

CONECTANDO COM O SUCESSO: ESTUDO DE CASO EMPRESA AMAZON.COM

George Hudson Machado Araújo³²

Hugo Silva Ferreira

RESUMO

Navegar e conhecer uma das grandes histórias de protagonismo do e-commerce mundial, uma empresa que surgiu em uma garagem com o intuito de vender livros, vislumbrou ainda em 1998 uma ferramenta nova e pouco explorada, mas com um potencial tremendo de oportunidade para o futuro, a venda on-line. A maestria com que o seu fundador geriu e acreditou fielmente, fez com o sonho daquele projeto meio obscuro tornar-se realidade, o avanço da tecnologia e da gestão dos dados e das informações possibilitou passos mais largos rumo ao sucesso. Sendo então necessário investir em novas tecnologias, e depois de colocar em prática o conceito de marketplace e popularizar a utilização de cloud computing, o próximo passo parece ser a fusão definitiva entre varejo e serviços bancários. O Big data é uma ferramenta capaz de gerir uma as diversos dados e informações gerados todos os dias dos diversos dispositivos eletrônicos, analisar o processamento dessas informações de várias maneiras e técnicas para auxiliar na tomada de decisões nas mais diversas áreas. Com o crescimento da Amazon exponencial faz-se necessário o uso de tecnologias para melhor atender o processo organizacional da multinacional, melhorando os processos e a gestão daquela que é considerada a maior loja e-commerce do mundo.

Palavras-chave: Big data, Tecnologia, Processo, Gestão, E-commerce.

ABSTRACT

Navigating and discovering one of the great success stories of global e-commerce, a company that emerged in a garage with the aim of selling books, also saw in 1998 a new and little explored tool, but with tremendous potential for the future, selling online. The mastery with which its founder managed and believed faithfully, made that dream of that somewhat obscure project become a reality, the advancement of technology and the management of data and information enabled greater steps towards success. It being then necessary to invest in new technologies, and after putting the concept of marketplace into practice and popularizing the use of cloud computing, the next step seems to be the definitive merger between retail and banking services. Big data is a tool capable of managing a variety of data and information generated every day from different electronic devices, analyzing the processing of this information in various ways and techniques to assist in making decisions in the most diverse areas. With the exponential growth of Amazon, it is necessary to use technologies to better serve the multinational's organizational process, improving the processes and management of what is considered the largest e-commerce store in the world.

Keywords: Big data, Technology, Process, Management, E-commerce.

³² Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estácio de Sá – UNESA. MBA em Docência para o Ensino Superior – Faculdade SEAMA e Mestrando em Administração pela Must University. E-mail hudsonoar@hotmail.com.

1 INTRODUÇÃO

O presente paper elencará os conceitos estudados na disciplina Technology management in the global economy, apresentando o estudo de caso da empresa Amazon, com sua história de sucesso, os desafios e as vantagens competitivas no mercado, enxergado por seu CEO, as oportunidades de comércio online, ainda em meados de 1998 como as estratégias de marketing, usadas para aumentar a visibilidade dos negócios na Internet, A aplicabilidade do Big Data está no tratamento desse volume de dados, que vem de variadas fontes e que demandam alta velocidade de processamento, na busca por um valor (Taurion, 2013). O Big Data (BD) foram usados para descrever grandes quantidades de dados, que também são caracterizados por um fluxo não estruturado que não pode ser tratado pela infraestrutura existente na organização e tem as principais características o grande tamanho, alta velocidade e grande variedade.

Os cinco VS, Volume (quantidade de dados acumulados), Variedade (meios de propagação e tipos de dados), Velocidade (taxa de transmissão de dos dados), Veracidade (se os dados são confiáveis) e Valor (resultado obtido no uso das ferramentas de Big Data) denotam o objetivo de manter as plataformas e sistemas em harmonia de tal forma que gerem o resultado esperado. (VEJA, 2013).

Para a elaboração deste artigo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica dos dados e informações coletados nos sites, artigos e livros de acordo com a temática proposta, e todos os estudos consideraram conceitos relacionados à prática administrativa. Utilizando métodos qualitativos, o objetivo é descrever o estudo de caso seu processo gerenciais recomendações sobre vantagens competitivas e processamento de dados. Analisar as estratégias adotadas pelas empresas de e-commerce, mais especificamente o caso da empresa Amazon.

2 UMA HISTÓRIA DE SUCESSO

A empresa Amazon foi criada por Jeffrey Preston Bezos em 1994, sua operação iniciou na garagem de sua casa em Washington, EUA. O seu investimento inicial foi de \$ 40.000, feito por Nick Hanauer por meio de financiamento e em seguida um investimento feito por Tom Alburg de \$ 100.000, os únicos produtos disponíveis para venda na empresa eram livros. A princípio o nome da empresa seria "Cadabra" dando alusão a algo mágico. O advogado Todd Tarbert, foi quem convenceu a troca do nome pois poderia dá a entender como "cadáver", especialmente ao falar ao telefone. Jeffrey também concordava com o nome "Incansável", no entanto, também não foi o que agradou, diante de tantas opções o escolhido foi "Amazon",

mesmo nome do maior afluente de água doce do planeta (localizado no Brasil). No mês de lançamento, a Amazon vendeu livros para pessoas em todos estados do seu país e ainda em 48 outros países. Uma data importante foi 15 de maio de 1997 onde a empresa tornou-se listada, ao preço inicial das ações era de US \$ 18, no entanto, ao final do dia a demanda fez com que as ações ascendessem para mais de US \$ 24. Assim possibilitou empresa arrecada cerca de US \$ 54 milhões. A Amazon está listada na NASDAQ (National Association of Securities Dealers Automated Quotations) com o código de ações AMZN. Nesta data, a cotação é de US \$ 3.107,17 (fechamento em 12 de novembro de 2020).

No início de 1998, a Amazon criou seus primeiros sites internacionais na Alemanha e nos países do Reino Unido, o sucesso foi instantâneo na Europa. Já em meados de 1999, a empresa inaugurou centros para atender os pedidos nas cidades de Fernley, Nevada; Coffeyville, Kansas; e Campbellsville e Lexington, Kentucky, para lidar com grandes pedidos. O criador e presidente da empresa foi indicado a Personalidade daquele ano pela revista "Time" e foi nomeado "O Rei do Comércio Eletrônico". Nos cinco anos iniciais, a Amazon operou no vermelho com grandes dificuldades Financeira. Tão-somente ao final de abriu de 2001 a estatal alcançou lucratividade de US\$ 5 milhões, embora as margens de lucro iniciais não fossem muito duvidosas, elas levaram as pessoas a confiar que o projeto de negócios insueto de Bezos poderia galgar ao sucesso. Nos anos posteriores, a Amazon levantou voou definitivamente alcançando patamar históricos de faturamento e produção, tornando-se a maior e mais conhecida loja online do mundo.

As novidades começam a surgir, a função "Find in a Book" adicionada em 2001 tornou-se prontamente uma ferramenta popular para que os consumidores verifiquem se o livro pode atender às suas necessidades. Posteriormente, em 2003, foi adicionada a função "pesquisa no livro", possibilitando aos consumidores pesquisar palavras-chave contidos no texto. A Amazon aumentou o mercado e os livreiros podem vender no mercado uma com uma pequena comissão cobrada, cooperando com muitas empresas para fornecer produtos por meio do site.

Com o passar dos anos, o número de colaboradores disparou. Em 2011, já eram 30.000 funcionários trabalhando em tempo integral nos EUA, ao final de 2016, contabilizava mais de 350.000 labutadores no globo, um aumento em mais de 1070% (2017).

Ao final de 2016, inaugurou-se na cidade de Seattle, EUA a primeira loja de conveniência. O formato original foi apresentado e experimentado meses antes em fase de testes, na pratica a loja opera de maneira diferente do Walmart, ao navegar na loja, o cliente tem a possibilidade de escolher os produtos que deseja comprar em sua conta online, e ainda

elimina checkouts, pois foi aloco sensores na saída para verificar automaticamente as faturas online nas contas dos clientes na plataforma.

No Brasil a Amazon entrou ao ar à meia-noite de 6 de dezembro de 2012. Antes, era possível comprar os produtos e serviços pelo site americano e pagar os impostos e a taxa de importação. Inicialmente, apenas e-books e os leitores Kindle mais básicos foram vendidos, mas logo foi possível comprar obras físicas. No final de 2014, o modelo de assinatura do leitor Kindle Unlimited foi lançado oficialmente.

O sonho deve ser maior em breve continuava, em 1998 vendia CDs e DVDs, e no ano seguinte passou a vender brinquedos e produtos eletrônicos. Mas foi em 2000 que o mercado iniciou uma grande revolução e a venda de produtos de terceiros, como usuários ou lojas menores anunciavam e pagavam por cada venda na Amazon. Foi neste mesmo ano, que a bolha da Internet estourou, o investimento em empresas online era tão alto e impraticável que quebrou as ações da Bolsa de Valores de Nova York e deprimiu os preços das ações da noite para o dia. Muitas marcas deixaram de existir ou nunca se recuperaram, e o preço das ações caiu de US \$ 100 para US \$ 6. Muitas pessoas da equipe foram demitidas. A empresa sobreviveu, e continuar operando foi importante, porque depois daquele momento conturbado que a empresa conseguiu seu lugar no mercado. O lançou o sistema de assinatura premium Amazon Prime em 2005, inicialmente apenas para encurtar o tempo de entrega e trazer ofertas exclusivas, e logo em breve a assinatura também dará às pessoas acesso ao Amazon Video, uma plataforma de streaming de filmes e programas de TV. A competição com a Netflix, principal concorrente da plataforma é ferrenha, programas originais ou distribuídos têm recebido elogios e prêmios, como "Destaques no Castelo", "Deuses Americanos" e "Transparência". Há também um "tour clássico", o anfitrião clássico é "Top Gear".

Em março de 2006, a Amazon Web Services ou AWS começou a operar publicamente, que é quase uma empresa independente de armazenamento e hospedagem na nuvem. Tudo começou quando a marca buscou criar uma plataforma de loja online para os clientes, mas demorou vários anos para começar. A espera valeu a pena porque hoje ele também oferece suporte para gerenciamento de rede, aplicativo e banco de dados, ferramentas de desenvolvimento e Internet. Em 2015, a base de usuários atingiu mais de 1 milhão de pessoas em 190 países, incluindo clientes como NASA e Netflix. Nos dias atuais a empresa oferece uma gama de oportunidades serviços e produtos, algumas das ofertas são: Amazon Prime, Amazon Web Services, Amazon Wireless, Loja de aplicativos, Amazon Drive, Eco, Acender, Comprimidos de fogo, TV de Incêndio, Vídeo, loja do Kindle, Alexa, Música Ilimitada, Amazon Fres, Amazon Digital Game Store, Amazon Studios, e etc.

2.1 O USO DA BIG DATA NO CENÁRIO DOS NEGÓCIOS

Big data faz parte da realidade de muitos negócios online. Devido à grande quantidade de dados é necessário um suporte técnico. É impossível manipulá-los e analisá-los mecanicamente, demandando tempo e pessoas o que dificulta a tomada de decisões. E como as informações não param de aumentar, todo o processo de armazenamento é concluído na nuvem. Avaliando a situação do ponto de vista técnico, é importante lembrar que estamos lidando com dois tipos de dados: Estruturados: são dados mais estruturados que podem ser medidos usando as ferramentas menos complexas disponíveis na própria plataforma de e-commerce. A partir deles, podemos obter informações sobre o número médio de ingressos na loja, a localização dos consumidores e os tipos de produtos que cada pessoa gosta.

Não estruturados: são desorganizados e difíceis de capturar, mas em geral são mais do que os primeiros. Mas eles podem fornecer aos gerentes insights poderosos, como analisar o relacionamento entre os clientes e suas marcas por meio de e-mails, imagens, vídeos, postagens no Facebook, Twitter, Instagram, etc.

Os centros de distribuição da Amazon estão cada vez mais impressionados com a alta tecnologia utilizada. O Centro de Distribuição (CD) em Stanislaus County, Califórnia, é um paraíso de logística de tecnologia, cobrindo uma área de mais de 300.000 metros quadrados. A estrutura foi inaugurada há mais de um ano e está repleta de tecnologia própria da Amazon, como o incrível robô Kiva, que realiza automaticamente o transporte de mercadorias no depósito.

Cada unidade Kiva - parece um disco de hóquei gigante - pode mover mais de 1.300 quilos. Eles entregam os produtos aos funcionários da Amazon para reabastecer o estoque ou retirar os itens no momento da compra. A estrutura tem uma correia transportadora de 6,5 km que pode mover produtos menores e um robô mais poderoso chamado "Amazon", que pode levantar até seis toneladas de carga. O mezanino tem mais de 7 metros de altura.

A Amazon possui um sistema de produção de papelão que pode criar caixas personalizadas para produtos encomendados pelos clientes. Esse sistema é denominado "box on demand" (caixa de embalagem sob demanda), que pode economizar materiais de embalagem e otimizar o aproveitamento do espaço na estrutura logística (seja ela de armazenamento ou transporte). Com os negócios avançando faz-se necessário novos métodos tecnológicos que contribuem na tomada de decisão, o do big data é um dos principais para que sejam analisados todas informações que servem como auxílio na tomada de decisão. Segundo Cukier (2010).

Isso mostra que o negócio de gestão da informação está promovendo processos que facilitam o

entendimento de grandes quantidades de dados. Por outro lado, desde que as matérias-primas de informações geradas pela exploração de dados sejam transformadas em inteligência por meio do processo de análise, contribuições de big data podem ser feitas. A relação entre big data e e-commerce realizado pela Amazon é muito interessante, o big data processa as diversas informações e realiza análises mais precisas dos interesses e padrões de indivíduos ou grupos conforme a sua necessidade. Essa tecnologia pode coletar e entender as principais informações para com os clientes. A vantagem desse método alternativo é que as estratégias de vendas e marketing podem ser formuladas com base no conteúdo proposto na análise. Para a Amazon essa ferramenta vem suprindo a necessidade e ajudando nos planos de negócio e principalmente nos projetos de futuro, na prática a big data é caracterizada pelos 5V.

Volume: Uma grande quantidade de dados e informações processadas todos os dias;

Velocidade: a rapidez para a identificação e processamento de dados.

Variedade: a diversidade tipos de dados coletados e interceptados por essas aplicabilidades;

Veracidade: os dados coletados pela tecnologia são exatos;

Valor: a quantidade não é tudo; os dados coletados devem ser relevantes para agregar informações importantes, na tomada de decisão.

Vale ressaltar que o Big Data, na sua grande maioria, é um conjunto de dados que a cada milésimo de segundo são inseridos novos, assim sendo, o mundo atual dos dados digitalizados contém uma inimaginável quantidade de informações, base que está em crescimento permanentemente (DAVENPORT, 2012).

Conforme um estudo da BSA The Software Alliance, ao dia são gerados 2,5 quintilhões de bytes. Até 2025, a perspectiva da Seagate, empresa do setor tecnológico, é que o número chegue a 163 zettabytes, o que simula 10 vezes mais dados que 2016.

A plataforma de e-commerce operada pela Amazon, além de oferecer cotações regulares, a plataforma também permite que terceiros vendam cotações de produtos novos e antigos no mercado online a um preço fixo. Ao usar o Marketplace, os vendedores terceirizados podem acessar a base de clientes e o site da empresa, podendo estender as ofertas a outros usuários sem ter que investir em outro estoque. Os clientes devem seguir estritamente as pesquisas de produtos para acessar outras ofertas a fim de criar páginas no Amazon Marketplace que contenham detalhes precisos, atualizados e padronizados de seus produtos, promovendo assim o aumento da concorrência, diferenciação do produto e capacidade dos consumidores de escolher os produtos para venda terceiro. O conhecimento desta ferramenta é um recurso único e valioso para qualquer pessoa. As organizações podem gerar vantagens competitivas. Big data

também pode ajudar a transformar muitos os métodos tradicionais de realização de atividades de negócios, os insights gerados se tornarão Conhecimento que pode melhorar as capacidades de gestão da tomada de decisão (KABIR; KARAJANNIS, 2013).

Cezar Taurion (2013), em seu livro "Big Data", ele fez uma metáfora: ferramentas de big data representarão a mesma posição importante que os microscópios na medicina para as empresas e a sociedade. Uma ferramenta de análise na qual você pode extrair informações, prever eventos e corrigi-los quando existirem, ou mesmo evitá-los. O advento da internet na década de 1990 e os avanços tecnológicos proporcionaram a possibilidade dos planos de Jeff Bezos passarem de um mero sonho em uma realidade palpável e possível e assim o foi, não por acaso é a empresa reconhecida e respeitada no mercado mundial. Afirmo Lohr (2012) é uma nova abordagem para a compreensão do mundo e para as tomadas de decisões. No e-commerce, o big data pode ajudar os gestores a melhorar os resultados obtidos em todos os tipos de atividades. Ampliando o conhecimento sobre os dados do consumidor, isso porque é possível medir as interações do cliente com o conteúdo da plataforma e os tipos de produtos que despertam seu interesse. Nesse caso, podemos avaliar o tempo que ele passa navegando em cada projeto e como ele interage com a marca nas redes sociais e assim por diante. Pode-se inferir que os dados são muito mais completos do que apenas analisá-los no momento da compra. Com base nisso, é possível prever comportamentos e obter sucesso, além de mostrar a cada usuário uma solução personalizada. Como nem todo mundo domina essa tecnologia, esse conhecimento também pode tomar decisões melhores do que os concorrentes.

De acordo com a informação detalhada recolhida a partir do perfil do cliente, irá lançar as bases para uma promoção personalizada, oferta diferenciada para cada comprador, melhor estratégia de marketing digital e segmentação de grupos de consumidores (que nortearão o relacionamento com eles). Esses fatores também devem ser considerados para ajudar a comprovar o valor que a empresa agrega ao cliente, fazendo-o sentir-se importante para a marca. Portanto, os usuários tornam-se clientes em potencial, compradores e admiradores.

Melhore a experiência da marca Todos esses dados podem ser analisados para descobrir se há um gargalo entre um processo e outro, fornecendo uma base mais consistente para a tomada de decisões e melhoria das falhas. Os gerentes de comércio eletrônico também podem entender quais produtos precisam ser mantidos em estoque em grandes quantidades para evitar quebras (quando os consumidores precisam do produto, mas o estoque é curto). Outro ponto é que a descrição dos produtos pode ser baseada na personalidade do cliente, o que fará com que o cliente se identifique mais consigo mesmo e tenha um desejo real de consumir. É importante

dizer que a possibilidade de usar o big data corretamente não oferece a preparação que você deve fazer, mas sim insights para a tomada de decisões.

2.2 FUTURO DA AMAZON

Novos projetos

Ele também tem alguns projetos muito ambiciosos durante a fase de teste ou quando a inicialização é limitada. Destaca-se o sistema Prime Air (usado para entregar pedidos com drones), o supermercado Amazon GO, onde ninguém está de plantão, você só precisa tirar o produto da prateleira e sair. Há também o Amazon Dash, que é uma série de pequenos aparelhos que podem ser usados para comprar mais unidades do produto sem a necessidade de ir à loja. Os mais recentes produtos eletrônicos é o Echo, este alto-falante pode controlar seus dispositivos domésticos e até mesmo usar Alexa, Siri e os atuais concorrentes da Cortana como assistentes pessoais. Versões para telas e roupas também foram lançadas, e o sucesso superou em muito as expectativas da entidade.

Entre os movimentos estratégicos mais recente da empresa, um deles foi o investimento na compra da WholeFoods, que é uma rede de supermercados americana é considerada de alto padrão e tem como foco produtos orgânicos ou naturais. Jeff Bezos não para ele é atualmente o CEO da Blue Space, uma empresa de exploração e transportes espacial que concorre com a Space X. Isso não tem nada a ver com a Amazon, mas sem o sucesso dela, o executivo não conseguiria obter recursos para usar todos os anos em testes de lançamento de espaçonaves. Além disso, ele agora pode competir com Bill Gates pela posição de homem mais rico do mundo e mostrar que ele realmente quer ser o primeiro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo tem como objetivo revisar os conceitos e a aprendizagem da disciplina Technology management in the global economy contando a história real de um sonhador chamado Jeff Bezos que vislumbrou uma oportunidade e a tornou realidade com o uso dos conhecimentos e das ferramentas tecnológicas nascendo para o mundo de uma garagem internacionalizou e tornou-se a empresa que é hoje.

Com a globalização a geração de dados e informações as empresas tendem a acompanhar tal avanço, A AMAZON destaca-se no cenário mundial e está aplicando tecnologias modernas para aproveitar o poder da ciência de dados. Otimizando assim a tomada

v. 7 ed. especial (2021): RCMOS - Revista Científica Multidisciplinar O Saber. ISSN: 2675-9128

de decisão. Como a tecnologia e o comportamento humano continuam a mudar, os proprietários de negócios precisam estar preparados para se adaptar.

Finalizo com a missão da empresa extraído fidedignamente do site oficial da empresa: “Nossa missão é ser a empresa mais centrada no cliente da Terra. A Amazon é guiada por quatro princípios: obsessão pelo cliente em vez de foco no concorrente, paixão por invenções, compromisso com a excelência operacional e pensamento de longo prazo. Avaliações de clientes, compras com 1 clique, recomendações personalizadas, Prime, Fulfillment by Amazon, AWS, Kindle Direct Publishing, Kindle, tablets Fire, Fire TV, Amazon Echo e Alexa são alguns dos produtos e serviços pioneiros da Amazon”.

Essa é a história da Amazon, uma das maiores empresas do planeta, um e-commerce invejável, uma livraria poderosa, um exemplo de persistência e gestão e (porque não) uma sobrevivente desse mercado.

REFERÊNCIAS

CUKIER, Kenneth. **Data, data, everywhere:** a special report on managing information. The Economist, v. 394, Issue 867, Feb. 2010.

DAVENPORT, T. H; BART, P.; BEAN, R. **How Big Data is Different.** MIT Sloan Management Review, n.30, jul. 43-6, 2012.

LOHR, S. **The age of big data.** The New York Times, 2012. Disponível em: http://www.nytimes.com/2012/02/12/sunday-review/big-datas-impact-in-the-world.html?pagewanted=all;_r=0. Acesso em: 12 nov. 2020

KABIR, N.; CARAYANNIS, E. **Big Data, Tacit Knowledge and Organizational Competitiveness.** Proceedings Of The International Conference On Intellectual Capital, Knowledge Management; Organizational Learning, p. 220-227, 2013.

REVISTA VEJA. **Entenda o que é Big Data,** 2321 ed. 2013

TAURION, C. **Big data.** Rio de Janeiro: Brasport, 2013.