

# **Spotify: Um Estudo de Caso de Arquitetura Empresarial**

**Ana Thereza O. V. Motta, Lucas C. Santos, Lucas R. Nunes, Maria Vitória B. de Vasconcelos, Rômulo S. G. Cintra**

Sistemas de Informação - UNA

T.I e Computação

## ***Resumo***

### **1. INTRODUÇÃO**

Spotify é um serviço de streaming de áudio lançado no ano de 2008, na Suécia, fundada por Daniel Ek e Mark Lorentzon. Hoje estão disponíveis no serviço mais de 82 milhões de faixas, incluindo 3,6 milhões de podcasts que podem ser acessados gratuitamente ou através do Spotify Premium, onde o usuário pode acessar recursos exclusivos como melhor qualidade de som, música sob demanda, acesso offline sem anúncios e muito mais. Atualmente é o serviço de assinatura de streaming de áudio mais popular do mundo, com 406 milhões de usuários, sendo 180 milhões de assinantes em 184 países (SPOTIFY - For The Record, 2022).

De acordo com a comunicação oficial do Spotify, sua missão é *“Desvendar o potencial da criatividade humana, oferecendo a um milhão de artistas criativos a oportunidade de viver de sua arte e a bilhões de fãs a oportunidade de desfrutar e se inspirar por esses criadores”*. Além disso, a cultura organizacional está baseada em 5 valores: inovação, sinceridade, paixão, colaboração e diversão (SPOTIFY - Band Manifesto, 2022).

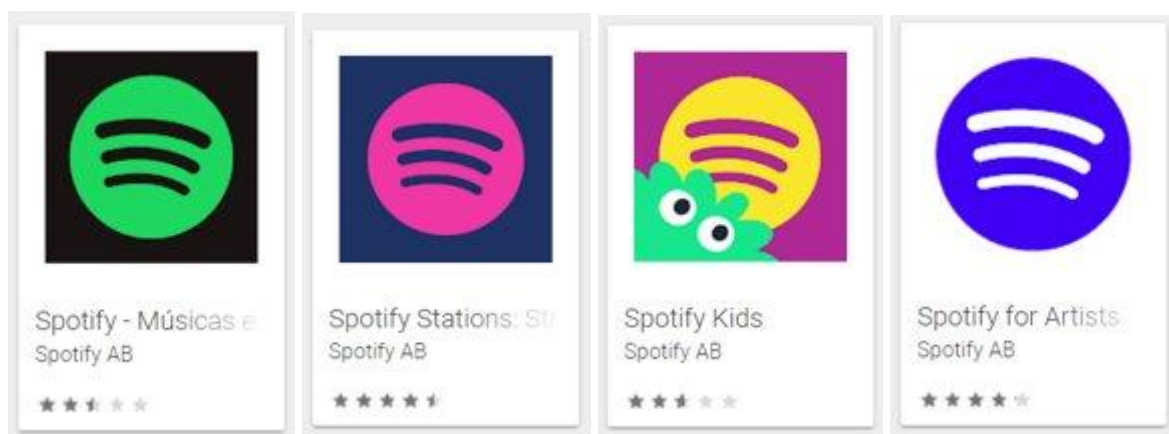
#### **1.1 A OFERTA**

Os serviços oferecidos pelo Spotify contam com uma variedade de ofertas que incluem acesso gratuito a áudio em todo o mundo e pacotes de assinatura premium para indivíduos, famílias e casais vivendo sob o mesmo teto, além de ofertas especiais para estudantes. O usuário tem diferentes plataformas de acesso disponíveis para a maioria dos dispositivos modernos, incluindo computadores Windows, macOS e Linux, bem como

smartphones e tablets com iOS e Android, sendo o serviço de streaming que mais tem programas e aplicativos para todos os dispositivos e sistemas operacionais.

A empresa oferece ainda aplicativos destinados a necessidades específicas do usuário, como o Spotify Stations (não disponível no Brasil), no qual é possível criar estações de rádio personalizadas de acordo com seu gosto e *feedback*; Spotify Lite, uma versão mais leve do aplicativo principal; Spotify Kids, um aplicativo destinado ao público infantil disponível exclusivamente para assinantes do Spotify Premium Família e Spotify For Artists, destinado a artistas que desejam ter maior interação com seus fãs e acompanhar seu desempenho na plataforma.

**Figura 1 - Aplicativos Spotify**



A empresa tem forte presença nas redes sociais e promove seus serviços através de campanhas publicitárias, parcerias com artistas e produção de conteúdo exclusivo, como podcasts.

## **1.2 O MERCADO**

A empresa oferece seus serviços a pessoas interessadas em músicas, podcasts dos mais diversos gêneros, artistas com interesse em distribuição do seu trabalho, empresas e marcas através de propagandas.

Os planos disponíveis incluem opção gratuita de acesso com algumas limitações e planos pagos individuais e família, com mensalidades de R\$ 9,90 até R\$ 34,90, como ilustrado na Figura 2. Obtendo um dos planos disponíveis, o usuário tem acesso a músicas e episódios de podcasts ilimitados, explorar coleções criadas por amigos, acesso offline de suas coleções, e mais (Spotify, 2022).

**Figura 2 - Planos Spotify Premium**

**1 mês grátis ao assinar**  
**Pagamento único disponível**

**Individual**  
R\$ 19,90/mês após o período da oferta  
1 conta

- ✓ Ouça músicas sem anúncios
- ✓ Ouça em qualquer lugar — até no modo offline
- ✓ Escolha a música que quer ouvir
- ✓ Faça um plano pré-pago ou uma assinatura

**COMEÇAR**

Sujeito a Termos e Condições. O mês grátis não está disponível para usuários que já experimentaram o Premium.

**1 mês grátis ao assinar**  
**Pagamento único disponível**

**Duo**  
R\$ 24,90/mês após o período da oferta  
2 contas

- ✓ 2 contas Premium para um casal que mora junto
- ✓ Ouça sem anúncios, no modo offline e sob demanda
- ✓ Faça um plano pré-pago ou uma assinatura

**COMEÇAR**

Sujeito a Termos e Condições. O mês grátis não está disponível para usuários que já experimentaram o Premium.

**1 mês grátis ao assinar**  
**Pagamento único disponível**

**Família**  
R\$ 34,90/mês após o período da oferta  
Até 6 contas

- ✓ 6 contas Premium para familiares que moram no mesmo endereço
- ✓ Bloqueie músicas com conteúdo explícito
- ✓ Ouça sem anúncios, no modo offline e sob demanda
- ✓ Spotify Kids: um aplicativo separado, feito especialmente para crianças
- ✓ Faça um plano pré-pago ou uma assinatura

**COMEÇAR**

Sujeito a Termos e Condições. O mês grátis não está disponível para usuários que já experimentaram o Premium.

**1 mês grátis ao assinar**

**Universitário**  
R\$ 9,90/mês após o período da oferta  
1 conta

- ✓ Desconto especial para estudantes universitários que tenham direito à oferta
- ✓ Ouça músicas sem anúncios
- ✓ Ouça em qualquer lugar — até no modo offline
- ✓ Escolha a música que quer ouvir

**COMEÇAR**

Oferta disponível somente para estudantes de instituições de ensino superior credenciadas. O mês grátis não está disponível para usuários que já experimentaram o Premium. Sujeito aos Termos e Condições da oferta do Spotify de desconto para universitários.

**Fonte:** <https://www.spotify.com/br/premium/>

## 2. PERSPECTIVAS HOLÍSTICAS

Para executar com sucesso as estratégias de negócio da organização, é fundamental que haja um bom alinhamento de todo o cenário corporativo e uma maneira eficaz de atingir este objetivo é através das perspectivas holísticas, sendo elas: Desenvolvimento de estratégia; Planejamento baseado em capacidade; Gerenciamento de portfólio corporativo; Gerenciamento de programas; Gerenciamento de riscos; Conformidade regulamentar; Entrega e aprimoramento contínuos e colaborativos (RODRIGUES, 2018).

Dentre tais perspectivas, analisando a atuação da corporação abordada neste estudo de caso é possível fazer algumas observações. A Spotify Technologies S.A. em seus 14 anos de existência demonstra consistência em seu desenvolvimento de estratégia, com destaque para alguns pontos importantes como: campanhas com impactos sociais, discurso bem alinhado em todos os seus canais e diversificação e exclusividade de conteúdo, demonstrando um bom gerenciamento de portfólio corporativo e gerenciamento de programa.

Por outro lado, no contexto de gerenciamento de riscos, a empresa viveu um contratempo recente, quando diversos músicos removeram seu conteúdo da plataforma. Tal ação se deu após o músico Neil Young cobrar que a empresa assumisse responsabilidade por informações enganosas acerca de vacinas e da Covid-19, divulgadas através de um podcast de grande audiência dentro da plataforma (MATIAS, 2022).

Em se tratando de entrega e aprimoramento contínuos, se comparado aos seus concorrentes diretos, Deezer, Apple Music e Tidal, o Spotify é o único que ainda não disponibilizou o formato de som de alta fidelidade (High Fidelity) ou HiFi como é conhecido. Apesar de ter sido anunciada no início do ano de 2021, a modalidade ainda não foi implantada (BLASI, 2022).

Em resumo, por se tratar de uma empresa líder de mercado, com estratégia de negócio bem definida e consolidada, a Spotify conta com uma visão holística organizacional bem estabelecida. No entanto, são inúmeros os princípios da Arquitetura Empresarial que precisam ser implementados diariamente em um contexto de melhoria contínua e por isso, mesmo sendo um caso de sucesso, há sempre o que possa ser aprimorado.

**Tabela 1 - Princípios Holísticos da Arquitetura Empresarial**

Pontos fortes	Pontos fracos
<b>Qualidade:</b> Um padrão mínimo de qualidade será mantido, apesar das preocupações com o tempo de comercialização.	<b>Não proliferação de tecnologia:</b> A diversidade técnica será controlada para reduzir a complexidade
<b>Proteção de Dados:</b> Os dados são um ativo que deve ser protegido.	<b>À prova de falhas:</b> As interfaces do usuário fornecerão recursos à prova de falhas para proteger os usuários de consequências não intencionais das ações.
<b>Proteção da propriedade intelectual (PI):</b> Patentes, direitos autorais, segredos comerciais e outros IPs serão preservados e protegidos.	<b>Identificação do problema:</b> Os processos devem ser projetados para trazer problemas à superfície assim que ocorrem.
<b>Produtividade:</b>	<b>Resposta aos clientes:</b>

Os processos buscarão maximizar a produtividade

Os pedidos do cliente serão atendidos em tempo hábil.

### 3 - ALICERCE DE EXECUÇÃO E TIPO DE MODELO OPERACIONAL

Nesta seção abordaremos a questão do Alicerce de execução, ou seja, da infraestrutura de TI e dos processos de negócio digitalizados que auxiliam na automatização da empresa. No tópico 3.1 trataremos do Alicerce de Execução respondendo quais processos são digitalizados, como são disponibilizados os dados e qual a infraestrutura disponível. Nos tópicos seguintes, discutiremos o Modelo Operacional adotado pela Spotify Technologies S.A e sua justificativa.

#### 3.1 Alicerce de Execução

Considerando a infraestrutura de TI e os Processos de Negócio fundamentais para a automatizar a capacidade central da empresa, destacam-se os processos listados na Tabela 2.

**Tabela 2 - Alicerce de Execução**

Processos centrais de negócio	Infraestrutura de TI
Captação de faixas de áudio	Banco de dados em nuvem
Transmissão de áudio	Streaming global
Estratégia de marketing	Comunicação audiovisual, redes sociais
Interfaces padronizadas	Aplicação nativa padronizada globalmente

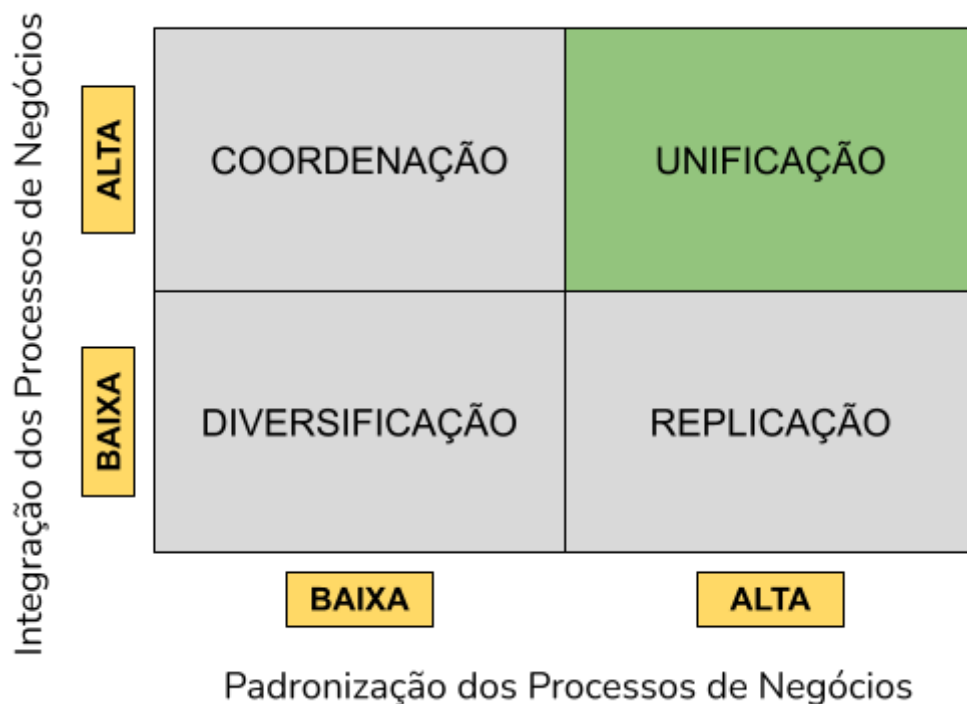
Deste modo, o alicerce de execução da Spotify Technologies S.A, permite que haja grande integração dos seus serviços que são distribuídos de maneira global que podem ser acessados de forma padronizada ao redor do mundo. Além disso, a comunicação de marketing é construída de modo a criar uma identidade visual própria que é facilmente reconhecida pelos seus usuários.

É importante destacar a grande capacidade de distribuição e transmissão de áudio em escala global, sob demanda, fazendo com que as faixas de áudio estejam disponíveis a qualquer momento em todos os países onde a empresa opera.

### 3.2 Tipo de Modelo Operacional

O Modelo Operacional é baseado em diferentes níveis de padronização e integração, para classificação do oferecimento de serviços e produtos no mercado. São 4 os Modelos Operacionais, baseados nas duas dimensões, padronização e integração, sendo eles: Diversificação (baixa padronização, baixa integração), Coordenação (baixa padronização, alta integração), Replicação (alta padronização, baixa integração) e Unificação (alta padronização, alta integração). Deste modo, o modelo que mais se enquadra com a operação da Spotify Technologies S.A é a Unificação, como ilustrado na Figura 3.

**Figura 3** - Tipos de Modelo Operacional



### 3.3 Justificativa do tipo de modelo operacional

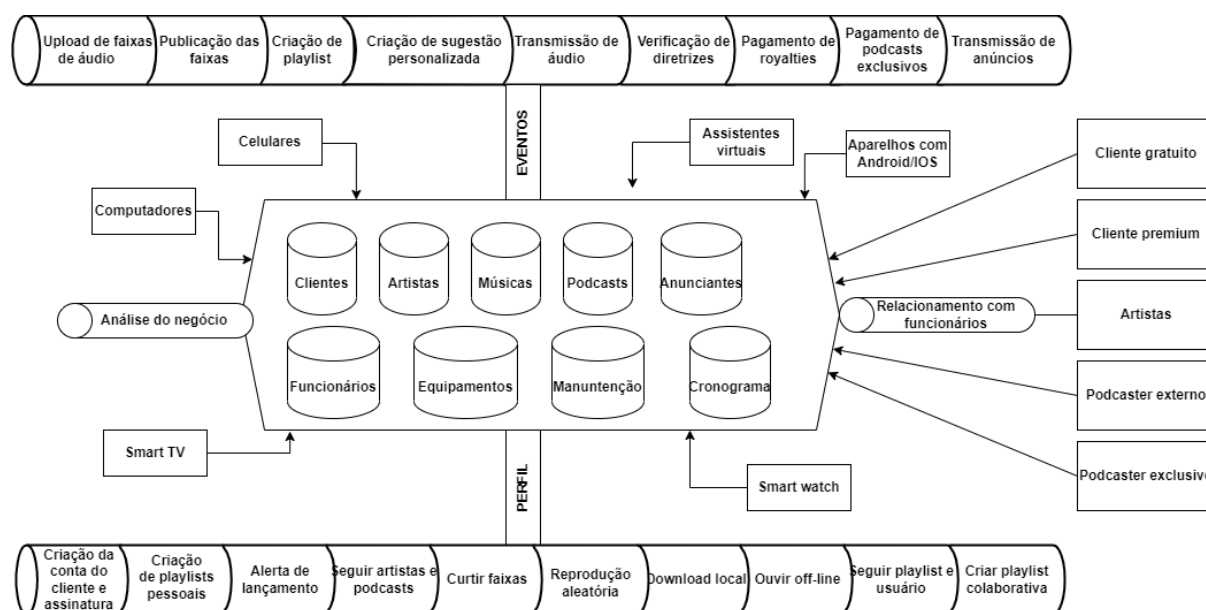
Tendo em vista que a Spotify Technologies S.A. opera em nível global, com disponibilidade sob demanda de seus serviços, consideramos que a empresa opera com alta padronização e alta integração. De fato, é fundamental para o modelo de negócio empregado que haja uma grande integração dos serviços de compartilhamento, permitindo que o usuário acesse, de qualquer lugar e a qualquer momento, a faixa escolhida.

## 4 – PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DO MODELO OPERACIONAL

### 4.1 - Diagrama Central

Considerando o modelo Operacional de Unificação, o fluxograma operacional da Spotify Technology S.A. se apresenta como na Figura 4 abaixo.

**Figura 4 - Fluxograma Operacional**



### 4.2 – Descrição do Diagrama Central

Dentre os principais processos existentes na empresa, destacam-se aqueles fundamentais para o funcionamento do negócio, como apresentado no diagrama operacional. O upload, publicação e a transmissão de faixas de áudio são processos básicos do negócio,

mas além destes destacam-se a criação automática de playlists e sugestões personalizadas, verificação de diretrizes conforme legislação local e pagamento de royalties para os artistas. Outros processos incluem o pagamento de podcasters exclusivos da plataforma e a transmissão de anúncios.

Considerando os pontos de contato com o cliente, destacam-se a criação de conta na plataforma, podendo ser gratuita ou premium, dividida em diferentes níveis. Tem-se também a criação de playlists pessoais, criação de alerta de lançamento de novas faixas ou episódios dos seus artistas e podcasters favoritos, que podem também ser seguidos na plataforma. Outros pontos fundamentais são a opção de curtir (favoritar) faixas, reprodução aleatória de playlists, download de faixas no seu dispositivo para que seja possível ouvir offline. Além disso, a plataforma funciona como rede social, permitindo seguir outros usuários e criar playlists colaborativas.

Os principais bancos de dados são: clientes, artistas, músicas, podcasts, funcionários, equipamentos, cronograma, manutenção e anunciantes. A plataforma pode ser acessada através de diferentes dispositivos, como: celulares, computadores, smartwatches, tablets, smart tvs, assistentes virtuais e demais dispositivos com Android e iOS.

## **7. Referências**

SPOTIFY - About Us, 2022. Disponível: <https://www.spotify.com/br/about-us/contact/>

SPOTIFY - For The Record, 2022. Disponível: <https://newsroom.spotify.com/company-info/>

SPOTIFY - The Band Manifesto, 2022. Disponível em:

<https://lifeatspotify.com/being-here/the-band-manifesto>

SPOTIFY - Sustainability, Equity and Impact Report 2020. Disponível em:

<https://lifeatspotify.com/diversity-equity-impact>

MATIAS, Alexandre. A cruzada de Neil Young contra o Spotify não é novidade para o músico.

Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/a-cruzada-de-neil-young-contra-o-spotify-nao-e-novidade-para-o-musico/>

7 lições de Marketing do Spotify para você aplicar em sua estratégia digital. Disponível em:

<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-do-spotify/>



BLASI, Bruno Gall de. Spotify HiFi foi anunciado há um ano e ainda não tem data para chegar.

Disponível em:

<https://tecnoblog.net/noticias/2022/01/10/spotify-hifi-foi-anunciado-ha-um-ano-e-ainda-nao-tem-data-para-chegar/>