

FORMAS DE GERAÇÃO DE RECEITA NA INTERNET

André Marcel de Oliveira

(Discente do 3º ano do curso de Administração-AEMS)

Email: andremarcel_gnr@hotmail.com

Cássio Ferrari Carvalho

(Discente do 4º ano do curso de Administração-AEMS)

Email: cassio_carvalho@sicredi.com.br

Cyro Gabriel Mello

(Discente do 4º ano do curso de Administração-AEMS)

Email: cyromello@gmail.com

Flávio Ferreira Lopes

(Discente do 3º ano do curso de Administração-AEMS)

Email: flaviolopes1905@hotmail.com

RESUMO

Este artigo apresenta empresas que estiveram a frente no momento em que entraram no mercado virtual. E de que forma algumas não cobram pelo seu serviço aos consumidores finais porém obtêm grandes receitas e crescem neste mercado cada vez mais competitivo. Com formas inovadoras de exploração e com a crescente expansão da internet cada vez mais empresas encontram com vendas ou publicidade uma forma de crescimento, tendo em vista que os custos de operação são reduzidos e se consegue alcançar o público alvo de maneira mais facilitada. Neste setor se encontram vários sucessos como Amazon, Google, Facebook e Ebay que entraram neste mercado como simples empresas de garagem e se tornaram algumas das empresas mais respeitadas e lucrativas da atualidade. Buscando por meio de pesquisas. Com o objetivo de demonstrar o tamanho da lucratividade deste mercado. E entender o poder de crescimento deste que se mostra como um dos mais rentáveis mercados dos últimos tempos.

Palavras-Chaves: Internet, Receita, Dinheiro, Publicidade e site.

1 INTRODUÇÃO

Tendo como ênfase a questão de receitas obtidas com a utilização da internet entende que a relação cliente produto tornou-se mais próxima sendo com uma banner publicitário que é visto em um site e te leva a o produto desejado, ou apenas na busca de determinado produto que é enviado na comodidade da sua casa. A rede se tornou um grande mercado e tende a crescer, logo existem empresas que tem a visão de obter rendimentos e tendem a investir e criar soluções novas neste novo mercado.

Segundo Pinho (2000, p. 92) " A publicidade on-line manifestou-se, em sua primeira forma, nos próprios sites de empresas que marcavam sua presença na rede, com o propósito de oferecer informações úteis a respeito de seus produtos e serviços". Desde então surgiram varias formas em que empresas encontraram para divulgar suas marcas na rede, desde publicidade em banner de outros sites, por sistemas de palavras chave em sites de busca ou por varias outras formas.

2 SURGIMENTO DA INTERNET

O primeiro sistema de descentralização de informações foi criado pelo governo Norte-Americano para que caso ocorresse algum ataque em um determinado setor de inteligência as tropas não ficassem sem receber as ordens determinadas. Logo este projeto foi aprimorado com o surgimento da "*ARPAnet*" onde teve inicio a transferência de dados em servidores de universidades a fim de pesquisa, desde então o sistema

se popularizou e cresceu até que em 1991 teve início a World Wide Web, que é a forma de interligação de sites que conhecemos hoje. (PINHO, 2000)

Com o passar do tempo e o aprimoramento da "WWW" as pessoas passaram a utilizar cada vez mais este sistema revolucionário de comunicação, onde você não estava mais preso a apenas o que passava na TV ou no rádio e agora tem a liberdade de procurar por aquilo que lhe interessa. (ERCÍLIA, 2007).

3 PRIMEIROS GRANDES SUCESSOS

Com o surgimento da internet muitos apenas a utilizavam para pesquisas ou comunicação, ou empresas que queriam apenas mostrar seus produtos; mais alguns a via como a forma mais fácil de levar produtos a consumidores e foi assim que nos Estados Unidos Pierre Omidyar e Jeffrey Bezos criaram os primeiros sucessos da rede a Ebay e a Amazon.com empresas que começaram na rede e se tornaram referência em vendas no mundo todo. (MCMILLAN, 2005)

O eBay reduziu tanto os custos de transação, que pessoas de qualquer lugar que desejem negociar artigos de baixo valor podem tratar diretamente umas com as outras. Atualmente, em centenas de diferentes sites de leilões, as pessoas dão lance por componentes de computador, antiguidades, obras de arte, selos, brinquedos, joias, serviços de viagem, imóveis e vinhos. O eBay mostrou que a

internet e os leilões foram feitos um para o outro. (MCMILLAN, 2005, p. 26)

O eBay mostrou com o seu surgimento que a internet era um grande meio para gerar lucros e criar riquezas assim como entendeu Jeffrey Bezos que iniciou um outro sucesso daquela época e que hoje é uma das maiores empresas do ramo no mundo a Amazon.com que mudou a forma de compras pela rede mundial.

“ Em 1995, a amazon.com não tinha qualquer rival significativo e, embora a Barnes and Noble tivesse 14% de participação de mercado o varejo tradicional de livros, ela não tinha presença on-line. Depois de lançada, levou um ano para que a Amazon.com fosse reconhecida como a maior e melhor livraria on-line da Web, com mais de um milhão de títulos. (JOHNSON, SCHOLLES, WHITTINGTON, 1998, p.662)

Vale ressaltar que amazon.com mostra o grande diferencial que a internet traz a uma empresa, em 1995 a Barnes and Noble atingia cerca de 14% do mercado porém a Amazon.com de Jeffrey Bezon tinha o diferencial de estar na rede, e assim alcançar um público muito maior do que sua concorrente, assim tendo mais visibilidade nos Estados Unidos e Mundialmente.(MACMILLAN, 2005)

4 FORMAS DE LUCRO NA INTERNET

A internet estava se aprimorando rapidamente, mais sites surgiam e cada vez mais pessoas acessavam a internet, isto criou um sistema em que havia muitas pessoas procurando novidades, mas não sabiam onde acessar foi assim que surgiram os mecanismos de busca e o primeiro a fazer sucesso entre eles foi o "Yahoo!"

Segundo o artigo do Discovery Chanel denominado "a internet - pesquisa" (2008) com o crescimento da internet e a necessidade de encontrar sites, cresciam empresas de buscas para indexar sites. Dentre eles iniciou o Yahoo! criado por dois jovens de Stanford David Filo e Jerry Yang que em 1995 iniciaram as atividades do site que prometia aos usuários encontrar o que precisassem na internet.

Conforme descreve Moraz (2005) outras empresas entenderam o caminho do Yahoo! e tiveram a ideia de aprimorar seu sistema, assim surgindo novos motores de buscas como o Excite que tinha um sistema que agradava assim como o Yahoo! e logo começou a brigar de frente, então se iniciou um briga por acessos tão grande que as empresas esqueceram por que as pessoas entravam no site e se preocupam em vender tanta publicidade que os acessos diminuiriam. Alguns anos depois 2 alunos também de Stanford Larry Page e Sergey Brin tiveram a ideia de uma ferramenta de buscas onde a relevância de um site era definida por quantas vezes ele era acessado criando o Google que com um sistema simples de palavras chaves tornou-se um fenômeno.

4.1 GOOGLE

Com uma interface simples e sem nenhum tipo de banner e publicidade visível o Google fez sucesso pela sua funcionalidade, pois fazia exatamente o que propunha e sem apelar pela poluição visual dos banners, o site ganha dinheiro com o sistema de palavras chave. "O front-end do Google é composto apenas por texto e links em HTML, o que faz com que a página retorne buscas quase imediatamente, mesmo em combinações de hardware-software muito antigas" (CARMONA, 2000, p. 8)

Trata-se do Google Adwords, um serviço de veiculação e publicidade que utiliza os espaços das paginas de resultados do Google para exibir links de sites relacionados aos resultados de uma pesquisa. Uma das mais aparentes vantagens desse tipo de publicidade é a segmentação. Os anúncios são exibidos quando relacionados aos resultados de uma pesquisa, ou seja, se um internauta procura por livrarias on-line, não verá anúncios de lojas de roupa ou de artigos para caça nos espaços destinados aos links patrocinados. (MORAZ 2005 p. 83)

Este sistema demonstra a eficiência do Google não apenas no que ele é proposto a fazer e mas também na forma que ele ganha dinheiro, pois a cada momento que alguém pesquisa algo ele pode estar querendo comprar aquilo sendo assim aparecerá um site de algo que vende aquele produto, e no momento que acessar o site o Google estará ganhando dinheiro.

Figura 4.1 Exemplo de Adwords

The image shows a Google search results page for the query "carros". The search bar at the top contains the word "carros" and shows approximately 287,000,000 results. The left sidebar contains navigation options like "Tudo", "Imagens", "Mapas", etc. The main content area displays several search results. The first three results are highlighted in yellow, indicating they are sponsored ads. A red arrow labeled "1" points to the first sponsored ad from "Carros - Volkswagen é carro mesmo | VW.com.br". A second red arrow labeled "2" points to the search bar area. Other search results include "Peugeot 207 IPI Reduzido", "carro em Campo Grande", "Novo Carro Ford EcoSport", "Citroën - Site Oficial", and "Leilão de Carros Usados".

Fonte: (Google, 2012)

No exemplo acima da figura 4.1 verifica-se o layout da página do Google, ao pesquisar a palavra carros no site encontra-se os resultados acima. Os três primeiros como mostra a seta 1 indicam links patrocinados (em amarelo) estas empresas pagaram ao google para ter seus sites relacionados logo nos primeiros resultados da pesquisa. Já os links da figura 2 pode-se ver também a forma de *Adwords* onde as empresas interessadas pagam por clicks dados em seus links. A partir do momento que um internauta clica em determinado link está gerando receita.

5 VENDAS NA INTERNET

O comércio de produtos e serviços na internet tem se mostrado muito lucrativo, principalmente pelo baixo custo de manutenção da venda. Sendo assim, a rede se tornou um grande atrativo para empresas que criam suas empresas on-line sem precisar de disponibilizar pontos em grandes centros comerciais e pagar caro por isto.

Hoje as maiores lojas de varejo e departamentos estão na internet, pois assim podem fornecer maior gama de produtos e alcançar maior quantidade de clientes, além de ter um gasto menor em vários setores, como: logística e funcionários. Outras empresas já nasceram na rede pois encontraram uma forma barata e de fácil crescimento. Além de disponibilizar ao cliente um ambiente sem filas, trânsito e stress, fazendo suas compras na comodidade de sua casa.

6 VIVENDO DE PUBLICIDADE

Com o crescimento de pessoas utilizando a rede a cada dia, e as empresas percebendo este mercado, ouve a adoção de métodos para cativar e buscar cada vez novos clientes para seus sites, e a forma mais conhecida de publicidade na internet são os banners.

Pequenas peças gráficas com link, animadas ou não, os banners proliferam na Web e são, hoje, o principal formato da publicidade on-line. Eles cumprem a difícil tarefa de despertar a atenção para uma instituição, um produto ou uma marca e levar o internauta ao site de um determinado anunciante. Seus efeitos

são diretamente mensuráveis: os usuários que clicam no banner podem ser facilmente contados. (PINHO, 2000 p. 179).

Conforme relata Pinho (2000). Adoção destes meios de publicidade é feita hoje por toda a internet tendo anunciantes e aqueles que hospedam o anuncio, toda ela sobrevive por este meio diretamente ou indiretamente. A internet tem como uma virtude ser um meio de comunicação de baixo custo para o usuário, que encontra informação e entretenimento a maioria das vezes sem pagar por isto, então a forma dos sites se manterem no ar é a publicidade e a forma mais comum dela é por meio de banners.

No exemplo da figura 6.2 podemos verificar nos quadros vermelhos 2 banners publicitários em um site, a cada "click" do usuário o tecmundo.com.br recebe receita, e o internauta é direcionado para o site publicado no banner e assim poderá navegar no que tiver interesse no site em questão

Figura 6.2 Exemplo de Banner de Publicidade

The image shows a screenshot of the Tecmundo website. At the top, there is a search bar with the text "Faça uma busca" and a "buscar" button. To the right, there are links for "Cadastre-se" and "Entrar". Below the search bar is a navigation menu with categories: Assuntos, Novidades, Mais Lidas, Android, Eletrônicos, iPhone, Jogos, Windows 8, Mega Curioso, Tira-Dúvidas, and Baixaki. The main content area features several advertisements. A large banner for "NETSHOES" is highlighted with a red box, with the text "SEM LIMITES ENTRE VOCÊ E O ESPORTE" and "Anúncios Google" below it. Below this, there are several smaller ads: "Testamos o Wii U! Confira nossas primeiras impressões [vídeo]", "Conheça o primeiro notebook com Wi-Fi de alta velocidade", "Rumor: imagens de traseira do iPhone revelam futuro do gadget [vídeo]", and a large "NAMORADO? KaBuM!" banner. The KaBuM! banner includes social media links for Curtr (385.359 pessoas curtiram isso) and Seguir @tec_mundo (41.6M seguidores).

Fonte: Tecmundo (2012).

6.1 REDES SOCIAIS

Com o mundo conectado as pessoas passam cada vez mais tempo na rede, sendo no trabalho, no lazer ou nos estudos, a internet passou a ser indispensável no cotidiano da maior parte da população, sendo assim os meios de se comunicar com outras pessoas vem se tornando uma forma de gerar receitas para quem as fomentam. Para Thomas Cross (2009,p.9):

O relacionamento social está no ar sempre. E hoje, mais do que nunca, por meio dos inúmeros recursos que a internet nos oferecem facilitando e até mesmo incentivando uma atitude proativa. E-mail, Orkut, Facebook, SMS tudo nos leva ao relacionamento.

Desta forma as empresas que detém as redes sociais na internet como, Google com o Google Plus e o Orkut, o Facebook, o Twitter entre outras, que possuem milhares de contas e pessoas acessando diariamente seus sites e compartilhando informações, geram e movimentam grandes receitas diariamente na internet "O Facebook está percorrendo um caminho brilhante: com anúncios simples e eficientes, consegue um alto valor, capaz de pagar seus gastos e ainda gerar lucros para a empresa sem incomodar o usuário. Sua ambição é agressiva, mas a publicidade é respeitosa." (KLEINA, 2011).

A rede toda gira entorno de publicidade e vendas e com o Facebook que é a maior rede social de computadores não é diferente, com seus jogos muitas vezes pagos, anúncios patrocinados, paginas

empresariais, e compartilhamento de links a empresa gera seus recursos que a fizeram a maior rede social do mundo, e também uma das maiores empresas do mundo.

7 MÚSICAS E ARQUIVOS DIGITAIS

Com a possibilidade de compartilhamento disponível na internet varias empresas passaram a usufruir deste sistema, e elaboraram formas de distribuir seus materiais como musicas, filmes, jogos, aplicativos entre outros dentro da grande rede.

O grande exemplo desta forma de distribuição é a loja online da Apple "iTunes", Lançada em 2001, no auge da popularidade do compartilhamento de arquivos via web. Muita gente perguntou, naquela época, como a loja iria competir com a pirataria. E por que alguém gastaria um dólar por uma musica, quando poderia fazer download de graça . Mas ao contrario do que muitos acreditavam a loja da Apple revolucionou o mercado digital, fazendo com que as maiores gravadoras do mundo dependesse dela hoje. (KAHNEY 2008 p. 60)

Hoje a loja online iTunes alem de fornecer musicas também vende filmes ou os loca e fornece aplicativos e jogos para o sistema operacional móvel da Apple. E se tornou uma das mais lucrativas lojas de arquivos da história. Após o surgimento da iTunes outras lojas de compartilhamento digital surgiram, como o "NETFLIX" serviço pago mensalmente que disponibiliza filmes online.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o surgimento dos meios de comunicação existe a necessidade de gerar receita para que este continue elaborando novas e diferentes atrações e com a internet isto hoje não é diferente, por meio de publicidades sites podem fornecer conteúdo renovado, e as empresas encontram uma forma de atingir novos clientes por meio de lojas on-line, além de serviços criados para o uso na rede e que atingem grande público.

Sem a internet muitas empresas não teriam o nível de vendas que tem hoje, e outras nem teriam surgido, além de fatores não abordados neste artigo como redes de cadastro bancário, armazenamento de informações e outras funções que podem ser disponibilizadas apenas com a internet. O tamanho deste meio não pode ser calculado e as possibilidades de lucros e receitas também. Mas há sempre espaços para novas ideias e novas formas de ganhar dinheiro.

Tendo em vista o crescimento deste mercado cada vez mais empresas tendem a além de vender seus produtos em lojas físicas a buscar o meio da internet para alcançar novos públicos, assim economizando capital em funções como ponto de vendas e vários funcionários e lucrando com a venda que pode ser feita não apenas na sua região mais alcançando o país inteiro. Além deste ponto de vista o aprimoramento da rede para contatos, notícias e redes sociais traz grande rentabilidade em torno de publicidade, e o mercado para este setor é de grande movimentação de capital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

ARIKIMA, Kátia. Google, **Revista Info Set**. 2008

CAMARGO, Camila. **Seleção de programas e serviços google**. Disponível em : <www.tecmundo.com.br/web/1021-selecao-de-programas-e-servicos-google.htm> Acesso em 10 de julho de 2012 as 15h 30min.

CARMONA, Tadeu. **Segredos do Google**. São Paulo: Editora Diregati Books, 2004.

COMER, Douglas. **Redes de computadores e internet**. 4 ed. São Paulo. Editora Bookman, 2007.

CROSS Rob, THOMAS Robert J. **Redes Sociais**. São Paulo, Editora Gente, 2009.

HILLER, John. Discovery Chanel **A internet Parte 1 a 5** - Disponível em <www.youtube.com/user/amil2mil> Acessado em 08 de julho de 2012 as 02h 07min.

ERCILIA, Maria. **A internet** São Paulo, editora Publifolha, 2007 .

GOMES Thiago. **20 maiores lojas do Brasil**. Disponível em <www.e-commercebrasil.org/numeros/as-20-maiores-lojas-do-brasil> Acessado em 10 de julho de 2012 as 18h. 07min.

HAMANN Renas. **As compras da Google**. Disponível em: <www.tecmundo.com.br/infografico/12787-as-compras-da-google-infografico-.htm> Acessado em 10 de julho de 2012 as 15h. 37min.

JOHNSON Gerry, SCHOLLES Kevan, WHILTTINGTON Richard - **Explorando a Estratégia Corporativa**, 7.ed. São Paulo Editora BookMan 1998.

KAHNEY, Leander **A Cabeça de Steve Jobs**. Rio de Janeiro. Editora Agir 2008.

KLEINA Nilton. **Como o Facebook ganha dinheiro**. Disponível em <www.tecmundo.com.br/rede-social/10160-como-o-facebook-ganha-dinheiro-.htm> Acessado em 10 de julho de 2012 as 23h. e 15 min.

MCMILLAN ,John. **A reinvenção do Bazar** - uma história dos mercados. São Paulo, Editora Jorge Zahar 2005.

MONTEIRO Ricardo Vaz - **Google Adwords a Arte da Guerra**. 2ª ed. São Paulo. Editora Brasport. 2007.

MORAZ, Eduardo **Administração de informações com o Google**. São Paulo. Editora Diregati Books 2005.

PINHO José Benedito. **Publicidade e vendas na Internet: técnicas e estratégias** São Paulo. Summus Editorial 2000.