas:** lembre-se sempre que as pessoas estão lendo sua mensagem numa tela de computador e dispõem cada vez menos de tempo. Algumas, inclusive, podem estar recebendo o e-mail em mecanis-

---

mos portáteis, onde as letras costumam ser bem menores que as de um desktop. O conselho para dar todo o recado é ir direto ao assunto, colocando todas as informações importantes nas primeiras linhas. Para não esquecer nada é interessante responder às perguntas básicas: O quê, quem, quando, onde, como e por quê.

- 4) **Não esqueça a etiqueta:** não faça do seu e-mail uma arma, pois a vítima pode ser você. É preciso manter a cordialidade mesmo nos momentos mais nervosos. Ofensas escritas geralmente levam muito mais tempo para serem perdoadas e podem ser copiadas para outras pessoas. A responsabilidade da palavra escrita deve ser levada a sério, pois pode ser usada em tribunais como provas em casos de calúnia, injúria e difamação.
- 5) **Mensagens com cópias:** só faça cópias para pessoas que realmente têm a ver com o assunto. Assuntos de pretensão interesse geral podem não ser bem recebidos por todas as pessoas, seja porque elas já estão informadas sobre o assunto ou porque julgam que não existe o mínimo interesse na mensagem.
- 6) **Hora, lugar e conteúdo com critério:** assim como alguns assuntos mais delicados não podem ser discutidos por telefone, o mesmo é válido para o e-mail. Mantenha o bom senso e evite falar de problemas de saúde, promoções, aumentos e vida particular na mensagem. Lembre-se sempre que ela pode ser lida por outras pessoas que podem usar a informação de maneira errada.
- 7) **Trocando mensagens codificadas:** é comum no trabalho em equipe trocar informações sigilosas com outros colegas, principalmente quando incluem planos estratégicos, investimentos, novos clientes, relações com o mercado etc. Nesse caso, é interessante que as duas pesso-

as codifiquem as mensagens trocadas, usando o que se chama de criptografia, para impedir que terceiros possam abri-la com finalidades diversas dos interlocutores.

## ► E-mail marketing

SE O E-MAIL FOR CONSIDERADO UMA MÍDIA, ele se transforma numa ferramenta valiosa para os negócios. É o que é conhecido como e-mail marketing, muito diferente do spam (que será tratado mais à frente neste capítulo). Hoje existem empresas especializadas em enviar material publicitário para pessoas que autorizam. Elas lidam com um conceito de marketing de permissão, que afirma que ninguém rejeita uma informação que lhe seja útil. Exemplo: alguém que deseja comprar uma lancha adoraria receber em sua caixa postal dados sobre um determinado fabricante desse bem, mas teria pouco interesse em anúncios de televisores.

É um desastre para a imagem empresarial usar listas de milhões de e-mails vendidas em CD pela internet ou fora dele. A idéia central no e-mail marketing (totalmente diferente do spam) é a de RELACIONAMENTO. A instituição que está enviando a mensagem está interessada não somente em desovar um estoque de ocasião, mas em ter o destinatário como cliente. Para isso, a primeira ação é respeitar o desejo de continuar inscrito na lista recebendo o material enviado por e-mail. Nesse caso, insistir no envio é o pior marketing que se pode fazer. Aquele que recebe uma mensagem não autorizada passa a ser um divulgador negativo da empresa.

A tecnologia disponível atualmente ajuda bastante os microempresários na função de criar campanhas personalizadas para seus clientes. O Publisher2003, por exemplo, permite a produção de materiais de marketing tanto para a

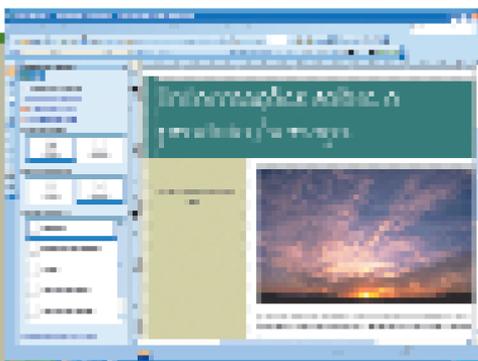
internet como de papelaria, como cartões, cartazes e folders, deixando tudo com a mesma identidade visual. No caso de campanhas de e-mail marketing, as pequenas empresas podem utilizar mais uma vez o Publisher2003 e as funcionalidades do Outlook 2003, software de mensagens eletrônicas da Microsoft. Basta ter um pouco de criatividade e organização.

## »»DICA

### **MALA DIRETA**

Para atender à demanda das pequenas empresas pela mala-direta, a Microsoft trabalhou na integração entre o gerenciador de e-mail Outlook 2003 e o

Publisher 2003. Por meio deles, um usuário sem muitos conhecimentos pode gerenciar o envio de um material promocional com facilidade. Modelos pré-configurados no Publisher ajudam a produzir as peças de uma campanha de e-mail marketing a partir de tutoriais. Fotos e textos podem ser substituídos com facilidade.



## Permissão

Um dos conceitos básicos – e talvez o mais importante – do e-mail marketing é que a mensagem comercial só é enviada se for permitida. Caso contrário, será considerado um spam, ou seja, uma mensagem comercial não solicitada. Há duas formas de conseguir a permissão. Veja quais são:

### ■ OPT-IN

Esse é um termo precioso para quem deseja se comunicar com clientes, parceiros, fornecedores e futuros frequentes. O OPT-IN (Opção de entrada) é a autorização dada pela pessoa para o envio de mensagens digitais. A rigor só os endereços de e-mail cujo detentor fez essa escolha é que devem receber os boletins, newsletters, convites e promoções.

É muito comum o opt-in ser feito por um simples clique numa página do website, permitindo o envio de e-mail para sua caixa postal. Nesse caso, o mais ético da parte do remetente é explicitar que tipo de material será enviado. Esclareça, por exemplo, que enviará boletins mensais sobre as novidades de sua empresa, mas também que semanalmente haverá promoções. Uma pessoa talvez queira receber o primeiro e não o segundo tipo (e vice-versa).

### ■ OPT-OUT

Tão importante quanto permitir a inscrição, é garantir o cancelamento dela. As relações humanas mudam com o tempo, assim como os interesses. Por isso, é preciso descadastrar o mais rapidamente possível um assinante que pede que isso seja feito.

Não cometa o erro de perguntar para ele por que está fazendo o cancelamento do envio. Os motivos podem ser muitos. O assinante pode estar saindo de férias e não quer deixar a caixa postal cheia, pode ter mudado de emprego ou de ramo de atividade, estar com pouco tempo para ler e-mails, discordar da utilidade das informações recebidas etc. Em todos os casos, é melhor perder o assinante do que conquistar um inimigo.

---

## Como construir uma lista Opt-in

A preparação de uma lista de e-mails que autorizam o envio de mensagens com finalidades comerciais é um dos pontos mais sensíveis para uma estratégia de e-mail marketing bem-sucedida. Existem várias maneiras legais de fazer isso:

- 1) **Pela internet:** colocar no próprio site uma opção para cadastramento.
- 2) **Em formulários:** inclua nos seus formulários de contato comercial um campo para o e-mail da pessoa interessada em fazer negócios com você. Um pequeno texto nesse documento, autorizando o envio de mensagens eletrônicas, é suficiente para você começar um relacionamento por e-mail.
- 3) **No contato comercial:** habitue-se também a pedir o endereço de e-mail das pessoas com quem se relaciona no dia-a-dia profissionalmente. Pergunte se ela teria interesse em receber informações periódicas de sua empresa por e-mail. Geralmente essa é uma proposta bem aceita pelo interlocutor.
- 4) **Pelo telemarketing:** as pessoas que ligam para sua empresa podem também se interessar em saber mais sobre os produtos e serviços por e-mail. Basta perguntar para elas e obter essa autorização.
- 5) **Alugando listas de agências:** algumas empresas se especializaram em vender mailing para a internet. É preciso ser criterioso nesse caso, pois os destinatários devem ter todos optados por receber informações relacionadas com o seu tipo de negócio. Geralmente essas agências vendem o disparo de uma mensagem para um determinado perfil de sua base de usuários. Por exem-

plo: jovem de 18 a 25 anos interessado em surf. Nesse caso, se sua empresa vende aparelhos eletrônicos, terá pouco a falar para esse tipo de público, e seu e-mail será recebido como inconveniente, pouco interessante e, algumas vezes, com irritação.

## O que é double Opt-in?

Mesmo que uma pessoa tenha autorizado você a mandar material para ela, é preciso ter o cuidado de confirmar esse desejo. Por isso, é muito importante também o chamado Double Opt-in (Dupla Opção de Entrada). Ele é feito, na maioria das vezes, automaticamente, quando a pessoa se inscreve na internet. É enviada uma mensagem para a caixa postal dela pedindo a confirmação da inscrição. Isso é feito para que uma pessoa não se inscreva por outra. Só depois que o destinatário confirma a inscrição, devolvendo o e-mail para o remetente ou clicando num link de confirmação dentro da mensagem, é que o cadastramento é realizado.

## As informações sobre o cliente

Quanto mais informações você tiver sobre um interlocutor, maior a possibilidade de se relacionar com ele. Isso é verdade, mas existe um limite que deve ser respeitado. Não adianta nada saber o grupo sanguíneo, por exemplo, a menos que você seja da área médica e essa informação realmente tenha relevância.

Os dados básicos que você precisa ter para construir um relacionamento saudável com seu cliente devem ser definidos a partir do seu próprio negócio. Uma oficina mecânica teria vantagens em saber a marca e o ano de fabricação do carro. Esse dado é importante e deve ser

---

coletado no contato com eles. Mas não terá a mínima importância para uma livraria ou uma loja de cosméticos.

Por essa razão, antes de pedir um mar de informações para as pessoas, defina exatamente aquelas que são importantes e que você usará para construir o perfil do usuário. Tenha noção também de que, se você fizer muitas perguntas, a grande maioria das pessoas deixará em branco ou responderá qualquer coisa, tornando pouco significativas suas informações.

### **Adote uma política de privacidade**

As pessoas só dão informações verdadeiras e preciosas a respeito delas mesmas se tiverem a garantia de que os dados não serão usados para outras finalidades. Imagine-se preenchendo um formulário para receber uma revista sobre cães e algum tempo depois alguém começa a ligar insistentemente para você propondo a adoção de filhotes.

O assunto torna-se muito mais sério se você está coletando informações pessoais, confidenciais, financeiras ou transacionais de seus fregueses ou futuros clientes. Nesse caso, a política de privacidade é um compromisso seu com aquele que fornece a informação de que ela só será usada para aquelas finalidades que você está informando. É importante que isso fique totalmente claro para os assinantes. Se pretende vender sua lista de endereços para outros, não deixe nenhuma dúvida sobre isso.

## **SPAM**

ALGUNS PROVEDORES DE INFORMAÇÃO e conteúdo possuem listas com discriminação de seus membros

por idade, sexo, preferências, cargos e até poder aquisitivo. Assim como qualquer um pode contratar uma agência de publicidade para fazer um anúncio na televisão, uma empresa que deseja divulgar informação por e-mail também tem esse direito.

Há uma diferença básica: nos meios de comunicação tradicionais, o envio da mensagem publicitária é geralmente feito por empresas conceituadas, que têm um nome a zelar e podem ser cobradas e responsabilizadas pelo abuso. A característica de mandar cópias de uma mensagem para um grande número de pessoas, a um custo ínfimo, fez proliferar um tipo de e-mail batizado de spam.

Em resumo, spam é o nome dado aos e-mails comerciais indesejáveis, não solicitados pelo destinatário, nem autorizados por ele. Não há controle sobre eles e a pessoa passa a receber um número grande de mensagens indesejadas, que tomam tempo, diminuem a produtividade e causam aborrecimento para alguns usuários. Além disso, podem ser fonte de vírus, Cavalos de Tróia e outras ameaças à segurança de seus dados. Quando recebê-los, a recomendação dos fornecedores é nunca abri-los e apagá-los imediatamente.

Uma série de entidades representativas do mercado publicitário e de internet reuniram-se e criaram um “Código de Ética Anti-Spam” e as “Melhores Práticas de Uso de Mensagens Eletrônicas”. Nesse documento, que não tem poder de lei, spam é definido da seguinte forma:

“É a designação para a atividade de envio de Mensagens Eletrônicas e Mala-Direta Digital que não possam ser consideradas nem Marketing Eletrônico, nem

---

Newsletter, e nas quais se verifique a simultânea ocorrência de pelo menos duas das seguintes situações:

- Inexistência de identificação ou falsa identificação do Remetente;
- Ausência de prévia autorização (opt-in) do Destinatário;
- Inexistência da opção “opt-out”;
- Abordagem enganosa – tema do assunto da mensagem é distinto de seu conteúdo de modo a induzir o destinatário em erro de acionamento na mensagem;
- Ausência da sigla NS no campo Assunto, quando a mensagem não houver sido previamente solicitada;
- Impossibilidade de identificação de quem é de fato o Remetente;
- Alteração do Remetente ou do Assunto em mensagens de conteúdo semelhante e enviadas ao mesmo destinatário com intervalos inferiores a 10 (dez) dias.”

Uma pesquisa realizada pela empresa norte-americana Nucleus Research estimou o custo das mensagens comerciais não solicitadas em US\$ 874 por empregado ao ano na perda da produtividade. O spam é proveniente de listas de endereços de e-mail obtidos de maneiras escusas. Pela própria internet são vendidos CDs com milhões de nomes, ao custo de R\$ 20 a R\$ 100.

## Como reconhecer imediatamente o spam

Algumas características dos e-mails não autorizados enviados massivamente podem ajudá-lo a identificá-lo com mais facilidade. É o tipo de coisa com a qual não se pode perder tempo. Alguns são fáceis de reconhecer, pois trazem letras garrafais e fotos dos produtos que estão anunciando. Outros, mais sutis, podem enganar

os mais desavisados, fazendo-os improdutivos. Se você não tem uma política de segurança clara, que diga o que fazer com o SPAM, veja como reconhecer esse tipo de mensagem.

- 1) Você não consegue saber com clareza quem é o remetente.
- 2) Vem com letras maiúsculas tanto na linha Assunto como no corpo da mensagem (PARA CHAMAR SUA ATENÇÃO!).
- 3) Não menciona como seu endereço de e-mail foi obtido, ao contrário de listas opt-in, que mostram exatamente a procedência.
- 4) Não é informado nenhum website para o qual você possa se dirigir depois de ler a mensagem.
- 5) Não traz nenhuma possibilidade para se descadastrar da lista que gerou o envio.
- 6) Estimulam um falso descadastramento, eles incentivam o internauta a enviar um e-mail de volta pedindo o cancelamento da lista. Nesse caso, a informação é usada justamente para o contrário, confirmando os e-mails válidos numa lista de milhões de nomes e que podem ser usados novamente em outro spam.

## Como evitar

- 1) **Cuidado com as listas:** instrua os funcionários a não se inscrever em listas de discussão na internet. Alguns programas automáticos varrem a internet à procura desse tipo de endereço para depois vendê-los num CD com milhões de nomes. Imediatamente você começa a receber um lixo fenomenal na caixa postal. Outros serviços na Web que pedem o endereço do usuário também são alvo do ataque dos spammers.
- 2) **Use filtros:** o Outlook 2003 permite definir regras que cuidam automaticamente das mensagens suspeitas de

spam, colocando-as numa pasta específica e que pode depois ser esvaziada. Esse tipo de função é um auxiliar da produtividade, uma vez que evita que o usuário perca tempo lendo e-mails que não têm o mínimo significado para ele.

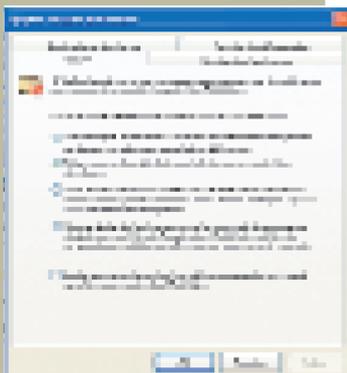
- 3) **Não participe de correntes:** não responda nem leve adiante corrente ou pirâmides.
- 4) **Denuncie o spammer:** existem listas negras mantidas por organizações na internet que fazem uma lista negra de spammer.
- 5) **Não use o e-mail da empresa para cadastro:** oriente os funcionários a ter dois e-mails: um para mensagens pessoais e outro para cadastramento em serviços online. Alguns sites costumam vender as informações dos usuários cadastrados.

## >>DICA

### COMO CONFIGURAR O FILTRO CONTRA O SPAM

Uma maneira de aumentar a produtividade é evitar a grande quantidade de spam que vem atualmente pela internet. O Outlook 2003 faz essa triagem para você.

Basta configurá-lo. Há várias possibilidades que levam em conta critérios menos rígidos, em que são separados somente os spams mais óbvios e aqueles em que o usuário só recebe mensagens de determinados domínios, mandando apagar todo o resto.



- 6) **Não responda ao spam:** muitas vezes, os spammers aguardam uma resposta somente para confirmar que o e-mail existe, para, assim, continuar enviando mensagens.
- 7) **Use um programa anti-spam:** ele impede que as mensagens indesejadas venham para sua caixa postal, apagando os e-mails diretamente no servidor.

## ► Acesso sem fio

COM A DISSEMINAÇÃO DAS REDES SEM FIO, hoje é possível receber e-mail mesmo que não esteja conectado pelo

### Guia de **Tecnologia** RECOMENDA

Uma boa opção para equipes de venda, que precisam acessar e-mails

remotamente e a partir de redes sem fio, é a família iPaq Pocket PC, da HP. A linha possui modelos como o H5550, que traz integrado um processador Intel X-Scale de

400 MHz e já vem preparado para a rede sem fio e bluetooth, e o H1930, com uma interessante relação custo/desempenho e que pode ser expandido para funcionar com rede wireless.

O notebook é o fiel escudeiro do moderno executivo, que se locomove bastante e não pode ficar sem receber e-mails quando está em trânsito. Uma boa máquina para esse perfil é o HP

Compaq NX 9005, que vem com processador Athlon XP Mobile 2200+, 256 MB de RAM e tela com matriz ativa de 14 polegadas. Com um cartão PCMCIA, é possível ganhar acesso a uma rede sem fio.



---

cabo. Um notebook ou outro aparelho portátil pode ter acesso à caixa postal do usuário pelo ar. Da mesma forma, é possível enviar aquela proposta comercial rapidamente, usando a rede pública sem fio do aeroporto, por exemplo. Nesse caso, é preciso ter uma placa de rede wireless. Se ela não vier embutida na máquina, é possível usar um cartão PCMCIA. Esses equipamentos aumentam a produtividade do profissional que trabalha na força de vendas, por exemplo, que está sempre se movimentando. Também é ideal para quem não tem posto fixo dentro da própria empresa e precisa acessar suas informações on-line.

**GERALDO NOGUEIRA DA GAMA ADVOGADOS S/C**

**A troca de e-mails com clientes** e com associados mudou a rotina de trabalho dos profissionais que trabalham no escritório Geraldo Nogueira da Gama Advogados S/C. Com sede em Porto Alegre e unidades em São Paulo e Curitiba, a agilidade do correio eletrônico tornou-se essencial para os cerca de 7 mil processos que a empresa acompanha.

Com a explosão da internet, a sociedade decidiu investir, em 2001, no acesso à rede e em correio eletrônico. O objetivo era tornar mais ágil o atendimento aos clientes, fornecendo assim informações sobre os processos. Integrar esses serviços de forma lógica e eficaz, visando à padronização da comunicação e do acesso às informações, tornou-se a meta do escritório.

A solução consistia na implantação de um servidor para gerenciamento de rede, de e-mail, de banco de dados e de acesso à internet, tanto para usuários internos quanto para clientes externos que acessassem o sistema de processos via Web. A solução escolhida foi o Windows Small Business Server, que já integra um Firewall, e o Microsoft Internet Security and Acceleration Server (ISA), para a proteção da empresa.

Em geral, o profissional precisa apresentar contratos, procurações, entre outros documentos. O tempo gasto para reunir tais documentos e enviá-los ao seu destino – em média quatro ou cinco dias – reduzia o período para o advogado contestar. Hoje, esse problema acabou: basta digitalizar os documentos e enviá-los por e-mail, obtendo resposta em cerca de 24 horas. “Ganhamos tranqüilidade e conseguimos manter os prazos”, comemora o advogado Geraldo Nogueira da Gama, fundador da empresa.



**SE VOCÊ TIVESSE DIREITO** a uma concessão de um canal de TV, perderia a oportunidade de divulgar sua empresa por ele? Não é preciso nenhuma concessão do governo para abrir um site na internet. Então, por que não aproveitar as possibilidades de comunicação fornecidas pela rede mundial de computadores?

Talvez você esteja pensando nos custos que esse projeto exigirá. Ou até duvide do retorno desse investimento. A decisão é obviamente toda sua. Mas o importante é saber que

existem no mercado soluções para todos os gostos e bolsos. No mundo atual, sua presença na Web é muito importante. Você pode continuar vivendo sem ela, é verdade, assim como todos viviam sem o aparelho de fax. Mas, à medida que seu empreendimento evolui, mais necessidade você terá dela.

A importância da rede mundial depende da importância que você dará a ela. Pode ser tão valorosa quanto um cartão de visita, se assim você o considerar. Pode ter a função de um folheto eletrônico. E terá a importância de uma ferramenta de negócio, se você a destinar a esse fim.

Caso esteja realmente pensando em entrar de vez para esse mundo virtual, saiba que existem vários jeitos de você se fazer presente na internet, com muitas opções para seu gosto ou bolso. A seguir, daremos algumas dicas para você colocar sua empresa na Web, extraindo todo o potencial de negócios permitido por esse ambiente digital. Sua companhia não precisa ser necessariamente da área tecnológica. Existem exemplos bem-sucedidos em vários segmentos. É necessário apenas um pouco de coragem e de visão empreendedora.

## ► Presença

O USO DA INTERNET COMO FERRAMENTA empresarial tem sido experimentado por muitos empreendimentos no Brasil desde 1994, quando a Web se abriu para a iniciativa privada. Até então, ela era principalmente usada pelas universidades.

A entrada das empresas deu uma nova cara à rede mundial de computadores. O investimento de companhias de capital de risco em altos volumes permitiu o lançamento de vários serviços e o desenvolvimento tecnológico acelerado na área, o que favoreceu o aparecimento de uma gama de ferramentas para a construção, gerenciamento e manutenção de ambientes empresariais virtuais.

---

É claro que sua empresa não precisa reinventar a roda. Se ela ainda não possui um site ou ainda não usa o correio eletrônico para fazer contatos comerciais, é possível dar o primeiro passo com um pequeno investimento. Já de início, sua empresa terá aberto um novo canal de comunicação. Essa experiência será análoga à da primeira linha telefônica ou do primeiro aparelho de fax.

Para começar com o pé direito, é bom conhecer as palavras-chave desse novo meio de comunicação. Em vez de imaginar milhões de pessoas lendo avidamente as informações de sua empresa (uma situação no mínimo fantástica), pense em **diálogo** com seus principais clientes e fornecedores. Em vez de enviar propaganda para milhares de pessoas que não conhecem seu negócio, pense em como tornar disponível a **informação** para aquelas que realmente podem se interessar por adquirir suas mercadorias ou serviços.

Sua empresa estará entrando para uma comunidade virtual que já tem cerca de oito anos. A internet já foi “testada” e mostrou até onde pode ir. Esse histórico permite saber o que uma empresa pode esperar de seu site e como deve proceder para atingir seus objetivos.

## Pontapé inicial

O primeiro passo para qualquer empresa que deseja ter presença na internet é construir seu site. É como a abertura da firma e a escolha da razão social, um pré-requisito para começar. Obviamente é preciso dar os passos seguintes para realmente tirar o real proveito do ambiente on-line.

Existem várias maneiras de criar presença institucional na internet. A escolha depende obviamente dos ob-

jetivos de seu empreendimento, do seu planejamento de marketing na internet e do nível de penetração no mercado que você quer atingir.

Com o avanço da tecnologia, está cada vez mais fácil construir e gerenciar um site hospedado dentro da empresa. É necessário manter uma estrutura básica de hardware e software e pessoas habilitadas para a manutenção no dia-a-dia.

A plataforma Windows, instalada na grande maioria dos PCs, já vem preparada para fornecer ao usuário recursos para entrar com facilidade na internet. No Windows Small Business Server 2003, desenvolvido especialmente para atender às necessidades das pequenas empresas, as configurações são feitas de maneira intuitiva por meio de assistentes. Para fazer a instalação e a configuração, a pessoa vai clicando em caixas de diálogos e colocando os dados necessários para deixar as informações sobre seu empreendimento acessível a todos os internautas.

Para colocar o site online dentro do próprio estabelecimento, é preciso basicamente:

- 1) Uma conexão de banda larga:** hoje, por meio da tecnologia ADSL sendo fornecida pelas principais operadoras de telefonia, esse recurso tão caro e difícil há alguns anos está à mão das empresas a custos baixos.
- 2) Um computador com sistema operacional preparado para uma rede IP, compatível com o protocolo TCP:** as máquinas já vêm preparadas atualmente para essa tarefa. As últimas versões do Windows trazem essa funcionalidade, estando facilmente configuradas no Windows Small Business Server, por exemplo.

- 3) **Programa Servidor Web:** existem disponíveis versões gratuitas na internet e na plataforma Windows esse software já vem junto ao sistema operacional.
- 4) **Serviço de DNS:** o endereço de domínio faz com que os internautas possam chegar à sua home page. Pode ser obtido junto a provedores.
- 5) **Roteador e cabo de rede:** geralmente vêm incluído junto com serviço de conexão de banda larga.
- 6) **Placa de rede:** já vem embutida em máquinas preparadas para funcionar como servidor, mas que podem ser instaladas facilmente, se for necessário.

Esses são somente os requisitos mínimos para a publicação das páginas na Web. Para quem deseja trabalhar com comércio eletrônico e incrementar o relacionamento, será preciso outras aplicações funcionais e de segurança (*leia mais nos Capítulos 2 e 5*).

## Páginas institucionais

Uma primeira opção é colocar na rede páginas institucionais. Ali, o internauta vai obter informações sobre sua empresa, localização, missão, principais clientes, produtos e serviços oferecidos, cargos e funções da equipe de funcionários, histórico etc. Desenvolvido desse modo, o site terá a utilidade de um folheto eletrônico, a partir do qual os clientes podem saber dados básicos sobre seu negócio.

A confecção de um site institucional muito se assemelha à produção de um catálogo. É uma peça de divulgação. Como tal, ela traz alguns resultados de marketing consideráveis, torna sua empresa mais conhecida entre o público-alvo e clientes.

Antes de encomendar o desenho do site, seja por uma pessoa de sua equipe ou por uma agência terceirizada, é preciso descrever qual a imagem empresarial que deseja passar. Os objetivos devem ser claros, para evitar retrabalho.

É preciso escrever um projeto básico, descrevendo sua empresa, negócio, missão, localização, público-alvo, características básicas de seus produtos e serviços, diferenciais com relação aos concorrentes, resultados interessantes para quem vai se relacionar com seu site, prêmios, opinião de clientes etc. Esse texto servirá de base para a pessoa, equipe ou empresa que vai desenhar seu site.

### Páginas de relacionamento e de negócio

Outra maneira bem diferente é planejar um site para funcionar como ferramenta de negócio e relacionamento. Eles exigem um nível maior de sofisticação. Nesse caso, é preciso investir mais em programação, seja na contratação de um profissional que fique na empresa, seja terceirizando com uma empresa que desenvolve aplicações para Web.

Por meio dessas páginas, sua empresa começará um diálogo com clientes, fornecedores ou parceiros. Como a interação é maior, é comum a existência de formulários, pesquisas e enquetes, permitindo sondar o visitante. Pode-se incluir mecanismos de reconhecimento de usuários, sistemas de senha e password, codificação da informação para que ela trafegue com segurança na internet, salas de bate-papo eletrônico (chat) etc.

No caso de um site de negócio, o relacionamento será muito maior porque envolverá algumas vezes a compra ou venda de um bem ou serviço (*Leia mais no capí-*

tulo 5). Nesse caso, a programação do site envolve o desenvolvimento de aplicações de comércio eletrônico, para permitir que sua empresa possa realmente realizar as operações comerciais pela internet.

### Guia de **Tecnologia**

#### RECOMENDA

O Office Small Business Edition 2003 traz a ferramenta Publisher, que permite construir um site inteiro de maneira fácil. O programa já vem com modelos pré-configurados, de acordo com o tipo de sua empresa. Com alguma criatividade e pouco tempo, é possível colocar sua empresa online. Além do Publisher, o pacote traz o processador de texto Word, a planilha eletrônica Excel, o gerenciador de correio eletrônico Outlook, o software de apresentação PowerPoint e o gerenciador de contatos comerciais do Outlook 2003, o Business Contact Manager.



## Marketing

Ao colocar um canal de comunicação como a internet, sua empresa precisará pensar cada vez mais em marketing. Para fazer uma oferta para o mercado, as empresas costumam realizar pesquisas de mercado, analisam a concorrência, desenvolvem a oferta, comercializam-na e providenciam suporte pós-venda. A internet dá a cada uma dessas fases oportunidade para trabalhar de maneira diferente.

### ■ Formando grupos de discussão com clientes

Uma maneira de se manter afinado com as expectativas dos clientes é sempre conversar com eles. A internet permite que essa interação se realize de uma maneira mais efetiva. Um grupo de discussão com as pessoas certas, enfocando os assuntos de interesse das partes, pode dar importantes informações sobre o que os clientes realmente acham de seus produtos e serviços e quais as expectativas deles com relação a melhorias.

### ■ Pós-venda

É muito importante manter o relacionamento com o cliente depois que ele comprou o produto. Mas, muitas vezes, os pequenos negócios não possuem equipe suficientemente grande para atender a essa demanda por meio de um call center. Nesse caso, a internet pode ser aproveitada para essa função, concentrando as atividades nesse canal.

## ► Construção

NA HORA DE USAR A INTERNET como plataforma de negócio, você terá de fazer algum investimento. Há sempre dois caminhos a seguir. O primeiro deles é colocar tudo dentro da empresa. O segundo, é terceirizar. Há vantagens e desvantagens em cada uma dessas opções. Veja a seguir o que você vai precisar e depois decida:

### Compre seu terreno virtual

Antes mesmo de você começar a construir seu “estabelecimento virtual”, é preciso saber em que endereço ele ficará hospedado. O primeiro passo é fazer uma pesquisa para ver se o nome que você escolheu para sua empresa está disponível. Muitas vezes, não será possível registrar

---

o endereço de sua empresa nem a sua marca fantasia mais conhecida, simplesmente porque alguém já o fez.

Caso queira um domínio brasileiro (do tipo [www.nomedaempresa.com.br](http://www.nomedaempresa.com.br)), faça uma pesquisa no endereço <http://fapesp.br>. Você terá de fazer o registro do domínio de sua empresa, declarar um responsável e fornecer informações cadastrais. É possível registrar quantos nomes você queira, atrelados a um único CNPJ. A anuidade de R\$ 30 é cobrada diretamente da entidade detentora do domínio, com pagamento através de boleto bancário.

Caso queira um endereço internacional (do tipo [www.nomedaempresa.com](http://www.nomedaempresa.com)), ele pode ser registrado nos endereços da Network Solutions ([www.networksolutions.com](http://www.networksolutions.com)) ou Register.com ([www.register.com](http://www.register.com)). Nesse caso, é cobrada uma parcela de US\$ 70 pelos dois primeiros anos e uma anuidade de US\$ 35 para os anos subsequentes. O pagamento é feito antecipadamente, via internet, através de cartão de crédito. Não é preciso fornecer CGC ou CNPJ.

O registro do domínio com terminação .com é uma boa alternativa para empresas cujo nome já tem registro no Brasil. Também é útil para empresas que têm relações internacionais e que trabalham com importação ou exportação.

## Usabilidade

De nada adianta estar presente na internet com um site cheio de atrativos e informações relevantes, se quem acessa não consegue encontrar nada. Tornar o site de sua empresa fácil de usar é tão importante quanto estar presente na Web. Para isso, existe a “usabilidade”, ter-

mo que nada mais é do que técnicas para fazer com que uma página da internet não seja simplesmente bonita, mas principalmente funcional. Veja as principais dicas na hora de construir seu Web site:

### Guide da fachada

A página principal do site precisa ir além da beleza. Ela tem de cumprir com fidelidade seus objetivos básicos, que devem ser delineados com clareza. Todos os esforços, recursos gráficos e textos que afastem dessas metas devem ser evitados. Se o objetivo é vender, por exemplo, não atrase a compra.

### Dê ao visitante uma barra de navegação

Como navegar é preciso, dê para o visitante do seu site uma bússola para a qual possa apelar sempre que se sentir perdido. Esse recurso é encontrado na chamada barra de navegação. Ela deve ser amigável e útil. A melhor forma de fazer isso é criar a navegação da página com arquivos de imagens, que ganham destaque e orientam.

### Não deixe o visitante perdido

O internauta não pode ficar a ver navios no site. Em qualquer dúvida, ele deve ter a seu dispor a ajuda de um menu padronizado, presente em todas as páginas e que o conduz com facilidade para as principais seções.

### Não à pirotecnia

Não se submeta aos devaneios pirotécnicos do seu webdesigner. É preferível criar um site simples pelo qual todos navegam do que uma preciosidade que só alguns

---

poucos eleitos têm acesso. Imagens em movimento, arquivos de som e vídeo são prescindíveis. A animação de imagens deve ser usada com parcimônia e sempre aliada ao bom gosto.

### Linguagem uniforme

É interessante manter os mesmos termos operacionais nas várias páginas que compõem o site. O recurso da redundância deve ser usado para não confundir internauta. Se você usou os termos “avançar” e “retroceder” para mudar de página, por exemplo, não use “voltar” e “para trás”, referindo-se à mesma ação.

### Destaque os links

É imprescindível deixar sempre claro onde estão os links de navegação das páginas, sem confundi-los com outras marcações do texto. Botões devem uniformizar o padrão, orientando a navegação.

### Mostre o preço

O comércio eletrônico caracteriza-se por ser prático e objetivo. Ofertas devem ter mensagem clara e imediata do preço, com custos adicionais (como frete e impostos) mostrados de modo transparente e sempre na mesma página.

### Do pedido à compra

Informe quantos passos serão dados desde o momento em que a pessoa se interessou por um produto até a hora em que vai informar o número do cartão de crédito. Se a promessa de compra for demorada ou confusa, o internauta desistirá da compra no meio do caminho.

## Horizontal não

O ideal é que as principais informações textuais e visuais, em qualquer resolução de tela, não exijam movimentos na horizontal. O internauta tem cultura de rolar para baixo e não para os lados.

## Torne legível

Lembre-se sempre que o leitor vai ver sua informação numa tela, um local não muito confortável para se ler. Evite as letras com pouco contraste em relação ao fundo e fonte fixas pequenas, que impedem a leitura do conteúdo.

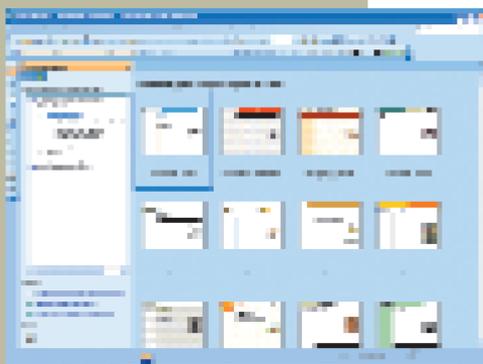
## Ajude a encontrar

Se você tem muita informação, é interessante colocar uma ferramenta de busca que ajude a localização por palavra-chave. Mas cuidado: colocar uma ferramenta

## »»DICA

### MODELOS DE WEB SITE NO PUBLISHER

Um assistente dentro do Publisher mostra ao usuário uma série de modelos pré-desenvolvidos. Só é preciso clicar num deles para que ele mostre um passo-a-passo para a construção de um site inteiro.



---

que dá respostas irrelevantes, pouco numerosas ou quilométricas só atrapalha. É melhor substituí-la por um glossário.

## ► Hospedagem

CONSTRUÍDO O SITE, VOCÊ PODE hospedá-lo dentro da sua empresa ou fora dela. A segunda terceirização é sempre uma opção a se considerar, mas tem sempre vantagens e desvantagens relacionadas.

Existem basicamente três tipos de hospedagens:

- 1) **Em servidor virtual compartilhado:** é o mais barato e mais acessível à empresa que deseja colocar um site institucional. Paga-se uma taxa mensal para utilizar um espaço em disco de um servidor, usando suas aplicações e linhas de tráfego. Tudo isso é dividido com outros domínios.
- 2) **Em servidor virtual dedicado:** nesse caso, você aluga a máquina e as linhas de comunicação, que ficam hospedadas em um local fora da sua empresa, mas com capacidade de receber as máquinas e mantê-las funcionando 24 horas por dia durante os sete dias da semana, chamados no meio de informática de data centers. Pode ser utilizado para aplicações de comércio eletrônico, desde que sejam garantidas segurança das informações e operação ininterrupta. Nesse caso, é recomendável ter discos e linhas redundantes.
- 3) **Em regime de colocation:** você compra os equipamentos e coloca dentro do data center, dando a ele a função de gerenciar os programas e o funcionamento. Requer alto investimento. Recomendável para aplicações de missão crítica em que o computador não pode ficar fora do ar.

## FLORES ONLINE

**Fundada em 1996**, sem nenhuma prática anterior na área de internet, a Flores Online surgiu da experiência de Fátima Casarini, especialista em decoração floral de eventos. “Nosso objetivo era ter o melhor e mais eficiente serviço de entrega de presentes personalizados via Web”, explica. Para que isso acontecesse, foi preciso criar um site fácil de navegar, uma infra-estrutura tecnológica automatizada e confiável.

O desempenho do empreendimento hoje chega a índices altos, gerenciado por uma equipe enxuta: o cadastro possui mais de 110 mil usuários, que recebem flores, chocolates e outros presentes em mais de 900 cidades no Brasil. Para que tudo funcionasse a contento, foi escolhida a solução Microsoft, num projeto que envolveu desenvolvimento com Visual Basic 6 e o uso de banco de dados SQL Server 2000.

Foi desenvolvida uma infra-estrutura baseada nos servidores Windows 2000 Server e o Internet Information Server (IIS). O design do site, moderno e limpo, seguiu regras de usabilidade que permitem o comprador se localizar imediatamente e fazer o pedido com o máximo de facilidade e segurança. A comunicação com as operadoras de logística ganhou a proteção do Internet Security and Acceleration Server (ISA), que garante que as informações dos usuários nunca estejam expostas na internet.

Só em São Paulo, entram diariamente 150 pedidos, a maioria deles pela manhã, marcando entrega à tarde. Com um tempo tão curto para entrega, o papel da tecnologia é crítico. Ela facilita a depuração de informações e elimina os possíveis erros, permitindo prestar ao cliente o melhor serviço.



**O COMÉRCIO ELETRÔNICO** já é uma realidade para muitas empresas no Brasil e no exterior. Essa oportunidade não está restrita a grandes empreendimentos. Os recursos tecnológicos para expor mercadorias e serviços online e vendê-los têm custo acessível também a pequenos negócios.

Algumas vantagens do e-commerce, como é chamado em inglês, aparecem de maneira clara. Ele se mostra uma maneira eficaz de reduzir custos administrativos e o tempo do ciclo de vendas. É eficiente para tornar mais ágil o fe-

chamento de negócios e aperfeiçoar o relacionamento, tanto com clientes como com parceiros e fornecedores.

Aderir às modernas tecnologias de vendas usando o computador pode levar sua empresa para o futuro. Ao contrário, ignorar esse tipo de evolução pode significar perda de potencial competitivo. A incapacidade de trocar informações rápidas com quem participa do negócio afasta a empresa do consumidor e a isola numa ilha sem comunicação.

Por isso, qualquer que seja o tamanho de sua empresa, é bom considerar iniciativas nessa área em curto tempo. Nos parágrafos que se seguem, são mostradas soluções para problemas mais comuns, respostas para algumas dúvidas frequentes e maneiras para vencer os obstáculos iniciais. O primeiro desses obstáculos pode ser justamente a cultura da empresa.

### ► Por que entrar

EXISTEM VÁRIAS RAZÕES para entrar no comércio eletrônico. A seguir, listamos algumas. Veja em quais delas sua empresa se encaixaria:

- **Você quer atingir público internacional:** quem pretende expandir o negócio para outro país ou vai trabalhar com exportação ou importação, precisa fornecer uma maneira rápida e eficiente de o cliente ter informações sobre a empresa e se relacionar com ela.
- **Para abrir um novo canal de distribuição:** você já oferece produtos em loja e pelo correio e pretende ampliar seu negócio.
- **Para chegar a consumidores com outro perfil:** o público que acessa a internet tem um bom poder aquisitivo e pode ser interessante para diversificar seu público-alvo.
- **Criar catálogos a baixo custo:** é uma maneira de deixar

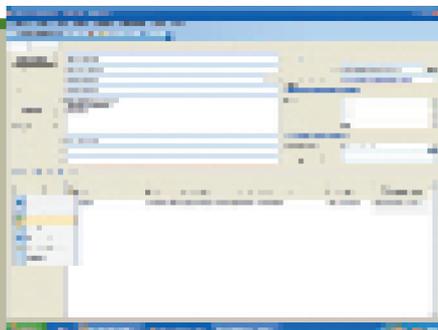
todas as informações importantes sobre seus produtos e serviços disponíveis para fornecedores, distribuidores, clientes e parceiros.

- **Enfrentar a concorrência:** seu principal concorrente está online e começa a obter vantagens competitivas. Se não, pode ser uma boa oportunidade para sua empresa sair na frente.
- **Fornecer suporte:** é recomendável para quem precisa dar suporte ou assistência técnica aos produtos que fabrica ou distribui.
- **Para fornecer a grandes empresas:** os grandes grupos empresariais estão exigindo que seus fornecedores trabalhem com sistemas informatizados para a venda de material para escritório e limpeza, bem como outros materiais indiretos.
- **Interagir com clientes:** quem sabe o que o cliente realmente quer consegue se manter competitivo nos momentos de crise, e nada melhor e mais barato do que a internet para coletar esse tipo de informação.

## »»DICA

### CONTATO COM CLIENTES E FORNECEDORES

O Business Contact Manager (Gerenciador de contatos comerciais), que faz parte do Office System Small Business Edition permite uma série de personalizações que vão ajudar no relacionamento com os clientes, como atualizar uma conta ou contato.



## ► Como começar

OS CUSTOS EM UM PROJETO de comércio eletrônico envolvem investimento em hardware (desktops e servidores), software e linhas e equipamentos de comutação. Sua empresa precisa conhecer um pouco do que envolve a empreitada de levantar um site com características comerciais e se preparar para isso.

Abaixo, indicamos os requisitos de hardware e software necessários para iniciar o comércio eletrônico na internet. Não se trata de nenhum bicho-de-sete-cabeças. O mercado oferece soluções já configuradas, que podem ser adaptadas à realidade de cada empresa. Também não é necessário contratar uma grande equipe técnica, mas terceirizar esses serviços, investindo na implantação do sistema e mantendo contratos de suporte e assistência técnica.

- 1) **Clientes PC:** são computadores pessoais utilizados por sua equipe para o trabalho diário. Para melhor aproveitamento do ambiente, é bom que todos eles estejam unidos por uma rede.
- 2) **Servidores:** são computadores mais robustos, usados para o serviço pesado, como gerenciar os e-mails, o tráfego do site e a comunicação entre os usuários ligados a uma rede.
- 3) **Roteadores, switches e bridges:** equipamentos usados para gerenciar o fluxo digital, fazendo com que os pacotes de dados sejam entregues rapidamente e para os endereços indicados.
- 4) **Largura de banda:** linhas de alta velocidade, para permitir a passagem de grande quantidade de informações de uma maneira rápida.
- 5) **Linhas e equipamentos de comutação:** garantem rotas perenes para o tráfego de dados, permitindo que o negócio esteja sempre online.

---

Mas nem só de hardware vive o e-commerce. Por isso, é preciso levar em conta o que será necessário em software básico para que o projeto se torne realidade.

- 1) **Sistemas operacionais para PCs:** as licenças de Windows (em suas várias versões) para computadores em rede saem proporcionalmente menos do que para um único micro.
- 2) **Sistemas operacionais para servidor e para redes:** eles podem estar instalados na mesma máquina, dependendo do porte da operação.
- 3) **Servidor Web:** fornece serviços de Web a outros computadores conectados a ele pela rede.
- 4) **Software de firewall:** para garantir a integridade de sua empresa virtual contra intrusos.
- 5) **Sistema para o processamento de transações:** geralmente envolve desenvolvimento customizado, aderente à realidade de sua empresa.
- 6) **Banco de dados:** para guardar e administrar as informações de clientes e transações.

No tocante ao software, a escolha de plataformas de software livre exigirá do usuário um razoável trabalho de customização para deixar todos os programas configurados e trabalhando juntos. Os produtos e serviços da Microsoft, por seu lado, foram concebidos para permitir às empresas instalar um ambiente completo com o mínimo esforço. Eles formam uma plataforma integrada de comércio eletrônico. Parcerias feitas com os principais fornecedores do setor garantem um conjunto de produtos abertos. A instalação e configuração de um ambiente exigirão menos conhecimento técnico do responsável, uma vez que isso é feito por meio de assistentes e tutoriais.

## »DICA

### PACOTE COMPLETO

O Small Business Server 2003 Premium Edition vem com soluções ideais para uma pequena empresa entrar no comércio eletrônico. Ele inclui, entre outros, o FrontPage 2003 (para o desenvolvimento de páginas e sites na Web), SQL Server 2000 SP3 (banco de dados) e o ISA Server, incluindo ainda licenças para cinco máquinas.



## ► Terceirização

A TERCEIRIZAÇÃO SIGNIFICA passar para um terceiro, como o próprio nome diz, tarefas que você considera que serão melhor executadas fora das fronteiras da sua empresa. É uma tendência atual, mas que precisa ser analisada com cautela e uma por uma. No caso do comércio eletrônico não é diferente: onde guardar a estrutura de hardware e software desenvolvida para fazer sua empresa vender pela internet? Não há uma resposta única para todos os casos.

Você deve considerar a relação custo/benefício de maneira carinhosa. Levando tudo para fora da empresa e deixando na mão de terceiros, você evitará uma boa quantidade de dor de cabeça. A solução dos problemas será exigida da empresa contratada. Nesse caso, é imprescindível a confiança que se deposita nesse terceirizado, pois um site fora do ar por muito dias causará prejuízos a seu negócio.

Colocando tudo dentro de casa, você tem a operação sob controle. Nas mãos de sua equipe também fica a responsabilidade de sanar todos os eventuais problemas que

---

aconteçam. Obviamente ainda é possível requisitar o suporte dos fornecedores de hardware e software. em alguns casos.

## ► Venda no varejo (B2C)

VENDER PELA INTERNET PODE SER MAIS SIMPLES e mais barato do que se pensa usualmente. Hoje, tanto o preço do hardware quanto o do software não são proibitivos, como há cerca de cinco anos, quando não havia tantas soluções dedicadas à pequena empresa.

A entrada de sua empresa no comércio eletrônico obviamente envolve riscos. Mas eles se equiparam, muitas vezes, aos riscos de abrir um outro ponto, loja ou filial. Os empreendedores sabem que é possível compensar a falta de conhecimento com um bom planejamento, sabendo exatamente quanto vai gastar e quanto espera ver retornar num determinado espaço de tempo.

Muitas empresas estão indo para a internet a fim de vender seus produtos e serviços para consumidores finais. Casos de operações bem-sucedidas existem aos montes, mas também de fracasso. Por isso, é muito importante ter o objetivo claro dos resultados que podem trazer um balanço eletrônico na internet.

Embora automatize uma série de processos, uma loja virtual no início exige tanto trabalho e atenção quanto um estabelecimento comercial no mundo real. Para ter sucesso nesse tipo de empreendimento, você deve considerar sua operação online como uma nova filial do seu negócio. Mesmo depois de instalada e com todas as aplicações rodando bem, é preciso levar os clientes para o site, ensiná-los a comprar de uma nova maneira e, sobretudo, fazer com eles voltem mais vezes e se tornem fiéis.

A aplicação de comércio eletrônico dirigida a consumidores finais requer cuidados que vão além do desenvolvimento de um site. É adequado, por exemplo, que se trabalhe com conexão criptografada, porque há um grande fluxo de informação entre os clientes e os computadores de sua empresa. Abrir essa ligação segura com seu site pode exigir ainda uma certificação digital.

Quem pretende executar vendas por cartão de crédito precisa ainda desenvolver programas que interajam com as administradoras das principais bandeiras. Caso faça venda a prazo, será recomendável a interligação do seu sistema com sites como o da Serasa e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC).

### Balcão virtual

Uma lista de tarefas básicas deve ser considerada para levantar sua loja virtual:

- 1) Design:** o internauta precisa saber que está entrando na sua loja, identificar os produtos oferecidos e se sentir o mais confortável possível ao navegar pelas páginas. Para que isso aconteça, é necessário definir as informações que aparecerão sobre a loja, suas cores, layout, botões e imagens.
- 2) Formas de Pagamento:** boleto bancário é a mais simples. A opção de pagamento por cartão de crédito online exige desenvolvimento de programa que conversa com as administradoras.
- 3) Métodos de Entrega:** são problemas logísticos que definem o sucesso e o insucesso de um empreendimento online. Por isso, a definição da área de cobertura, fretes e prazos pesa muito na hora da decisão do cliente. Que adianta comprar um produto barato e recebê-lo quase um mês depois?

- 
- 4) **Administração da Loja:** os balanços são automáticos e se sabe a posição do estoque com facilidade. Mas, mesmo com os computadores trabalhando 24 horas por dia, aparecem problemas que precisam da atenção da equipe.
  - 5) **Gerenciamento de produtos:** o controle de estoque pode ser automatizado, bem como a relação com os fornecedores. Sempre que o estoque estiver precisando de mercadorias, é enviado um e-mail para o fornecedor.
  - 6) **Gerenciamento de pedidos:** essencial para o controle do fluxo de caixa e deixar o cliente satisfeito com prazos.

## ► Comércio entre empresas (B2B)

AS EMPRESAS VIRAM que a internet facilitava a realização de negócios entre elas. Deu-se origem então às relações B2B (Business-to-Business). A relação comercial entre pessoas jurídicas tem uma série de características que podem ser ditas de uma maneira interessante.

Isso requer que tecnologicamente os sites de B2B sejam diferentes dos de B2C, embora muitos recursos e padrões de design se apliquem. As transações de negócios precisam ser realizadas com precisão e rapidez. O fator segurança tem um peso redobrado, uma vez que são transferidas em cada operação verdadeiras fortunas, impensáveis no caso do varejo.

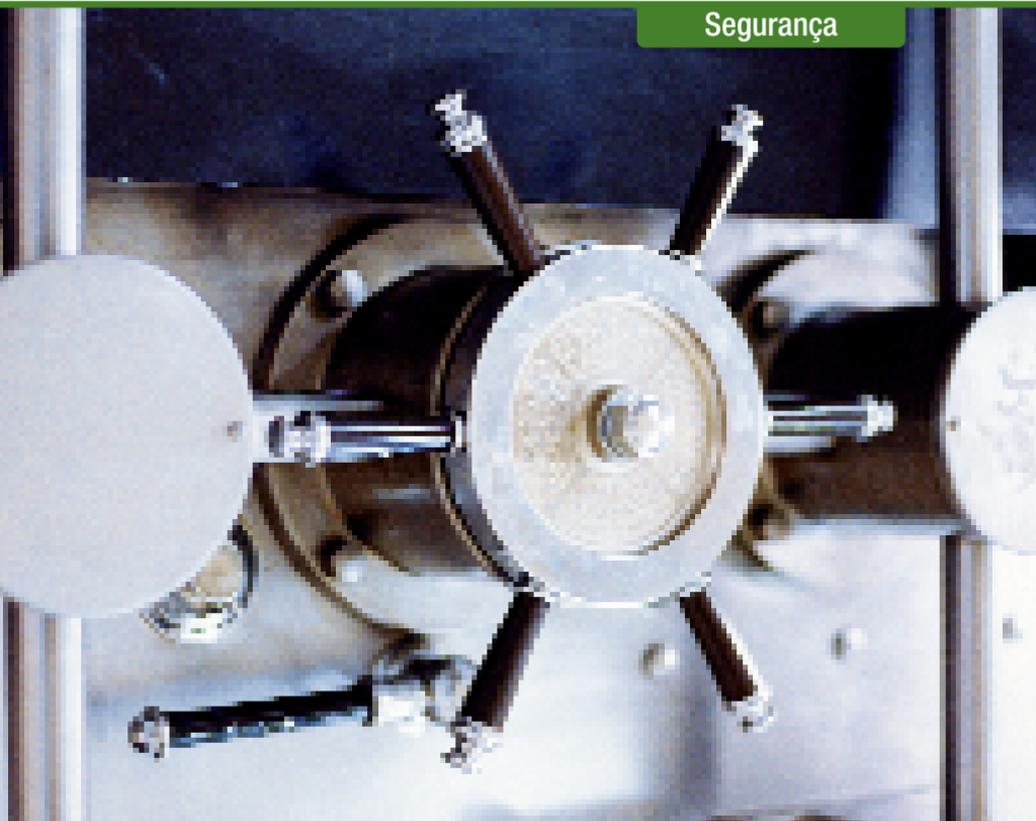
Entra aqui um conceito muito importante que é o da extranet, ou seja, uma rede em formato da internet que conversa externamente com outra na prestação de serviços online. Nesse tipo de rede é maior a exigência por confiabilidade. Se os parceiros de negócio ficarem impedidos de trocar informações com você, é como se sua empresa estivesse fora do negócio durante esse tempo. Nesse caso, é mais do que uma obrigação trabalhar com discos e conexões redundantes e sistemas tolerantes à falha.

**FLYTOUR**

**Em setembro de 2002**, a agência de turismo Flytour encontrou uma solução para um problema que limitava o trabalho da sua equipe de executivos de contas. A empresa, que tem quase 30 anos de atividade, com sede em São Paulo, encontrava dificuldades para apresentar os serviços online oferecidos desde 2001 pelos seus portais (que incluem reservas aéreas, a venda de pacotes turísticos e emissão de passagens aéreas via internet), já que muitos dos clientes visitados não possuíam máquinas com acesso à rede mundial de computadores disponíveis no momento das reuniões.

A solução encontrada foi a aquisição de 36 computadores portáteis Evo n1000v da HP, com processador Celeron de 1.4 GHz, sistema operacional Windows XP e utilização do serviço Zap, oferecido pela operadora Vivo, que permite acesso à rede mundial de computadores em alta velocidade. Para a conexão, os portáteis utilizam cartões PCMCIA conectados ao slot do notebook. Com isso, as visitas dos consultores da agência tornaram-se mais eficientes e produtivas, já que os executivos podem navegar durante as reuniões e realizar transações em tempo real, demonstrando todo o potencial de seus produtos na Web, com total autonomia e liberdade.

A escolha dos produtos da HP se deve ao relacionamento de longa data, já que a agência de turismo há mais de 10 anos adquire soluções da empresa, como servidores, desktops e impressoras, além dos notebooks. Prova disso é a aquisição, no final de 2003, de mais 12 notebooks da HP modelo nx9005, com sistema operacional Windows XP e processador Athlon XP 2200+, destinados a reforçar a agilidade nas demonstrações dos produtos da Flytour pela internet.



**NÃO HÁ DÚVIDA DE QUE ESTAR NA INTERNET** é essencial para a competitividade das empresas, pois abre um mundo de possibilidades de negócios, levando seus produtos e serviços a milhões de consumidores. Junto com esse potencial, a companhia recebe também toda a carga de riscos gerada pela rede mundial de computadores. Ameaças virtuais como hackers e vírus batem a cada minuto na porta dos micros e servidores, destruindo arquivos valiosos ou roubando dados como números de cartões de crédito de lojas virtuais.

Segundo dados do instituto britânico mizg, os prejuízos relacionados à ação de hackers superam US\$ 118 bilhões em 2003. Por conta disso, o tema está na pauta das grandes empresas - que chegam a contar com um funcionário específico para cuidar do tema, o chamado CSO (Chief Security Officer), profissional especializado em segurança - e também das companhias de menor porte, que não possuem estrutura para comportar o custo de ter um especialista em combate a ameaças geradas pelo mundo digital.

No segundo caso, a informação, aliada a programas de proteção, como antivírus e firewall, é a arma para manter o ambiente o mais seguro possível. Somadas, elas criam o que os especialistas chamam de política de segurança, minimizando as ameaças e as perdas. Para entender melhor o conceito, basta imaginar o velho exemplo da corrente. Se um elo está fraco, ela tende a partir. É o que acontece na política de segurança. O que adianta ter uma empresa com muros altos se as principais informações, aquelas que podem fazer a alegria do concorrente ou mesmo de bandidos virtuais, estão disponíveis com um clique?

Confira a seguir as principais ameaças enfrentadas por quem está conectado e saiba como impedir que uma boa idéia no mundo online se transforme em uma grande dor de cabeça na vida real.

## **► Hacker**

TERMO ASSOCIADO ATUALMENTE aos invasores de sistemas de computadores. Na verdade, a palavra hacker nasceu como nome dado a pessoas com grande conhecimento de informática, profissionais que são responsáveis por muitos dos avanços tecnológicos atuais, como desenvolvimento de programas e equipamentos. Esses hackers “do

---

bem” começaram a fazer história na década de 60, colaborando para a criação dos primeiros computadores pessoais, dos sistemas operacionais e a cultura do software livre, entre outras coisas.

Os hackers famosos, que ocupam as páginas dos jornais por seus crimes via internet, seriam mais bem definidos como crackers, especialistas em segurança que “quebram” as barreiras oferecidas pelos administradores de sistemas para invadi-los e roubar informações, entre outras atividades. De qualquer forma, a força da mídia fez com que o termo hacker fosse associado aos criminosos digitais.

O mais famoso deles foi o norte-americano Kevin Mitnick, que, depois de passar cinco anos na cadeia por seus crimes no mundo virtual, agora é sócio de uma empresa especializada em segurança. Segundo o processo, ele teria causado prejuízos de mais US\$ 80 milhões a empresas como Motorola, Nokia e Sun, que tiveram programas e informações roubadas. Mesmo depois de ganhar liberdade condicional, em 2000, ele foi obrigado a passar três anos longe dos computadores, por decisão judicial.

Muitas vezes o inimigo está (ou esteve) dentro de casa. Pesquisas indicam que 80% dos roubos de informações ou ataques são realizados por ex-funcionários ou empregados atuais das empresas. Por isso, é muito importante proteger a informação externa e internamente. Nesse ponto, funções de restrição de acesso a arquivos e limitação de procedimentos oferecidos por soluções como o Windows Server 2003, que faz parte do pacote Small Business Server 2003, são de grande importância. Com ele, é possível bloquear o acesso interno indevido a documentos confidenciais, por exemplo.

Mas o que torna o hacker tão perigoso? Além da capacidade de burlar até defesas bem elaboradas, eles contam

com a fragilidade da maioria dos sistemas, que costumam ser mal configurados (deixando portas abertas para invasões) e desatualizados (permitindo a exploração de falhas que já foram conhecidas e solucionadas). Para completar, a internet permite que mesmo quem não possui grandes conhecimentos sobre tecnologia possa, por exemplo, invadir um servidor de Web e alterar as informações de sites, processo conhecido como “defacement”. Basta visitar páginas criadas por outros hackers, que trazem programas e informações sobre o processo, verdadeiros manuais com ferramentas para os ataques.

Além do prejuízo causado à imagem das empresas invadidas - geralmente os sites alterados viram palanque para protestos políticos, fotos pornográficas e palavrões -, a empresa também pode perder negócios durante o tempo em que estiver fora do ar, resolvendo e investigando o problema. Mas o maior dano ocorre quando o pirata da internet resolve se apoderar de informações sigilosas, como números de cartões de crédito armazenados sem proteção em lojas virtuais, por exemplo.

Segundo dados do instituto de pesquisas Aberdeen Group, as perdas de consumidores, varejistas, empresas de cartões de crédito e instituições financeiras geradas por crimes relacionados a cartões de crédito e senhas bancárias foi de US\$ 8,75 bilhões em 2002, número que deve encerrar 2003 na casa dos US\$ 24 bilhões. E o Brasil está no centro do planeta quando o assunto é ataques virtuais.

De acordo com levantamento feito pelo instituto eMarketer, o Brasil é um dos países que mais concentram hackers em todo o mundo e ocupa a segunda posição no ranking das nações mais atacadas do planeta. Em 2002, foram realizados 5.568 ataques digitais contra empresas brasilei-

---

ras. Os Estados Unidos ocupam o primeiro lugar no pódio, com 26.792 ataques no mesmo período. Por isso, muitas pessoas têm medo de utilizar o cartão de crédito na Web. Além de proteger seus sistemas, a empresa que entra para o comércio eletrônico deve oferecer várias formas de pagamento para os clientes, como boleto bancário e débito em conta, para derrubar essa barreira e ampliar a receita vinda do mundo virtual.

## **Vírus**

A PALAVRA VÍRUS FOI EMPRESTADA pelo mundo da medicina à informática para fazer referência a programas nocivos que possuem capacidade para se disseminar rapidamente, deixando “doentes” os sistemas. Os usuários de computador iniciaram o contato com as primeiras pragas virtuais há cerca de 30 anos, de forma bem mais modesta.

Naquela época, sem a internet para facilitar o trabalho dessas ameaças, a propagação era lenta, com os vírus levando anos para infectar um número considerável de equipamentos. Os danos também eram muito menores. Com a popularização da internet, na década de 90, eles ganharam poder para, em poucas horas, correr o mundo e gerar milhões de dólares em prejuízos. Sai de cena o antigo disquete contaminado e entra a rede mundial de computadores como o principal caminho para disseminação.

Foi o que fez o I Love You, talvez o mais popular de todos até hoje. No dia 4 de maio de 2000, ele entrou em ação, como um e-mail que era enviado automaticamente pelos computadores infectados. Como isca, trazia uma declaração de amor no campo de assunto da mensagem. Resultado: quem acreditou e abriu o e-mail foi contaminado. Calcula-se que mais de 84 milhões de PCs em todo o mun-

do foram infectados, com prejuízos estimados na época em US\$ 8,7 bilhões, segundo o instituto Computer Economics.

Depois dele vieram vários outros invasores, que utilizaram a capacidade de infectar computadores e usaram a lista de e-mails das vítimas para se disseminar automaticamente, em larga escala. Com isso, os vírus tornaram-se verdadeiras epidemias, com quase 70 mil tipos identificados. A cada mês, surgem pelo menos mais 300 ameaças, segundo os cálculos de empresas de antivírus.

Mais velozes que seus ancestrais, eles também estão mais poderosos. As pragas virtuais podem apagar todas as informações, fazer o computador disparar mensagens e ser utilizado por hackers para obter dados sigilosos de usuários e empresas, como números de cartão de crédito e senhas bancárias. No caso das companhias, a contaminação

## »DICA

### **PROCEDIMENTOS BÁSICOS**

Siga essas recomendações para navegar tranquilamente na Web

- 1) Evite acessar serviços como internet banking em equipamentos públicos ou desconhecidos, como cibercafés e escolas. Eles podem estar com antivírus desatualizados e preparados para capturar seus dados.
- 2) Só utilize sites seguros, confiáveis e reconhecidos no mercado.
- 3) Verifique as dicas de segurança presentes nos sites dos bancos. Neles, há todas as informações de como a instituição se relaciona por e-mail com o correntista online.

---

pode causar estragos à imagem. Servidores utilizados para enviar e-mails a uma base de clientes cadastrados (as chamadas newsletters) merecem atenção especial, pois mandar vírus para milhares de clientes é suficiente para acabar com aquela campanha de marketing tão bem planejada. O mesmo vale para quem realiza e-commerce (comércio eletrônico). Já foram identificados vírus capazes de contaminar páginas da internet e transmitir os seus códigos nocivos ao internauta apenas com a visita ao site. Seu cliente ficaria muito bravo (e com razão) em saber que foi premiado com um vírus ao conhecer seu endereço na internet.

## **▶ Antivírus**

A PROTEÇÃO DOS SISTEMAS COMEÇA com um programa antivírus, solução que é oferecida por vários fabricantes atualmente. Esse tipo de software cria barreiras para impedir que uma ameaça contamine o sistema, além de possuir recursos para limpar arquivos contaminados. A solução exige atualização constante, pois trabalha com vacinas específicas. Em caso de redes de computadores, o ideal é centralizar esse trabalho em um servidor, que assume a responsabilidade de atualizar os equipamentos conectados, tirando o peso das costas do usuário (geralmente preocupado com outras coisas, o que deixa a questão segurança de sistema em segundo plano).

Sempre que um novo invasor é identificado, os especialistas das empresas de segurança correm para criar um complemento para o antivírus (a fim de evitar a ação da nova ameaça), que depois fica à disposição dos usuários para download. Assim, quem atualizar o programa estará protegido. Já quem não fez isso, pode ser contaminado.

É recomendável realizar o processo para manter o equi-

pamento em dia pelo menos uma vez por semana, além de ficar atento às notícias sobre novas ameaças para atualização imediata. Em alguns casos, o programa de proteção possui atualização automática, o que livra o usuário da tarefa. Vale lembrar que, mesmo tendo o antivírus atualizado na máquina, ainda assim é possível ser contaminado, já que as empresas podem levar horas para desenvolver barreiras contra novas pragas. Em casos de vírus que se espalham muito rápido, o estrago pode ser feito antes que a vacina esteja disponível. Por isso, vale adotar algumas medidas em sua empresa:

- 1) Nunca abra arquivos suspeitos que acompanham e-mails, sejam eles declarações de amor, promessas de emprego ou programas grátis.
- 2) Não confie cegamente em mensagens de amigos. É comum os vírus utilizarem os computadores para se replicar automaticamente. Ou seja: o nome do conhecido aparece na mensagem, mas ele nem sabe do que se trata. Nesses casos, vale verificar com o remetente se ele realmente enviou o arquivo e saber do que se trata.
- 3) Cuidado com downloads de programas. Eles podem estar contaminados. Há todo tipo de site disponível na internet, muitos são verdadeiras armadilhas para disseminar programas nocivos. Tome cuidado com sites desconhecidos e adote soluções que permitem restringir o acesso a endereços na internet, caso do pacote Microsoft Windows Small Business Server 2003 Premium.
- 4) Jamais utilize software pirata. Além constituir crime, punido até com prisão, o uso de programas ilegais pode trazer outro tipo de dor de cabeça: vírus.
- 5) Utilize programas de correio eletrônico como o Outlo-

---

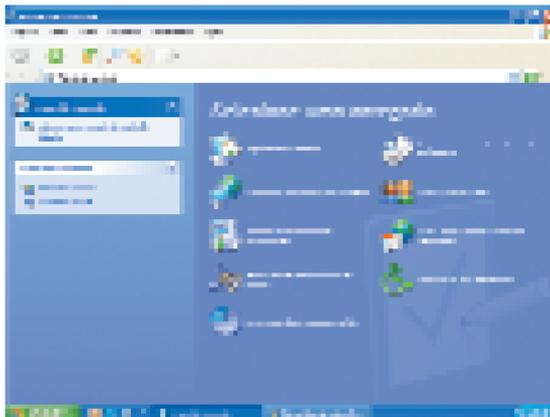
ok 2003, que incluem filtros que permitem o bloqueio de anexos, como arquivos com extensões .exe e .bat, muito usados para executar programas nocivos quando abertos.

## ► Firewall

PARA MANTER SUA REDE LONGE dos piratas da internet, utilizar um programa de firewall é extremamente necessário. Trata-se de um software que funciona como uma barreira, fechando portas abertas em computadores e redes. Seu uso já é recomendado em computadores conectados à internet por conexão discada (linha telefônica). No caso de sistemas com acesso rápido (também conhecido como banda larga) é praticamente obrigatório, já que esse tipo de conexão oferece maior facilidade para os ataques virtuais.

Um firewall pode filtrar o tráfego nocivo da internet, evitando que hackers tenham acesso ao seu computador, e combater certos tipos de vírus, além de impedir que sua rede ou PC seja utilizado em ataques a outros sistemas. A solução Microsoft Windows Small Business Server 2003 traz a ferramenta de proteção ISA Server, que funciona como um filtro entre sua empresa e a internet.

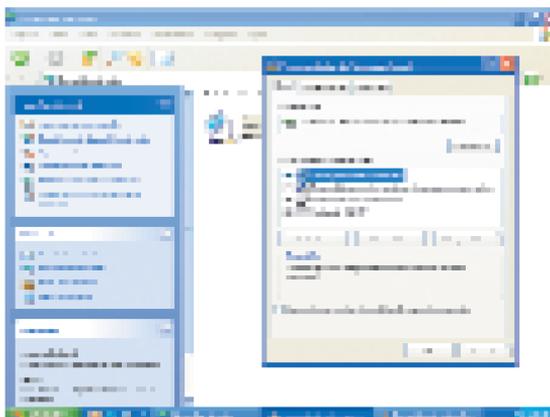
O recurso de firewall também faz parte do sistema operacional Windows XP. Para utilizá-lo, o usuário precisa habilitar a função **Firewall de conexão à Internet** do produto. Para saber qual versão do Windows está utilizando, em caso de dúvida, basta clicar em **Iniciar** e depois em **Executar**; na caixa de diálogo Executar, digite **winver**. Clique em **OK**. Uma mensagem com a versão utilizada surge na tela. O firewall do XP entra em cena com o seguinte procedimento:



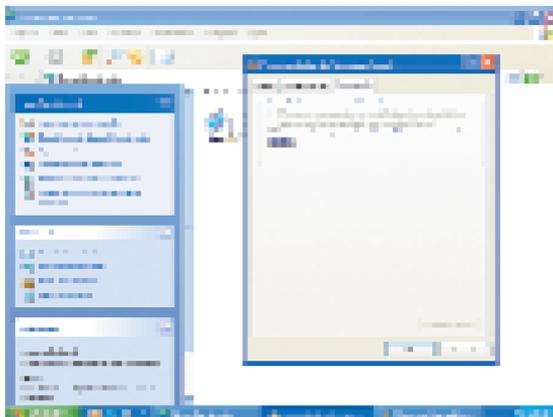
- 1) Depois de clicar em **Iniciar** e em **Painel de Controle**, clique em **Conexões de rede e Internet** e depois em **Conexões de rede**.

**OBS.** Se a categoria **Conexões de rede e Internet** não estiver visível, selecione **Alternar para modo de exibição categoria** no canto esquerdo superior da janela.

- 2) Na categoria **Discagem ou Rede local ou Internet de alta velocidade**, clique no ícone para selecionar a conexão que você deseja proteger.



- 3) No painel de tarefas à esquerda, em **Tarefas de rede**, clique em **Alterar as configurações desta conexão** (ou clique com o botão direito na conexão que você deseja proteger e depois em **Propriedades**).



- 4) Na guia **Avançado**, em **Firewall de conexão com a Internet**, marque a caixa ao lado de **Proteger o computador e a rede**, limitando ou impedindo o acesso a esse computador por meio da internet.
- 5) Se você possui mais de uma conexão à internet (banda larga e discagem, por exemplo), é preciso fazer o mesmo para cada conexão.

## >>DICA

### **FIREWALL**

Várias opções adicionais de firewall estão disponíveis, incluindo soluções em software e hardware.

Você pode considerá-las se tiver uma versão anterior ao Windows XP. Ele impede que estranhos acessem o seu computador através da internet.

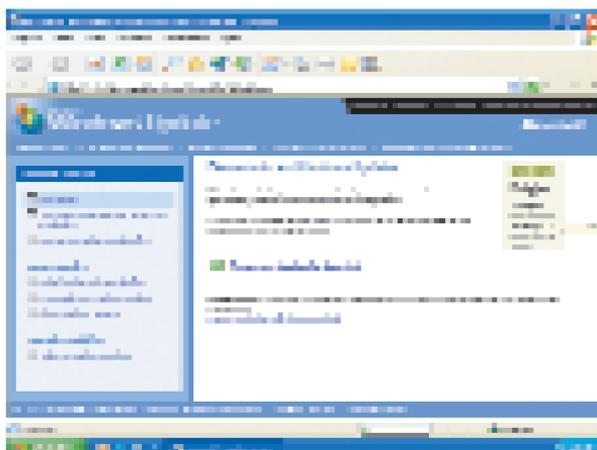
## ► Atualização

EM GRANDE PARTE DOS CASOS DE disseminação em larga escala de vírus ou mesmo ataques de hackers, os invasores se utilizam de vulnerabilidades dos programas de computador conhecidas há anos. Ou seja, já se sabe que aquela porta estava aberta, o fabricante do software já colocou à disposição uma fechadura específica para trancá-la e o usuário do programa não foi buscá-la.

Nesse cenário, atualizar é preciso. O ato de buscar nos sites das desenvolvedoras de softwares os chamados “updates” impede que seu computador ou a rede da empresa seja uma presa fácil para as ameaças virtuais. E isso vale para quase todos os programas, do sistema operacional ao servidor Web (utilizado em sites). Para os usuários do Windows, um aliado importante é o recurso Windows Update, que oferece as mais importantes atualizações para segurança, além de drivers (programas necessários para o funcionamento de dispositivos conectados ao computador).

O Windows XP também traz o recurso de **Atualizações Automáticas**, que faz o download das mais recentes atualizações de segurança da Microsoft sempre que o computador estiver ligado e conectado à internet. Para obter o máximo de benefícios das Atualizações Automáticas, é necessário realizar antes uma varredura do computador com o Windows Update. Veja a seguir os passos:

- 1) Clique no botão **Iniciar**, clique em **Todos os programas** e depois em **Windows Update**.
- 2) Siga as instruções na tela. O Windows Update fará uma varredura do seu computador e fornecerá uma listagem pré-selecionada das atualizações críticas. Os modems



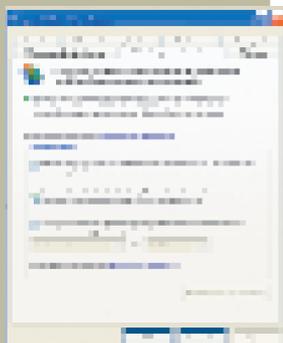
mais lentos podem demorar várias horas para fazer o download de todas as atualizações recomendadas, na primeira vez em que você usa o Windows Update.

### 3) Instale as atualizações.

## >>DICA

### ATUALIZAÇÃO AUTOMÁTICA

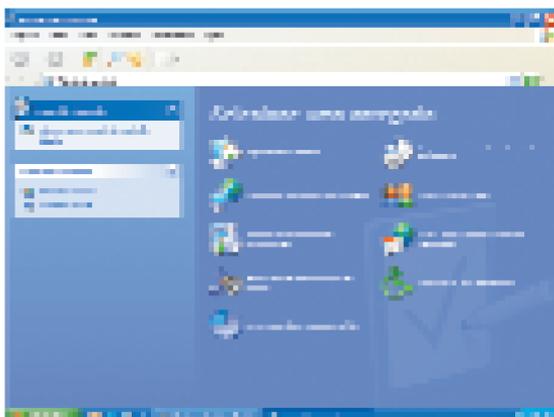
A fim de reduzir o tempo de download, execute o Windows Update quando não estiver usando o seu computador para outras tarefas. O tempo de download varia de acordo com o período decorrido desde a sua última atualização, o número e o tamanho dos arquivos que constam no pacote de download e a velocidade da sua conexão.



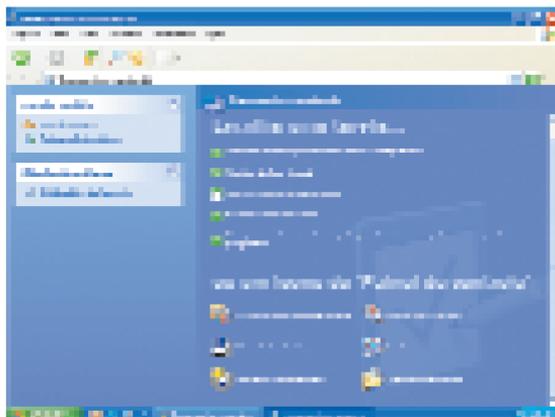
» Algumas atualizações possuem pré-requisitos; portanto, você pode ser instruído a instalar certas atualizações e depois ligar o micro novamente. Não se esqueça de voltar ao Windows Update depois de reiniciar, para verificar se há necessidade de qualquer download adicional.

Agora que o seu Windows XP está atualizado, estabeleça uma programação regular de manutenção com as Atualizações Automáticas.

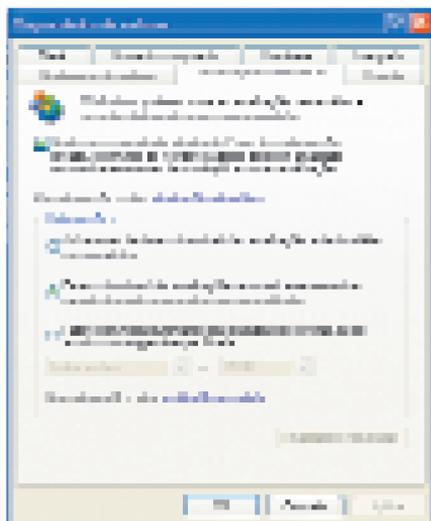
- 1) Clique em **Iniciar** e depois em **Painel de controle**.
- 2) Clique em **Desempenho e manutenção**. Se a categoria **Desempenho e manutenção** não estiver visível, clique em **Alternar para modo de exibição categoria**, no canto esquerdo superior da janela.



- 3) Clique em **Sistema** para abrir a caixa de diálogo **Propriedades do sistema**.
- 4) Na guia **Atualizações automáticas**, marque a caixa ao lado de **Manter o meu computador atualizado**.



- 5) Escolha uma configuração. A Microsoft recomenda fortemente a escolha de **Faça automaticamente o download das atualizações e instale-as de acordo com a programação que eu especificar**.
- 6) Se você escolher a opção de fazer automaticamente o download e instalar as atualizações, deve então selecionar um dia e um horário para que o seu computador instale as atualizações obtidas por download. Com essa opção, o download das atualizações é feito em segundo plano quando o seu computador estiver conectado à internet.



**>>DICA**

Não esqueça de escolher um dia e um horário em que o seu computador estará ligado. É recomendável uma atualização diária. Sempre salve o seu trabalho antes de sair do computador, porque alguns downloads exigem que ele seja reinicializado.

**► Senhas**

DATA DO ANIVERSÁRIO DE NASCIMENTO ou casamento, nome do filho, do cachorro... Quem nunca utilizou esses dados como senha? Afinal, o que não falta atualmente são lugares ou sites que exigem códigos de acesso. É uma para o internet banking, outra para o cartão do banco, outra para o acesso à rede interna da companhia e por aí vai.

Para evitar o acesso indevido aos dados pessoais ou da sua companhia, os especialistas recomendam a criação de combinações mais complexas, as chamadas senhas fortes. E como criá-las? Em primeiro lugar, nada de utilizar uma para tudo. Isso facilita a vida do hacker ou mesmo de funcionários mal-intencionados, já que bastará descobrir uma delas para fazer o que quiser na rede da companhia. Códigos curtos também estão descartados, pois são igualmente fáceis de serem descobertos. O ideal é gerar uma senha com mais de oito caracteres, que misture letras (maiúsculas e minúsculas), números e sinais. E como lembrar? O ideal é memorizar uma frase, pegar as iniciais dela e mesclar com os outros dados. Ex. a frase “a pressa é inimiga da perfeição” pode gerar o código ApeidP1. O código deve ser alterado periodicamente, pelo menos uma vez a cada três meses, e não pode ser compartilhado.

---

## ► Criptografia

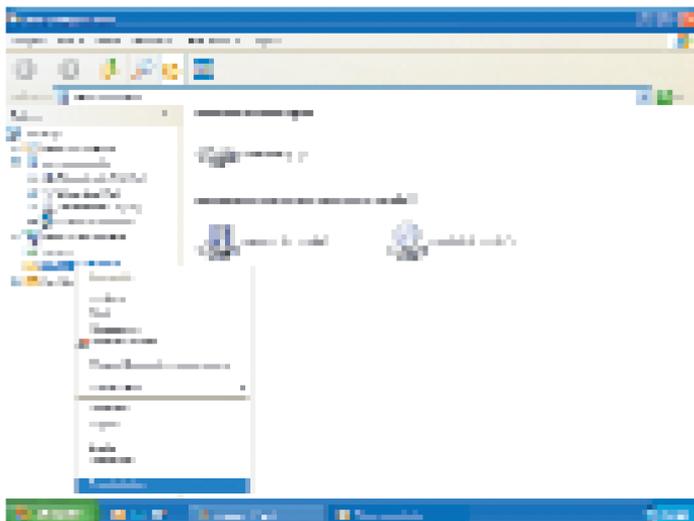
PARA PROTEGER AS INFORMAÇÕES que trafegam pela internet ou arquivos importantes armazenados nos computadores da sua empresa, a criptografia é um bom recurso. Trata-se de uma tecnologia que embaralha informações e cria chaves para cada arquivo, restringindo o acesso a pastas e documentos. Só quem possui a chave criptográfica consegue decifrar um arquivo.

Para driblar a senha é necessário grande capacidade de processamento de dados, o que inviabiliza a operação. Há vários programas no mercado que codificam arquivos para proteção. Alguns sistemas operacionais da Microsoft também trazem essa tecnologia. É o caso do Windows XP Professional, com o EFS (Encryptin File System), que se baseia em criptografia com chave pública.

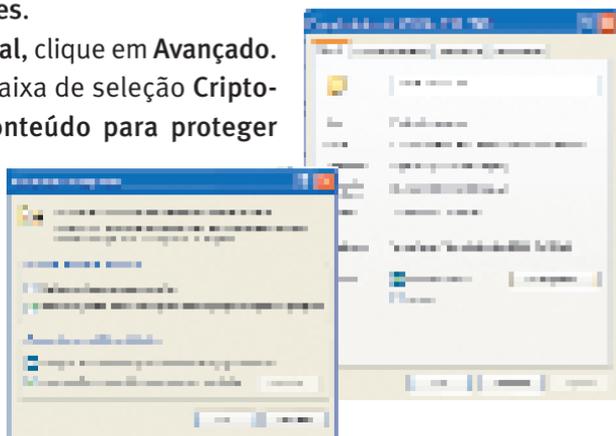
A configuração padrão do EFS gera automaticamente para o usuário um par de chaves de criptografia e um certificado - se ainda não existir um. Arquivos criptografados permanecerão confidenciais mesmo que um intruso ultrapasse o sistema de segurança, por exemplo, instalando um novo sistema operacional. Em um sistema compartilhado, um intruso pode obter acesso iniciando um sistema operacional diferente. Pode também roubar o computador, remover o disco rígido, instalar a unidade em outro sistema e obter acesso aos arquivos armazenados. Arquivos criptografados por meio do EFS, entretanto, aparecem como caracteres ilegíveis ao agressor que não tiver a chave de descryptografia.

Para criptografar um arquivo ou pasta no Windows XP Professional:

- 1) Abra o **Windows Explorer** (clique em **Iniciar**, aponte para **Todos os programas**, para **Acessórios** e clique em **Windows Explorer**)



- 2) Clique com o botão direito do mouse na pasta ou no arquivo que deseja criptografar e, em seguida, clique em **Propriedades**.
- 3) Na guia **Geral**, clique em **Avançado**.
- 4) Marque a caixa de seleção **Criptografar o conteúdo para proteger os dados**.



**Obs.** Você só pode criptografar arquivos e pastas em volumes de sistema de arquivo NTFS (sistema avançado de arquivos)

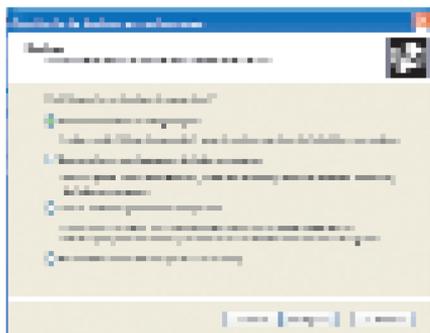
O Office 2003 também oferece recursos dedicados à proteção de arquivos ou parte de arquivos. As novas versões do Word, Access e Excel permitem o uso de senhas de criptografia para proteger os documentos e impedir o acesso de estranhos a eles. Já no Outlook, podem ser utilizados ainda os diferentes padrões de senhas e de assinaturas digitais para proteger as mensagens.

## Backup

VOCÊ TOMOU TODAS AS PROVIDÊNCIAS possíveis, mas, mesmo assim, problemas com equipamentos ou mesmo um vírus levaram à perda de informações valiosas. Nessa hora, como diz a velha piada sobre tecnologia, “só o backup salva”. Para quem ainda não está familiarizado com o termo, trata-se da realização periódica de cópias de segurança de arquivos importantes.

Sistemas operacionais como o Windows XP e o Windows Small Business Server 2003 já vêm com uma série de recursos que ajudam a pequena empresa nesse ponto. O XP, por exemplo, conta com o **Utilitário de backup**, que permite de maneira simples que o pequeno empresário crie cópias dos programas. Com isso, sua empresa pode evitar a perda de dados importantes, como um cadastro de cliente, que pode afetar diretamente as vendas. Vale lembrar que o processo de backup pode ser programado com o uso da opção **Tarefas Agendadas**, localizada no **Painel de Controle**.

Outro recurso importante para evitar a perda de dados é o backup automático,



uma característica da versão do sistema Windows Server 2003, que faz parte do pacote Windows Small Business Server 2003. Com ele é possível aumentar a segurança realizando cópias de arquivos importantes periodicamente ou à noite.

De acordo com a quantidade de dados que precisa ser armazenada, o arquivo de backup pode ser salvo em vários tipos de mídia, como um disco rígido (interno ou externo), CD-R ou CD-RW (gravadores de CDs que trabalham com discos que podem receber dados uma ou mais vezes), DVD gravável ou fitas. Pequenas empresas e usuários finais se utilizam cada vez mais de gravadores de CDs, pelo preço acessível dos drivers (gravadores) e da mídia utilizada. Já grandes volumes de informações, como acontece em ambiente corporativo, exigem mídias de maior capacidade, como unidades de fita, entre outros.

Guia de  
**Tecnologia**  
RECOMENDA

Solução completa e integrada para pequenas

empresas, o Windows Small Business Server 2003 Premium Edition incorpora recursos avançados de segurança, como a ferramenta Internet Security and Acceleration (ISA) Server 2000, que funciona como um filtro localizado entre sua empresa e a internet. Também fazem parte do pacote o Windows Server 2003, Exchange Server 2003, Outlook Server 2003, FrontPage 2003 e SQL Server 2000. Há ainda uma versão mais barata do pacote, com apenas o Windows Server, Exchange Server e Outlook, todos em suas versões 2003.



---

## ► Pirataria

PIRATARIA PODE SER DEFINIDA COMO o uso ou distribuição ilegal de bens protegidos por leis de propriedade intelectual. O software é um deles e a internet, que auxilia o download de arquivos, facilita esta prática.

Atualmente, muitos fabricantes oferecem versões autorizadas de seu software para a venda online. Veja algumas dicas, fornecidas pela Business Software Alliance (BSA), organização que combate a pirataria de software no mundo, para assegurar que sua empresa esteja comprando software legal em sites de venda pública:

- se o preço para um software parece bom demais para ser verdade, a probabilidade que o programa seja pirata é grande;
- cuidado com software que vem sem qualquer documentação nem manual;
- cuidado com produtos que não parecem genuínos, como aqueles com capas escritas à mão;
- cuidado com vendedores oferecendo cópias de “backup”;
- cuidado com produtos rotulados como versão educacional, OEM, NFR ou CDR;
- esteja alerta quanto a compilações de títulos de software de fabricantes diferentes em um mesmo disco;
- não dê detalhes de seu cartão de crédito até que você saiba que a transação é segura.

As empresas devem ter uma política clara sobre se, quando, ou com a autorização de quem, os funcionários podem fazer o download ou adquirir software em sites da internet.

## TECNOHIDRO PROJETOS AMBIENTAIS

**A Tecnohidro Projetos Ambientais** conta com cerca de 50 funcionários entre engenheiros, geólogos, biólogos e pessoal de campo, que têm como objetivo a elaboração de estudos de gerenciamento ambiental. Antes do início do projeto de adequação tecnológica, realizado pela Ecosites Ambientes de Rede e Consultoria, a empresa possuía um ambiente de rede com 25 PCs com diversas configurações e sistemas operacionais.

Os servidores Web e de e-mail eram contratados como serviço de terceiros e não garantiam a qualidade e a confiabilidade exigida pela empresa. Não havia política para utilização dos recursos de informática. Aos usuários era permitida a instalação de software nas estações de trabalho sem restrições, além de não haver controle do uso da internet, permitindo o acesso por parte do funcionário a sites de interesse particular, o que gera perda de produtividade e mais um risco para a segurança da companhia.

Para resolver essas questões, a empresa adquiriu licenças de Windows XP para os computadores, melhorou a configuração dos equipamentos e promoveu a homogeneização de seu parque instalado. Além disso, o uso de um sistema operacional de redes, como o Windows Server 2003 (que faz parte da solução Windows Small Business Server 2003, adotada pela empresa), melhorou o desempenho geral e permitiu maior segurança dos dados internos.

Outra medida foi levar para dentro da companhia os servidores de e-mail e Web, com confiabilidade e garantia de uptime (tempo de sistema acessível). A integração do Windows XP com o Windows 2003 Server possibilitou não só a criação de políticas, como de perfis de usuários, vital para a segurança.



### **Apoio às micro e pequenas**

**[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)**

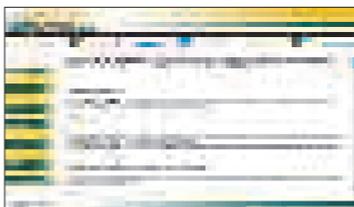
A página na internet do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, entidade que trabalha desde 1972 pelo desenvolvimento sustentável das empresas de pequeno porte, traz um grande volume de informações úteis para o segmento. Em seu cardápio estão estatísticas do setor, cursos de capacitação, dados para acesso ao crédito e serviços para cooperação entre as empresas. Na área de educação, oferece cursos gratuitos via internet, com temas na linha "Como vender mais e melhor" e "Ini-

ciando um Pequeno Grande Negócio". Para quem busca inspiração, a seção de casos



de sucesso permite selecionar cases por assunto, como cooperativas, crédito e desenvolvimento local. Se o problema é financeiro, a área sobre crédito traz dicas importantes para quem pensa em bater na porta do banco, como "verifique se o financiamento é condição imprescindível para o sucesso de sua empresa" ou "não utilize o crédito como meio de cobrir prejuízos operacionais permanentes da sua empresa". Inclui links para auxiliar o empresário a definir melhor seu negócio, planejar, desenvolver e formalizar uma empresa e uma área sobre legislação, com documentos como a Lei de Franquias.

### **Código de Ética Anti-Spam** [www.brasiliantispam.org](http://www.brasiliantispam.org)



É a página que conta com o Código de Ética Anti-Spam e as Melhores Práticas de Uso de Mensagens Eletrônicas. Ideal para quem tem planos de usar o e-mail de forma comercial, mas não sabe como fazer para não incorrer na prática de spam. Neste endereço, encontra-se todas as dicas, bem como as características que fazem com que uma mensagem eletrônica seja considerada um spam.

As diretrizes do site são de associações como a Associação Brasileira de Anunciantes, Associação Brasileira das Agências de Publicidade, Associação Brasileira de Marketing Direto, Associação Brasileira dos Provedores de Acesso, Serviços e Informações na Rede Internet, Associação de Mídia Interativa, entre outros.

### **Direitos do Consumidor Online** [www.mj.gov.br/DPDC/internet.htm](http://www.mj.gov.br/DPDC/internet.htm)

Site do Ministério da Justiça, no qual é possível esclarecer todas as dúvidas sobre os direitos do consumidor online. Responde a perguntas sobre se o Código de Defe-

sa do Consumidor é aplicável nas compras pela internet, o que fazer se o produto ou serviço apresenta vício, se é possível se



arrependem de uma compra pela Web, quais os cuidados necessários nas compras pela internet e se o site pode fornecer seus dados cadastrais para terceiros. Ideal para quem vai comprar, mas também para quem pretende vender pela internet.

### **Proteja seu PC** <http://www.microsoft.com/brasil/proteja>



Este site da Microsoft traz informações importantes para proteger seus computadores dos ataques de vírus. De forma clara e didática, as dicas ensinam empresas e usuários domésticos a abordar o firewall, atualizações de software e os sistemas antivírus.

### **MSN Busca** [www.msn.com.br](http://www.msn.com.br)

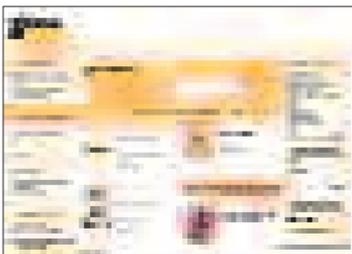
Procurando alguma coisa na rede e não sabe sequer por onde começar? Pois o MSN Busca é um dos mais modernos e populares buscadores (serviços que permitem localizar informações na internet) da Web. Segundo os responsáveis pelo produto, são mais de um bilhão de páginas disponíveis para a consulta. Basta inserir o assunto na

caixa de pesquisa que surge na tela e conferir a lista de páginas da internet que falam sobre o tema. Ele também permite realizar



uma busca mais detalhada, na opção Busca avançada, que filtra o universo de opções. Ainda em seu cardápio estão buscas de imagens e vídeos.

### **Guia Mais** [www.guiamais.com.br](http://www.guiamais.com.br)



Entre os serviços oferecidos pela versão online do Guia Mais está o Guia de Ruas e CEPs, que permite localizar endereços em São Paulo ou no Paraná pelo nome da rua, com exibição de mapas que incluem pontos de referência como estações de metrô ou shoppings. Também é possível escolher dois pontos e selecionar a opção que traça o melhor caminho entre eles e até mesmo realizar uma busca de estabelecimentos localizados nas redondezas do endereço desejado. Na área de CEPs, o visitante encontra os códigos de cidades de todas as partes do Brasil. E, em DDD, basta inserir o nome do município para descobrir seu código. Traz ainda guia de hotéis, bares e restaurantes; além da versão eletrônica da tradicional lista telefônica, permitindo a localização de endereços de empresas por ramo de atividade.

### **Dicionário eletrônico** [www.babylon.com](http://www.babylon.com)



Problemas com outros idiomas? O site do software Babylon não chega a substituir um tradutor de carne e osso, mas ajuda a resolver dúvidas que surgem no dia-a-dia na hora de encarar textos em outras línguas. Basta inserir uma palavra na caixa Try Babylon e escolher entre os 17 idiomas disponíveis, como inglês, francês, espanhol, alemão, japonês, russo e português. Além do dicionário online, a página também traz uma versão gratuita para download com tempo limitado que permite o acesso a um conteúdo mais amplo, como 25 dicionários criados pela empresa e 1600 glossários.

### **Governo brasileiro** [www.redegoverno.gov.br](http://www.redegoverno.gov.br)



Portal de serviços e informações do governo brasileiro, o endereço reúne um amplo conteúdo sobre os poderes executivo, legislativo e judiciário, governos estaduais e municipais. Ao clicar no item Comércio, por exemplo, o visitante pode consultar o andamento de processos. Já a opção Apoio a Empresas traz uma lista de links com dados sobre opções de financiamento, suporte

para a exportação de produtos, oportunidades de investimento, endereços das juntas comerciais de cada Estado e projetos do BNDES para o apoio a pequenas e médias empresas. Na seção Fisco é possível ter acesso ao cadastro nacional de pessoa jurídica, solicitar certidão negativa de débitos estaduais via internet e realizar cadastro para recebimento de editais. Para completar, coloca à disposição do usuário uma área de glossário, com dicionários jurídicos, guia do contribuinte, termos técnicos de áreas como mercado financeiro, saúde e meio ambiente.

**HP e o SMB**  
[www.hp.com.br/smb](http://www.hp.com.br/smb)



Página da HP destinada a pequenas e médias empresas (small and medium business - SMB), traz informações sobre soluções da fabricante como desktops com avançados recursos de segurança, notebooks ultraportáteis com alta performance e capacidade para otimizar a operação das empresas e torná-las mais competitivas, linha de handhelds iPAQ Pocket PC (com diversas facilidades para a área de pequenos negócios), servidores para redes de pequeno porte, multifuncionais que geram economia ao reunir em um único aparelho impressora, copiadora, scanner e fax, além de sistemas de armazenamento de dados e backup. Já na área de serviços, o visitante encontra na página a rede autorizada HP em todo o país e downloads de drivers e software para equipamentos. Em dicas, o internauta descobre como escolher o primeiro servidor para sua empresa e encontra informações para se prote-

ger dos falsificadores de suprimentos de impressão. Para completar, oferece dados sobre opções de financiamento, permite realizar a compra via internet e traz recurso de chat, que possibilita a troca de informações em tempo real com a empresa.

**Informação e serviços**  
[www.msn.com.br](http://www.msn.com.br)

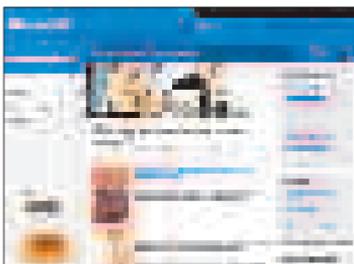


Portal da Microsoft lançado no Brasil em 1999, o MSN tem como meta facilitar o dia-a-dia do internauta, com informação e serviços. Um dos seus mais populares recursos é o Hotmail, serviço de e-mail grátis utilizado por mais de 4,5 milhões de pessoas por mês e que pode ser acessado pelos associados a partir de qualquer PC com uma conexão à internet e um navegador da Web. Também vale destacar o MSN Messenger, programa para troca de mensagens instantâneas via internet que já possui mais de 2,4 milhões de usuários no Brasil. E para quem quer realizar pesquisas na rede mundial de computadores, o endereço reserva a ferramenta MSN Busca, que permite a localização por palavra ou assunto; além de oferecer conteúdos especiais para quem quer comprar imóveis, carros ou mesmo encontrar um novo emprego.

**Microsoft para pequenas empresas**  
[www.microsoft.com/brasil/smallbiz/](http://www.microsoft.com/brasil/smallbiz/)

Neste endereço, a Microsoft apresenta produtos que fazem sua empresa funcionar melhor, com economia de tempo e dinheiro, como Small Business Server, Windows XP, Office 2003 Small Business Edition e Windows Server 2003. No link "Guia Prático de Office XP para Pequenas Empresas" estão

disponíveis informações sobre como fazer mais e melhores negócios com ferramentas do Office. Já em “Dicas Microsoft para Pequenas Empresas” o visitante encontra informações para organizar processos, escolher e gerenciar software, comunicar-se via internet, como comprar ou atualizar computadores e encontrar um bom consultor de informática, entre outros temas. O site traz também casos de sucesso, com empresas que utilizaram soluções Microsoft. Outra área útil para as empresas de menor porte é a de Recursos, com destaque para “Modelos Pron-



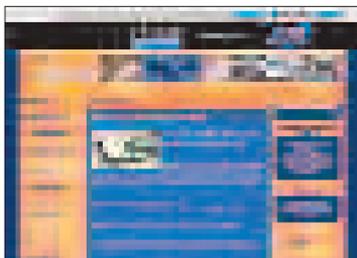
tos do Office”, com documentos para facilitar sua comunicação com os clientes. Entre os modelos disponíveis estão exemplos de folheto com lista de preço, boletim informativo com tema formal ou informal, catálogo de produtos com tema padrão e folheto com convite para um evento. Para encontrar mais uma grande variedade de modelos úteis às pequenas empresas, basta acessar o Office Online, diretamente de aplicativos como Word 2003 e Excel 2003, inclusos no novo Office Small Business Edition 2003. E na área de licenciamento de software é possível tirar dúvidas sobre as opções disponíveis e identificar qual modalidade é mais adequada ao seu tipo de negócio.

### **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**

[www.globo.com/pegn](http://www.globo.com/pegn)

Além de reportagens exibidas no programa da Rede Globo sobre o mundo das empresas de pequeno porte ou publicadas na revista PEGN, o site traz notícias diárias sobre temas de interesse para empresas de pequeno porte. Já no item agenda fiscal

estão disponíveis datas e tributos que incidem a cada dia do mês. Outro destaque é a área de dicas, que exhibe artigos de con-



sultores sobre temas como relacionamento no varejo, marketing para pequenos negócios e gestão de ponto-de-venda. E os visitantes também podem manifestar suas opiniões no Fórum, que aborda temas como “Venda pela internet é coisa para pequena empresa?” ou “Como criar um ambiente propício à criatividade e estimular a geração de novas idéias”.

### **Primeiros passos**

<http://ij.ig.com.br/>



Portal de negócios do iG, o iJ traz uma área com informações detalhadas sobre os passos para abrir (ou até mesmo fechar) uma empresa. Na parte sobre legislação é possível encontrar o texto do Estatuto das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte, além de documentos sobre as leis das Sociedades Anônimas, das Limitadas e dos Direitos Autorais. Confuso quanto ao calendário de pagamentos? Na seção de agenda de obrigações fiscais e tributárias, basta selecionar o mês para saber os tributos que incidem no período. Possui também um link

com lista de encargos trabalhistas e previdenciários e oferece informações sobre os indicadores financeiros do dia, como cotação do dólar oficial e paralelo e movimento da Bovespa.

### Receita Federal

[www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)



Além de informações e serviços relacionados à declaração do imposto de renda, como programas para o preenchimento e disponibilidade de restituição, a página da Receita Federal traz serviços como consulta e acompanhamento de processos via e-mail. Outro recurso interessante do site é o download para a impressão de formulários. A lista de documentos disponíveis inclui Certidão Negativa de Débitos (CND), Declaração de Inexistência de Ação Judicial, Declaração Simplificada de Importação (DSI), Pedido de Parcelamento de Débitos (Pepar) e Formulário de Solicitação de Revisão da Exclusão à Opção pelo Simples (SRS). Na área de pagamentos de tributos arrecadados pela Receita estão disponíveis textos sobre como calcular juros e multa de mora, instruções para preenchimento de DARF e pagamento e agendamento de débitos via internet.

### Simpi na Web

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

O endereço, na internet, do Sindicato da Micro e Pequena Indústria do Estado de São Paulo abriga informações sobre temas como a cobrança do imposto SIMPLES - forma unificada de recolhimento de tributos. Para empresários que pretendem disputar concorrências públicas, sua área de licitações permite consultar editais do Estado de São Paulo. Ao visitar o item Empresa Aberta, o internauta encontra os passos pa-

ra a criação de uma empresa, com os documentos necessários pela junta comercial e Receita Federal. No link Crédito e Financiamento, o SIMPI apresenta opções de financiamento de projetos que envolvam in-



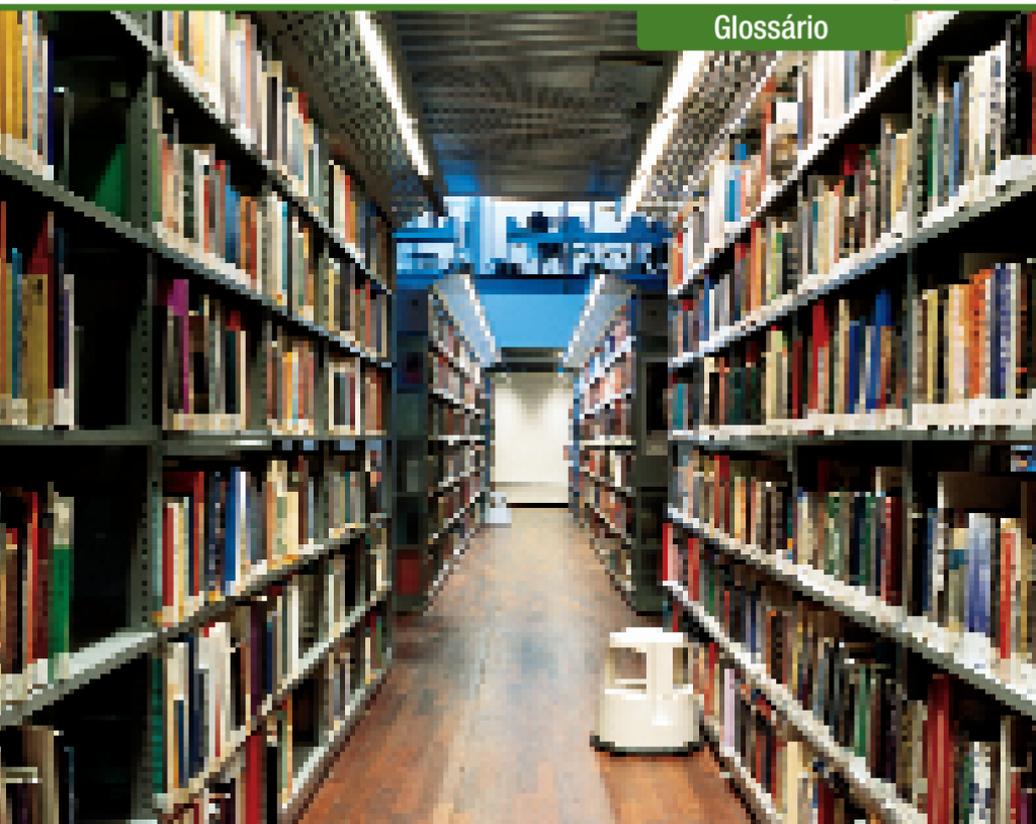
vestimentos com instalações, aquisição de máquinas e equipamentos e capital de giro, em condições especiais, através de convênios firmados com o Banco do Brasil e com outros agentes financeiros.

### Teste de segurança

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



Seu computador está seguro? No site da empresa especializada na proteção de sistema Symantec, link Security Check, é possível verificar via internet e sem custos o grau de exposição do seu micro a invasores e vírus e aprender a torná-lo mais seguro. Ao clicar nos itens de verificação, o serviço inicia um processo de checagem e exibe um relatório sobre vulnerabilidades encontradas, como brechas que permitem comunicação não autorizada via internet ou se as informações sobre o PC estão acessíveis aos hackers; além de rastrear o sistema em busca de vírus.



**Addresses Book:** Veja Catálogo de endereços.

**ADSL:** Do inglês Asymmetric Digital Subscriber Line. Tecnologia que permite atingir alta velocidade de acesso à internet, utilizando a infra-estrutura de cobre existente nas linhas telefônicas convencionais. Uma das vantagens é que o assinante consegue maior velocidade de acesso e a linha telefônica fica desocupada. Veja Banda larga.

**Anexo:** Arquivo enviado junto com uma mensagem de correio eletrônico. Pode ser uma foto, um arquivo sonoro, vídeo ou mesmo um programa de computador.

**Antivírus:** Programa utilizado para descontaminar um computador ou rede que estiver infectado com vírus, worm e códigos maliciosos, bem como fornecer proteção contra novas infestações. Esses programas precisam ser atualizados com frequência para garantir sua eficácia.

**Aplicação:** Programa que faz uso de serviços de rede, tais como transferência de arquivos, login remoto e correio eletrônico.

**Aplicativo:** Programa de computador desenvolvido para executar uma função específica, normalmente para o usuário. Em al-

guns casos, podem desempenhar funções para outros programas como para o sistema operacional.

**Arpanet:** Rede de computadores criada em 1969 pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos que deu origem à internet.

**Autoresponder:** Programa que devolve automaticamente uma mensagem padrão sempre que recebe um e-mail.

**B2B:** Do inglês, Business-to-Business. Termo usado para descrever operações de comércio eletrônico entre empresas.

**B2C:** Do inglês, Business-to-Consumer. Termo usado para descrever operações de comércio eletrônico voltadas para o usuário final.

**Backbone:** Infra-estrutura de alta velocidade que interliga várias redes.

**Backup:** Cópia de arquivos ou discos existentes em um computador com o objetivo de garantir a segurança da informação armazenada.

**Banda larga:** Denominação genérica de uma linha de alta velocidade de transmissão de dados usada para o acesso à internet.

**Banner:** Imagem publicitária veiculada pela internet. É um padrão para anúncios na internet, com diferentes formatos. O mais comum é o full banner, de 460 x 60 pixels.

**Bate-Papo Eletrônico:** Veja Chat.

**Bookmark:** Recurso existente no programa de navegação que permite gravar os sites favoritos visitados. Em software traduzidos para o português é apresentando como Favoritos.

**Bps (bits per second):** Medida pela qual bits de dados são transmitidos por um meio

de comunicação, como um modem.

**Browser:** O mesmo que navegador. Programa que permite visualizar imagens, fotos, sons, vídeos e textos na internet.

**Busca:** Veja Search Engine.

**Cabeamento:** Infra-estrutura de cabos físicos.

**Cable Modem:** Utiliza a infra-estrutura das operadoras de TV a cabo. Dispensa o uso de linha telefônica e permite uma velocidade de no mínimo 256 Kbps. Para funcionar, é preciso instalar um equipamento chamado cable modem, fornecido geralmente por quem presta o serviço. Veja também Banda Larga.

**Cabo de rede:** Conexão física para ligar computadores entre si formando uma rede.

**Carrinho de compras:** Programa que permite gerenciar e visualizar compras realizadas em um site.

**Catálogo de endereços:** Espécie de agenda existente na maioria dos programas de correio eletrônico, que permite chegar mais facilmente aos endereços eletrônicos. Programas como o Outlook aproveitam essas informações para automatizar o preenchimento automático, escrevendo os endereços completos a partir da digitação apenas das primeiras letras.

**Cavalo de Tróia:** Programa nocivo utilizado por hackers para invadir computadores. Ao contrário dos vírus, ela não se dissemina automaticamente, mas geralmente vem em um arquivo anexado por e-mail.

**Chat:** Software que permite diálogo em tempo real entre pessoas ligadas pela internet

**Chave criptográfica:** Algoritmo que permite decodificar um arquivo criptografado. Há

duas modalidades de chaves: uma pública e outra privada.

**Ciberespaço:** Genericamente descreve o ambiente gerado pela união de todos os computadores que estão ligados à internet.

**Clientes:** Computadores que usam serviço de uma rede e se servem da capacidade de processamento da máquina central, chamada de servidor.

**Clique:** Pressão sobre o botão do mouse, que geralmente causa a mudança de abertura de uma nova página ou mensagem. É uma métrica importante para o mercado publicitário.

**Colocation:** Método de terceirização de serviços no qual o proprietário de máquinas e programas coloca uma outra empresa para gerenciá-los.

**Comércio eletrônico:** Método pelo qual empresas vendem mercadorias e serviços pela internet. Pode ser de duas origens: venda para o consumidor final, conhecido como B2C, e negócios entre empresas (B2B).

**Compartilhamento:** Método pelo qual um computador roda vários programas de maneira independente, permitindo, por exemplo, que vários sites ou aplicações fiquem instalados na mesma máquina.

**Comunidade virtual:** Conjunto de pessoas unidas por afinidades e interesses que se conhecem pela internet.

**Cookie:** Do inglês, biscoito. Informação colocada no computador do internauta quando ele visita determinado site.

**Correio Eletrônico:** Ferramenta utilizada para a troca de mensagens por meio eletrônico, seja dentro de uma rede privada

(VPN) ou pela internet. Pode utilizar programas de apoio como o Microsoft Outlook ou serviços de correio na internet (web mail), como o Hotmail.

**Cracker:** Nome dado a quem invade sistemas com a intenção de colocá-los fora do ar ou impedir-lhes o acesso.

**Criptografia:** Processo de codificação de um arquivo que impede que outras pessoas, além do emissor e receptor, possam ler os dados enviados pela rede.

**Defacement:** Uma forma de vandalismo promovida por hackers em sites da Web. Geralmente há a substituição das páginas por uma mensagem política ou social, apagando parte ou totalidade do conteúdo original.

**Dial-up:** Ligação de um computador à internet por meio de uma ligação telefônica, usando um aparelho chamado modem.

**DNS:** Do inglês Domain Name Server. Conjunto de regras e/ou programas que constituem um Servidor de Nomes da internet. Fornece o endereço lógico de um site na internet para que ele possa ser localizado por outros computadores.

**Domínio:** Nome pelo qual determinada instituição ou computador é identificado pelo Servidor de Nomes da internet. Também usado com sinônimo de Web Site.

**Double opt-in:** A dupla confirmação de alguém que se cadastrou para receber informações comerciais pela internet. É feito geralmente automaticamente quando a pessoa se inscreve na internet, enviando uma mensagem para a caixa postal dela e pedindo a confirmação da inscrição para que uma pessoa não se inscreva por ou-

tra. Só depois que o destinatário confirma a inscrição, devolvendo o e-mail para o remetente ou clicando num link de confirmação dentro da mensagem, é que o cadastramento é realizado. Veja também Opt-in e Opt-out.

**Download:** Jargão usado para descrever a gravação de um programa no computador do usuário a partir de um site na internet. Por analogia, é usado com relação a uma página de um site, para se dizer que as informações foram exibidas na tela do usuário.

**e-commerce:** abreviação de Eletronic Commerce. Veja Comércio Eletrônico.

**E-mail:** Abreviatura do inglês, Eletronic Mail. Veja correio eletrônico.

**E-mail marketing:** Uso do e-mail para campanhas de marketing com a autorização do usuário.

**Endereço:** Conjunto de letras e números que funcionam como a identificação do usuário de e-mail e que permitem que a mensagem enviada possa ser direcionada para uma pessoa em particular (Exemplo: jose.silva@empresa.com.br). Pode se referir também à localização de um site, recebendo, nesse caso, também o nome de URL.

**Extranet:** Rede de computadores com tecnologia internet que mantém comunicação com a empresa, mas está situada fora dela. Em geral usada para conectar a empresa com seus fornecedores e clientes.

**FAQ:** Do inglês "Frequently Asked Questions". Texto que pretende responder a questões mais frequentes sobre um determinado assunto.

**Fidelização:** Ações de marketing com o objetivo de manter um cliente pelo maior tempo possível e incentivá-lo a realizar mais compras.

**Firewall:** Do inglês Parede de Fogo. Sistema de segurança que limita o acesso de pessoas não autorizadas a uma determinada rede ligada à internet. Conjunto de hardware e software usados para garantir a segurança de um ambiente de computadores, impedindo o acesso de intrusos às informações ali guardadas.

**Freeware:** Software com distribuição gratuita. Geralmente é distribuído pela internet, não sendo necessário o pagamento de licença para o uso.

**FTP:** File Transfer Protocol. Protocolo de transferência de arquivos usados na internet. Também é o nome do computador na internet que faz esse tipo de serviço.

**Gateway:** Computador que interliga duas ou mais redes que usem protocolos de comunicação internos diferentes.

**GIF:** Do inglês Graphics Interchange Format, tipo de imagem compacta usada nas páginas da Web. A sua versão animada permite a simulação de imagem em movimento.

**Hacker:** Pessoa com grande habilidade técnica em tecnologia. A imprensa popularizou esse termo com o significado daquele que invade o sistema e utiliza seus conhecimentos para causar danos a redes ou computadores.

**Hiperlink:** Recurso que permite relacionar com um simples clique no mouse uma determinada palavra ou imagem a um conteúdo. Exemplo: ao clicar sobre a palavra

Lista, o internauta é levado para a relação de itens relacionados na referida lista.

**Home Page:** Página principal de um site na Web.

**Hospedagem:** Serviço por meio do qual se pode instalar software e máquinas para a publicação de um site.

**Host:** Computador Central, também designado por servidor.

**HTML:** Do inglês Hypertext Markup Language. Linguagem com que são feitas a maioria das páginas de informação na Web.

**http:** Do inglês Hypertext Transport Protocol. Protocolo que define como duas máquinas ou programas devem transferir entre si dados e comando no formato da Web.

**Internauta:** Aquele que usa a internet. Muitas vezes também é chamado genericamente de usuário, termo que se consagrou com a tecnologia da informação.

**Internet:** Conjunto de todas as redes de computadores, que se estende por todo o planeta e praticamente todos os países. É suportada por servidores e dispositivos físicos de comunicação, por exemplo, a linha telefônica.

**Intranet:** Rede de computadores interna de uma empresa ou instituição que usa a tecnologia da internet.

**IP:** Do inglês do Internet Protocol. Um dos protocolos responsáveis pela identificação das máquinas e redes e encaminhamento correto das mensagens entre elas na internet.

**ISDN:** Do inglês Integrated Service Digital Network. Rede Digital Integradora de Serviços. Evolução feita nas linhas telefônicas que as tornam capazes de velocidades de

transmissão de dados mais elevados (a partir de 64 Kbps).

**Jpeg ou JPG:** JAY Peg Experts Group. Tipo de imagem compacta usada na internet.

**Largura de Banda:** Em inglês, Bandwidth. Quantidade de informação que pode ser transmitida em um determinado meio de comunicação durante uma unidade de tempo.

**Link:** Abreviação de Hiperlink. Veja Hiperlink.

**Login:** Identificação para acesso a um determinado computador ou sistema.

**Mailing list:** Lista de endereços de correio eletrônico.

**Mecanismo de busca:** Veja Search Engine.

**Modem:** Aparelho que transforma sinais sonoros em elétricos e vice-versa, que permitem a conexão de um computador com a internet por meio de um telefone.

**Multimídia:** Integração de voz, dados, imagens e vídeo num suporte comum de comunicação.

**Netiqueta:** Conjunto de regras e conselhos para uma boa utilização da internet.

**Newsgroup:** Fórum ou grupo de discussão formado por pessoas com interesse comum e que se comunicam por e-mail.

**Newsletter:** Peça informativa enviada por e-mail com ou sem conteúdo publicitário.

**Offline:** "Fora da linha". Desligado da rede ou sem comunicação telefônica.

**Online:** No dicionário "Longman of Contemporary English", o termo significa diretamente conectado a ou controlado por um computador. Já o Dicionário Prático de Informática Michaelis traduz como "processamento interativo no qual um usuário introduz co-

mandos e dados por meio de um terminal que está conectado a um computador central, com os resultados sendo imediatamente exibidos na tela". Com isso, acrescenta o conceito de interatividade.

**Opt-in:** Opção de entrada. Termo para quem deseja se comunicar com clientes, parceiros, fornecedores e futuros fregueses. É a autorização dada pela pessoa para o envio de mensagens digitais. A rigor só os endereços de e-mail cujo detentor fez essa escolha é que devem receber os boletins, newsletters, convites e promoções.

**Opt-out:** Opção de saída. É a forma pela qual o internauta pode cancelar o envio de mensagens comerciais por e-mail.

**Password:** Código de acesso a um determinado serviço ou rede.

**PDF:** Portable Document Format. Tipo de arquivo que possibilita a troca entre máquinas, preservando a diagramação, a fonte e o tamanho.

**Plataforma:** Conjunto de computadores ou programas que trabalham juntos numa determinada função ou aplicação.

**Protocolo:** Conjunto de regras para que dois ou mais computadores se entendam e se comuniquem.

**Rede:** Genericamente um conjunto de computadores ligados que se comunicam entre si.

**Resposta automática:** E-mail genérico enviado de maneira automatizada para todas as pessoas que mandam uma mensagem para um determinado e-mail.

**Roteador:** Dispositivo responsável pelo encaminhamento de pacotes de comunica-

ção em uma rede ou entre redes. Tipicamente, uma instituição, ao se conectar à internet, deverá adquirir um roteador para ligar sua Rede Local (LAN) ao ponto de presença mais próximo.

**Search Engine:** O mesmo que Mecanismo de Busca. Usada no apoio à pesquisa, na internet, de servidores com páginas associadas a um determinado tema ou que incluam determinadas palavras.

**Servidor:** 1. No modelo cliente-servidor, é o programa responsável pelo atendimento a determinado serviço solicitado por um cliente. Serviços comoarchie, Gopher, WAIS e WWW são providos por servidores; 2. Computador que provê recursos para outros computadores da rede, tais como armazenamento de dados, impressão e acesso dial-up.

**Shareware:** Programa distribuído gratuitamente, cuja utilização completa, após um período de teste, obriga o utilizador ao pagamento de determinada quantia.

**Sistema operacional:** É o principal programa do computador e responsável pelo controle do equipamento em si, gerenciando o uso dos dispositivos (memória, drivers) e demais programas (processadores de texto, planilhas de cálculo) e demais periféricos (impressora e scanner, discos).

**Site:** 1. Computador ou conjunto de computadores; 2. Endereço na internet onde está hospedada uma página Web.

**Software:** Veja aplicativos.

**Spam:** É o e-mail com finalidades comerciais que chega sem autorização do usuário.

**TCP/IP:** Conjunto de protocolos da internet

que define como se realiza a comunicação entre dois ou mais computadores ligados à rede.

**Upload:** O contrário do “download”. Transferência do computador pessoal para um servidor localizado remotamente.

**URL:** Uniform Resource Locator. Especificação (em forma de número ou nome) pela qual qualquer recurso da internet pode ser localizado. Endereço.

**Usabilidade:** É a medida de qualidade e eficiência da experiência do usuário com um determinado produto, que pode ser desde um rádio-relógio até uma página da internet. No conceito Web, define-se por um design que ajuda o internauta a encontrar informações, serviços e produtos de forma intuitiva.

**Vírus:** Denominação dada a pequenos programas desenvolvidos para causar danos em diversos níveis, podendo afetar a integridade de arquivos de dados (removendo partes ou arquivos por completo), prejudicar um computador em particular ou toda a rede de uma empresa ou mesmo milhões de computadores por meio da internet. Propagam-se por meio do correio eletrônico e aplicativos ilegalmente distribuídos

e, por cauda das tecnologias que vêm sendo empregadas na criação dessas pragas virtuais, podem se espalhar por milhões de máquinas em poucas horas, causando prejuízos enormes para empresas e pessoas físicas.

**Visitantes Únicos:** Número de pessoas que visitaram um determinado site durante um período. Se ele voltou ao endereço mais de duas vezes durante esse tempo, sua presença é contada com apenas um número.

**Web:** “Teia”. Abreviatura de World Wide Web (Teia Mundial). Conjunto de computadores que funcionam com o protocolo HTTP e exibem arquivos em linguagem HTML.

**Web site:** Domínio, endereço de um servidor web. Nome principal do endereço www de uma entidade registrada na internet.

**Worm:** Tipo particular de vírus que, apesar de não danificar arquivos, tem a capacidade de se autoduplicar, utilizando recursos do computador. Alguns worms só são notados quando a replicação atingiu determinado nível, que compromete o desempenho do computador, podendo, inclusive, levar a uma parada de determinado aplicativo ou mesmo do equipamento em si.

### HP BRASIL

Acesse o portal HP voltado para pequenas e médias empresas e obtenha informações sobre produtos, soluções, dicas, serviços e condições de financiamento oferecidos pela HP Brasil.

[www.hp.com.br/smb](http://www.hp.com.br/smb)

Aproveite e cadastre-se neste site para receber e-mails periódicos com novidades e ofertas HP.

Para compras, acesse:

[www.hp.com.br/loja](http://www.hp.com.br/loja)

Ou ligue para o Centro de Negócios HP:

(11) 5502-4406 (São Paulo) ou  
0800-556406 (outras localidades)

Ou localize a revenda HP mais próxima no

[www.hp.com.br/comprar](http://www.hp.com.br/comprar)

### MICROSOFT

Acesse o portal da Microsoft voltado para Pequenas Empresas e descubra mais dicas para seu negócio, informações e guias práticos sobre nossos produtos, facilidades de financiamento e soluções para sua empresa.

[www.microsoft.com/brasil/smallbiz](http://www.microsoft.com/brasil/smallbiz)

Saiba onde comprar acessando:

[www.microsoft.com/brasil/comprar](http://www.microsoft.com/brasil/comprar)

Informações sobre licenciamento Microsoft:

[www.microsoft.com/brasil/antipirataria](http://www.microsoft.com/brasil/antipirataria)

Mantenha seu Windows sempre atualizado acessando:

[www.windowsupdate.com](http://www.windowsupdate.com)

Atendimento a Clientes ou Suporte Técnico:

(011) 3444-6844

Comentários ou sugestões sobre o Guia de Tecnologia, envie um e-mail para:

[atendimento@microsoft.com.br](mailto:atendimento@microsoft.com.br)

A photograph of a modern office space. In the foreground, a white desk is partially visible. In the background, a white chair is positioned near a white table. On the table, there is a printer. The room has white walls and a white ceiling. The lighting is bright and even.

# Especial Impressoras

Como reduzir os custos de impressão

Com o surgimento das tecnologias que permitem o armazenamento de informações de forma digital e a popularização da internet, muitas teorias sobre o fim do papel e do ato de imprimir documentos surgiram em todo o mundo. Livros, jornais e revistas abandonariam o formato tradicional para ganhar vida na rede mundial de computadores – as versões online estão aí, mas sem decretar o fim das mídias tradicionais.

Na prática, além de não abandonarem o prazer de ler o jornal do dia enquanto tomam seu café ou folhear um livro deitado na rede no fim de semana, muitas pessoas começaram a imprimir páginas da internet para guardá-las. Afinal, a rede coloca à disposição do usuário mais informação, que muitos ainda preferem tê-la impressa, seja para uso pessoal ou no escritório. A longevidade do impresso também se justifica por questões como preço e facilidade de circulação, o que garante fôlego para folhetos, documentos e outras publicações.

O papel continua útil, garantindo a venda de impressoras. Segundo dados do instituto de pesquisas Gartner, 1,3 milhão de equipamentos foram comercializados no terceiro trimestre de 2003, só na América Latina. Mas qual a melhor opção para sua empresa? A resposta pode desapontá-lo: depende. Sim, vários fatores influenciam a sua tomada de decisão. Veja quais a seguir.

### A ESCOLHA DO EQUIPAMENTO

Qual equipamento comprar? Laser, jato de tinta, monocromática, colorida ou multifuncional? O tipo de impressora e os recursos disponíveis são essenciais para não desperdiçar dinheiro e garantir o retorno do investimento no menor prazo possível, além de atender de forma adequada às necessidades da empresa. A escolha incorreta implica maior custo por página ou até mesmo uma solução que não atende às suas necessidades, como o formato de papel ou velocidade de impressão, prejudicando o negócio. Antes de colocar a mão no bolso, é preciso esclarecer alguns pontos:

- 1) Que tipo de documento será impresso?
- 2) Qual o volume de impressão mensal gerado?
- 3) Sua empresa também pretende adquirir equipamentos como scanner, copiadora ou aparelho de fax?
- 4) Vários usuários utilizarão a mesma impressora?
- 5) Qual a velocidade de impressão necessária para o seu tipo de negócio?
- 6) Cor é um elemento fundamental para os documentos produzidos?
- 7) Quais os formatos de papel utilizados pela companhia (carta, ofício, A4 etc.)?
- 8) Quais linguagens de impressão serão utilizadas?
- 9) Com relação à conectividade, quais requisitos serão necessários (placa de rede, porta USB etc)?

O cruzamento dessas respostas é vital para determinar o tipo de equipamento a ser escolhido. Conheça a seguir as duas principais tecnologias e seus recursos.

## TECNOLOGIAS

### Jato de tinta

Os equipamentos com tecnologia jato de tinta são os mais populares no mercado brasileiro, por causa dos preços acessíveis. É preciso ter em mente, no entanto,

que o volume de impressão determina um bom negócio nessa área, não apenas quanto custa o hardware.

A impressora jato de tinta (inkjet) é composta de componentes plásticos, mecânicos e eletroeletrônicos, que desempenham funções como comunicação com o PC e alimentação e transporte do papel. Essas são as partes que não são consumidas no processo de impressão e que, pela produção em escala, garantem o preço acessível desse equipamento.



**HP business inkjet 1100**

Impressoras jato de tinta também possuem cartuchos, que têm duas funções: servir como depósito para a tinta e trabalhar como cabeça de impressão. Eles possuem centenas de pequenos orifícios, responsáveis por injetar uma quantidade precisa de tinta no papel. A água em que está diluída é eliminada e o pigmento se fixa definitivamente na

HP deskjet 6127



superfície do novo documento. Os cartuchos possuem um componente eletrônico sofisticado, e isso faz com que o preço seja elevado. Para se ter uma idéia, o preço do suprimento pode representar até 40% do valor da impressora.

Mas, então, jato de tinta é um mau negócio? De modo algum. Representa a melhor relação custo/benefício se a sua companhia possui baixo volume de impressão mensal (abaixo de 1.500 páginas por mês), e pode ser uma boa opção para um volume médio (entre 1.500 e 4.000 páginas), caso dos equipamentos Business Inkjet.

### Laser

Mais caros que os modelos jato de tinta, os equipamentos com tecnologia laser destacam-se pela velocidade e capacidade de impressão, além da alta qualidade das imagens. Como preço de aquisição não é tudo, a tecnologia laser apresenta-se como a melhor opção para grandes volumes de impressão mensal, já que o preço por página em larga escala compensa o investimento.

Seu processo de impressão é semelhante à tecnologia empregada na reprodução xerográfica. Um cilindro de metal, recoberto de selênio, apresenta variações de resistividade provocadas pela luz que incide

HP laserjet 1300



HP color laserjet 1500



nele, mudando sua polarização. A fonte de luz pode ser de dois tipos: pente de LEDs (tecnologia mais barata, porém com definição inferior, além de degradação da qualidade com o passar do tempo) ou canhão de laser (mais cara, porém com excelente qualidade e definição).



HP laserjet 2300

HP laserjet 4200



Após a polarização, um rolete repleto de toner, por processo eletrostático, transfere o produto para o cilindro metálico, formando uma imagem latente do que se vai imprimir. A etapa seguinte é feita por meio de um fusor cerâmico aquecido que derrete o toner que está no cilindro, transferindo-o para o papel.

## COR

“Não vou gastar dinheiro com cor. Para que investir mais apenas por questão estética?” Se você é daqueles que acham que impressão colorida é desperdício de dinheiro, vale esclarecer bem a questão. Um documento colorido não fica apenas mais bonito. Estudos mostram que páginas com esse recurso são mais bem entendidas por três entre cada quatro pessoas, e capazes de aumentar a capacidade de absorção de quem está lendo de 55% a 75%.

Impressos customizados com ótimo acabamento podem ser feitos no seu escritório, reduzindo custos e oferecendo maior flexibilidade, ao permitir mudanças de última hora no conteúdo. Isso sem falar que impressoras coloridas também têm capacidade de gerar documentos monocromáticos a custo muito próximo dos equipamentos monocromáticos. Ou seja, se sua empresa pretende produzir documentos que serão entregues a clientes (que necessitam de melhor acabamento, para causar boa impressão), não há dúvida: a cor é necessária. Agora, se o importante é apenas a velocidade de impressão e o custo por página, a melhor opção é o equipamento com tecnologia monocromática. Não se esqueça também de usar suprimentos originais da HP para uma

melhor impressão. Cartuchos remanufaturados ou mesmo falsificados têm preços inferiores, mas não oferecem os melhores resultados. Para completar, ainda podem danificar a impressora. Nesse caso, o barato realmente pode sair caro.

### COMPARTILHAMENTO

Que tal fazer o trabalho de várias impressoras com apenas uma? Uma das melhores maneiras de cortar custos é adotar a impressão em rede, com equipamentos compartilhados por vários usuários. Além de reduzir as despesas, também proporciona melhor aproveitamento do espaço no escritório. Outro benefício é a capacidade de gerenciamento da máquina, que permite controlar o uso dos suprimentos e conhecer o volume de documentos gerados por usuário. Por isso, na hora de comprar um equipamento, verifique se o modelo permite o compartilhamento em rede.

### MULTIFUNCIONAIS

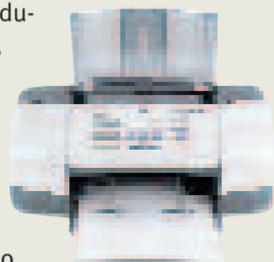
Sua empresa está precisando de uma impressora, mas na lista de equipamentos necessários também estão aparelhos de fax, co-

### GUIA DE TECNOLOGIA RECOMENDA

Opções de impressoras para seu empreendimento. Para lista completa, acesse o site [www.hp.com.br](http://www.hp.com.br)

Modelo	Tecnologia	Ciclo de trabalho	Velocidade de impressão
HP Business Inkjet 1100d	jato de tinta colorida	6250 páginas/mês	até 23 ppm (preto) e 20 ppm (cores)
HP Deskjet 6127	jato de tinta colorida	5.000 páginas/mês	até 20 ppm (preto) e 13 ppm (cores)
HP LaserJet 1300	laser monocromática	10.000 páginas/mês	até 20 ppm
HP LaserJet 1500L	laser colorida	30.000 páginas/mês	até 16 ppm (preto) e 4 ppm (cores)
HP LaserJet 2300	laser monocromática	50.000 páginas/mês	até 25 ppm
HP Laserjet 4200	laser monocromática	150.000 páginas/mês	até 35 ppm
HP LaserJet 3300 MFP	multifuncional laser	10.000 páginas/mês	até 15 ppm
HP OfficeJet 4110	multifuncional jato de tinta	1.000 páginas/mês	até 12 ppm (preto) e 10 ppm (cores)

piadora ou scanner. Feitas as contas, esses produtos separados superam facilmente a casa dos R\$ 2 mil, quantia que muitas vezes adia a aquisição. Pois saiba que é possível adquirilos por até metade desse valor. Basta que a solução adotada seja um equipamento multifuncional. Como o nome sugere, trata-se de um equipamento que reúne várias funções, como imprimir, tirar cópias, enviar fax ou digitalizar documentos. Para completar, a solução ocupa muito menos espaço, já que traz tudo em um único equipamento. A idéia tem seduzido usuários. De acordo com o instituto de pesquisas Gartner, as vendas dos equipamentos multifuncionais na América Latina cresceram mais de 190% no segundo trimestre de 2003, em relação ao mesmo período do ano passado, e já representam 12% das vendas de impressoras na região. Logicamente, se um determinado setor da empresa necessita de apenas uma funcionalidade (digitalização de documentos, por exemplo), o melhor é um scanner, pois as outras funções não serão utilizadas.



**HP officejet 4110**

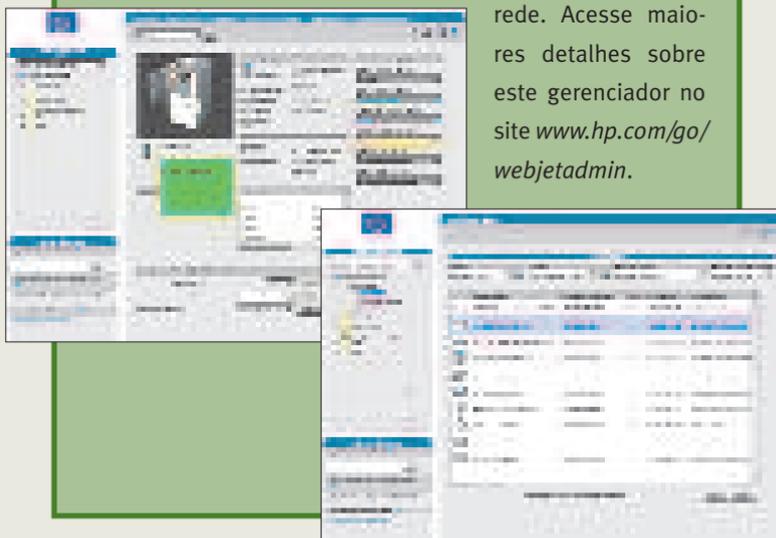
Resolução máxima de impressão	Aplicação
4.800 x 1.200 dpi (em papel especial)	Equipamento destinado a escritórios com grandes volumes de impressão em preto e branco e cores, mas com baixo custo por página
4.800 x 1200 dpi	Para escritórios e empresas que necessitam de impressões coloridas, com alta velocidade e capacidade de uso para varios usuários (rede embutida)
1200 x 1200 dpi	Produto ideal para empresas que necessitam de documentos em preto com qualidade de impressão e baixo custo
600 x 600 dpi	Indicada para escritórios domésticos e pequenas empresas que necessitam de documentos coloridos com qualidade profissional
1.200 x 1.200 dpi	Opção para pequenos grupos de trabalho, oferece alta velocidade de impressão para produção de documentos em preto
1.200 x 1.200 dpi	Modelo para grupos de trabalho e impressão departamental, oferece capacidade para grandes volumes de documentos em alta velocidade em preto
1.200 x 1.200 dpi	"Multifuncional laser versátil que oferece as funcionalidades de impressão, cópia e digitalização para aumentar a produtividade de pequenas e médias empresas
4.800 x1200 dpi	"Destinado a escritórios e empresas que necessitam de um equipamento versátil com alta qualidade de impressão, cópia, scanner e fax

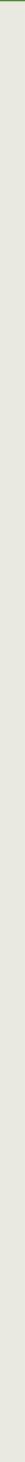
### GERENCIAMENTO DE IMPRESSÃO EM REDE VIA WEB

É POSSÍVEL IMPRIMIR DOCUMENTOS ou gerenciar dispositivos de impressão mesmo longe do escritório, utilizando a internet e programas como o Web Jetadmin). O caminho é o browser (software para navegação na rede mundial de computadores). O Web Jetadmin, da HP, é um gerenciador de impressão em rede via web que permite aos usuários configurar de maneira simples dispositivos via web, realizar diagnósticos dos equipamentos (resolvendo problemas em potencial antes que eles tenham impacto na produtividade), atualizar programas e organizar as impressoras em grupo.

A lista de recursos do software também inclui notificações automáticas (mensagens de e-mail enviadas em tempo real para monitorar o uso do equipamento), além da habilidade de comunicar aos usuários sobre atualizações do produto. O Web Jetadmin acompanha os servidores de impressão HP Jet-Direct e as impressoras HP prontas para funcionamento em

rede. Acesse maiores detalhes sobre este gerenciador no site [www.hp.com/go/webjetadmin](http://www.hp.com/go/webjetadmin).





A série Guia de Tecnologia, produzida pela HP e pela Microsoft, pretende acabar com o mito de que a tecnologia da informação é algo inalcançável para micro e pequena empresas. Em uma linguagem clara e concisa, aborda os problemas do dia-a-dia dos pequenos e microempresários e mostra com exemplos como realizar tarefas simples de um mundo considerado complicado para a maioria dos mortais. Neste segundo volume, descubra como a internet pode ser uma ferramenta valiosa para o seu empreendimento.



i n v e n t

**Microsoft**<sup>®</sup>