

OPINIÃO

Apps para e-commerce: saiba como desenvolver, lançar e manter

Guilherme Martins (*)

O mercado de e-commerce no Brasil está em franca expansão, impulsionada por consumidores cada vez mais conectados e adeptos das compras pelo celular.

Segundo dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), o faturamento do segmento alcançou R\$ 185,7 bilhões em 2023; a expectativa para 2025 é de R\$ 224,7 bilhões. Em um cenário tão competitivo, investir em aplicativo mobile é a estratégia que pode diferenciar empresas, oferecendo conveniência e experiências personalizadas aos clientes. No entanto, criar, lançar e gerenciar um app eficaz exige planejamento e decisões importantes.

Desenvolvimento: opções disponíveis

- In-house (equipe interna):** Trata-se do modelo que exige a contratação ou manutenção de um time dedicado dentro da empresa, com desenvolvedores experientes e liderança técnica qualificada, como um CTO. A vantagem é o controle total sobre o projeto, além da integração com a cultura da empresa. Por outro lado, os custos são elevados e a complexidade do gerenciamento de pessoas e tecnologia é alta.

- Terceirização:** Empresas podem optar por contratar agências especializadas ou freelancers para criar o app. A abordagem é ideal para projetos pontuais, e ainda traz agilidade e expertise externa. Contudo, é muito importante escolher parceiros confiáveis e garantir um contrato que preveja suporte contínuo, já que manutenção e atualizações podem se tornar caras caso o fornecedor original não atenda mais às expectativas.

- Soluções SaaS fechadas:** Para negócios com orçamento limitado, plataformas prontas para uso oferecem uma alternativa rápida e acessível. Tais soluções permitem a personalização de cores, banners e produtos, mas limitam a flexibilidade de funcionalidades, resultando em apps padronizados que podem não atender completamente todas as necessidades da empresa.

- Soluções SaaS customizáveis:** É a opção que combina agilidade com personalização. Algumas plataformas oferecem apps customizáveis, que permitem ajustes técnicos e envolvimento de diferentes fornecedores, ampliando a concorrência e reduzindo custos. É uma alternativa viável para quem busca equilíbrio entre flexibilidade e praticidade.

Lançamento: planejando o sucesso no mercado

Antes de disponibilizar o app ao público, é essencial realizar testes rigorosos para identificar falhas e garantir que ele funcione corretamente em diversos dispositivos

e sistemas operacionais. A validação de aspectos como navegação intuitiva e clareza das ofertas também é indispensável para proporcionar uma experiência satisfatória. Além disso, o lançamento deve ser acompanhado de campanhas de marketing digital eficazes, incluindo anúncios no Google Ads, redes sociais e materiais promocionais para incentivar o download do app. Criar uma landing page no site da empresa pode ser ótima estratégia para destacar o aplicativo, suas funcionalidades e os benefícios que oferece. Para aumentar o engajamento, também é interessante oferecer incentivos exclusivos, como cupons de desconto, cashback e promoções especiais. Essas estratégias incentivam o uso contínuo da plataforma, ajudando a manter os usuários ativos.

As comunicações transacionais, como e-mails, notificações push e mensagens dentro do app, também desempenham um papel importante nesse processo. Elas devem ser claras e objetivas, reforçando a confiança dos clientes ao acompanhar pedidos, rastrear entregas ou acessar promoções, garantindo uma experiência mais personalizada e eficiente.

Acompanhamento: monitoramento e evolução contínua

O acompanhamento contínuo é essencial para garantir o sucesso em longo prazo. O monitoramento de métricas, como número de downloads, usuários ativos (diários, semanais e mensais), taxa de conversão e retenção, e o valor médio dos pedidos (AOV), são fundamentais para entender o desempenho do app. Esses dados ajudam a identificar oportunidades de melhoria e alinhar o aplicativo com as expectativas e necessidades dos clientes. Para analisar as métricas, plataformas como o Google Analytics com Firebase são ferramentas indispensáveis, pois oferecem informações detalhadas sobre o comportamento dos usuários. Com os dados, as empresas implementam atualizações e novas funcionalidades. A retenção dos usuários pode ser promovida por meio de notificações personalizadas e funcionalidades exclusivas, como a criação de agendas personalizadas.

Desenvolver, lançar e gerenciar um aplicativo para e-commerce é um processo estratégico que combina planejamento técnico, ações de marketing e monitoramento contínuo. Empresas que investem em apps bem estruturados podem oferecer experiência diferenciada aos users e aumentar a fidelização, destacando-se, assim, no mercado competitivo. Com os recursos e práticas certas, o mobile commerce se torna uma ferramenta poderosa para impulsionar os negócios.

(*) **Cofundador da Eitri, plataforma para o desenvolvimento de aplicativos móveis – e-mail: eitri@nbpress.com.br**

Meta planeja construir sua própria rede de cabos submarinos

A Meta, antigamente chamada Facebook, está planejando construir uma rede de cabos submarinos para seu uso exclusivo.

Vivaldo José Breternitz (*)

De acordo com o portal TechCrunch, a empresa pretende investir US\$ 10 bilhões no projeto, criando uma nova rede de cabos de mais de 40 mil quilômetros ao redor do mundo, mas evitando “áreas de tensão geopolítica” onde cabos submarinos têm sido sabotados, como os mares Vermelho e do Sul da China, o estreito de Malaca e outros.

Embora a Meta já seja coproprietária de 16 outras redes já existentes, essa nova rede será totalmente de propriedade e controlada pela empresa, permitindo-lhe priorizar seus produtos e serviços. Isso deve colocar a Meta em linha com o Google, que é o único dono de alguns cabos e sócio em outros 33.

Segundo o especialista em cabos submarinos Sunil Tagare, talvez sejam necessários entre 5 e 10 anos para que a rede esteja totalmente operacional – o portal TechCrunch diz que os planos estão em estágio inicial e que a Meta deve fornecer mais informações a respeito do projeto, como capacidade, rota pretendida e mo-



tivos pelos quais está construindo a rede privadamente no início de 2025.

Supõe-se que a rede ligará as costas leste e oeste dos Estados Unidos, com conexões para a Índia, África do Sul e Austrália. Além de poder controlar o tráfego de acordo com seus interesses, a Meta pretende evitar os problemas que têm sido causados por cor-

tes de cabos que aconteceram em função de sabotagem, e que além de quedas no nível de serviço, dependem de uma frota de navios especializados no reparo dessas redes – há uma demanda muito grande pelos serviços desses navios.

(*) **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.**

Low-Code vs desenvolvimento tradicional: uma quebra de paradigmas

Nos últimos anos, o desenvolvimento de software passou por uma transformação significativa com o surgimento das plataformas low-code. Emergindo como uma solução poderosa e disruptiva, essa tecnologia permite a criação de aplicações com mínima necessidade de codificação manual e tem mudado a forma como as empresas abordam o desenvolvimento de software. Enquanto o desenvolvimento tradicional ainda possui seu espaço e continua a ser uma força competitiva e importante, as vantagens oferecidas pelas plataformas low-code representam uma verdadeira quebra de paradigmas.

Vamos para algumas das principais vantagens e diferenças entre o desenvolvimento low-code e o tradicional.

1. Velocidade e eficiência

Segundo um estudo da Forrester, as plataformas low-code podem acelerar o desenvolvimento em até dez vezes em comparação com os métodos tradicionais. Essa, por sinal, acaba sendo a principal vantagem. No desenvolvimento tradicional, o processo de codificação, testes e implementação pode levar meses ou até anos, especialmente para projetos complexos. Em contraste, com o low-code, muitos desses passos são simplificados ou automatizados, permitindo que desenvolvedores criem aplicações em semanas ou até dias. Essa rapidez não apenas acelera a entrega de valor para o negócio, mas também permite uma resposta mais ágil às mudanças e demandas do mercado.

2. Redução de custos

Além da velocidade, a eficiência das plataformas low-code se traduz em uma redução significativa de custos. Com menos tempo gasto no desenvolvimento e



menos necessidade de uma equipe grande de desenvolvedores altamente especializados, os custos operacionais diminuem. Além disso, a manutenção e atualização de aplicações se tornam mais simples e menos onerosas. A automação de muitos processos, desde a geração de código até os testes, reduz ainda mais a necessidade de intervenção manual e, conseqüentemente, os custos associados.

3. Flexibilidade e escalabilidade

As plataformas low-code são projetadas para serem flexíveis e escaláveis, permitindo que as empresas adaptem e expandam suas soluções conforme necessário. Na codificação tradicional, a escalabilidade pode ser um desafio significativo, exigindo uma arquitetura robusta e planejamento

detalhado desde o início. Com o low-code, as empresas podem começar com soluções simples e incrementá-las conforme suas necessidades evoluem, sem ser necessário reconstruir a base do zero.

4. Integração facilitada

Outra vantagem crucial das plataformas low-code é a facilidade de integração com sistemas existentes. Na codificação tradicional, integrar novas aplicações com sistemas legados pode ser um processo complexo e demorado. As plataformas low-code frequentemente vêm com conectores pré-construídos e APIs que simplificam essas integrações, permitindo uma comunicação fluida entre diferentes sistemas e uma melhor sinergia de dados.

Quebra de paradigmas: o low-code não é uma tendência passageira

Embora o desenvolvimento tradicional continue a ser relevante, especialmente para projetos que requerem um alto nível de personalização e controle, as plataformas low-code estão rapidamente ganhando terreno. As vantagens em termos de velocidade, custo, democratização, flexibilidade e integração oferecem uma proposta de valor irresistível para muitas empresas. Essa mudança representa uma verdadeira quebra de paradigma, transformando a forma como pensamos e abordamos o desenvolvimento de software.

Portanto, o low-code não é apenas uma tendência passageira. A capacidade de responder rapidamente às demandas do mercado e inovar de maneira ágil e eficiente é o novo padrão, e as plataformas low-code estão na vanguarda dessa revolução. As empresas que abraçarem essa mudança estarão mais bem posicionadas para prosperar em um mundo cada vez mais digital e dinâmico.

News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

Ábaco Consulting e JediCRM anunciam parceria

@A Ábaco Consulting, referência em projetos para as indústrias fashion, que soma em sua base de clientes empresas como Asics, Lupo, Malwee, Usaflex, Kily e Marluvas, anuncia uma parceria com a JediCRM, consultoria especializada na solução SAP CX (Customer Experience), que é voltada ao relacionamento com o cliente e traz como diferencial o foco na experiência. A aliança visa envolver duas frentes. Uma delas são os clientes que optam pela tecnologia Grow with SAP, versão do ERP na nuvem, com características plug and play, focado para médias empresas, e que contempla licenças do SAP CX como parte do pacote.