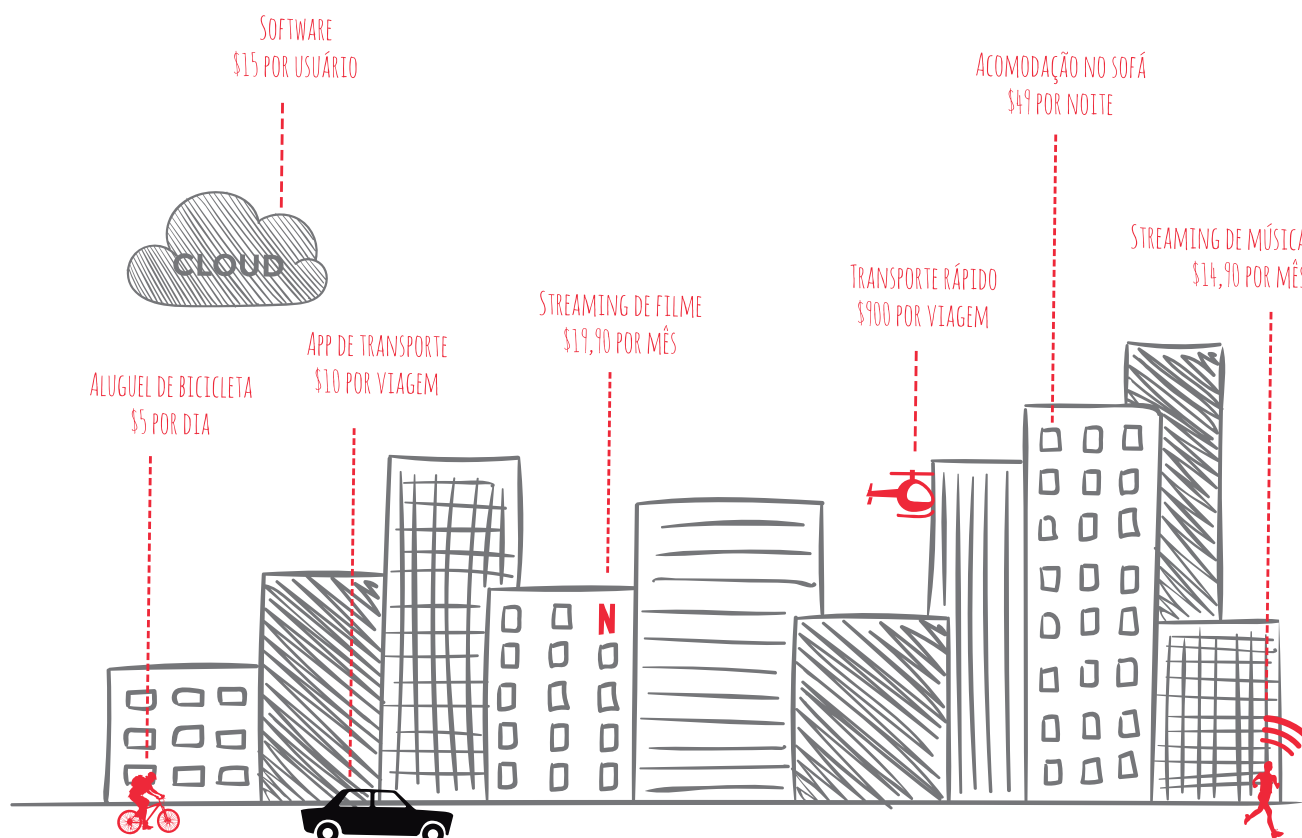


# ECONOMIA DO ACESSO

E OS MODELOS DE NEGÓCIOS BASEADOS EM  
COMPARTILHAMENTO, RECORRÊNCIA E ASSINATURA

Exclusivo Vindi



© Casa do Código

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei nº9.610, de 10/02/1998.

Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida, nem transmitida, sem autorização prévia por escrito da editora, seja quais forem os meios: fotográficos, eletrônicos, mecânicos, gravação ou quaisquer outros.

*Edição*

Adriano Almeida

Vivian Matsui

*Revisão e diagramação*

Bianca Hubert

Vivian Matsui

*Arte e concepção*

Leandro de Andrade

[2015]

Casa do Código

Livro para o programador

Rua Vergueiro, 3185 – 8º andar

04101-300 – Vila Mariana – São Paulo – SP – Brasil

[www.casadocodigo.com.br](http://www.casadocodigo.com.br)

Para Vanessa, Lucas,  
Bianca, Simone, Paulo  
e M. Helena.

# PREFÁCIO

por Luciano Pires

Em 1494 um monge franciscano e importante matemático italiano chamado Luca Bartolomeo de Pacioli publicou um tratado que causaria imenso impacto na história da humanidade. Tratava-se da *Summa* de aritmética, geometria, proporção e proporcionalidade.

Numa seção chamada “particulario de computies et scripturis”, ele apresentava o Método das Partidas Dobradas, que se transformou no padrão utilizado pelas organizações para registrar transações financeiras. Ali nascia a contabilidade como conhecemos hoje, baseada nas entradas e saídas.

Por mais de 500 anos as empresas e indivíduos se basearam no sistema criado por Luca Pacioli, que se apoia no processo de trocas, que vem lá de trás, no nascimento daquilo que chamamos de comércio. Eu pesco dois peixes, só preciso de um. Você faz duas cestas de vime, só precisa de uma. Eu quero uma cesta, você quer um peixe, trocamos um pelo outro e pronto!

Com o surgimento do dinheiro, tudo ficou mais simples, pudemos fazer negócios mais amplos, surgiu o capitalismo e chegamos ao mundo que conhecemos, sempre trocando alguma riqueza

por algum produto ou serviço.

Luca Pacioli nos ajudou a observar o que compramos, o que gastamos e entender se estamos no lucro ou no prejuízo. No mundo dos discípulos de Pacioli, um indivíduo bem sucedido é aquele que tem muita riqueza, muitas posses. E foi assim que fomos criados até o final do milênio passado.

Ao longo dos anos 1990, o mundo, que já era uma aldeia global desde que as redes de satélites começaram a ser montadas nos anos 1960, assistiu perplexo ao surgimento da World Wide

Web, a internet, que possibilitou uma rede de conexões inimagináveis nos tempos de Pacioli. Foi então que mergulhamos numa nova realidade, que o “particulario de scripturis” não conseguia explicar.

No cruzamento para o novo milênio nos vimos diante de situações inexplicáveis, quando o valor não era mais o tijolo e o cimento, o terreno, o avião, o automóvel, o produto ou o serviço, mas ideias, patentes, promessas. Nasceram as tais empresas “ponto com” que criaram bilionários do dia para a noite. O sistema de emissão de passagens

aéreas passou a valer mais que a companhia aérea que tinha centenas de aviões!

Vimo-nos diante de uma realidade muito além daquela troca de produtos por riqueza. Agora se falava de uma riqueza futura, de um plano de negócios, de um sistema que não existia materialmente, mas era um conjunto de “bites” espalhados pelo éter.

Pela primeira vez, nós, indivíduos, tivemos de lidar com a riqueza não material e, treinados por 500 anos no sistema de Pacioli, tomamos um nó. Como contabilizar o intangível? Como acumular riqueza que não se pode pegar? Como colocar preço naquilo que “não existe” da for-

ma como fomos acostumados a conhecer?

Considero o ápice desse questionamento o surgimento do Napster em 1999, o primeiro sistema de compartilhamento em alta escala que possibilitou que as pessoas trocassem arquivos musicais entre si. Aquilo foi um escândalo mundial, pois ameaçava a indústria da música, e o que se viu foi uma luta na justiça, que culminou com o fechamento do Napster, que durou pouco mais de 2 anos. Mas deixou 8 milhões de usuários com água na boca...

Pela primeira vez ficava claro que eu poderia ter uma biblioteca musical sem precisar comprar CDs. Aquela minha

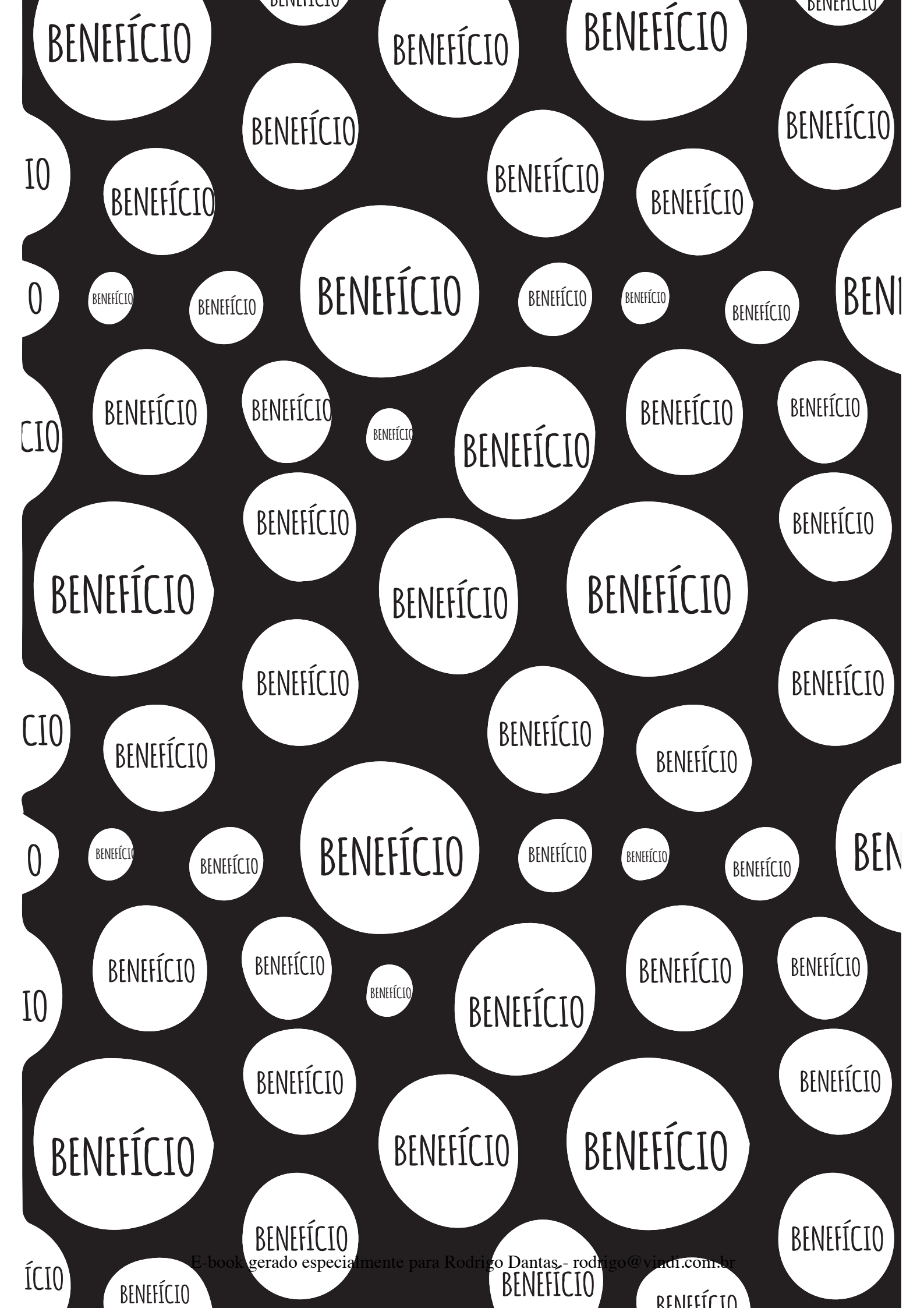
coleção que levou anos para ser construída, custou um monte de dinheiro e ocupava um armário, repentinamente deixava de ser funcional.

Surgira um outro processo que não ocupava espaço, que me permitia ter uma música sem precisar comprar um CD inteiro, que era infinitamente mais barato (na verdade, virtualmente gratuito) e que dava a mim, o consumidor, uma liberdade que eu não imaginava que existiria. O valor criado pelo Napster era irresistível, outros sistemas surgiram até a indústria entender que era impossível lutar contra, e mergulhasse de cabeça no negócio da venda de arquivos de músicas por download.

Um iTunes depois, os CDs tornaram-se peças de museu. E o mundo nunca mais foi o mesmo.

Eu vivi todo esse processo. Tenho ainda uma amada coleção de elepês, CDs, fitas VHS, Laser-Discs, DVDs e BluRays. Tudo lá criando pó, atropelados pelo iTunes e pela NetFlix. Mas, até pelo meu DNA (data de nascimento avançada), minha cabeça ainda não entrou nos eixos...

Que sociedade é esta em que aquele “possuir” que conheci durante 50 anos, passa a perder o sentido? Ter o CD na prateleira não vale mais nada, aliás, só custa. O que interessa é ter acesso à música que quero ouvir.





7

CAPÍTULO

# MANUAL PRÁTICO PARA CRIAR NEGÓCIOS QUE FATURAM SEMPRE

**Sim, este livro também pode ser encarado como um manual.** Mas não se engane achando que vou te mostrar aqui “as 7 atitudes altamente eficazes para se montar um negócio recorrente”. Não vou mesmo.

O que pretendo nos próximos parágrafos é elaborar uma série de técnicas e experiências que aprendi com os milhares de negócios recorrentes que vi surgir diante da Vindi, onde eu, como empreendedor, aprendo diariamente. Esses casos, de gigantes multinacionais a startups de assinaturas, me influenciaram e ajudaram a entender como criar um negócio que pode faturar sempre, de forma recorrente.

## 7.1 A CRIAÇÃO DE COMUNIDADES

Se você é um bom entusiasta de comunidades, seja ela de qualquer tamanho ou segmento, está aqui uma grande oportunidade. Quem tem a capacidade de criar comunidades em volta de si e do próprio negócio tem, fatalmente, uma grande capacidade de vender qualquer coisa de valor a esse grupo em formação.

A capacidade que alguns empreendedores têm em criar comunidades é diretamente ligada em seu conhecimento em alguns assuntos. É o fator “autoridade”. Ser autoridade em algum assunto pode ajudar na cria-

ção desse grupo e, ainda assim, atestar a venda de produtos e serviços dentro desse ambiente.

**IMPORTANTE:**  
ALIMENTE-SE DESSA COMUNIDADE.

## 7.2 CRIE NEGÓCIOS COM APELOS DE RESOLUÇÃO PARA PROBLEMAS GRAVES

Essa é uma grande verdade. Tive uma aula em Stanford com Jack Fuchs e Mick Lyons, dois superinvestidores do Vale do Silício e professores da universidade.

Eles lecionam empreendedorismo em uma das universidades mais conceituadas do mundo, e levei uma lição muito grande sobre o olhar deles, ao se interessarem por uma empresa em que ensaiam investir.

Eles classificam as empresas entre dois tipos: **Rémedios e Vitaminas.**

## Remédios

São aquelas startups que “estacam sangramentos”, que resolvem problemas graves no mundo ou no país de origem. Normalmente, essas empresas já nascem com uma grande necessidade de uso. Em alguns exemplos, essas startups resolvem tanto problemas que é

praticamente impossível imaginar-se sem usá-las: WhatsApp, na comunicação; Uber, no transporte; e Waze, no trânsito. Esses são bons exemplos de como aplicativos podem ser essenciais e até indispensáveis no cotidiano de milhões e, às vezes bilhões, de pessoas.

O WhatsApp é um exemplo fácil. Resolve um baita problema que é a comunicação e, ainda por cima, gratuitamente.

AS EMPRESAS  
“REMÉDIOS” SÃO,  
NA SUA MAIORIA,  
DE USO RECORRENTE  
E **INDISPENSÁVEIS**

## PARA A MAIORIA DOS CLIENTES.

Acompanhe o caso da startup Twillio ([www.twilio.com](http://www.twilio.com)), que promete revolucionar a telefonia no mundo.

### Vitaminas

São aquelas startups que “potencializam” algo já em andamento. Apesar de serem completamente necessárias, muitas delas não são indispensáveis.

A convite do Founder Institute, uma aceleradora do Vale do Silício, fiz uma palestra sobre empreendedorismo no Cubo do Itaú em 2016. Lá, levei esse tema “Remédios x Vitaminas”. Expliquei que, assim

como na ciência, a vitamina melhora uma situação.

SEJA UMA  
DISFUNÇÃO, UMA  
DEFICIÊNCIA OU  
NUMA LACUNA  
GENÉTICA, ELAS  
POSSIBILITAM  
A MELHORA NA  
SITUAÇÃO.

No empreendedorismo, empresas classificadas assim são aquelas que melhoram um segmento, que profissionalizam o ambiente.

Olhe para o caso de aplicativos como iFood (que

comprou o concorrente Hellofood em fevereiro de 2016), por exemplo. No começo, eram apenas aplicativos de comida que ajudavam as pessoas a pedir comida pelo smartphone. Estavam potencializando um negócio de delivery que já existia. Sem eles, bastava pedir comida pelo telefone, por exemplo.

Eram “vitaminas”. Agora, são indispensáveis. Criaram tanta necessidade ao pedir comida, que passaram claramente de “vitaminas para remédios”. Foram tão disruptivas, que conseguiram criar um segmento inteiro. **Nem sempre as empresas conseguem se transformar em “remédios”.**

Outro bom exemplo são

produtos sem o apelo da necessidade básica. Itens considerados supérfluos são grandes desafios para clubes de assinatura escalarem o negócio para milhares de assinantes. Já produtos “de sobrevivência” têm, em sua natureza, a necessidade de consumo recorrente.

Faça essa pergunta para si mesmo: *meu negócio é vital para meus clientes?* Negócios recorrentes de grande escala sempre conseguem esse crescimento com produtos e serviços de grande valor e necessidade para seus clientes, o que faz da existência desse próprio negócio algo vital.

Se a sua conclusão for “minha empresa é uma vitamina”, procure criar

um mercado com isso.

**Consiga fazer o conforto virar necessidade.**

## **7.3 GARANTA O SUCESSO (E A FELICIDADE) DO SEU CLIENTE**

Todo negócio deve ter o propósito de ajudar os clientes, e mais do que isso: deixá-los felizes. No livro *Rework* (um dos livros mais legais sobre empreendedorismo), os autores Jason Fried e David Heinemeier Hansson citam em um parágrafo: “*Let your customers outgrow you*”.

INCENTIVE SEUS  
CLIENTES A **CRESCEREM**  
MAIS QUE VOCÊ.

Olha que lição grandiosa, que é fazer seus clientes crescerem mais que você. Se você está criando um software, um e-commerce ou qualquer negócio escalável, essa deve ser a missão desse negócio. Não há mais sucesso do que fazer o seu cliente crescer. Se você já tem essa certeza e esse gosto: parabéns.

Na Vindi, pelo menos, uma centena de clientes cresce mais do que nós. Alguns crescem até o dobro, e isso é maravilhoso para mim como empreendedor.

Invista em curadoria e conteúdo. Ajude, ensine e decida pelo seu cliente como ele deve usar o seu produto. Conteúdo de valor é o que diferencia concorrentes em mercados altamente disputados.

**Seja no uso de um produto ou serviço, o sucesso do cliente é a sustentabilidade de um negócio recorrente.**

## **7.4 GARANTA UMA TECNOLOGIA PROPRIETÁRIA**

A estratégia do oceano azul, de Renée Mauborgne e W. Chan Kim, ilustra claramente o diferencial de empresas em mercados inexplorados.

E isso é, de fato, uma vantagem competitiva bem grande. Se existe escassez, a venda fica mais fácil.

Mas isso pode ser um diferencial por pouco tempo, já que, em um estudo simples de benchmarking, os meses de diferenciação são facilmente combatidos por concorrentes entrantes, ávidos por uma fatia apetitosa desse mercado — que era, até então, um oceano azul. É um grande desafio ter tecnologia proprietária, pode acreditar.

Um dos grandes diferenciais de startups que estão inovando em seu segmento e sustentando a liderança é exatamente ter o domínio da técnica. Como um



laboratório médico, que detém alguma fórmula para combater doenças, a startup que quiser se manter no topo por grande parte do tempo deve ter o desenvolvimento de tecnologia proprietária.

Na prática, isso limita a entrada de concorrentes no mercado dessa empresa, dificultando a fácil replicação do modelo e aumentando a barreira de entrada. Algumas startups conseguem meses de vantagem tendo e usando tecnologias proprietárias. **Outras ganham anos.**



CESCHIN, Fabrizio. *Sustainable Product-Service Systems*. Springer, 2014

GANSKY, Lisa. *Mesh: por que o futuro dos negócios é compartilhar*. Altas Books, 2011.

KEATING, Gina. *Netflixed: the epic battle for America's eyeballs*. Portfólio Hardcover, 2012.

KOTLER, Steven; DIAMANDIS, Peter. *Abundância: o futuro é melhor do que você imagina*. HSM, 2012.

MEIRA, Silvio. *Novos negócios no Brasil*. Casa da palavra, 2013.

RIFKIN, Jeremy. *A Era do Acesso*. Makron, 2000.

RADFAHRER, Luli. *A Enciclopédia da Nuvem*. Campus, 2012.

SAKAO, Tomohiko; LINDAHL, Mattias. *Introduction to Product/Service-System Design*. Springer, 2009.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony. *Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio*. Nova Fronteira, 2007.

TAURION, Cezar. *Cloud Computing – Computação em Nuvem*. Brasport, 2009.

SVANE, Mikkel. *Startupland: How Three Guys Risked Everything to Turn an Idea into a Global Business*. Jossey-Bass, 2014.

MATTS, Carlos; TELLES, André. *O Empreendedor Viável*. Leya Brasil, 2013.

THIEL, Peter; MASTERS, Blake. *Do Zero a Um*. Objetiva, 2014.

FRIED, Jason; HENIENMEINER, David Hansson. *Rework*. Crown Business, 2010.

HARNISH, Verne. *Scaling Up: How a Few Companies Make It...and Why the Rest Don't (Rockefeller Habits 2.0)*. Gazelles Inc., 2014.

RIES, Eric. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business, 2011.

Gostou do conteúdo, ou achou que algo poderia melhorar?  
Então, nos dê sua opinião sobre o livro.  
Isso nos ajudará a garantir um material de qualidade para você!

É só entrar na sua biblioteca da Casa do Código,  
em <https://biblioteca.casadocodigo.com.br/>, e avaliar.

Ou você também pode escanear o QR Code a seguir  
com a câmera do seu celular



### **Perguntas frequentes**

---

Possui alguma dúvida sobre nós? Acesse:  
<http://suporte.casadocodigo.com.br/>

### **Fórum da Casa do Código**

---

Para tirar dúvidas e deixar comentários sobre os nossos livros, acesse  
<http://forum.casadocodigo.com.br/>

### **Quer ser um autor da Casa do Código?**

---

É só seguir as instruções em  
<https://www.casadocodigo.com.br/pages/quero-ser-um-autor>