



SHARING ECONOMY

Fichas de Business Intelligence

Modelos de Negócio
Educação, Entretenimento
e Multimédia

Outubro 2022

Ficha de Business Intelligence sharing economy: Entretenimento e Multimédia

1. ATIVIDADE

Educação

2. MODELO DE NEGÓCIO

O mercado da educação é marcado por tendências emergentes que incluem a aprendizagem móvel, a micro aprendizagem, a aprendizagem social e cursos online abertos e massivos, conduzindo ao aparecimento de negócios direcionados para o desenvolvimento de soluções na educação digital para estudantes e empresas. Tendências digitais como a análise de Big Data e Inteligência Artificial têm permitido aos atores no contexto educacional atender as necessidades individuais dos alunos, enquanto que, simultaneamente oferecem a possibilidade da recolha de dados relativos às experiências dos alunos e formandos, que permitem novas abordagens à melhoria da qualidade dos cursos.

Assim, os negócios de sharing economy no campo da educação, numa lógica de convergência digital, procuram reduzir o custo do acesso ao conhecimento, descomplicar e facilitar a aprendizagem e retenção de conhecimento, rumar a um paradigma de aprendizagem coletiva e interativa, bem como ajustar as ofertas às necessidades do mercado e ao atual perfil dos consumidores.

Uma grande parte destes negócios assenta no aproveitamento de competências dispersas em múltiplas áreas, canalizadas numa plataforma que centraliza estes conhecimentos em cursos e ações de capacitação, que podem ser acedidos em qualquer lugar do planeta e a qualquer horário. Estas plataformas podem ser utilizadas como fonte de rendimento por parte de professores e formadores, ou por qualquer outra pessoa, que detenha um conhecimento ou competência que possa ser útil, ensinada, e transferível, transformando esta aptidão em conteúdos de cursos monetizados. Estes negócios vivem da venda de cursos e/ou planos de subscrição de particulares e empresas e beneficiam do efeito de escalabilidade proporcionada pelos meios digitais, não dependendo de um número mínimo de inscritos para o curso avançar, como acontece no regime presencial. É igualmente possível obter receitas de publicidade online e tráfego.

Para além da produção de cursos, o modelo colaborativo pode ser usado para a produção de conteúdos, como jogos pedagógicos, vídeos, podcasts e e-books comercializáveis diretamente ao consumidor final ou às instituições de ensino e entidades formadoras.

Em alguns casos, os negócios estão orientados para a facilitação da logística associada à contratação da aprendizagem, fazendo a conexão entre as partes interessadas - professores e alunos - com uma plataforma que permite a reserva, agendamento, pagamento e avaliação do serviço. Nestes casos as aulas são administradas on demand na casa do cliente, ou através de transmissões ao vivo e a plataforma cobra um fee por cada aula ministrada.

Por fim, uma referência para comunidades virtuais de aprendizagem. Nestes casos a plataforma tem como objetivo armazenar, preservar, divulgar e dar acesso à produção intelectual numa

Cofinanciado por:

determinada área, normalmente com algumas funcionalidades com acesso restrito a membros registados ou subscrições pagas.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- ✕ **Cursos e aulas;**
- ✕ **Material educacional e formativo (livros, manuais, vídeos, exercícios, simuladores, etc.);**
- ✕ **Jogos educativos e atividades digitais lúdicas focadas na transmissão de conhecimentos ou competências;**
- ✕ **Comunidades de aprendizagem/ ensino colaborativo.**

4. JANELA DE OPORTUNIDADE: NECESSIDADES DE MERCADO A QUE RESPONDE

As previsões indicam que o mercado da educação online continuará a crescer nos próximos anos motivado pelas oportunidades trazidas com as novas tecnologias digitais e de conectividade, como também pelas condições criadas pela pandemia que aceleraram a inovação no setor da educação.

Assim, as expectativas quanto ao potencial dos negócios de sharing economy no campo da educação para os próximos anos são elevadas, especialmente na medida em que os governos e os agentes privados do setor do ensino comecem a adotar este tipo de soluções. Com o recente cenário pandémico, a evolução da educação digital foi muito representativa e provou que em muitas áreas a metodologia de ensino à distância é eficaz, transformando não apenas o acesso aos conteúdos, mas principalmente as possibilidades criativas de novos meios de aprendizagem, com menor investimento, maior autonomia, mobilidade, dinamismo e flexibilidade.

Os próximos anos devem ser marcados por um crescimento da partilha de conteúdos, sendo esperado que estes sejam disponibilizados de forma cada vez mais universal, para que cheguem a lugares deficitários de educação e possam ser disponibilizados em diversos países. Desta maneira, espera-se uma maior democratização da educação, bem como uma maior interação entre as diversas culturas quanto à forma como os conhecimentos são gerados e distribuídos.

5. MERCADO(S) ALVO

O mercado alvo decompõe-se em estudantes e formandos (a título particular ou empresarial) e professores e formadores, abrangendo qualquer segmento etário. Algumas vertentes destes negócios, em particular a produção de conteúdos educacionais ou formativos, podem ter como target os players do sistema de ensino, educação e formação.

Cofinanciado por:

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- ✕ Plataforma MOOC (Massive Open Online Course);
- ✕ Conhecimentos de e-learning, b-learning, m-learning; streaming e multimedia;
- ✕ Parcerias com entidades certificadoras (a opção pela oferta de cursos com certificação está condicionada a um conjunto de regulamentação, que é necessário observar);
- ✕ Conhecimentos do setor do ensino;
- ✕ Estratégia de comunicação digital de inbound marketing através de ferramentas como as redes sociais, SEO, Google Adwords, Facebook Ads, banners e publicidade em blogs especializados, etc.

7. ALGUNS CASOS DE SUCESSO

EMPRESA	BREVE APRESENTAÇÃO
 www.decriancaparacrianca.com	A plataforma digital De Criança Para Criança (DCPC), uma startup brasileira, desenvolve desde 2015 um portefólio de metodologias inovadoras em educação. Leva para as salas de aula um método que transforma o ensino convencional, colocando as crianças no centro da aprendizagem, como protagonistas. Os professores são orientados a serem mediadores, fazendo com que os próprios alunos desenvolvam conhecimento sobre temáticas diversas. A partir de discussões, constroem coletivamente histórias, fazem desenhos e locuções relativas às narrativas criadas - os professores gravam e tiram fotos das ilustrações dos alunos a partir de um telemóvel, que devem ser carregadas na plataforma e posteriormente serão transformadas em animações feitas pelo DCPC. Estas depois são partilhadas através da plataforma e de outros canais online (disponível nas versões português, inglês e espanhol). O conteúdo é gerado pelas crianças e não por adultos e a proposta da plataforma é expandir os horizontes da educação e fazer com que estes conteúdos sejam vistos e partilhados em todo o mundo.

app.eduk.com.br

A eduK é uma plataforma de ensino online que oferece cursos em formato de vídeo para que os utilizadores desenvolvam novas competências para aprender um novo ofício, com o objetivo de empreender, ganhar dinheiro extra ou viver financeiramente desse novo trabalho nas áreas de Gastronomia, Negócios, Artesanato, Design e Fotografia, Moda, Beleza e Estética, entre outros. Os cursos são primeiro transmitidos gratuitamente ao vivo e, em seguida, são incorporados num catálogo, podendo ser disponibilizados via streaming, em formato avulso, ou através de um plano de assinatura. É conhecida como a “Netflix dos cursos”.

www.musicasa.pt

A Musicasa é uma plataforma online que liga professores de música a qualquer pessoa que queira aprender a tocar um instrumento a partir de sua casa. A missão da empresa é facilitar o acesso a aulas de música, tanto para alunos como para professores, eliminando as barreiras entre a vontade de aprender/ensinar música e a possibilidade de o fazer e, num espectro mais alargado, promover a música como um meio de desenvolvimento pessoal, cultural e pedagógico, através de um serviço personalizado, simples e acessível.

www.cleanwatts.energy

A Cleanwatts é uma climate tech comprometida em simplificar, amplificar e acelerar a transição energética para empresas, comunidades e cidadãos de todo o mundo. As soluções e dispositivos interoperáveis da empresa são capazes de integrar e gerir de forma inteligente e eficiente os ativos e os fluxos energéticos na comunidade, garantindo ainda a interação com a rede de forma agregada. Centra a sua ação no utilizador final, visando minimizar, anular ou financiar o investimento inicial na constituição de comunidades de energia, potenciando a sua participação ativa no desenvolvimento de mercados locais de energia, através de modelos de partilha e transações energéticas peer to peer. No âmbito deste modelo está a lançar um programa para as pessoas e instituições que quiserem criar uma comunidade de energia no seu bairro, com painéis fotovoltaicos, sem quaisquer custos de instalação.

www.udemy.com

A Udemy é uma plataforma de educação à distância que oferece mais de 200 mil cursos nas mais diversas áreas. No site, é possível assistir a aulas em diversas áreas e qualquer pessoa pode partilhar o seu conhecimento e ganhar dinheiro, inscrevendo-se como instrutor. As maneiras e ferramentas de ministrar os cursos dependem exclusivamente do professor, por exemplo, pode-se publicar cursos com slides, vídeos, questionários, exercícios e aulas ao vivo. A plataforma também conta com um sistema de chat e comunidade para que os alunos possam interagir entre si e/ou com os instrutores.

O seu cofundador Eren Bali desenvolveu em 2007 um software de sala de aula online e percebeu o potencial de tornar esse produto de utilização livre e acessível a todos, com a possibilidade de disseminar conhecimento para pessoas em qualquer lugar do mundo. É interessante verificar como certos negócios são de tal forma inovadores que o seu alcance nem sempre é percebido. Este negócio, precursor do ensino à distância num modelo de partilha, deparou-se com grandes dificuldades de financiamento - quando foi lançada em 2010 tentou recorrer a capital de risco sem que os investidores alcançassem o seu potencial e o financiamento foi rejeitado em mais de 30 rondas...

Atualmente a plataforma é utilizada por cerca de 50 milhões de pessoas em todo o mundo e conta com cursos em mais de 60 idiomas.

**Este caso foi analisado detalhadamente no estudo da Associação Ação para a Internacionalização (AAPI) "Estudo de Análise e Caracterização do Modelo Económico Sharing Economy":*
<https://sharingeconomy.aapi.pt/estudo-sharing-economy-emprededorismo-com-visao-de-futuro/>

Ficha de Business Intelligence sharing economy: Entretenimento e Multimédia

1. ATIVIDADE

Entretenimento e multimédia

2. MODELO DE NEGÓCIO

Os negócios de sharing economy da área do entretenimento e multimédia seguem normalmente os seguintes padrões:

- ✕ **A desagregação de produtos em unidades individuais de modo a responder a necessidades específicas dos consumidores, que se tornam cada vez menos disponíveis para pagar por um pacote no qual usam componentes de forma desigual (ou não usam) e voluntariamente fazem a transição para novos produtos e modelos de distribuição. Produtos como jornais e álbuns de música – antes considerados a menor unidade viável de venda – são agora separados nos seus componentes, graças a novas tecnologias que mudam a economia de produção e distribuição. Por exemplo, a distribuição digital permitiu retirar uma única música do álbum e oferecê-la como um produto autónomo e muito mais acessível;**
- ✕ **Em associação ao padrão acima referido juntam-se as possibilidades de streaming, tecnologia que possibilita o envio de informações multimédia para vários dispositivos, sem exigir a espera para download do conteúdo.**

Os novos negócios neste domínio serão sempre de alguma forma inspirados nos formatos dos grandes players, como a Netflix, YouTube ou Twitch, cada um deles focado na produção de um tipo diferente de conteúdo e com uma maior ou menor fatia deste conteúdo relacionado com a transmissão exclusivamente por streaming. Os negócios podem centrar-se na produção descentralizada destes conteúdos ou na intermediação entre os seus autores ou produtores e os consumidores finais, através de plataformas a partir das quais estes conteúdos são disponibilizados ou transmitidos.

Para determinados subsegmentos, como por exemplo as obras de arte, os modelos de negócio consistem normalmente em plataformas que se apresentam como repositórios das obras, com possibilidade ou não de venda online, e assentam no pressuposto de criar massa crítica suficiente para gerar tráfego e interesse, que uma página de artista individualmente não conseguiria alcançar.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- × Música;
- × Artes plásticas;
- × Fotografia;
- × Literatura;
- × Filmes e vídeos;
- × Rádio;
- × Podcasts;
- × Outro conteúdo audiovisual;
- × Espetáculos e eventos;
- × Jogos.

4. JANELA DE OPORTUNIDADE: NECESSIDADES DE MERCADO A QUE RESPONDE

A era da tecnologia tem proporcionado avanços na forma de comunicação e transmissão de conteúdo e algumas das principais oportunidades de mercado estão precisamente relacionadas com a inovação tecnológica (realidade virtual, metaverso, uso de drones, inteligência artificial, entre muitas outras), bem como melhorias de conectividade através de 5G.

Ao mesmo tempo o consumo de conteúdos multimédia tem vindo a expandir-se, seja apenas para fins de entretenimento, aplicação em ações de marketing, no campo da educação e formação, turismo, produção de tutoriais ou apenas produções de âmbito artístico ou cultural.

Por sua vez, a indústria do gaming também reflete estas tendências e a pandemia fez disparar o consumo, com o live stream, os eSports e os jogos a partir da cloud a ganharem cada vez maior relevância. Espera-se um grande crescimento da adoção de jogos a partir de assinaturas, bem como das receitas de publicidade in game.

5. MERCADO(S) ALVO

Dependendo do tipo de entretenimento e conteúdos a produzir ou distribuir é possível segmentar o mercado num público abrangente, como artistas, developers, produtores, roteiristas e realizadores audiovisuais, ou os consumidores destes conteúdos, com um amplo espectro de possibilidades em função do teor e natureza dos produtos multimédia - particulares de várias idades, mercado empresarial e sector público.

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- ✕ Tecnologia de suporte à distribuição ou específica da produção de conteúdos multimédia;
- ✕ Profundo conhecimento da legislação referente a propriedade intelectual e industrial e regras relativas aos próprios conteúdos transmitidos (não ser ofensivos, incitar à violência, etc.);
- ✕ Estratégia de comunicação digital de inbound marketing através de ferramentas como as redes sociais, SEO, Google Adwords, Facebook Ads, banners e publicidade em blogs especializados, etc.

7. ALGUNS CASOS DE SUCESSO

EMPRESA	BREVE APRESENTAÇÃO
dailymotion www.dailymotion.com	A Dailymotion é uma plataforma francesa de tecnologia de partilha de vídeo, que está disponível em todo o mundo, em 183 idiomas e 43 versões, com home pages locais e conteúdo local. Apresenta vídeos publicados nas seguintes categorias: notícias, desporto, música e uma secção de destaques. Foi criada em 2005, curiosamente um mês depois do lançamento do YouTube. A principal diferença entre estas plataformas é que a Dailymotion tem como objetivo fazer uma maior curadoria de conteúdo, selecionando os vídeos que são publicados e limitando o upload apenas a perfis verificados como criadores de conteúdo. Oferece aos produtores e editores mais de 2 mil milhões de visualizações por mês, o que significa um amplo alcance mundial. Os criadores podem monetizar os seus conteúdos, através de um sistema baseado no número de visualizações dos seus vídeos. Podem enviar gratuitamente até duas horas de vídeo por semanas, num total de 10 vídeos ou aumentar estes limites através de uma subscrição paga.

www.frvr.com

A FRVR é uma plataforma de distribuição instantânea de jogos, que está a redefinir a distribuição de jogos como líder mundial na construção de outros canais de acesso aos mesmos, para além das lojas de aplicações. Definiu como missão democratizar a distribuição de jogos, oferecendo conteúdo, conhecimento e tecnologia para todos, em qualquer lugar, já que acredita que todos merecem o acesso fácil a entretenimento divertido. Esta missão estende-se aos developers e aos parceiros de audiência, garantindo que os jogos certos encontrem o público certo e que os jogos nunca estejam a mais de 3 cliques de distância.

A FRVR foi fundada pelos veteranos da indústria de jogos Chris Benjaminsen e Brian Meidell, tem sede em Lisboa e escritórios em Malta, Londres, Sevilha, Copenhaga e China.

Nos últimos anos a FRVR cresceu de um projeto de paixão de duas pessoas para mais de 120 funcionários, mais de 100 jogos desenvolvidos e quase 2 mil milhões de jogadores fiéis.

www.smellslikeart.org

A Smells Like Art é uma iniciativa criada por e para artistas em Espanha, pretendo ser uma plataforma que espelha a enorme riqueza e talento artístico do mundo e uma referência para publicar, mostrar e vender arte online. Permite que os artistas publiquem obras de arte de diferentes tipos, como pintura, fotografia, ilustração, escultura, música ou literatura de forma organizada e otimizada. Para isso desenvolveu tecnologia e estratégias de marketing que permitem aos artistas promover as suas obras, sem estarem preocupados com estas questões e focarem-se apenas na sua paixão, a arte.

A plataforma permite criar uma página de artista ou galerista onde mostrar todas as obras de arte, com aconselhamento da equipa de especialistas, protegendo inequivocamente os direitos de autor. A publicação genérica é gratuita com possibilidade de um maior destaque e outras vantagens, mediante a assinatura de uma subscrição paga.

*

USHOWMEwww.ushowme.tv

A UshowMe é uma tech startup de Portugal, que se apresenta como apaixonada por música e espetáculos ao vivo e obcecada por resolver os problemas da indústria do espetáculo. A plataforma oferece aos utilizadores acesso a entretenimento digital e streaming de música on demand. O UshowMe ajuda artistas e produtores a aumentar o seu alcance, permitindo que os shows ao vivo sejam experimentados como uma experiência híbrida com acesso online. A empresa está a mudar a indústria do entretenimento, tornando a música mais interativa.

**Este caso foi analisado detalhadamente no estudo da Associação Ação para a Internacionalização (AAPI) “Estudo de Análise e Caracterização do Modelo Económico Sharing Economy”:*
<https://sharingeconomy.aapi.pt/estudo-sharing-economy-empendedorismo-com-visao-de-futuro/>

Se o seu negócio se enquadra na produção/ distribuição de conteúdos educativos, poderá também ter interesse consultar a ficha **“Educação”**.