

OPINIÃO

Qual é a melhor estratégia para expandir um negócio no mundo digital?

Rodrigo Carvalho (*)

Se você está considerando expandir seu negócio online, pode se deparar com a decisão entre criar um e-commerce próprio ou vender em um marketplace.

O e-commerce refere-se a lojas online de uma única empresa que vendem diretamente aos consumidores.

Por outro lado, o marketplace é uma plataforma que reúne múltiplos vendedores para oferecer seus produtos aos consumidores.

Atualmente, 40% dos gastos globais com e-commerce são realizados em marketplaces, e dez players representam 70% do valor bruto da mercadoria (GMV) processado online.

A tendência de crescimento dos e-marketplaces acentuou-se durante a pandemia, e mesmo após o fim das restrições, o

comércio eletrônico parece ter ganhado um espaço próprio. Dados do Webretailer indicam que, em 2025, as compras online representarão 23,6% do consumo global.

Em medicamentos, vitaminas, suplementos, maquiagem, cuidados infantis, higiene, entre outros tipos de produtos da área farmacêutica, o Farmácias APP se destaca como uma alternativa para os estabelecimentos oferecerem as melhores opções aos consumidores.

Pensando em como melhorar as estratégias e condições de competitividade no mercado, a plataforma pode ser utilizada tanto por estabelecimentos que possuem um sistema digital mais simples quanto pelas farmácias que possuem um sistema mais desenvolvido.

Seja com marketplace ou e-commerce, ambas oferecem caminhos robustos para o sucesso no comércio digital. Avaliar as vantagens específicas de cada modelo pode ajudar empresas a tomar decisões informadas e estratégicas para prosperar no competitivo mundo online.

(*) Gerente-geral de Tecnologia do Farmácias APP, plataforma que facilita a compra de medicamentos, produtos de saúde e beleza. Rodrigo é apaixonado por tecnologia, com vasta experiência em projetos de transformação digital, reestruturação de áreas, desenvolvimento e escalabilidade em sistemas e plataformas.

News @TI

Nova plataforma de experiência digital

A líder global em gestão da informação, Iron Mountain (NYSE: IRM), anunciou a disponibilidade da Plataforma de Experiência Digital (DXP) Iron Mountain InSight, uma plataforma segura de software como serviço (SaaS).

José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Editorias: Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterariaralph.com.br); Comercial: comercial@netjen.com.br; Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

O valor das Big Techs vem caindo

O preço das ações das Big Techs, as grandes empresas de tecnologia conhecidas como "As Sete Grandes" – Microsoft, Amazon, Apple, Nvidia, Alphabet, Meta e Tesla – tem sofrido quedas significativas nas últimas semanas.

Vivaldo José Breternitz (*)

Essas empresas, que há não muito tempo levaram o índice S&P 500 a recordes históricos, viram o valor combinado de suas ações cair mais de 10% desde o início de julho.

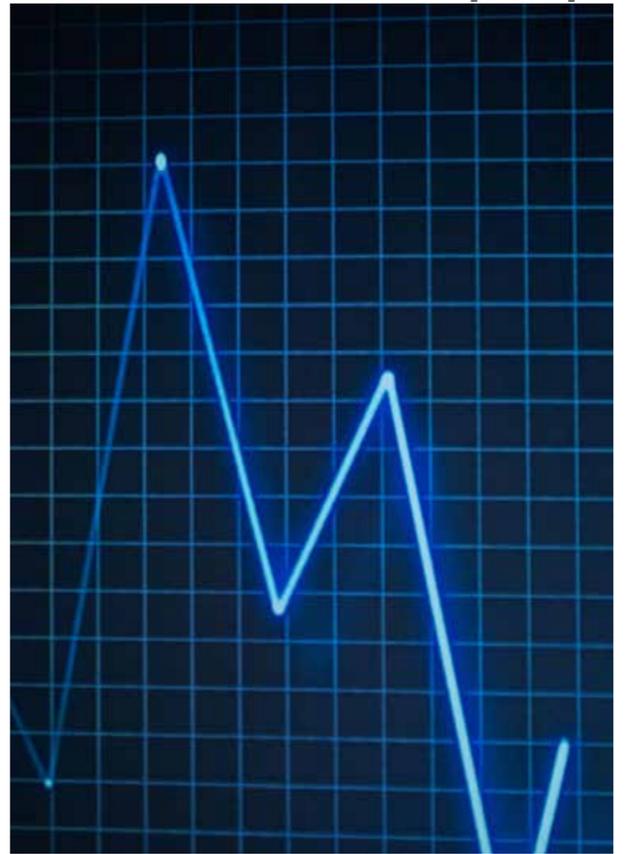
O entusiasmo generalizado, alimentado por avanços revolucionários na área de inteligência artificial (IA), havia elevado rapidamente as cotações. No entanto, as crescentes preocupações sobre o retorno dos enormes investimentos feitos na área por essas empresas, tem desviado a atenção dos investidores para outros setores, como bancos, imóveis e pequenas empresas.

O desempenho das Sete Grandes tem variado: a Microsoft e a Amazon, ambas grandes players de computação em nuvem, reportaram crescimento abaixo do esperado. Por outro lado, a Meta e a Apple apresentaram bons resultados financeiros.

Embora a IA pareça ter um enorme potencial, sua aplicação para geração de receitas substanciais ainda é um desafio para a maioria das empresas. Enquanto indivíduos encontraram maneiras inovadoras de usar ferramentas de IA como Copilot e Claude para aumentar a eficiência, histórias de sucesso em grande escala dentro de corporações ainda são relativamente escassas.

À medida que o cenário da IA continua a evoluir, a capacidade desses gigantes da tecnologia de converter seus enormes investimentos em lucros tangíveis será crucial para determinar sua trajetória futura.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da FATEC SP, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnitiz@gmail.com.



Profissionais criativos estão esgotados: três boas práticas para aliviar a rotina dos times

Um estudo realizado pela Blind a respeito do cenário do burnout durante a pandemia revela que já havia um sinal de cansaço mental das pessoas que trabalham em áreas criativas.

Com um olhar atento a esse cenário, a Deskfy, primeira plataforma especializada em processos de marketing do Brasil, observou uma necessidade do mercado em otimizar toda a gestão do fluxo de trabalho para eliminar os principais desafios que ocasionam essa rotina caótica.

1. Considere as particularidades do marketing

Olhar para o marketing e suas especificidades é essencial para transformar a realidade dos profissionais e entender quais são as principais necessidades que podem ser resolvidas por meio da tecnologia.



menta ferramentas genéricas a qualquer custo sem olhar para o que de fato a área precisa, cria-se uma realidade caótica que impede a eficiência do marketing", aponta Victor Dellorto, CEO da Deskfy.

2. Priorize o bem-estar e destrave o potencial da sua equipe

Softwares eliminam tarefas repetitivas, permitindo que os profissionais de marketing sejam menos operacionais e mais estratégicos. Ao organizar o fluxo de trabalho, eliminamos os principais gargalos, resgatando o tempo que antes era dedicado apenas à operação.

3. Aposte em tecnologia como aliada da eficiência

Fluxos de trabalho descentralizados e múltiplas abas abertas com ferramentas genéricas refletem os processos ultrapassados e ineficientes que predominam no ambiente do marketing. A tecnologia entra com uma aliada quando é capaz de unificar as principais funcionalidades em único lugar, otimizando a rotina e trazendo eficiência.

Modelo de soluções de colaboração como serviço

Com o objetivo de facilitar o acesso das empresas às tecnologias de colaboração de ponta, a Logicalis – empresa global de soluções e serviços de tecnologia da informação e comunicação – acaba de anunciar o

lançamento de sua solução de Colaboração como Serviço (Logicalis CaaS – Collaboration as a Service). A nova forma de contratação permite às organizações equiparem salas de videoconferências com sistemas baseados

em tecnologias Cisco de última geração e tem como diferenciais a oferta de serviços técnicos e de gestão combinados, o que garante maior eficiência da infraestrutura e melhor controle de custos.