E-BUSINESS E E-COMMERCE

AULA 1

Prof. Diniz Fiori

CONVERSA INICIAL

Na sociedade moderna, compreender os modelos de negócios de e-business e e-commerce é fundamental para gestores, profissionais de comunicação, empreendedores, entusiastas de tecnologia e usuários da internet de um modo geral. Os novos negócios digitais alteraram profundamente a forma como nos comunicamos, como interagimos e como consumimos, com impactos profundos na vida em sociedade.

As organizações e as pessoas têm incorporado as ferramentas tecnológicas como parte de seu comportamento. Sendo assim, precisamos entender o processo, o desenvolvimento e o impacto dessas tecnologias em nossas vidas.

Nosso objetivo é que, após a conclusão dos nossos estudos, você tenha condições de entender os modelos de negócios de maior sucesso, começando a perceber as tendências da evolução tecnológica. Isso vai ajudá-lo a entender um pouco mais da sociedade moderna, da tecnologia e das pessoas. #Boralá

CONTEXTUALIZANDO

Empresas e empreendedores, por conta das inovações tecnológicas, começaram a desenvolver uma série de negócios baseados na internet. Essas novas modalidades de negócios iniciaram uma verdadeira revolução na sociedade. Já não é possível imaginar a sociedade moderna sem as grandes corporações que dominam o mercado digital, fazendo parte do cotidiano de milhares de pessoas. Essas grandes empresas ajudaram a mudar a forma como a sociedade se comunica, interage e consome produtos. No rastro dessas grandes corporações, uma série de empresas têm surgido ao redor do mundo, oferecendo diversas soluções inovadoras para as questões contemporâneas e promovendo uma grande revolução no mundo dos negócios.

TEMA 1 – CENÁRIO DO E-BUSINESS E E-COMMERCE

O e-business é a abreviação da expressão *electronic business*, “negócios eletrônicos”, ou ainda “negócios digitais”, ou seja, negócios com base *online* ou tecnológica. Basicamente, para que uma empresa seja caracterizada como um e-business, seu modelo de negócio deve apresentar como característica principal uma base tecnológica. Assim, o termo engloba as transações que

acontecem em ambiente digital, ou seja, qualquer modelo de negócio baseado na internet pode ser considerado um e-business. Com a evolução e o surgimento de novas tecnologias, várias empresas têm migrado seus processos e canais para um modelo mais digital, com forte apelo em aplicações de internet, com uma série de dispositivos tecnológicos. Os negócios digitais inauguraram uma nova era de mercado, abrindo novas possibilidades de atividades comerciais, o que foi revolucionado pela internet.

Consumidores e fornecedores estão fortemente conectados. Os reflexos dessa revolução de mercado aparecem no cotidiano das pessoas, pois as empresas de tecnologia impactam diretamente a vida da maioria da população mundial. Os principais expoentes do e-business são os sites de busca (como Google), redes sociais (como Facebook), aplicativos de transporte (como Uber), sites de compras (como Mercado Livre), conteúdos de entretenimento ou educação via streaming (como Netflix), aplicativos de mensagens (como WhatsApp), sistemas operacionais (como Microsoft) e toda uma série de dispositivos desenvolvidos para solucionar os problemas da sociedade moderna no meio digital.

Atualmente, algumas das empresas mais rentáveis do mercado e algumas das marcas mais valiosas do mundo operam somente no mundo digital, sem unidades físicas de atendimento aos clientes. Para se ter uma ideia da importância do e-business, em junho de 2021, 7 das 10 maiores empresas do mundo ou surgiram com a tecnologia ou são consideradas negócios digitais.

Vejamos as 10 maiores empresas do mundo (Reuters, 2021):

1. Amazon US$ 683,852;
2. Apple US$ 611,997;
3. Google US$ 457,998;
4. Microsoft US$ 410,271;
5. Tencent US$ 240,931;
6. Facebook US$ 226,744;
7. Alibaba US$ 196,912;
8. Visa US$ 191,285;
9. McDonald’s US$ 154,921; e
10. MasterCard US$ 112,876.

Nem só de grandes empresas vive os negócios digitais. Em todo o mundo, empreendedores desenvolvem projetos com bases tecnológicas, as chamadas

startups. Essas empresas estão fomentando ainda mais os negócios digitais, trazendo cada vez mais usuários e empreendedores para o universo da tecnologia. De acordo com a Associação Brasileira de Startups, de 2015 até 2019, o número de startups no Brasil saltou de 4.151 para 12.727, um aumento de 207%. A partir de 2020, com a pandemia do coronavírus, esse número aumentou exponencialmente. A pandemia acelerou em 10 anos a inclusão de novos usuários digitais. Só no Brasil, 10 milhões de novos usuários passaram a utilizar as ferramentas da internet, como e-commerce e mídias digitais. Com novos usuários, surgem também novos consumidores, com uma série de empreendedores digitais focados em oferecer soluções com forte predisposição à inovação (Carrilo, 2020).

A ideia central por trás do conceito de e-business é que uma atividade nesse modelo realiza a maioria, senão a totalidade de suas transações e processos, por meios digitais. Esse uso massivo da tecnologia acaba por levar ao aprimoramento contínuo dos processos internos e da experiência do consumidor.

O e-commerce, ou comércio eletrônico, é o processo de compra e venda de mercadorias, bens e serviços que acontece pela internet. Logo, qualquer transação de produtos que ocorre por intermédio de uma ferramenta digital é um e-commerce. Existem várias formas de fazer um comércio eletrônico. Além de uma loja virtual, podemos utilizar as redes sociais para vender nossos produtos. O conceito de e-commerce engloba a transações comerciais online, onde todos os processos (interação com o cliente, visualização e escolhas dos produtos, cadastro do cliente, pagamento e aprovação do pedido) ocorrem por meio digital. Dessa forma, o comércio eletrônico é uma das formas de e-business (O que é..., 2021).

Complementando, e-business inclui todos os negócios que ocorrem em plataformas e dispositivos digitais, como: compra e venda de mercadorias, serviços, comunicação, relacionamento, entretenimentos e serviços administrativos pelo governo. Como exemplo de empresas que operam em negócios digitais, temos as chamadas *Big Techs*, que são grandes corporações ligadas à tecnologia, como Google, Amazon, Apple e Mercado Livre.

Vários fatores têm impulsionado a expansão dos modelos de negócios digitais, com destaque para mudanças de comportamento entre consumidores e democratização da internet e do uso das tecnologias, como o smartphone. Além

do crescente número de usuários da internet, outro motivo que leva a esse desenvolvimento é a rápida geração de oportunidades para diferentes públicos. Empreendedores têm buscado apresentar soluções inovadoras, atraindo mais pessoas e consumidores para os negócios digitais, o que acaba por ampliar ou criar novos modelos de negócio. Essas inovações multiplicaram as possibilidades de negócios, com consequente aumento no número de empresários e profissionais do setor.

As empresas tradicionais, consolidadas no mercado, sentem-se desafiadas pelo avanço da tecnologia e pelas novas formas de fazer negócios. Assim, o tema da transformação digital vem ganhando espaço entre empresários e gestores, que perceberam que essa mudança não é mais uma questão de diferenciação, mas sim de sobrevivência.

No Brasil, de acordo com um levantamento realizado pela Harvard Business Review (HBR, citado por Cozer, 2019), o cenário dos negócios digitais ainda é bastante desafiador. Em um ranking dos países mais atrativos para negócios digitais, com 42 países, o Brasil ocupa a 35ª posição. Os principais fatores que levam a essa baixa avaliação são: falta de incentivo ao empreendedorismo digital; falta de políticas públicas para o setor; falta de regulamentação e financiamento para o setor; além de baixo incentivo para a inovação e educação. Pensando de forma mais otimista, o Brasil tem muitas oportunidades de crescimento no mercado digital, principalmente se consideramos a parcela da população que ainda não tem acesso à internet e às novas tecnologias (Cozer, 2019).

O mercado de e-consumidores também apresenta números otimistas, segundo pesquisa da NeoTrust (2020), o comércio eletrônico brasileiro ganhou 20,2 milhões de novos consumidores ao longo de 2020. O varejo digital concentrou 42,9 milhões de consumidores únicos, um aumento de 36,7% em relação a 2019. O ano de 2020 também foi o melhor ano do e-commerce no Brasil, com mais de 301 milhões de pedidos realizados via comércio eletrônico, uma alta de 68,5%, em comparação com 2019. O faturamento também cresceu significativamente: a receita gerada foi de 126,3 bilhões de reais, um aumento de 68,1% em relação a 2019.

TEMA 2 – PERFIL DO PROFISSIONAL DE E-COMMERCE E- BUSINESS

O crescimento acelerado e a rápida evolução dos negócios digitais têm promovido uma busca cada vez maior por profissionais qualificados para superar os desafios do setor. As mudanças introduzidas pela tecnologia no mercado de trabalho vêm sendo estudadas há anos. Manuel Castells (1990), em sua obra *A Sociedade em Rede*, já debatia o tema, apontando para uma nova estrutura social decorrente dos avanços tecnológicos.

Nos últimos anos, o setor de tecnologia tem apresentado escassez de profissionais em todo o mundo. Essa falta de mão de obra tem sido solucionada com a contratação de trabalho remoto, ainda que de outros países, intensificando a competição por profissionais com conhecimentos técnicos. A grande vantagem para os profissionais é que as oportunidades, antes restritas aos maiores centros urbanos, passam a estar disponíveis a todos por conta do trabalho remoto.

Segundo Grossmann (2019), até 2024, o Brasil terá a necessidade de 420 mil profissionais no setor de tecnologia. Essa informação já evidencia a importância dos profissionais do setor. Porém, a evidência mais preocupante é a falta de investimento em educação e de estímulo ao ingresso de profissionais nas carreiras de tecnologia. Atualmente, são formados apenas cerca de 46 mil profissionais por ano.

A ampliação do mercado de tecnologia no Brasil acontece principalmente por conta da democratização e do maior acesso de usuários às plataformas digitais. Com essa expansão, surgem novas possibilidades de negócios, gerando mais oportunidades para empreendedores e ampliando a oferta de empregos e a busca por profissionais para o setor.

Esse mercado, coalhado de oportunidades, oferece também desafios. O setor convive em um cenário de constante mudanças e transformações, exigindo resiliência por parte dos profissionais. As equipes de trabalho, mesmo de forma remota, precisam se manter integradas para garantir o fluxo e o processo produtivo da empresa.

Além do crescimento em número de usuários, a segmentação das empresas digitais tem exigido dos profissionais uma série de habilidades e competências ligadas à inovação e à conectividade. É difícil imaginar um setor que não tenha sido impactado pela revolução digital. Um negócio digital, ou uma startup, pode estar inserido em diversos segmentos de mercado (Cozer, 2021).

As startups têm crescido em números, modelos e tamanhos, tão rapidamente que hoje essas empresas são classificadas de acordo com os segmentos de atuação, sendo identificadas como *techs*. A segmentação das startups está presente em todos os segmentos, derivando as diferentes áreas de inovação. Vamos falar mais sobre isso em outro momento.

Essa classificação oferece oportunidades para diversas formações profissionais, pois estabelece modelos de negócios digitais dentro de segmentos tradicionais de atuação. Alguns exemplos dessa divisão são os que se seguem.

- **Fintechs**: empresas que apresentam soluções financeiras.
- **Legaltechs**: empresas do ramo do direito, soluções tributarias ou legais.
- **Edtechs**: empresas de educação e aprendizagem.
- **Agrotechs**: empresa do agronegócio e tecnologia agrícola.
- **Hrtechs**: empresas de recursos humanos e recrutamentos.
- **Healthtech**: empresa de saúde e qualidade de vida.

Essas segmentações, em um mercado pujante por inovação, têm aberto portas para os profissionais das mais diversas áreas, que podem então exercer as suas atividades de negócios digitais, independentemente da área de formação acadêmica.

O perfil dos profissionais que trabalham com e-commerce e e-business, como acontece em todos os modelos de negócio, pode variar em diversos aspectos. Algumas características comuns à grande maioria dos profissionais são a paixão por inovação e tecnologia, a rápida adaptação às mudanças e atividade intensiva do usuário na internet e em mídias digitais.

Um empreendedor ou um profissional de negócios digitais pode explorar diversas oportunidades hoje em dia, mas, para isso, cabe ao interessado entender como funcionam as áreas específicas, se quiser alcançar mais sucesso no setor. As principais áreas de conhecimento para o profissional que atua, ou quer atuar nesse segmento, são: programação (ou desenvolvimento) web; marketing; tecnologia e infraestrutura; e sistemas de informação e gestão. Com a evolução de novas tecnologias e o crescimento de segmentos específicos de negócios, novas habilidades também tem se demonstrado importantes, pertinentes às áreas de logística, design e análise de dados.

O gestor ou CEO de um e-business, assim como para o líder de um projeto tradicional, precisa considerar a capacidade de liderança desse

profissional. Afinal, é através dela que ele vai demonstrar se tem condições de guiar a equipe para obter os resultados desejados. O gestor em geral é o responsável por definir os melhores caminhos para que cada um exerça a sua atividade da melhor forma, dentro dos padrões estabelecidos pela empresa. Um desafio extra no setor é o trabalho remoto e a gestão de equipes multidisciplinares. A evolução das ferramentas e o acesso à internet, cada vez mais simplificado, fizeram com que o empreendedorismo digital se tornasse uma forte tendência das empresas para os próximos anos, gerando novas possibilidades de atuação, o que fomenta inovações e traz cada vez mais investimentos para o setor.

Os negócios digitais, e também o e-commerce, são setores novos e de rápida transformação. Ainda não há uma grande tradição acadêmica de formar esses profissionais. Várias universidades têm se esforçado para criar cursos e formar profissionais melhores, mas como se trata de um mercado dinâmico e em franca evolução, muito da melhora do desempenho do profissional pode ser fruto do esforço próprio. É comum que empresas invistam na capacitação desses profissionais, seja com formação acadêmica ou com a adaptação de processos na empresa, para tornar que o aprendizado e a aplicação do conhecimento se desenvolvam conforme as necessidades do negócio.

Uma carreira profissional importante e em crescimento na área de negócios digitais é a dos profissionais de dados, com oportunidade nas funções de analista de dados, analista de big data ou cientista de dados.

Milhares de empreendedores têm começado negócios digitais a partir do modelo de startup. Esse modelo permite um início com pouco investimento. Alguns começam apenas com uma ideia ou um problema que precisa ser resolvido por meio de uma solução inovadora, partindo em busca de possibilidades de investimento, ou experimentando um modelo de negócio. Outros já desenvolvem startups com investimentos e modelo de negócios bem definidos.

No próximo tema, vamos abordar os principais modelos de negócios e os tipos de monetização.

Saiba mais

As profissões estão se transformando rapidamente, confira no vídeo a seguir algumas profissões que são tendência para os próximos anos:

TRABALHO E PROFISSÕES do futuro. **Exame**, 22 jun. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=r1Qq3GgRmgU>. Acesso em: 18 nov. 2021.

TEMA 3 – PRINCIPAIS MODELOS DE NEGÓCIOS E TIPOS DE MONETIZAÇÃO

A escolha do modelo de negócio mais adequado é fundamental para o sucesso de uma empresa no mercado digital. Sem um modelo de negócio bem definido, não há como ter um bom resultado. O modelo de negócios é a forma como uma empresa gera e entrega valor para os seus clientes, considerando também como ela gera receita e estrutura seus processos para garantir a sua viabilidade (Bolina, 2016).

Uma característica importante de um e-business são as várias possibilidades de modelagem do negócio. Podemos desenvolver um negócio digital, por exemplo, a partir das formas de rentabilização. A rentabilidade da empresa pode advir da venda de produtos, de publicidade, de comissionamento de vendas, do aluguel de espaços e de uma infinidade de combinações.

Essa flexibilidade de modelo negócio, aliada à criatividade e inovação, viabiliza uma série de modelos de negócios, muitas vezes disruptivos, que têm abalado a forma de se fazer negócios em determinados setores. Hoje em dia, há uma série de formatos à disposição. Por isso, todo gestor ou profissional de e-business precisa estar atento às mudanças dos modelos de negócio, para que possa selecionar, com cuidado, o que melhor atende o seu modelo de gestão (Patel, 2021).

O conceito de modelo de negócios é bastante amplo. Pode ser definido pela segmentação do público-alvo, pelo modelo de receita, ou ainda por uma combinação entre esses fatores.

Na formatação de um modelo de negócio pelo tipo de público que se pretende atender, a estratégia da empresa é alinhada para se atingir esse tipo de consumidor. A segmentação pode ser utilizada por e-business e por e-commerce. As principais segmentações são as que se seguem.

- **B2C (business to consumer)**: quando a venda é feita diretamente para o consumidor final. Exemplo: lojas virtuais e marketplaces voltados ao consumidor final, como Netshoes, Americanas e Magazine Luiza.

- **B2B (business to business)**: os clientes são outras empresas, sejam elas grandes corporações ou pequenas e médias empresas. Esse tipo de comércio é voltado para clientes intermediários, atacadistas, distribuidores ou equipamentos e máquinas para a indústria de transformação.
- **B2G**: quando se pretende vender para o governo. Exemplo: muitas prefeituras e estados realizam compras somente por pregão eletrônico online. Assim, muitas empresas estão se especializando nessa modalidade de negócios com os órgãos governamentais.
- **C2C**: também chamadas de P2P (peer to peer), quando pessoas físicas vendem os produtos diretamente para outros consumidores. Exemplo: existem grandes portais de vendas de produtos entre consumidores, como especializados em vendas de automóveis, imóveis ou de produtos em geral, como Mercado Livre e OLX.
- **M2M**: um modelo relativamente novo, mas que já se apresenta como grande tendência no e-business, é o “máquina para máquina”, ou M2M. A relação comercial é totalmente automatizada e a troca de informações é feita entre dispositivos via internet, a exemplo de uma máquina de café ou um equipamento qualquer que solicita à uma empresa de vendas os seus insumos ou as suas peças de manutenção. Esse modelo encontra grande apoio em dispositivos da internet das coisas, inteligência artificial e machine learning (assuntos de outras ocasiões).

Segundo Kotler (2000), podemos definir o público de uma empresa por critérios de segmentação geográfica, demográfica, psicográfica e comportamental. A adoção desse critério de classificação facilita a comunicação com o público-alvo.

Em um e-business, dependendo das possibilidades de geração de receita, podemos definir o modelo de negócio. Podemos formatar o modelo pela questão da monetização. Basicamente, a monetização refere-se ao modo como a empresa gera receita, como ela ganha dinheiro. Essa receita não é necessariamente paga pelo cliente, pois algumas empresas têm um modelo de monetização proveniente de anúncios em plataformas, como Facebook, Google e Tiktok. Nesse modelo, o cliente final tem acesso a um conteúdo da plataforma, mas a viabilidade da empresa depende da receita de anunciantes.

A forma mais tradicional de monetização, um dos primeiros modelos de negócios a surgir na internet, o e-commerce, gera receita através da venda de produtos e serviços. Esse modelo é o mais utilizado, e também um dos que menos conseguimos escalar, porque é necessário um grande investimento em espaço físico e operações de logística para lidar com o estoque e a distribuição dos produtos vendidos. Muitas lojas virtuais, para ganharem escala, acabam se tornando um marketplace.

Os marketplaces são um modelo de negócios de grande sucesso nas corporações digitais. Em termos gerais, são formados por plataformas de vendas de produtos ou serviços. Porém, a prestação do serviço, ou a entrega do produto, é feita por um terceiro. Ou seja, esses portais conectam a oferta e a demanda por produtos e serviços. Para que esse sistema funcione adequadamente, contar com uma boa quantidade de usuários nas duas pontas do processo – consumidores e vendedores. O Ifood e o Uber são bons exemplos de marketplaces para a venda de serviços. Para a venda de produtos, temos a Amazon e o Mercado Livre. As empresas que trabalham como marketplace monetizam os seus negócios a partir da cobrança de uma comissão de vendas em cada transação. A vantagem desse modelo é que ele é bastante escalável, uma vez que a empresa não executa o serviço ou a entrega do produto, tarefa que fica sob a responsabilidade de um dos fornecedores cadastrados na plataforma. Cabe ao marketplace simplesmente efetuar a qualificação inicial do fornecedor, exercendo controle sobre a qualidade dos serviços.

Outra forma de monetização utilizada por e-business e e-commerces é o modelo por assinatura. Nesse modelo, a empresa garante a entrega constante de um serviço em troca de um pagamento recorrente. O modelo de assinaturas é muito amplo e sempre foi relacionado à prestação de serviços, principalmente na área educacional e nas academias. Adotar esse modelo de negócio faz com que a empresa não sofra com eventuais sazonalidades em seu setor, garantindo receitas recorrentes e mantendo uma relação muito mais próxima e constante com os clientes. Esse modelo se beneficiou do avanço de tecnologias como o streaming, que possibilita a entrega constante de serviços aos clientes em troca de um valor fixo mensal.

O comércio eletrônico também têm se utilizado desse modelo para vender produtos, os “clubes de assinaturas”, que entregam produtos físicos aos clientes

mensalmente. Hoje, encontramos diversas assinaturas de produtos comercializados por um valor recorrente.

A receita de vendas no mercado digital também pode ser obtida pelo sistema conhecido como SaaS (Software as a Service), ou software como um serviço. Nesse formato, a receita provém da venda da licença para o uso de um software, considerando a entrega constante de serviços relacionados, como hospedagem, atualização e manutenção do sistema. Esse modelo de negócios é ótimo para as startups, pois propicia uma receita recorrente em sua base de clientes, oferecendo uma relação de longo prazo. São também modelos na mesma lógica do SaaS (software como um serviço): o PaaS (plataforma como um serviço) e o IaaS (infraestrutura como um serviço).

Os games, outra forma de e-business, acabaram por desenvolver um modelo próprio de monetização, por meio da venda de recursos adicionais para os jogadores, como personagens ou upgrades. Nesse sistema, o usuário que precisa de mais recursos em seu jogo paga uma determinada quantia ao game. Outros serviços digitais, como cursos, softwares e espaço de armazenamento de dados, também são ofertados dessa maneira, comumente chamada de freemium. Esse modelo disponibiliza recursos gratuitamente para o usuário e gera receita a partir de outras aplicações ou funcionalidades, pelas quais o usuário precisa pagar.

Obviamente, a monetização pode ser combinada entre esses vários modelos, com o objetivo de gerar mais receitas. Por exemplo, o Mercado Livre, além de uma receita de comissão de vendas, própria de um marketplace, também tem receita pela venda de publicidade em sua plataforma. Escolher o modelo certo de receita é fundamental para a sobrevivência de um negócio digital. Cabe ao empreendedor decidir a melhor forma de gerar receitas e garantir a viabilidade do negócio.

TEMA 4 – E-COMMERCE E E-BUSINESS: CARACTERÍSTICAS

Modelos de negócios digitais e inovadores têm se caracterizado como plataformas ou sistemas de negócio online, nos quais os sistemas de informação auxiliam os processos do negócio. Assim, um negócio digital se caracteriza quando as empresas usam tecnologias e a internet para desenvolver e comercializar produtos e serviços com padrões mais modernos, fortemente conectados com a inovação.

O negócio digital busca obter vantagem competitiva da tecnologia, reduzindo despesas gerais e fornecendo um novo valor aos clientes. Uma das principais características de um negócio digital é o uso de tecnologia para reduzir custos, coletar dados e fornecer uma melhor experiência ao cliente. Há vários modelos, com diferentes características, em um negócio digital. Cada um deles tem os seus processos próprios, suas formas de monetização, de atendimento, sua interface com o usuário, seus recursos e ferramentas.

Um negócio digital se caracteriza principalmente pela cultura digital. Aqui, a transformação digital faz parte dos processos da organização, desde as decisões estratégicas até a forma de execução das tarefas. Por esse motivo, várias empresas tradicionais encontram dificuldades para concorrer com empresas digitais, ou mesmo com a velocidade das startups.

Os modelos de negócios digitais são tantos, tão variados, que qualquer esforço para classificá-los acaba sendo em vão. Assim, para efeito didático, vamos citar alguns dos principais modelos e suas formas de monetização.

- **Ecommerce**: a receita provém da venda de produtos, a exemplo de Amazon, AliExpress, Casa Bahia, Netshoes.
- **Redes sociais**: a principal fonte de renda provém de anúncios publicitários. Exemplo: Facebook, Tiktok, Instagram, LinkedIn.
- **Buscadores**: sua principal fonte de monetização provém de anúncios publicitários. Exemplo: Google, Baidu e Bing.
- **Plataformas de streaming**: a sua receita vem da assinatura de usuários. Exemplo: Netflix, Spotify, Globo Play, Disney +.
- **Marketplaces**: são também chamados de aplicativos de economia compartilhada. Sua principal fonte de renda é uma comissão pelos serviços comercializados na plataforma. Exemplo: Uber, Airbnb, DogHero, Ifood, Rappi, e 99.
- **Aplicativos de comunicação**: sua principal receita advém da publicidade. Exemplo: Telegram, Wechat, Mensseger.
- **Empesas de desenvolvimento de softwares**: aluguel ou venda de sistemas (ERP, CRM, BI). Exemplo: SAP, TOTVS, Microsoft.
- **Plataformas de e-commerce**: SaaS de plataformas para lojas virtuais. Exemplo: Vtex, Tray, Jetcommerce.

Formatos combinados ou híbridos dessas formas de monetização também são comuns, além de outras formas e modelos de negócios inovadores, como games, EAD, bancos digitais e uma série de novos negócios.

Um negócio digital busca entender e incorporar novos modelos de negócios, como foco na experiência do cliente no centro da estratégia digital, tornando-se um diferencial importante no mercado. A tecnologia está em constante mudança, e assim um negócio digital deve acompanhar as transformações para se manter competitivo no mercado. Esse modelo não está preso a fronteiras ou a uma região específica de atuação. Assim, é possível atender a um número maior de pessoas com praticidade e agilidade, expandindo os negócios sem a limitação de um bairro ou cidade. É possível escalar e expandir a empresa de maneira muito mais prática em comparação a uma empresa física. Isso proporciona mais oportunidades, já que os empreendedores podem rapidamente vender e internacionalizar as suas marcas e os seus produtos.

TEMA 5 – SOLUÇÕES MOBILE E STREAMING

Quando falamos em e-commerce e e-business, precisamos entender que a evolução desses modelos é resultado principalmente das soluções de mobilidade e da praticidade e versatilidade dos dispositivos móveis, uma revolução causada principalmente pelos smartphones. A tecnologia mobile foi uma das responsáveis pelas mudanças de comportamento características da sociedade moderna, mas muitas transformações ainda estão por vir. Com a chegada da tecnologia 5G e com novas tecnologias que vão surgir desse movimento, novas oportunidades vão transformar a sociedade.

No cotidiano das pessoas, é muito difícil pensar em uma realidade em que as pessoas não utilizam esses dispositivos para conversar, consultar o melhor caminho na hora de dirigir, usar um meio de transporte, pedir comida e fazer compras. Tudo isso na palma da mão, em poucos toques e sempre muito rápido.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – Tecnologia da Informação e Comunicação (PNAD Contínua TIC), realizada pelo IBGE, em 2020, o percentual de pessoas que acessam a internet pelo celular é de 98,1%. Um número bem expressivo, principalmente em comparação aos 50,7% do uso de computadores (IBGE, 2020).

A tecnologia mobile evoluiu rapidamente, muito por conta de sua praticidade e da facilidade de acesso aos dados. A democratização do uso de dispositivos como tablets e smartphones foi possível graças a fatores como o avanço de tecnologias, que fez com que esses aparelhos se tornassem economicamente acessíveis. Nesse caminho, milhares de aplicativos foram desenvolvidos, trazendo para a palma da mão as mais variadas soluções, como redes sociais, serviços bancários e jogos.

Hoje em dia, é possível encontrar praticamente tudo na internet através de soluções mobile. Os dispositivos móveis são uma grande oportunidade de venda de produtos para o comércio eletrônico. O comércio de produtos por meio desses dispositivos tem crescido muito, e a expectativa é que, até 2024, a maioria das compras online seja efetuada em dispositivos móveis.

Com a implantação de uma internet mais rápida, por conta da tecnologia 5G, espera-se uma nova transformação, considerando uma nova geração de aplicativos e soluções, de modo que a sociedade fique ainda mais conectada – dessa vez, não somente com as pessoas, mas também com os objetos.

5.1 Streaming

Outra revolução causada pela tecnologia foi o desenvolvimento e a popularização dos serviços de *streaming*. Serviços de streaming possibilitam a transmissão de conteúdos pela internet, sem a necessidade de download para ter acesso a um filme, música ou livro. Hoje em dia, com o aumento da velocidade de conexão de internet, esse serviço acontece praticamente em tempo real, pois não é preciso esperar o carregamento total para começar a usar. Algumas plataformas de streaming também permitem download de seus conteúdos, para que seja possível acessá-los em modo offline. O conteúdo dessas plataformas pode ser acessado através de dispositivos variados, como notebooks, smartphones, tablets, SmartTVs e computadores.

O streaming também é importante porque popularizou uma nova forma de comunicação nas redes sociais, as lives, ou transmissões ao vivo. Essas transmissões ganharam muita popularidade, principalmente ao longo de 2020 e 21, com a pandemia do COVID-19, que demandou ações de distanciamento social. As lives democratizaram a informação. Esse tipo de transmissão ao vivo só era possível, antigamente, com equipamentos especiais via satélite, geralmente por emissoras de televisão (Kovacs, 2020).

A praticidade de consumir conteúdo direto da internet em tempo real transformou plataformas como Youtube, Netflix e Spotify em serviços tão populares quanto a televisão e o rádio. O modelo de monetização desses serviços geralmente é por assinatura, por receita com publicidade, ou pela combinação desses dois fatores.

Outro modelo adotado de monetização é o serviço on-demand. Esse modelo de serviço não apresenta programação fixa. O usuário paga para assistir um conteúdo, e assim o serviço de streaming disponibiliza seu conteúdo para o usuário, como se fosse uma espécie de catálogo online, cobrando pelo título do conteúdo contratado.

O primeiro caso de sucesso dessas empresas foi a Netflix, que causou uma disruptura no setor de entretenimento, que até então era baseado em videolocadoras. A empresa foi a primeira a oferecer o serviço de streaming de vídeo, em 2007, permitindo que os seus associados assistissem programas de televisão e filmes instantaneamente. Em 2016, a Netflix já estava disponível em todo o mundo, levando seus serviços de entretenimento global para 190 países. Hoje, é o maior provedor de mídia de transmissão no mundo, com 200 milhões de assinantes (Netflix, 2021).

Os serviços de streaming ficaram muito conhecidos por causa de serviços de vídeo como o Youtube e a Netflix. Porém, eles não se limitam a esse tipo de conteúdo. Podemos encontrar outros modelos, que oferecem livros, revistas, músicas, cursos e outros conteúdos, que podem acessados também offline. Como exemplo de plataformas de vídeo streaming, temos Netflix, Amazon Prime, Disney+, YouTube e Globo Play.

Assim como as plataformas de streaming de vídeo revolucionaram a maneira como os filmes são produzidos, as plataformas de streaming transformaram a indústria da música. Esse mercado, que já passou por disco de vinil, fitas K7, CD e MP3, hoje tem a sua principal fonte de renda com o streaming, causando também uma revolução na forma de produção e divulgação das músicas.

O primeiro serviço de streaming de música foi lançado em 2008: o Spotify, serviço inédito que tinha como objetivo proporcionar um acesso mais fácil e barato a músicas de forma legal. Hoje, é consenso que o streaming mudou a forma de consumir música e a forma como a indústria a vende. Esse serviço é considerado a maior revolução desde que as músicas passaram a ser

compactadas em discos menores, de até oitenta minutos. As principais empresas que operam nesse segmento são Spotify, Deezer, Amazon Music e YouTube Music. O modelo de negócios dessas empresas gera receita pela assinatura de usuários ou pela vinculação de publicidade (Melo, 2020).

Além de filmes e músicas, a tecnologia streaming também é usada para a comercialização de livros, revistas e serviços educacionais. Esses serviços disponibilizam conteúdos cobrando uma assinatura mensal, ou com um conteúdo *on demand*, em que o usuário paga somente pelo curso ou pelo serviço que deseja consumir. Os principais serviços de streaming de educação são Eduk, Udemy e Sympla, mas muitas universidades já utilizam esses serviços para a propagação de conteúdos e cursos (Meneses e Silva, 2021).

TROCANDO IDEIAS

Agora, troque uma ideia com seus amigos no fórum. Descreva e pesquise empresas que se mostraram disruptivas em seu segmento de atuação.

NA PRÁTICA

Nesta aula, você vai analisar um estudo de caso, de acordo com critérios pré-estabelecidos. Vamos analisar a empresa Netflix, em específico como se utilizou da tecnologia para mudar os seus processos e ganhar mercado.

Orientações:

1. Leia o estudo de caso atentamente
2. Identifique no texto desta aula onde estão os conceitos chaves que você irá utilizar. Tenha material em mão para realizar as tarefas.
3. Bons estudos e bom trabalho.

O modelo de negócio da Netflix

O Modelo de Negócio da Netflix oferece conteúdo em vídeo ilimitado por um valor fixo mensal. Criado em 1998, a Netflix revolucionou a indústria de locadoras de vídeos no mundo todo. Um mercado até então dominado pela BlockBuster que, apesar de suas enormes lojas e grande variedade de vídeos, mantinha-se presa ao tradicional modelo de pagamento por diárias.

O problema desse modelo é que ele tinha uma grande fraqueza: a falta

de conveniência do deslocamento às lojas físicas e o modelo punitivo de multas pelo atraso na devolução dos vídeos.

Os fundadores da Netflix, Marc Randolph e Reed Hastings, atentos a esses problemas, resolveram criar um modelo de aluguel de DVDs por correios por assinatura. Nesse primeiro modelo de negócio da Netflix, clientes pagavam um valor fixo mensal e podiam ter até um DVD por vez em sua posse para assistir quando e como quisessem. Para alugar um novo DVD, era necessário devolver o que já estava alugado.

Não havia multas por atraso e nem necessidade de se deslocar até as lojas. Tudo era feito pelo website da empresa e pelos correios, que traziam e buscavam os DVDs alugados. A empresa conseguia ter lucro se os clientes alugassem até 7 DVDs por mês, mas a média dos clientes ficava entre 3 e 4.

Atentos novamente às mudanças tecnológicas do mercado, como o avanço da velocidade de conexão e de eletrônicos conectados à internet (como SmartTVs), os fundadores migraram o serviço para o streaming online, criando um novo modelo de negócio para a Netflix.

Assim, os clientes podiam assistir quantos filmes quisessem no exato momento em que desejassem (*on-demand*) pelo mesmo custo mensal cobrado anteriormente.

A mudança foi um sucesso e rapidamente eliminou de vez a operação de DVDs. O novo modelo trouxe inúmeros benefícios. A empresa reduziu custos (correios, compra e reposição de DVDs), ganhou escalabilidade e passou a ter fácil atuação global, expandindo rapidamente pelos cinco continentes.

Graças ao seu modelo online, via streaming, a empresa se beneficia de economias de escala.

Fonte: elaborado com base em Pereira, 2016.

Análise do estudo de caso proposto:

1. Tomando como base o texto e os nossos estudos, descreva quais mudanças tecnológicas permitiram que Netflix transformasse o seu modelo de negócio.

Espera-se que os itens a seguir constem na resposta: avanço da velocidade de conexão e de eletrônicos conectados à internet (como SmartTVs); evolução do streaming; conexões 5G; novos dispositivos tecnológicos, como smartphones.

2. A empresa teve uma mudança de patamar depois que migrou os seus processos para uma base tecnológica. A que processos devemos estar atentos quando analisamos as mudanças tecnológicas?

Espera-se que os itens a seguir constem na resposta: cultura digital; inovação; criatividade; atenção às novas tendências.

FINALIZANDO

Nesta aula, buscamos entender o cenário do e-business e do e-commerce, com suas diversas possibilidades de negócios. Estudamos alguns modelos de negócios que romperam as estruturas do setor – os negócios disruptivos. Também buscamos estudar os melhores processos para a estruturação de uma empresa e as diversas possibilidades de geração de receitas à disposição das novas empresas.

Os negócios digitais têm evoluído. No mundo todo, os empreendedores têm desenvolvido empresas para oferecer melhores soluções para os desafios da sociedade, com uma visão inovadora, por meio da revolução tecnológica. Essa nova modalidade de negócios acabou por revolucionar a sociedade. Assim, empresas digitais estão inseridas em nosso dia a dia, e nem sequer nos damos conta do impacto desses processos. Tais empresas geram novas possibilidades, novos modelos, e assim cabe ao profissional estar atento a todos esses movimentos do mercado digital.

REFERÊNCIAS

BOLINA, L. Modelo de negócio: tudo o que você precisa saber para elaborar o seu. **Rock Content**, 13 out. 2016. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/modelo-de-negocio/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

CARRILO, A. F. Crescimento das startups: veja o que mudou nos últimos cinco anos! **Abstartups**, 11 fev. 2020. Disponível em: <https://abstartups.com.br/crescimento-das-startups/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**: a era da informação – economia, sociedade e cultura. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1990.

COZER, C. Conheça os 42 melhores países para se fazer negócios digitais. **Whow**, 10 set. 2019. Disponível em: <https://www.whow.com.br/vendas/negociosdigitais-novosnegocios-bancomundial-harvard/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

GROSSMANN, L. G. TI precisa de 420 mil novos profissionais até 2024. **Brasscom**, 26 abr. 2019. Disponível em: <https://brasscom.org.br/ti-precisa-de-420-mil-novos-profissionais-ate-2024/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PNAD Contínua**: pesquisa nacional por amostra de domicílios. 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 18 nov. 2021.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOVACS, L. O que é live? **Tecnoblog**, 2020. Disponível em: <https://tecnoblog.net/344700/o-que-e-live/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

MELO, E. Streaming e a revolução da década. **Música inspira**, 10 jan. 2020. Disponível em: <https://musicainspira.com.br/2020/01/10/streaming-a-revolucao-da-decada/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

MENESES E SILVA, M. Entenda o que é streaming e confira as principais plataformas. **Melhor Plano**, 13 jul. 2021. Disponível em: <https://melhorplano.net/streaming>. Acesso em: 18 nov. 2021.

NEOTRUST. **Relatório anual.** 5. ed. 2020. Disponível em: <https://cdn.compreconfie.com.br/neotrust/Neotrust_5ed.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2021.

NETFLIX. **The story of Netflix**. 2021. Disponível em: <https://media.netflix.com/en/about-netflix>. Acesso em: 18 nov. 2021.

O QUE é E-commerce? Como Funciona e os Melhores em 2021. **Bertholdo**, 4 jan. 2021. Disponível em: <https://www.bertholdo.com.br/blog/o-que-e-e-commerce/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

PATEL, N. **B2B e B2C**: o que são, diferenças e exemplos. 2021. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/b2b-e-b2c/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

PEREIRA, D. Modelo de negócio da Netflix. **O analista de modelo de negócios**, 2016 Disponível em: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/modelo-de-negocio-da-netflix/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

REUTERS. Amazon e Apple são as marcas mais valiosas do mundo, mostra pesquisa Kantar. **G1**, 21 jun. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/06/21/amazon-e-apple-sao-as-marcas-mais-valiosas-do-mundo-mostra-pesquisa-kantar.ghtml>. Acesso em: 18 nov. 2021.