

Lázaro, C. (1998). As empresas na Sociedade da informação. *Millenium*, 12

**AS EMPRESAS
NA
SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO**

CARLOS MANUEL FREITAS LÁZARO

Equip. a Assistente do 1º Triénio da ESTV

1. INTRODUÇÃO

Actualmente, a informação e a forma como ela é trabalhada, como circula e é difundida, tem vindo a tornar-se cada vez mais um instrumento de gestão, constituindo uma necessidade básica para a decisão, realização e controlo das actividades e fundamental no sucesso das organizações (públicas ou privadas).

Vivemos uma era de mudança socio-económica, suportada em meios digitais e em processos de inovação com apelo à criatividade, na procura da diferenciação de novos produtos, processos e serviços, que se materializa na formação da chamada "Sociedade da Informação" baseada no conhecimento.

A Sociedade da Informação, recorrendo crescentemente a redes digitais de informação, no domínio da actividade económica e do bem-estar social, resulta do desenvolvimento das novas tecnologias da informação, do audiovisual e das comunicações, com impactos profundos em vários domínios, como por exemplo, no trabalho, na educação, na ciência, na saúde, no lazer, nos transportes e no ambiente.

O tema "Sociedade da Informação" tem sido objecto de um amplo debate nacional promovido pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, tendo sido aprovado em Abril de 1997, em Conselho de Ministros, o chamado "Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal", documento imprescindível à sua compreensão e disponível em formato electrónico no servidor "World Wide Web" da "Missão para a Sociedade da Informação" em "<http://www.missao-si.mct.pt>".

Entre outros contributos, este Livro Verde reconhece que a Sociedade da Informação pode contribuir para a melhoria do bem-estar dos cidadãos, em virtude de facilitar a construção de um Estado mais aberto, a inovação no ensino e na formação profissional, o acesso ao saber, o desenvolvimento de novas actividades económicas e o aumento da oferta de emprego com níveis de qualificação profissionais mais elevados.

Com este tipo de acções procura-se enquadrar o tema "Sociedade da Informação" nas suas diversas vertentes, apontando caminhos para a adaptação do nosso país às transformações em curso, que decorrem à escala global, no acesso à informação e ao conhecimento. Na sociedade moderna em que nos encontramos o conhecimento é um bem de valor inestimável, pelo que é necessário promover a criação de mecanismos que contribuam para a sua consolidação e difusão. Aceder à informação disponível constituirá uma necessidade básica para os cidadãos e compete às diversas entidades garantir que esse acesso se efectue de forma rápida e eficaz e numa base equitativa.

A Sociedade da Informação exige do cidadão uma contínua consolidação e actualização dos seus conhecimentos, tendo a Escola um papel fundamental em todo o processo de formação de cidadãos de modo a torná-los aptos para a sociedade da informação, devendo ser um dos principais focos de intervenção para se garantir um caminho seguro e sólido para o futuro. Ao nível do ensino superior, torna-se necessário criar e adaptar os cursos, a todos os níveis, para ministrar os novos paradigmas desta sociedade em mutação. Os cursos existentes e que abordam os temas da economia, finanças e gestão, entre outros, devem ter os seus programas adaptados para contemplar a economia digital e os paradigmas e mecanismos que a suportam.

Os programas de iniciação dos jovens às possibilidades das tecnologias da informação e das comunicações e, em especial, da Internet devem ser intensificados, de modo que a Internet passe a ser uma outra fonte de acesso ao conhecimento. Assim, será dado um forte contributo na formação de jovens aptos a conviver com a economia digital.

Nesse sentido, o "Comércio Electrónico" e o "Teletrabalho" apresentam enormes expectativas de crescimento com o desenvolvimento e consolidação do que se convencionou chamar a "Sociedade da Informação", constituindo os temas mais debatidos e talvez com maior impacto na empresa dos nossos dias.

2. O COMÉRCIO ELECTRÓNICO

Segundo a OCDE (1997), o "Comércio Electrónico" tem a ver com todas as formas de transacção relacionadas com a actividade comercial entre as organizações e entre estas e o público em geral sendo baseadas no processo de transmissão de dados digitalizados, quer seja som, texto ou imagem.

As empresas têm de estar atentas aos efeitos que a troca electrónica de informação comercial pode originar nos processos que suportam e regulam as suas actividades de natureza comercial,

designadamente a gestão organizacional, os contratos e as negociações comerciais, o enquadramento legal e regulamentar, os acordos de natureza financeira, as taxas e impostos devidos, bem como quaisquer outras questões associadas às referidas transacções.

A globalização de todo o tipo de actividades realizadas pelo Homem, incluindo obviamente a actividade económica é, seguramente, um dos aspectos mais importantes que conduz o destino das nações, das empresas, dos negócios, das comunidades e das pessoas no final do séc. XX. Numa economia cada vez mais aberta à escala global as empresas e as economias nacionais, entendidas como um todo, têm de continuamente procurar novos meios para melhorar a produtividade e aumentar a competitividade.

A empresa terá então de criar condições para o aproveitamento das oportunidades de explorar novas áreas de negócio tendo de ser célere na identificação dessas oportunidades, criativa nas soluções adoptadas e inovadora na sua distribuição e comercialização em resultado do uso avançado de tecnologias de informação.

As redes globais de informação desempenham um papel progressivamente mais importante no suporte aos fluxos de informação para fins comerciais verificando-se um número crescente de operações entre empresas realizadas por transferência electrónica de documentos. Uma parcela cada vez mais significativa de bens e serviços são transaccionados através de computadores pessoais ligados à Internet, utilizados para colocar e processar encomendas.

O cenário de globalização da economia, no qual qualquer mercado tem acesso a bens e serviços produzidos em qualquer país, tende a colocar a esmagadora maioria das empresas portuguesas em competição aberta com empresas estrangeiras de qualquer ponto do globo. A globalização dos mercados obriga as empresas a repensar e a modificar os seus processos empresariais por forma a adaptá-los à nova realidade envolvente.

Neste contexto, o Comércio Electrónico surge como uma ferramenta estratégica para esta redefinição dos processos de negócio. O Comércio Electrónico, entendido como o uso de tecnologia electrónica nas várias componentes da actividade comercial, faz sentir os seus efeitos no estabelecimento de contactos entre o comprador e o vendedor (encomenda, venda, pagamento, distribuição e entrega), bem como na publicidade e promoção e no apoio ao cliente.

O fenómeno Internet veio acelerar consideravelmente o fluxo de transacções comerciais sob forma digital, em virtude do seu baixo custo e relativa simplicidade de utilização, abrindo um novo mundo a

consumidores e a pequenas e médias empresas, até ali afastados daquela possibilidade. Assim, surgem actualmente grandes oportunidades comerciais, em que qualquer empresa se pode dar a conhecer a nível mundial, publicitando os seus produtos e/ou serviços a uma vasta gama de potenciais consumidores.

Um dos principais obstáculos à utilização extensiva do comércio electrónico nas relações entre as empresas e os seus clientes é a segurança e confidencialidade na transmissão de dados e nos pagamentos, uma área em que se estão a desenvolver grandes esforços de normalização à escala internacional. Não obstante os desenvolvimentos tecnológicos virem a permitir a total segurança da transmissão de dados e pagamentos, algumas medidas devem ser tomadas para a protecção quer dos consumidores quer das próprias empresas.

Para um sucesso alargado do Comércio Electrónico, cabe ao Estado proporcionar às empresas a envolvente adequada em algumas áreas ainda com largas carências, sendo necessário criar mecanismos de certificação e reconhecimento jurídicos para o comércio electrónico, passando pela revisão dos actuais sistemas fiscais para acautelar os interesses do Estado face às crescentes transacções comerciais electrónicas e à desadequação da sua tributação.

A existência de uma moeda única no espaço alargado Europeu potencia o desenvolvimento do comércio electrónico nesse mercado, ao eliminar as barreiras psicológicas das conversões cambiais, facilitando a criação de dimensão crítica para o sucesso nos restantes mercados do globo. Não aproveitar este condicionalismo favorável para o desenvolvimento do comércio electrónico seria um erro histórico.

O século XXI será a era da economia digital, com o Comércio Electrónico como motor central do seu crescimento. Esta situação levará a uma profunda reforma da estrutura económica capaz de melhorar a produtividade e competitividade das empresas portuguesas, em especial das PME, numa economia que é cada vez mais global e interligada.

O Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal encara o Comércio Electrónico como uma transformação profunda das práticas vigentes no que respeita às trocas de bens e serviços entre empresas, administração pública e consumidores, criando condições ao surgimento de um quadro regulamentar que propicie um ambiente favorável a esta nova forma de actuação na economia digital, isto é, que remova as barreiras existentes ao seu pleno desenvolvimento, assegure o seu reconhecimento legal e estimule a confiança dos diferentes agentes económicos.

Com esta iniciativa pretende-se viabilizar e dinamizar o comércio electrónico em Portugal, de modo a retirar os benefícios que este pode oferecer para o desenvolvimento acelerado da economia portuguesa, não deixando que se crie um fosso entre o nosso país e os principais parceiros económicos na utilização das tecnologias digitais. Tal seria muito prejudicial para a concretização das legítimas aspirações de desenvolvimento da sociedade portuguesa neste período que antecede a entrada no século XXI.

2.1. A SEGURANÇA DAS TRANSACÇÕES ELECTRÓNICAS

Sem um ambiente comercial favorável não haverá condições para o desenvolvimento sustentado do comércio electrónico. A aceitação dos processos digitais nas transacções comerciais requer garantia de segurança nos sistemas de informação e de pagamento, contra falhas nos sistemas informáticos, alteração da integridade dos dados armazenados e actos ilícitos.

O comércio electrónico deve ser dinamizado pelo sector privado, embora o papel do Estado na criação de um ambiente de comércio electrónico deva ser orientado pela criação de um regime regulamentar que o estimule, quer a nível nacional quer a nível internacional.

As redes de comunicações são frequentemente associadas a problemas de segurança, designadamente a perda de confidencialidade e a possibilidade de falsificação. No entanto, com o uso adequado das actuais tecnologias de cifragem é possível atingir níveis de confidencialidade, integridade e autenticação muito maiores do que com os métodos tradicionais usando papel ou microfilme.

Neste contexto, a segurança das transacções desempenha um papel determinante, sendo necessário definir-se uma política de segurança que garanta a privacidade dos agentes envolvidos, a integridade das transacções efectuadas e a possibilidade de assinatura digital das transacções. A tecnologia da encriptação é fundamental para permitir a implementação destes requisitos, sendo o papel do Estado garantir uma total liberdade de escolha das soluções criptográficas julgadas necessárias pelos agentes económicos.

2.2. A FACTURA ELECTRÓNICA E A ASSINATURA DIGITAL

As transacções comerciais assentam na noção incortornável do documento, sendo este o suporte, o traço de união, o plano de convergência de vontades que se combinam na definição de um quadro regulador de condutas.

A circunstância de os documentos passarem a ter uma forma diversa, de se libertarem do formato que conheceram durante séculos, passando a ser processados pelo computador, tem uma enorme implicação óbvia no significado jurídico do relacionamento entre as partes. Por outro lado, sendo a noção de documento mais facilmente evolutiva, o comércio electrónico proporcionado pelos computadores e pelas telecomunicações questiona um componente essencial de autenticação e de validação de um documento que é a assinatura manuscrita.

Em Portugal, bem como noutros países, subsiste a exigência de minuciosos deveres contabilísticos e fiscais, entre os quais está a factura "em papel". A factura tem uma polivalência de funções que lhe confere um lugar central no estudo da desmaterialização de documentos numa dada ordem jurídica, como, por exemplo, no Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA), em que a factura constitui um elemento essencial, na medida em que este documento faz fé da operação que sujeita os sujeitos passivos do imposto e permite o direito à dedução. Assim, quando pensamos na desmaterialização da factura, surgem dois problemas essenciais na análise jurídica: a questão do documento original e a questão da prova.

Por outro lado, a desmaterialização da factura tem de ponderar a dupla função que tais documentos têm na ordem jurídica, isto é, por um lado, o controlo interno das sociedades pelos seus sócios (a "questão comercial") e, por outro, o controlo dos lucros das sociedades pelas autoridades fiscais (a "questão fiscal"), sendo necessário que dê garantias de que sejam à prova de falsificação.

No entanto, num mundo em que as transacções se processam entre computadores, não fará sentido exigir que as facturas sejam passadas para papel e arquivadas nesse suporte durante o período legalmente estabelecido.

A desmaterialização da factura é, pois, uma condição essencial ao desenvolvimento do Comércio Electrónico, tornando-se necessário ser assegurado o reconhecimento jurídico da factura electrónica, permitindo, por exemplo, às empresas que pretendam adoptar a facturação electrónica proceder ao seu registo junto das entidades fiscais para a obtenção da necessária autorização.

Torna-se necessário que os agentes económicos que participem no vasto mercado mundial utilizando o Comércio Electrónico encontrem segurança nas suas transacções. A Tecnologia possui meios de tornar as mensagens enviadas e recebidas "seguras", preservando a sua autenticidade, integridade e conservação, sem descurar a sua validade e eficácia no plano jurídico. O valor probatório dos documentos em formato electrónico poderá ser assegurado pela inserção de uma assinatura digital

baseada em meios criptográficos. Assim, enquanto a assinatura digital pode auxiliar a provar a origem dos dados (autenticação) e verificar se os dados foram alterados (integridade), a encriptação pode auxiliar na manutenção de dados e comunicações confidenciais.

Introduzir o reconhecimento jurídico da assinatura digital é um passo necessário à construção da Sociedade da Informação. Os documentos electrónicos portadores de assinatura digital terão de ter força probatória equivalente aos documentos assinados em suporte de papel para efeito dos códigos civil e comercial.

A desmaterialização dos meios de suporte de informação e a utilização de comunicações telemáticas dos documentos enfrenta, por vezes, barreiras psicológicas difíceis de ultrapassar. Para tal, é necessário motivar os cidadãos e todos os agentes económicos das vantagens e aumentos de eficiência resultantes da adopção do comércio electrónico.

Estes aspectos tornam crucial a dinamização junto dos vários sectores associados às novas oportunidades e desafios colocados pela globalização da economia digital e, em particular, pelo comércio electrónico, sendo hoje em dia alvo de uma atenção internacional intensa.

2.3. A CERTIFICAÇÃO E A DEFESA DO CONSUMIDOR

Um passo essencial ao enquadramento legal subjacente ao reconhecimento jurídico dos documentos em formato digital será à necessidade de desenvolver legislação que regule a criação e a actividade das autoridades de certificação.

Este processo deverá ser desenvolvido no âmbito da cooperação europeia e internacional, baseando-se em normas comuns, de forma a se assegurar o reconhecimento recíproco dos processos de certificação.

O consumidor deve, no contexto do comércio electrónico, beneficiar do mesmo nível de protecção que já hoje dispõe no comércio tradicional, reforçando a sua confiança na utilização das redes digitais através da segurança das transacções, dos pagamentos e do combate às diferentes formas de pirataria informática.

A União Europeia tem vindo a desenvolver um esforço de harmonização legislativa através da elaboração de directivas comunitárias de protecção do consumidor na Sociedade da Informação. À medida que essas directivas comunitárias forem sendo transpostas para as legislações nacionais, será conseguido um nível adequado de protecção do consumidor no espaço europeu.

2.4. A FISCALIDADE E OS SERVIÇOS ADUANEIROS

O princípio subjacente ao tratamento das transacções efectuadas através do comércio electrónico é de que estas não devem ser objecto de qualquer discriminação positiva ou negativa em relação ao comércio tradicional.

A comunidade internacional tem estado envolvida desde há longos anos na progressiva redução das tarifas aduaneiras sobre o comércio internacional através do GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) e posteriormente, da WTO (World Trade Organisation). As tarifas sobre o comércio internacional são encaradas como um obstáculo ao movimento de globalização e de divisão internacional do trabalho.

No contexto da União Europeia, os impostos sobre o consumo (IVA e outros) são cobrados no país de residência do consumidor e constituem uma importante receita fiscal dos estados membros. A característica global do comércio electrónico cria uma nova dificuldade, hoje inexistente para o comércio tradicional, em virtude das perdas fiscais que estas modalidades de transacção podem dar origem.

Assim, é clara a existência de uma desadequação das regras de taxaço do consumo, cuja solução tem de ser encontrada no âmbito da cooperação internacional, nomeadamente no quadro OCDE, definindo-se regras de tributação do comércio electrónico subordinadas ao princípio de tratamento não discriminatório deste em relação a outras formas de comércio.

3. O TELETRABALHO

Segundo o Livro Verde para a Sociedade da Informação, em Portugal o teletrabalho é normalmente entendido como um modo flexível de trabalho, cobrindo várias áreas de actividade, em que os trabalhadores podem desempenhar as suas funções remotamente a partir de casa ou de outro local (telecentro), em determinadas horas dos seus horários de trabalho, com o auxílio das telecomunicações e das tecnologias de informação, quebrando barreiras geográficas e permitindo a partilha de informação num ambiente electrónico disperso.

A possibilidade de uma pessoa poder trabalhar em casa ou noutra local através de um terminal móvel, perto da sua residência, evita um gasto diário financeiro e de tempo em transportes, com benefícios ambientais evidentes, permitindo a flexibilização total do horário de trabalho de forma a que se estabeleça uma melhor integração com os restantes aspectos da vida de cada um.

Por outro lado, a adopção do teletrabalho pelas empresas poderá ser uma medida importante para obterem vantagens competitivas sobre os concorrentes, acompanhando as tendências de descentralização da tomada de decisão, da realocação da produção, da reengenharia de processos e da redução de custos.

O teletrabalho pode ser, no entanto, um meio de precarização do emprego, caso não veja associadas medidas cautelares de promoção da segurança na relação de trabalho, podendo igualmente potenciar o isolamento dos indivíduos. Será necessário, por conseguinte, encontrar meios de regulação destas formas de trabalho, de modo a evitar os efeitos negativos que elas podem produzir quando forem aplicadas de modo indiscriminado e sem controlo.

A adopção deste novo regime de trabalho pelas empresas está ainda longe de poder ser massificada, quer pelos custos das tecnologias envolvidas, quer pela falta de percepção dos benefícios que poderão advir da sua implementação como uma prática corrente nas empresas.

A introdução do teletrabalho nas empresas está bastante relacionada com a disponibilidade de meios de telecomunicações e tecnologias de informação, bem como com a capacidade da sua utilização por parte dos trabalhadores. Parece assim natural que sejam empresas nos sectores das tecnologias de informação e dos serviços, bem como trabalhadores por conta própria, os primeiros a aderir a práticas de teletrabalho.

As tarefas naturalmente mais indicadas para serem desempenhadas em regime de teletrabalho são aquelas que dizem respeito ao manuseamento, processamento, transformação e disseminação de informação. Exemplos comuns de empregos clássicos em regime de teletrabalho são, por exemplo, a consultoria em geral, consultoria em tecnologias informáticas e programação, teleformação, ensino à distância, planeamento, controlo e consultoria financeira, publicidade, vendas, marketing, secretariado, tratamento de texto, edição electrónica, contabilidade, agências de emprego e atendimento a clientes.

As teleactividades e os teleserviços constituem, presentemente, factores estratégicos dos processos produtivos, comerciais e distributivos, estando a contribuir para o desenvolvimento acelerado da globalização da economia e da mundialização do trabalho.

O teletrabalho corresponde a uma importante ferramenta de que as empresas poderão dispor no contexto da Sociedade da Informação, em que cada vez mais o acesso e troca de informação e o domínio das tecnologias de informação se tornam fundamentais e sinónimos de vantagem competitiva.

No entanto, as práticas de teletrabalho deverão ser graduais e devidamente introduzidas no tecido empresarial, devendo haver uma ponderação e divulgação dos benefícios tangíveis e não tangíveis, evitando-se situações perturbadoras e prejudiciais, quer para as empresas quer para os trabalhadores.

4. O PAPEL DO ESTADO

O processo acelerado de desenvolvimento e evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação verificado nos últimos anos e os seus reflexos nos planos económico, social, cultural e educacional tem levado à tomada de medidas e acções por parte das entidades e instituições governamentais no sentido de enfrentarem os novos desafios que se colocam e acompanharem as profundas mudanças que daí advêm.

O Estado representa uma parcela importante dos negócios das empresas, pelo que a adopção de políticas incentivadoras do uso do comércio electrónico nas interacções por parte da Administração Pública central, regional e autárquica, poderá representar um forte impulso para a sua rápida implantação. A desmaterialização dos procedimentos de trocas de informação dentro da Administração Pública e com os agentes económicos deve ser fortemente incentivada. O uso de meios de comércio electrónico pela Administração Pública na procura, contratação, aquisições e pagamentos, poderá representar, por si só, um mercado de dimensão suficiente para assegurar a massa crítica necessária que garanta o sucesso do comércio electrónico.

Por outro lado, as necessidades de trocas de informação dentro da própria Administração Pública, quer verticalmente dentro de cada Ministério como, principalmente, entre Ministérios, permitirá uma optimização de meios e recursos significativa.

Uma abrangente e rápida introdução dos novos paradigmas facultados pelos meios de comunicação electrónica exige que os funcionários e agentes do Estado estejam aptos e habilitados na utilização desses meios, tornando-se assim urgente a promoção de programas de formação dos funcionários da Administração Pública para incentivar a sua adaptação e familiarização às novas tecnologias do comércio electrónico.

Um papel decisivo na introdução do teletrabalho deverá ser desempenhado pelo Governo, responsável pela regulamentação e legislação, evidenciando a adesão ao teletrabalho através da sua implementação na Administração Pública. O Estado, como grande empregador localizado principalmente nos centros urbanos das grandes cidades, tem de ser o grande motor da implantação do teletrabalho como

instrumento de desenvolvimento regional e de melhoria das condições de vida nas Regiões metropolitanas.

Um Estado mais aberto aos cidadãos e às empresas contribuirá para melhorar a eficiência da Administração Pública. As reformas de inovação tecnológica só podem ter êxito num contexto de profunda mudança global dos sistemas e métodos organizativos, de reinvenção de procedimentos e da própria estrutura da administração, desburocratizando-a e estimulando a desconcentração, a descentralização, a deslocalização, bem como a requalificação dos recursos humanos.

A acelerada evolução tecnológica das últimas décadas no domínio dos computadores e das comunicações permite aumentos de produtividade e de qualidade dos serviços prestados aos cidadãos e às empresas que é imprescindível concretizar, por forma a que esses benefícios possam ser apropriados e repartidos pela colectividade. Assim, serão criadas condições para a construção de um Estado cada vez mais aberto aos cidadãos e às empresas, nomeadamente para que estes possam inquirir de forma expedita a administração pública e aceder aos registos de carácter público por via electrónica.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas portuguesas, confrontadas com novas e crescentes pressões concorrenciais, necessitam de construir e adquirir uma maior iniciativa internacional, uma presença mais constante nos mercados mais dinâmicos e uma maior proximidade dos centros de decisão, ultrapassando insuficiências logísticas e maximizando as oportunidades abertas pelas novas tecnologias e serviços.

Com esta iniciativa deverão viabilizar e dinamizar o Comércio Electrónico e o Teletrabalho, de modo a retirar os benefícios que estes podem oferecer para o desenvolvimento acelerado da economia portuguesa, não deixando que se crie um fosso entre o nosso país e os principais parceiros económicos na utilização das tecnologias digitais. Tal seria muito prejudicial para a concretização das legítimas aspirações de desenvolvimento da sociedade portuguesa neste período que antecede a entrada no século XXI.

As Tecnologias de Informação têm hoje potencialidades para constituírem instrumentos importantes ao serviço do funcionamento actual e do desenvolvimento futuro dos organizações. Significa isto que deverão estar presentes e poderão mesmo influenciar a definição de estratégias e suportar a concretização dos objectivos prioritários.

A Internet é actualmente uma rede cujas potencialidades e taxas de crescimento continuam imparáveis. Esta evolução, o baixo custo, a simplicidade e as vantagens indiscutíveis de utilização, estão a levar muitos empresários a acreditar que o simples facto de estarem presentes na rede lhes poderia trazer resultados positivos em termos de vendas. Porém, esta situação não corresponde inteiramente à realidade, pois este processo não será suficiente para revolucionar as vendas da empresa.

É inegável que uma presença na Internet poderá trazer benefícios imediatos e proporcionar a aquisição de know-how indispensável à obtenção de vantagens relativamente à concorrência. Contudo, um bom planeamento de marketing, uma óptima execução e promoção do "site", são fundamentais para possibilitar a criação de uma audiência que torne bem sucedida a presença neste canal. Esta estratégia deverá ainda respeitar e integrar a estratégia global da empresa e apresentar-se em conformidade com os outros meios e/ou recursos utilizados.

No entanto, esta é uma matéria muito recente e onde as poucas "receitas" introduzidas têm sempre uma componente de incerteza. A própria rapidez na evolução dos processos e mecanismos em torno da Internet não só amadurece e desenvolve novas potencialidades como exige das empresas uma resposta mais eficiente num menor espaço de tempo.

O Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal aborda de modo limitado a questão central da relação entre inovação, crescimento e emprego que parece resumir-se na expectativa de que o progresso tecnológico será, a longo prazo, criador de emprego. Ora, nomeadamente desde a década de 80, o mundo em geral e a empresa em particular constata que não são as tecnologias que resolvem os problemas das organizações ou criam novas oportunidades de negócio mas sim a sua aplicação de uma forma inovadora, incluindo-se naturalmente as novas formas de inovação organizacional.

O futuro próximo passará precisamente pela adaptação interna e externa das empresas de forma a criarem soluções que lhes permitam responder com sucesso a este desafio. As empresas nacionais precisam de dispor de uma permanente capacidade de inovação e de competências que lhes permitam a sua constante adaptação à economia digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal [1997] - Ministério da Ciência e Tecnologia, Missão para a Sociedade da Informação
- Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico [1997] - Versão 0 - Ministério da Ciência e Tecnologia, Missão para a Sociedade da Informação
- Livro Verde sobre a Inovação [1996] - Ministério da Ciência e Tecnologia
- Livro Branco do Comércio Electrónico [1997] - Associação Portuguesa para o Desenvolvimento do Comércio Electrónico
- Factura Electrónica [1998] - Relatório e Anteprojecto de Diploma Legal, Ministério da Ciência e Tecnologia
- Assinatura Electrónica [1998] - Anteprojecto de Lei relativo à Assinatura Digital e ao Valor Probatório dos Documentos Electrónicos, Ministério da Ciência e Tecnologia
- Modesto, Joana [1997] - "Alguns Aspectos sobre a Problemática do Teletrabalho" - Revista Informação & Informática, nº 18, Instituto de Informática do Ministério das Finanças