

# **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).

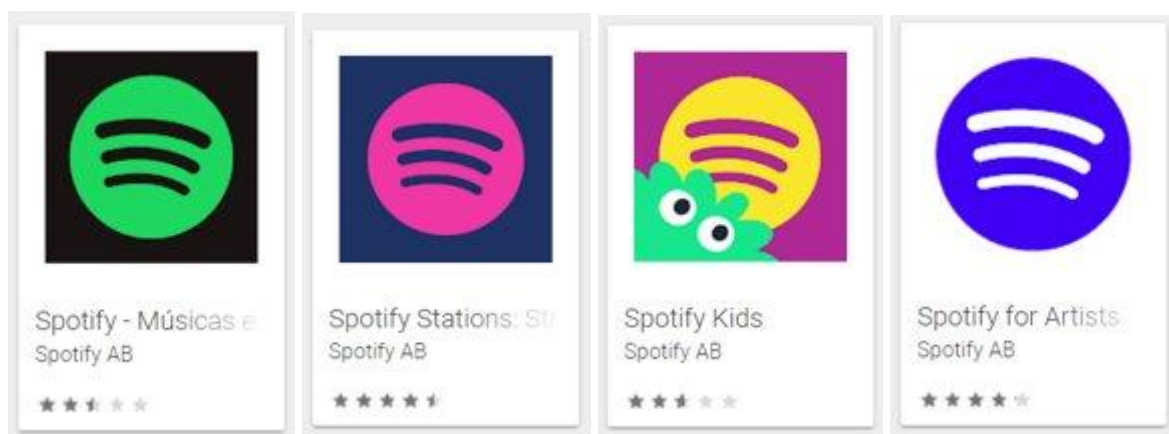
#### **1.1 A OFERTA**

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.

## 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/>